



olimpiada
cyfrowa

OLIMPIADA CYFROWA

INFORMATOR 2016/2017



FUNDACJA
nowoczesna
Polska



GRANTODAWCY:



Ministerstwo
Kultury
i Dziedzictwa
Narodowego

PATRONI HONOROWI:



Ministerstwo
Cyfryzacji



Polski Komitet
do spraw UNESCO

GŁÓWNY PARTNER MERYTORYCZNY:

Collegium Civitas
Więcej niż studia!



SZEROKIE POROZUMIENIE
NA RZECZ UMIEJĘTNOŚCI
CYFROWYCH W POLSCE



KOALICJA
OTWARTEJ
EDUKACJI



KRAJOWA RADA
RADIOFONII I TELEWIZJI

PARTNERZY:



FUNDACJA
PANOPTYKON

FRSI FUNDACJA
ROZWOJU
SPOŁECZEŃSTWA
INFORMACYJNEGO



Fundacja



FUNDACJA
PIĄTE MEDIUM

CEO
CENTRUM EDUKACJI
OBYWATELSKIEJ



FUNDACJA
nowoczesna
Polska



olimpiada
cyfrowa



edukacja
medialna

CHCESZ DOWIEDZIEĆ SIĘ WIĘCEJ O OLIMPIADZIE CYFROWEJ?

ODWIEDŹ STRONĘ INTERNETOWĄ: OLIMPIADACYFROWA.PL

NAPISZ LUB ZADZWOŃ: PAULINA OŁTUSEK, PAULINAOLTUSEK@NOWOCZESNAPOLSKA.ORG.PL, + 48 515-502-666

PUBLIKACJA DOSTĘPNA JEST NA LICENCJI CREATIVE COMMONS UZNANIE AUTORSTWA-NA TYCH SAMYCH WARUNKACH 3.0 POLSKA.

WYDAWCA: FUNDACJA NOWOCZESNA POLSKA, WARSZAWA 2016

ISBN: 978-83-61730-41-5

INFORMATOR OLIMPIADA CYFROWA 2016/2017

SPIS TREŚCI

WSTĘP	4
PROJEKT EDUKACJA MEDIALNA	6
OLIMPIADA CYFROWA	8
HARMONOGRAM OLIMPIADY CYFROWEJ	8
KOMPETENCJE CYFROWE	10
REGULAMIN OLIMPIADY CYFROWEJ	11
JAK SIĘ PRZYGOTOWAĆ ?	16
PROGRAM OLIMPIADY CYFROWEJ	17
WYKAZ LITERATURY	25
SŁOWNICZEK	29

WSTĘP

Jarosław Lipszyc
prezes Fundacji Nowoczesna Polska

Badania Victoria University z 2012 roku wykazały zadziwiającą zdolność technologii komunikacyjnych do modyfikowania fizjologii ludzkiego organizmu. Organizm, który w odpowiedzi na silny stres reaguje pełną mobilizacją – zwiększenie wydzielania adrenaliny, zatrzymanie procesów trawiennych, zwiększenie ciepłoty ciała – identycznie reaguje na bodźce wirtualne, takie jak światło monitora, muzyka czy angażująca gra komputerowa. Fizjologia naszego organizmu nie zmieniła się od milionów lat – zmieniły się jednak czynniki, które tę naturalną reakcję wywołują.

Nasze ciała, wystawione nieustannie na działanie silnych bodźców wizualnych i dźwiękowych, reagują na nie w atawistyczny, nieadekwatny sposób.

Ludzkość rozpoczęła wielki eksperyment z technologiami komunikacyjnymi. Zmieniamy nie tylko sposób funkcjonowania społeczeństw, zmieniamy także samych siebie. Technologie informacyjne umożliwiają nam przeżycie w czysto biologicznym sensie: rolnictwo, medycyna i kluczowa dla przetrwania jednostek dobra organizacja całych społeczeństw są dziś zależne od przetwarzania informacji oraz wysokiego tempa i efektywności komunikacji. Technologie komunikacyjne stały się nam niezbędne w każdym aspekcie naszego życia, a bez nich czujemy się zagubieni i słabi. Rozłądował się wam telefon w chwili, w której naprawdę musieliście zadzwonić? No właśnie.

Jedyne, co możemy, to korzystać z tych technologii świadomie. Kontrolować technologię po to, żeby technologia nie kontrolowała nas. Edukacja cyfrowa wzmacnia umiejętności, wiedzę i kompetencje związane z całym tym gigantycznym obszarem. Od bezpieczeństwa i higieny korzystania z mediów, przez komunikację za pośrednictwem mediów i kształtowanie swojego wizerunku, aż po kreatywne korzystanie z technologii cyfrowych.

Fundacja Nowoczesna Polska od ponad dekady wzmacnia kompetencje cyfrowe Polaków. W tym roku uruchamiamy Olimpiadę Cyfrową, bo wierzymy że w ten sposób będziemy mogli popularyzować edukację cyfrową wśród uczniów i nauczycieli. Startujcie, uczcie się, rozwijajcie swoje umiejętności. Wśród wygranych będą nie tylko ci, którzy znajdą się na podium i odbiorą dyplom laureata. Zwycięzą wszyscy, którzy dzięki olimpiadzie odzyskają kontrolę nad technologią – i własnym życiem. Któż bowiem chciałby być niewolnikiem maszyn?

STUDIUM NAJLEPSZY PRAKTYCZNY KIERUNEK W POLSCE DZIENNIKARSTWO I NOWE MEDIA!

Collegium Civitas jest jedną z wiodących niepublicznych uczelni akademickich w Polsce, a dzięki otwartemu międzynarodowemu profilowi kształcenia jej absolwenci osiągają sukcesy zawodowe w Polsce i poza granicami kraju. Uczelnia mieści się w samym centrum Warszawy w Pałacu Kultury i Nauki.

Dziennikarstwo i nowe media w Collegium Civitas łączy naukę praktycznego warsztatu dziennikarskiego z poznawaniem nowoczesnych technologii i sposobów komunikacji. Podczas studiów dużą wagę przywiązujemy do możliwości rozwoju intelektualnego studentów tak, aby potrafili odnaleźć się w zmieniającym się dynamicznie świecie mediów zarówno zaraz po ukończeniu studiów, jak i wiele lat później wraz z rozwojem ich kariery.

Studia w Collegium Civitas dają możliwość rozwijania swoich pasji i zainteresowań oraz świadomego kształtowania ścieżki własnych studiów, gdyż indywidualnie podchodzimy do każdego studenta. W szczególności są nam bliskie takie wartości dziennikarskie jak: rzetelność, odpowiedzialność za wygłaszane treści i obiektywne relacjonowanie świata.

W Collegium Civitas można uczyć się od najlepszych praktyków w swoich dziedzinach, wykładają u nas: Jacek Żakowski, Konrad Piasecki, Roman Kurkiewicz, prof. Michał Komar, Rafał Woś, czy sędzia Trybunału Konstytucyjnego w stanie spoczynku, Wiesław Johan. To tylko niektóre, z wielu cenionych nazwisk, od których będziecie mogli nauczyć się ciekawości świata, warsztatu radiowego, prasowego czy telewizyjnego.

Wszyscy Studenci Collegium Civitas odbywają praktyki. Staże odbywają redakcjach w zależności od preferencji (prasa, radio, telewizja, internet). Wiele Studentom te praktyki otwierają drogę do przyszłej pracy, wszystkim pomagają lepiej kształtować przyszłość zawodową.

Dziennikarstwo i nowe media nauczą Was warsztatu dziennikarskiego, rozumienia rzeczywistości, pytania o to co ważne, rozwiną indywidualne zainteresowania i predyspozycje. Dziennikarstwo w Collegium Civitas to wg oceny Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego* najlepszy praktyczny kierunek w Polsce, który otwiera drzwi do przyszłej kariery.

Collegium Civitas działa jako organizacja non-profit, intensywnie inwestując w badania naukowe i podnoszenie poziomu edukacji od blisko dwóch dekad. Misją uczelni jest tworzenie środowiska akademickiego sprzyjającego myśleniu i działaniu poprzez kształcenie na najwyższym poziomie, umożliwienie zdobycia umiejętności praktycznych oraz poszerzanie horyzontów.

* Kierunek otrzymał nagrodę w Konkursie Grant o Milion Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego dla najlepszego praktycznego kierunku w Polsce.





KORZYSTANIE Z INFORMACJI
RELACJE W ŚRODOWISKU
MEDIALNYM
JĘZYK MEDIÓW
KREATYWNE KORZYSTANIE Z
MEDIÓW
ETYKA I WARTOŚCI
BEZPIECZEŃSTWO
PRAWO
EKONOMICZNE ASPEKTY
DZIAŁANIA MEDIÓW
MOBILNE BEZPIECZEŃSTWO
KOMPETENCJE CYFROWE

CO NOWEGO?

NEWSLETTER
BĄDŹ Z NAMI W KONTAKCIE

KSZTAŁTUJEMY BEZPIECZNE
ZACHOWANIA W SIECI -
"CYBERNAUCI"

Projekt Edukacja medialna

Wywodzi się z zapoczątkowanej w 2011 roku Cyfrowej Przyszłości, w ramach której powstał raport „Cyfrowa Przyszłość”. „Edukacja medialna i informacyjna w Polsce” (wyd. 2012). Zaprezentowano w nim stan kompetencji medialnych i cyfrowych Polaków, zwłaszcza młodzieży szkolnej oraz nauczycieli. Podczas tworzenia raportu udało się rozpoznać zagrożenia i wyzwania wiążące się z edukacją medialną i dzięki temu określić kolejne działania na rzecz poprawy sytuacji.

Ważnym krokiem było stworzenie programu edukacji medialnej, który można realizować w szkołach, bibliotekach, domach kultury i innych instytucjach. Dzięki pracy wielu ekspertów i grantodawców w roku 2012 został opublikowany „Katalog kompetencji medialnych i informacyjnych”, będący próbą zdefiniowania zakresu edukacji medialnej i informacyjnej oraz przełożenia jej na konkretną wiedzę i umiejętności, którymi powinien wykazywać się człowiek na kolejnych etapach edukacji i życia. W katalogu ujęto wiele zagadnień, m.in. umiejętność korzystania z informacji, etykę i wartości w komunikowaniu, jak również prawo mediów i język komunikatów medialnych.

Katalog jest nadal udoskonalany i poszerzany w taki sposób, by odzwierciedlać wciąż zmieniający się i rozwijający świat. Został poddany międzynarodowym konsultacjom społecznym, w wyniku których pod koniec 2014 roku ukazała się jego nowa wersja – „Katalog kompetencji medialnych, informacyjnych i cyfrowych”, nazywany też „Katalogiem 2.0”, który uzupełniono o wymienione w jego tytule kompetencje cyfrowe.

Program edukacji medialnej, informacyjnej i cyfrowej, zawarty w katalogu, stał się podstawą do powstania materiałów edukacyjnych, których brak blokował rozwój tego kierunku w nauczaniu. Na początku 2013 roku Fundacja Nowoczesna Polska stworzyła serwis „Edukacja Medialna”, na którym regularnie umieszczane są materiały dydaktyczne do wykorzystania przede wszystkim przez nauczycieli, bibliotekarzy i inne osoby pracujące z dziećmi i młodzieżą. Obecnie znajduje się tam ponad 200 modułów edukacyjnych, które składają się ze scenariuszy, ćwiczeń i materiałów do prowadzenia zajęć na wszystkich etapach edukacyjnych.

MATERIAŁY PODZIELONO NA DZIEWIĘĆ SEKCJI:

- Korzystanie z informacji
- Relacje w środowisku medialnym
- Język mediów
- Kreatywne korzystanie z mediów
- Etyka i wartości
- Bezpieczeństwo
- Prawo
- Ekonomiczne aspekty działania mediów
- Mobilne bezpieczeństwo

Wszystkie materiały publikowane są na wolnej licencji Creative Commons Uznanie autorstwa – Na tych samych warunkach 3.0, co oznacza, że można je modyfikować, dostosowywać do swoich potrzeb i rozpowszechniać.

Wszystkie działania fundacji Nowoczesna Polska na rzecz rozwoju edukacji medialnej, informacyjnej i cyfrowej wynikają ze świadomości, że wysokie kompetencje w tym zakresie sprzyjają aktywności obywatelskiej, umożliwiają świadome uczestnictwo w kulturze i zwiększają szansę na sukces zawodowy. Wdrażanie edukacji medialnej do polskich szkół, bibliotek, domów kultury i innych instytucji jest jednym z naszych priorytetowych działań.

Od początku istnienia projektu staramy się zarażać ideą upowszechniania edukacji medialnej, informacyjnej i cyfrowej jak najszersze rzesze osób związanych z kulturą i edukacją. Dowodem tych działań są programy pilotażowe w szkołach i szkolenia, którymi obejmujemy zainteresowanych tematyką nauczycieli, bibliotekarzy i animatorów kultury z całej Polski. W 2015 roku przeprowadziliśmy szkolenie dla pięćdziesięciu przedstawicieli kadr kultury, którzy

po przeprowadzeniu cyklu zajęć z edukacji medialnej oraz zdaniu egzaminu zostali certyfikowani Trenerami Edukacji Medialnej. Poza tym każdego roku prezentujemy nasze idee i działania setkom osób podczas różnego rodzaju konferencji i warsztatów prowadzonych w kraju i zagranicą.

Od grudnia 2015 roku realizujemy projekt skierowany do szkół: „Cybernauci – kompleksowy projekt kształtowania bezpiecznych zachowań w sieci”. Jest to działanie szkoleniowe, w którym odpowiednio przygotowani Emisariusze Bezpiecznego Internetu przeprowadzą warsztaty dla 1 600 społeczności szkolnych w całej Polsce. Przygotowane zostaną również materiały edukacyjne dla nauczycieli, uczniów i rodziców, a po ukończeniu cyklu warsztatów i udokumentowaniu kontynuacji działań na rzecz bezpiecznego korzystania z internetu będą mieli oni również możliwość wzięcia udziału w konkursie z nagrodami. Projekt potrwa do końca 2018 roku.

W latach 2013 – 2016 organizowaliśmy Wielki Turniej Edukacji Medialnej dla uczniów i uczennic szkół ponadgimnazjalnych. W każdej jego edycji brało udział kilkuset użytkowników nowych mediów, którzy rywalizowali o cenne nagrody: kursy językowe, udział w obozie medialnym, prestiżowy indeks jednej z najlepszych uczelni niepublicznych w Polsce oraz tablety i czytniki książek. Od roku szkolnego 2016/2017 konkurs będzie kontynuowany jako Olimpiada Cyfrowa.

Więcej informacji
o projekcie Edukacja medialna
można znaleźć na stronach:

edukacjamedialna.edu.pl
nowoczesnapolska.org.pl



Olimpiada interdyscyplinarna, sprawdzająca kompetencje cyfrowe uczniów i uczennic szkół ponadgimnazjalnych. Składa się z trzech etapów: testu on-line (listopad 2016 r.), projektu medialnego (styczeń – luty 2017 r.) oraz zawodów finałowych (kwiecień 2017 r.).

Jej celem jest kształtowanie świadomych użytkowników mediów cyfrowych, czyli takich, którzy są krytycznymi odbiorcami informacji, którzy rozumieją język mediów. W sposób przemyślany tworzą wizerunek i relacje. Przestrzegają standardów etycznych oraz dbają o swoje bezpieczeństwo w sieci. Świadomi użytkownicy są kreatywni, potrafią tworzyć komunikaty z użyciem nowoczesnych narzędzi, przetwarzać je i prezentować efekty swojej pracy. Dostrzegają i rozumieją również prawne i ekonomiczne aspekty działania mediów.

Aby wziąć udział w Olimpiadzie Cyfrowej, należy zgłosić się do dyrektora szkoły, który powoła Komisję Szkolną. W skład Komisji wchodzi co najmniej jeden pracownik dydaktyczny szkoły. Przewodniczący Komisji Szkolnej rejestruje placówkę oraz zgłasza uczniów i uczennice, chcące wziąć udział w olimpiadzie, przy użyciu Elektronicznego Systemu Zgłoszeń na stronie internetowej olimpiady w terminie wskazanym w harmonogramie.

Trwa rejestracja do Olimpiady Cyfrowej!

Nauczycielu, wypełnij formularz: Elektroniczny System Zgłoszeń

Zakończenie rejestracji: 8 listopada 2016 r.

Na czym polega Olimpiada Cyfrowa?

Olimpiada Cyfrowa jest olimpiadą interdyscyplinarną, sprawdzającą kompetencje cyfrowe uczniów i uczennic szkół ponadgimnazjalnych. Składa się z trzech etapów: testu on-line (listopad 2016 r.), projektu medialnego (styczeń – luty 2017 r.) oraz zawodów finałowych (kwiecień 2017 r.).

Jaki jest cel Olimpiady Cyfrowej?

Celem olimpiady jest kształtowanie świadomych użytkowników mediów cyfrowych, czyli takich, którzy są krytycznymi odbiorcami informacji, którzy rozumieją język mediów. W sposób przemyślany tworzą wizerunek i relacje. Przestrzegają standardów etycznych oraz dbają o swoje bezpieczeństwo w sieci. Świadomi użytkownicy są kreatywni, potrafią tworzyć komunikaty z użyciem nowoczesnych narzędzi, przetwarzać je i prezentować efekty swojej pracy. Dostrzegają i rozumieją również prawne i ekonomiczne aspekty działania mediów.



MOTYWEM
PRZEWODNIM
OLIMPIADY 2016/2017
SĄ KOMPETENCJE CYFROWE

Harmonogram Olimpiady Cyfrowej 2016/2017

1.09.–8.11.2016 r.

Rejestracja
Komitetów Szkolnych
oraz Uczestników
i Uczestniczek
Olimpiady

15.11.2016 r.
godz. 10:00

Zawody I stopnia
Test on-line

2–29.01.2017 r.

Zawody II stopnia
Projekt Medialny

21.04.2017 r.

Zawody III stopnia
Finał w Warszawie

WEŹ UDZIAŁ W OLIMPIADZIE CYFROWEJ!



olimpiada
cyfrowa



edukacja
medialna

MIĘDZY 1 WRZEŚNIA A 8 LISTOPADA 2016 R.
zgłoś swojemu nauczycielowi chęć wzięcia udziału w Olimpiadzie



Nauczyciel wypełni formularz na stronie
WWW.OLIMPIADACYFROWA.PL
i dzięki temu trafisz na listę uczestników



PRZYGOTUJ SIĘ!

Zajrzyj do materiałów na stronie edukacjamedialna.edu.pl
Zapoznaj się z literaturą uzupełniającą
Bądź na bieżąco z tym, co dzieje się w świecie cyfrowym



15 LISTOPADA 2016 R. GODZ. 10:00
zawody I stopnia: TEST ON-LINE



Jeśli zdobędziesz odpowiednią liczbę punktów:

2-30 STYCZNIA 2017 R.
REALIZACJA PROJEKTU MEDIALNEGO



Najlepsi Uczestnicy i Uczestniczki (maks. 20 osób)
wezmą udział w zawodach finałowych w Warszawie

21 KWIETNIA 2017 r.

Do wygrania:

INDEKS COLLEGIUM CIVITAS
I NAGRODY RZECZOWE



Kompetencje cyfrowe

We współczesnym świecie technologie cyfrowe pełnią istotną rolę w życiu każdego człowieka – korzystamy z nich wszyscy, niezależnie od wieku czy statusu społecznego. Umiejętność korzystania z nich pozwala nam radzić sobie z wyzwaniami codzienności, a dzięki kompetentnemu ich używaniu robimy wszystko szybciej, wygodniej, taniej i skuteczniej.

Kompetencje cyfrowe bazują na kompetencjach medialnych, informacyjnych i informatycznych, czyli wiedzy, umiejętności i postawach, które umożliwiają sprawne korzystanie z nowych technologii.

Czym więc są owe kompetencje i w czym się przejawiają?

„Kompetencje cyfrowe definiujemy jako zespół kompetencji informacyjnych obejmujących umiejętności wyszukiwania informacji, rozumienia jej, a także oceny jej wiarygodności i przydatności oraz kompetencji informatycznych, na które składają się umiejętności wykorzystywania komputera i innych urządzeń elektronicznych, posługiwania się internetem oraz korzystania z różnego rodzaju aplikacji i oprogramowania, a także tworzenia treści cyfrowych” (Społeczeństwo informacyjne w liczbach, Ministerstwo Administracji i Cyfryzacji, 2014). Przekłada się to na zdolność korzystania ze sprzętu, oprogramowania i internetu w sposób prawidłowy.

W roku szkolnym 2016/2017, pierwszym roku organizacji Olimpiady Cyfrowej, skupimy się właśnie na kompetencjach cyfrowych. Temu tematowi zostanie poświęcona duża część zadań stawianych przed Uczestnikami i Uczestniczkami na każdym etapie Olimpiady.

ZAGADNIENIA SZCZEGÓŁOWE:

- budowa, działanie, obsługa i parametry urządzeń komputerowych
- dane i ich formaty
- korzystanie z oprogramowania
- myślenie logiczne, algorytmiczne, programowanie
- higiena korzystania z urządzeń komputerowych

Regulamin Olimpiady Cyfrowej

Preambuła

1. Olimpiada Cyfrowa jest organizowana zgodnie z Rozporządzeniem Ministra Edukacji Narodowej i Sportu z dnia 29 stycznia 2002 r. w sprawie organizacji oraz sposobu przeprowadzania konkursów, turniejów i Olimpiad (Dz. U. z 2002 r., nr 13 poz. 125).
2. Olimpiada jest dofinansowana ze środków Ministerstwa Edukacji Narodowej oraz Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego.
3. Cele Olimpiady Cyfrowej:
 - weryfikacja poziomu wiedzy i umiejętności medialnych, informacyjnych i cyfrowych uczniów i uczennic szkół ponadgimnazjalnych;
 - podnoszenie kompetencji medialnych, informacyjnych i cyfrowych uczniów i uczennic szkół ponadgimnazjalnych;
 - promocja idei świadomego użytkownika nowych mediów, odbierania informacji w sposób krytyczny, rozumienia język mediów, budowania wizerunek i relacji w sposób przemyślany, przestrzegania standardów etycznych i dbania o swoje bezpieczeństwo; kreatywności, umiejętnego odbierania, przetwarzania i tworzenia komunikatów z użyciem nowoczesnych narzędzi oraz prezentowania efektów swojej pracy, rozumienia prawnych i ekonomicznych aspektów działania mediów;
 - wsparcie wybitnie zdolnych uczniów, zainteresowanych mediami, obiegiem informacji, jej odbiorem, przetwarzaniem i tworzeniem oraz promocja ich dokonań;
 - przygotowanie młodzieży do wyzwań współczesnego świata, do których należy wzrost roli informacji i wykorzystywanie nowych technologii we wszystkich dziedzinach życia;
 - zainteresowanie dyrektorów szkół oraz nauczycieli edukacją medialną, informacyjną i cyfrową i uświadomienie jej znaczącej roli w procesie kształcenia;
 - dążenie do ukonstytuowania edukacji medialnej jako pełnoprawnego przedmiotu obowiązującego w programie nauczania na IV etapie edukacyjnym.

Rozdział I

Olimpiada i jej Organizator

§1. Prawa i obowiązki Organizatora

- 1.1. Organizatorem Olimpiady Cyfrowej jest fundacja Nowoczesna Polska z siedzibą w Warszawie, ul. Marszałkowska 84/92 lok. 125, 00-514 Warszawa, tel./fax (22) 621-30-17, olimpiada@nowoczesnapolska.org.pl, olimpiadacyfrowa.pl.
- 1.2. Zadaniem Organizatora jest przeprowadzenie corocznych edycji Olimpiady Cyfrowej, w szczególności:

- powołanie Rady Programowej, Komitetu Głównego Olimpiady i Komisji Szkolnych (w porozumieniu z dyrektorem szkół);
- zatwierdzenie Regulaminu Olimpiady, po zasięgnięciu opinii Rady Programowej;
- zatwierdzenie Programu Olimpiady, po zasięgnięciu opinii Rady Programowej;
- określenie Harmonogramu Olimpiady;
- przeprowadzenie Olimpiady zgodnie z Regulaminem i dokumentacją wydaną na jego podstawie;
- promocja Olimpiady, w tym przygotowanie i dystrybucja materiałów prasowych;
- prowadzenie strony internetowej Olimpiady pod adresem olimpiadacyfrowa.pl;
- publikacja wyników poszczególnych etapów Olimpiady; działanie na rzecz upowszechniania Olimpiady;
- prowadzenie dokumentacji finansowej związanej z organizacją Olimpiady;
- dokonywanie ewaluacji każdej edycji Olimpiady, przy udziale pozostałych jej realizatorów i Uczestników;
- administrowanie bazą danych szkół, Uczestników, Laureatów i Finalistów Olimpiady;
- kontakt z Uczestnikami – rozwiązywanie problemów i sporów;
- podejmowanie innych czynności związanych z przeprowadzeniem Olimpiady niezastrzeżonych w niniejszym Regulaminie dla innych osób i jednostek organizacyjnych.

1.3. Organizator ma prawo:

- nawiązywania współpracy z partnerami zewnętrznymi;
- podejmowania wiążących decyzji dotyczących przeprowadzenia Olimpiady, z uwzględnieniem stanowiska Komitetu Głównego.

1.4. Organizator ma obowiązek pokryć koszty podróży, wyżywienia i noclegu Uczestników oraz, w miarę możliwości, Opiekunów, na określonych przez Organizatora zasadach.

1.5. Organizator jest reprezentowany przez Kierownika merytorycznego projektu.

§2. Struktura organizacyjna Olimpiady

2.1. Olimpiada jest prowadzona w modelu scentralizowanym.

2.2. Struktura organizacyjną tworzą:

- Organizator;
- Rada Programowa;
- Komitet Główny;
- Jury (dla III etapu zawodów);
- Komisje Szkolne.

2.3. Rada Programowa

2.3.1. Radę Programową powołuje Organizator w składzie 9 osób. W skład Rady Programowej wchodzi nauczyciele akademicy, posiadający co najmniej stopień doktora habilitowanego, zajmujący się zagadnieniami z zakresu edukacji cyfrowej, medialnej i informacyjnej.

2.3.2. Rada Programowa wybiera ze swojego składu Przewodniczącego, Wiceprzewodniczącego oraz Sekretarza. Przewodniczący, a w jego zastępstwie Wiceprzewodniczący kieruje pracami Rady Programowej.

- 2.3.3.** Uchwały Rady Programowej podejmowane są zwykłą większością głosów w obecności co najmniej połowy jego członków. Przewodniczący, a w jego zastępstwie Wiceprzewodniczący mają głos decydujący przy równej liczbie głosów.
- 2.3.4.** Rada Programowa opiniuje Program Olimpiady i wykaz zalecanej literatury.
- 2.3.5.** Rada Programowa opiniuje treść zadań wszystkich stopni Olimpiady oraz kryteria ich oceny.
- 2.3.6.** Rada Programowa rozpatruje odwołania od decyzji Komitetu Głównego.
- 2.4.** Komitet Główny
- 2.4.1.** Komitet Główny powołuje Organizator w składzie 7 osób oraz Kierownika merytorycznego projektu. W skład Komitetu Głównego wchodzi nauczyciele akademicy, nauczyciele szkół ponadgimnazjalnych, nauczyciele gimnazjów oraz specjaliści z zakresu edukacji medialnej, informacyjnej i cyfrowej.
- 2.4.2.** Komitet Główny wybiera ze swojego składu Przewodniczącego, Wiceprzewodniczącego oraz Sekretarza. Przewodniczący, a w jego zastępstwie Wiceprzewodniczący kieruje pracami Komitetu Głównego.
- 2.4.3.** Uchwały Komitetu Głównego podejmowane są zwykłą większością głosów w obecności co najmniej połowy jego członków. Przewodniczący, a w jego zastępstwie Wiceprzewodniczący mają głos decydujący przy równej liczbie głosów.
- 2.4.4.** Komitet Główny opracowuje i przedstawia do zatwierdzenia Organizatorowi Program i Regulamin Olimpiady oraz wykaz literatury.
- 2.4.5.** Komitet Główny opracowuje motywy przewodnie Olimpiady.
- 2.4.6.** Komitet Główny opracowuje treść zadań zawodów wszystkich stopni oraz kryteria ich oceny.
- 2.4.7.** Komitet Główny dokonuje oceny prac Uczestników, zgodnie z wyznaczonymi kryteriami.
- 2.4.8.** Komitet Główny zatwierdza listy rankingowe na wszystkich etapach zawodów.
- 2.4.9.** Komitet Główny wydaje Laureatom, Finalistom oraz Uczestnikom zaświadczenia zgodnie z właściwymi przepisami.
- 2.4.10.** Komitet Główny prowadzi ewidencję wydanych zaświadczeń.
- 2.4.11.** Komitet Główny gromadzi dokumentację: ws. powołania Olimpiady, prace pisemne z ostatnich 2 lat, informatory, listy Laureatów i nauczycieli przygotowujących Uczestników Olimpiady.
- 2.4.12.** Posiedzenia Komitetu Głównego zwołuje Organizator z własnej inicjatywy, na wniosek Przewodniczącego, Wiceprzewodniczącego, lub co najmniej 2 członków. Pomiędzy posiedzeniami Komitetu Głównego decyzje mogą być podejmowane w trybie obiegowym.
- 2.4.13.** Decyzje w sprawie treści zadań Komitet Główny podejmuje przy zachowaniu tajemnicy tych treści.

2.5 Jury

2.5.1. Zadaniem Jury jest:

- a) ocena rozwiązań na III etapie zawodów, na podstawie kryteriów określonych przez Komitet Główny;
- b) podejmowanie decyzji w sprawie dyskwalifikacji Uczestników III etapu zawodów.

2.5.2. Jury powołuje Organizator w składzie członków Komitetu Głównego, Rady Programowej oraz przedstawicieli partnerów Olimpiady.

2.5.3. Jury wybiera ze swojego grona Przewodniczącego, Wiceprzewodniczącego i Sekretarza. Pracami Jury kieruje Przewodniczący, a w jego zastępstwie Wiceprzewodniczący.

2.5.4. Uchwały Jury podejmowane są zwykłą większością głosów przy obecności co najmniej połowy jego członków. Przewodniczący, a w jego zastępstwie Wiceprzewodniczący mają głos decydujący przy równej liczbie głosów.

2.6 Komisje Szkolne

2.6.1. Komisje Szkolne są powoływane przez Organizatora w porozumieniu z dyrektorami szkół i rejestrowane w Elektronicznym Systemie Zgłoszeń wraz z Uczestnikami.

2.6.2. Skład Komisji Szkolnej ustala dyrektor szkoły. W skład komisji wchodzi co najmniej jedna osoba, ale liczba jej członków powinna być adekwatna do liczby osób biorącej udział w Olimpiadzie i powinna umożliwić przeprowadzenie zawodów I stopnia w sposób zgodny z Regulaminem.

2.6.3. Dyrektor szkoły wyznacza Przewodniczącego Komisji, który odpowiada za prawidłowy przebieg zawodów, w szczególności za przestrzeganie Regulaminu.

2.6.4. Komisje Szkolne odpowiadają za organizację zawodów I stopnia w danej szkole: rejestrację Komisji Szkolnej oraz Uczestników Olimpiady w Elektronicznym Systemie Zgłoszeń, zapewnienie w terminie wskazanym przez Organizatora w Harmonogramie Olimpiady dostępu do sali ze sprzętem komputerowym podłączonym do sieci internetowej oraz nadzór nad Uczestnikami podczas rozwiązywania zadań zawodów I stopnia.

2.6.5. Dyrektor szkoły lub Przewodniczący Komisji Szkolnej informuje uczniów o organizacji, terminach przeprowadzania i warunkach udziału w Olimpiadzie.

2.6.6. W przypadku decyzji o niepowołaniu Komisji Szkolnej w danej placówce dyrektor zobowiązany jest wskazać Uczestnikowi inną placówkę, w której Komisja została powołana.

Rozdział II

Organizacja Olimpiady

§ 3. Uczestnicy Olimpiady

3.1. Adresatami Olimpiady są uczniowie szkół ponadgimnazjalnych.

- 3.2. Uczestnikami Olimpiady mogą być również uczniowie gimnazjów, których wiedza i zainteresowania w obszarach związanych z tematyką Olimpiady wykracza poza program nauczania. Zgoda jest wydawana na wniosek dyrektora szkoły.
- 3.3. By wziąć udział w Olimpiadzie Uczestnik powinien zgłosić chęć uczestnictwa w niej dyrektorowi szkoły. Organizator w porozumieniu z dyrektorem powołuje Komisję Szkolną, w skład której wchodzi co najmniej jedna osoba, i wskazuje jej Przewodniczącą.
- 3.4. Przewodniczący Komisji Szkolnej odpowiada za prawidłową rejestrację szkoły dokonaną w Elektronicznym Systemie Zgłoszeń na stronie internetowej Olimpiady. Rejestracja wymaga podania następujących danych:
- imię, nazwisko, adres e-mail Uczestników;
 - imię, nazwisko, adres e-mail członków Komisji Szkolnej, wraz ze wskazaniem Przewodniczącego;
 - nazwa i dane teleadresowe szkoły.
- 3.5. Uczniowie z danej placówki mogą być zgłaszani w wielu zgłoszeniach, ale za każdym razem należy podać dane członków Komisji Szkolnej i dane placówki.
- 3.6. Administratorem danych osobowych Uczestników Olimpiady i członków Komisji Szkolnych jest Organizator – fundacja Nowoczesna Polska z siedzibą w Warszawie, ul. Marszałkowska 84/92 lok. 125, 00-514 Warszawa. Podanie danych osobowych wskazanych w zgłoszeniu uczestnictwa jest dobrowolne, niemniej jednak stanowi warunek udziału w Olimpiadzie. Dane osobowe Uczestników i członków Komisji Szkolnych są przetwarzane zgodnie z Ustawą z dn. 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych (Dz. U. 1997 r. Nr 133 poz. 883 z późniejszymi zmianami), wyłącznie w celu przeprowadzenia zawodów oraz zapewnienia transparentności ich wyników, a w tym publikacji listy rankingowej zawierającej imiona, nazwiska oraz wyniki Uczestników. Uczestnicy i członkowie Komisji Szkolnych mają prawo dostępu do swoich danych oraz ich poprawiania.
- 3.7. Uczniowie, którzy nie zostali zarejestrowani w Elektronicznym Systemie Zgłoszeń nie mogą uczestniczyć w Olimpiadzie.
- 3.8. Wszystkie informacje dotyczące procesu rejestracji, warunków uczestnictwa i przebiegu Olimpiady są zamieszczane na stronie internetowej Olimpiady, która jest podstawowym źródłem komunikacji między Organizatorem a Uczestnikami.
- 3.9. Uczestnicy zobowiązani są do:
- przestrzegania Regulaminu i Harmonogramu przebiegu Olimpiady; realizacji zadań zgodnie z założeniami zawartymi w Regulaminie i Harmonogramie;
 - informowania Organizatora o wszelkich sprawach związanych z udziałem w Olimpiadzie – w szczególności o nagłych wypadkach i zastrzeżeniach;
 - udostępnienia prac powstałych w zawodach II i III stopnia na dowolnie wybranej wolnej licencji.
- 3.10. Uczestnik ma prawo do:
- dobrowolnego udziału w Olimpiadzie, po dopełnieniu formalności związanych ze zgłoszeniem;
 - zwrotu kosztów dojazdu oraz do wyżywienia na III etapie na zasadach ustalonych przez Organizatora;
 - złożenia odwołania od decyzji Komitetu Głównego na zasadach określonych w § 6 Regulaminu.
- 3.11. Uczestnik, w którego szkole zdecydowano o niepowołaniu Komisji Szkolnej ma prawo przystąpić do zawodów w szkole wskazanej przez dyrektora szkoły, w której działa Komisja Szkolna.
- #### § 4. Organizacja zawodów
- 4.1. Zawody Olimpiady mają charakter indywidualny.
- 4.2. Olimpiada organizowana jest jako trójstopniowe zawody o zasięgu ogólnopolskim. Poszczególne stopnie organizowane są w ciągu roku szkolnego w następujących terminach:
- zawody I stopnia – do końca listopada;
 - zawody II stopnia – do końca lutego;
 - zawody III stopnia – do końca kwietnia.
- 4.3. Program Olimpiady stworzony jest na podstawie Katalogu kompetencji medialnych, informacyjnych i cyfrowych, pionierskiego pełnego programu edukacji medialnej stworzonego przez fundację Nowoczesna Polska, Organizatora Olimpiady, i zawiera elementy podstawy programowej realizowanej na IV poziomie edukacyjnym w ramach następujących przedmiotów: etyka, informatyka, język polski, wiedza o kulturze, wiedza o społeczeństwie.
- 4.4. Zawody I stopnia
- 4.4.1. Zawody I stopnia przeprowadza Komisja Szkolna, składająca się z co najmniej jednego członka.
- 4.4.2. Zawody I stopnia odbywają się równocześnie we wszystkich szkołach na terenie całego kraju zgłoszonych prawidłowo do zawodów.
- 4.4.3. Zawody I stopnia trwają 90 minut i odbywają się w terminie wskazanym w Harmonogramie zawodów, nie później niż 30 listopada.
- 4.4.4. Zawody I stopnia polegają na rozwiązaniu testu wiedzy i umiejętności składającego się z 30 pytań, których poziom trudności i zakres tematyczny określony jest programem Olimpiady. Tematyka dominująca w pytaniach uzależniona jest od motywu przewodniego danej edycji Olimpiady.
- 4.4.5. Test przeprowadzany jest w formie elektronicznej. Dostęp do testu uzyskuje zarejestrowany Uczestnik dzięki indywidualnemu linkowi do zadań, których rozwiązanie będzie możliwe wyłącznie w terminie wskazanym w Harmonogramie.
- 4.4.6. Test składa się z zadań jedno- i wielokrotnego wyboru. Treść i kryteria oceny zadań określane są przez Komitet Główny.
- 4.4.7. Ze względu na specyfikę sprawdzanych kompetencji podczas rozwiązywania testu dopuszczalne jest korzystanie z zasobów internetu. Zakazane jest jednak korzystanie z pomocy osób trzecich przy rozwiązywaniu zadań.
- 4.4.8. Po zakończeniu wypełniania testu przez Uczestników rozwiązania zadań trafiają bezpośrednio do Organizatora. Weryfikacja rozwiązań odbywa się przy użyciu systemu informatycznego, posiadającego mechanizm samo-sprawdzający, a wyniki zatwierdzane są przez Komitet Główny.
- 4.4.9. Komisja Szkolna ma prawo zdyskwalifikować Uczestnika w przypadku stwierdzenia, że jego odpowiedzi nie zostały przygotowane samodzielnie.

- 4.4.10.** Po weryfikacji rozwiązań Organizator podaje do wiadomości publicznej wyniki zawodów I stopnia. Lista rankingowa publikowana jest na stronie internetowej Olimpiady, a wyniki uczniów danej placówki przesyłane są drogą elektroniczną Przewodniczącemu Komisji Szkolnej oraz każdemu z Uczestników.
- 4.4.11.** Do zawodów II stopnia kwalifikowane są osoby, które uzyskają min. 60% możliwych do zdobycia punktów. Organizator zastrzega, że wskazany w Regulaminie próg punktowy może ulec zmianie w zależności od wyników uzyskanych przez Uczestników w danej edycji Olimpiady.
- 4.5.** Zawody II stopnia
- 4.5.1.** Zawody II stopnia przeprowadza Organizator oraz Komitet Główny.
- 4.5.2.** Zawody II stopnia odbywają się w terminie czterech tygodni wskazanych przez Organizatora (od ogłoszenia treści zadania do ostatecznego terminu nadsyłania prac), nie później niż do 28 lutego.
- 4.5.3.** Do udziału w zawodach II stopnia uprawnieni są wyłącznie zakwalifikowani Uczestnicy, którzy podczas zawodów I stopnia osiągnęli próg punktowy, o którym mowa w ust. 4.4.11 powyżej.
- 4.5.4.** Zawody II stopnia polegają na kreatywnym rozwiązaniu zadania metodą projektu, prowadzonego przez każdego z Uczestników, w ramach którego opracowuje wskazane w treści zadania zagadnienie i przygotowuje prezentację efektów swojej pracy oraz przebiegu realizacji projektu. Zakres tematyczny zadania określony jest programem Olimpiady. Szczegółowa tematyka projektu dostosowana jest do motywu przewodniego danej edycji Olimpiady. Prace nad projektem prowadzone są w czasie wolnym Uczestników.
- 4.5.5.** Szczegółowe zasady przeprowadzenia zawodów II stopnia reguluje instrukcja Organizatora.
- 4.5.6.** Ze względu na specyfikę zadania, podczas pracy nad projektem Uczestnicy mogą korzystać ze wszystkich dostępnych narzędzi i zasobów: literatura, komputer z dowolnym oprogramowaniem i dostępem do internetu, gdyż celem zadania jest m.in. weryfikacja umiejętności korzystania z różnorodnych źródeł informacji i nowych technologii.
- 4.5.7.** Ze względu na specyfikę zadania praca Uczestników podczas zawodów II stopnia nie jest nadzorowana. Samodzielność wykonywanej pracy weryfikowana jest za pośrednictwem analizy bibliografii załączonej do pracy oraz porównaniu efektów pracy projektowej z zasobami internetowymi i pracami innych Uczestników.
- 4.5.8.** Dokumentacja projektowa przesyłana jest przez Uczestników w formie elektronicznej na skrzynkę mailową Organizatora w określonym Harmonogramem terminie.
- 4.5.9.** Prace oceniane są przez Komitet Główny na podstawie opracowanych kryteriów.
- 4.5.10.** Komitet Główny ma prawo zdyskwalifikować Uczestnika w przypadku stwierdzenia, że jego odpowiedzi nie zostały przygotowane samodzielnie.
- 4.5.11.** Po weryfikacji rozwiązań Organizator podaje do wiadomości publicznej wyniki zawodów II stopnia. Lista rankingowa publikowana jest na stronie internetowej Organizatora, a wyniki uczniów danej placówki przesyłane są drogą elektroniczną Przewodniczącemu Komisji Szkolnej oraz każdemu z Uczestników.
- 4.5.12.** Do zawodów III stopnia kwalifikowane są osoby, które uzyskają min. 70% możliwych do zdobycia punktów, jednak nie więcej niż 20 osób.
- 4.6.** Zawody III stopnia
- 4.6.1.** Zawody III stopnia przeprowadza Organizator oraz Komitet Główny.
- 4.6.2.** Zawody III stopnia odbywają się w Warszawie i składają się z trzech etapów, organizowanych tego samego dnia, nie później niż do 30 kwietnia.
- 4.6.3.** Do udziału w zawodach III stopnia uprawnieni są wyłącznie zakwalifikowani Uczestnicy, którzy podczas zawodów II stopnia osiągnęli próg punktowy, o którym mowa w ust. 4.5.12. powyżej.
- 4.6.4.** Do zawodów mogą przystąpić tylko osoby, które mają przy sobie ważny dokument tożsamości ze zdjęciem.
- 4.6.5.** Zawody III stopnia składają się z trzech etapów:
 - część pisemna (I etap) – składa się z min. 5 pytań otwartej odpowiedzi. Na część pisemną przeznaczają się 60 minut.
 - część praktyczna (II etap) – podczas II etapu Uczestnicy pracują nad realizacją zadania praktycznego, wymagającego wykazania się kompetencjami cyfrowymi, w tym przy użyciu sprzętu komputerowego. Na część praktyczną przeznaczają się 150 minut.
 - część ustna (III etap) – prezentacja efektów pracy wykonanej w ramach II etapu zawodów III stopnia oraz odpowiedzi na pytania Jury. Na część ustną przeznaczają się 10 minut na każdego Uczestnika.
- 4.6.6.** Szczegółowe zasady przeprowadzenia zawodów III stopnia reguluje instrukcja Organizatora.
- 4.6.7.** Poziom trudności i zakres tematyczny zadań określony jest programem Olimpiady. Tematyka dominująca w zadaniach uzależniona jest od motywu przewodniego danej edycji Olimpiady.
- 4.6.8.** Ze względu na specyfikę zadania praktycznego, podczas II etapu zawodów III stopnia Uczestnicy mogą korzystać z komputerów ze wskazanym przez Organizatora oprogramowaniem, bez dostępu do internetu, gdyż celem zadania jest m.in. weryfikacja umiejętności korzystania z oprogramowania komputerowego. Oprogramowanie komputerowe daje również możliwość przygotowania atrakcyjnej prezentacji do III etapu zawodów III stopnia.
- 4.6.9.** Jury ma prawo zdyskwalifikować Uczestnika w przypadku stwierdzenia, że jego odpowiedzi nie zostały przygotowane samodzielnie.
- 4.6.10.** Na wynik końcowy Uczestnika składa się wynik cząstkowy z części pisemnej, praktycznej i ustnej.
- 4.6.11.** Listę Laureatów Olimpiady Organizator publikuje na stronie internetowej Olimpiady.

4.6.12. Organizator w terminie czternastu dni od dnia zawodów III stopnia przesyła szkołom Laureatów i Finalistów pisemne potwierdzenie wyników uzyskanych przez uczniów w zawodach III stopnia.

§ 5. Przepisy szczegółowe

- 5.1. Organizator dokłada starań, aby uczestnictwo w Olimpiadzie było możliwe bez względu na stopień niepełnosprawności. W przypadku, gdy stopień niepełnosprawności uniemożliwia lub utrudnia uczestnictwo w Olimpiadzie, uczestnicy są proszeni o niezwłoczne zgłaszanie tego faktu Organizatorowi.
- 5.2. Charakter Olimpiady wymaga osobistego uczestnictwa Uczestnika w rozwiązywaniu zadań. W przypadku niestawiennictwa Uczestnika w terminach zawodów z przyczyn nieleżących po stronie Organizatora, Uczestnik traci możliwość wzięcia udziału w danej edycji Olimpiady.
- 5.3. Organizator dołoży starań, aby terminy Olimpiady nie pokrywały się z terminami innych, pokrewnych Olimpiad.
- 5.4. Uczestnik zostaje zdyskwalifikowany w przypadku stwierdzenia, że któregośkolwiek z przedstawionych przez niego rozwiązań zadań nie przygotował samodzielnie.

§ 6. Tryb odwoławczy

- 6.1. Uczestnik, który uważa, że wynik, jaki uzyskał w czasie Olimpiady, nie odzwierciedla poziomu jego odpowiedzi lub Olimpiada były prowadzone z naruszeniem Regulaminu, ma prawo złożenia odwołania.
- 6.2. Odwołanie od decyzji Komitetu Głównego składa się do Przewodniczącego/Przewodniczącej Rady Programowej w terminie 14 dni roboczych od ogłoszenia wyników każdego z etapów (decyduje data stempla pocztowego).
- 6.3. Odwołanie składa się na piśmie, przysyłając listem poleconym na adres siedziby Rady Programowej lub osobiście w siedzibie Rady Programowej za potwierdzeniem zwrotnym. Odwołanie powinno zawierać możliwie szczegółowy opis okoliczności oraz dane kontaktowe.
- 6.4. Przewodniczący/Przewodnicząca Rady Programowej rozpatruje odwołanie i udziela odpowiedzi niezwłocznie, nie dłuższym jednak niż 14 dni roboczych od daty otrzymania. Odpowiedź udzielana jest na piśmie i przesyłana listem poleconym.
- 6.5. Po wpłynięciu odwołania Przewodniczący/Przewodnicząca Rady Programowej osobiście lub przez wyznaczoną osobę zobowiązany jest do wyjaśnienia wszelkich okoliczności wskazanych w odwołaniu.
- 6.6. Po ustaleniu zasadności odwołania Przewodniczący/Przewodnicząca Rady Programowej wskazuje sposób realizacji odwołania – ponowną ocenę rozwiązań. O decyzji zostanie poinformowany Uczestnik zgłaszający odwołanie. W przypadku pozytywnej decyzji Przewodniczącego/Przewodniczącej Rady Programowej decyzja zostanie opublikowana na stronie Olimpiady: olimpiadacyfrowa.pl.

§ 7. Rejestracja przebiegu

- 7.1. Zawody III stopnia Olimpiady w części ustnej są rejestrowane.
- 7.2. Rejestracja odpowiedzi odbywa się za zgodą Uczestnika po uprzednim poinformowaniu go. Brak zgody Uczestnika nie wyklucza go z udziału w danym etapie, pozbawia jednak Organizatora możliwości wzięcia pod uwagę nagrania jako materiału dowodowego w przypadku złożenia odwołania od uzyskanej oceny.
- 7.3. Zarejestrowane odpowiedzi są przechowywane w siedzibie Komitetu Głównego przez 2 lata od dnia ogłoszenia wyników, po upływie tego czasu są niszczone.
- 7.4. Zarejestrowane odpowiedzi mogą być wykorzystane wyłącznie w celu weryfikacji wyników uzyskanych w czasie zawodów dla potrzeb realizacji trybu odwoławczego.
- 7.5. Rejestracja odbywa się poprzez nagranie audio-wideo.

Rozdział III

Uprawnienia i nagrody

§ 8. Nagrody i uprawnienia

- 8.1. Laureaci oraz Finaliści Olimpiady mogą otrzymać nagrody, w zależności od środków finansowych, jakie na ten cel uzyska Organizator i ustaleń z partnerami Olimpiady. Nagrody przyznaje Jury. Jury przysługuje ponadto prawo przyznania wyróżnienia.
- 8.2. Finalistą Olimpiady jest Uczestnik, który został zakwalifikowany do zawodów trzeciego stopnia Olimpiady. Laureatami są Uczestnicy, który uzyskali I, II oraz III miejsce w Olimpiadzie.
- 8.3. Uprawnienia Laureatów i Finalistów określa rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 18 czerwca 2015 r. w sprawie szczegółowych warunków i sposobu oceniania, klasyfikowania i promowania uczniów i słuchaczy w szkołach publicznych (Dz.U. 2015 poz. 843) lub inne właściwe przepisy prawa.
- 8.4. Potwierdzeniem uzyskania uprawnień Laureata i Finalisty jest zaświadczenie, którego wzór stanowi załącznik do rozporządzenia Ministra Edukacji Narodowej i Sportu z dnia 29 stycznia 2002 r. w sprawie organizacji oraz sposobów przeprowadzania konkursów, turniejów i Olimpiad (Dz.U. 2002 nr 13 poz. 125).
- 8.5. Nie obowiązują jednolite zasady przyjmowania Laureatów i Finalistów zawodów III stopnia Olimpiad interdyscyplinarnych na studia wyższe. Zgodnie z art. 169 ust. 6 ustawy z dnia 27 lipca 2005 r. Prawo o szkolnictwie wyższym (Dz.U. 2005 nr 164 poz. 1365) są one co trzy lata określane w uchwałach senatów uczelni i podawane do wiadomości publicznej.

Rozdział IV

§ 9. Przepisy końcowe

- 9.1. Decyzje w sprawach nieobjętych Regulaminem podejmuje Organizator.

Jak się przygotować ?

UCZESTNICZKO! UCZESTNIKU!

Chcesz osiągnąć dobre rezultaty w Olimpiadzie Cyfrowej?

- Zapoznaj się z materiałami edukacyjnymi znajdującymi się w serwisie Edukacjamedialna.edu.pl.
- Przejrzyj słowniczek oraz zapoznaj się z literaturą dodatkową
- Rozwijaj swoje kompetencje cyfrowe.
- Bądź na bieżąco z tym, co dzieje się na świecie.
- Korzystaj z różnych źródeł informacji.

NAUCZYCIELKO! NAUCZYCIELU!

Chcesz, aby twoi uczniowie i uczennice osiągnęły dobre rezultaty w Olimpiadzie Cyfrowej?

- Prowadź zajęcia z edukacji medialnej.
- W serwisie Edukacjamedialna.edu.pl znajdziesz gotowe materiały, które możesz wykorzystać podczas prowadzenia lekcji przedmiotowych, na godzinie wychowawczej, lekcji bibliotecznej albo na zajęciach dodatkowych.

Program Olimpiady Cyfrowej

Zawody I stopnia – wymagania programowe

Korzystanie z informacji

Uczestnik/Uczestniczka:

- Wie, co to są źródła informacji naukowej i zna jej typy.
- Wie, jakie są najważniejsze źródła informacji naukowej i potrafi z nich skorzystać w podstawowym zakresie, np. korzysta z katalogów elektronicznych bibliotek akademickich.
- Dokonuje wyboru źródeł informacji, biorąc pod uwagę dodatkowe kryteria takie jak relewancja, dostępność i łatwość korzystania.
- Wykorzystuje potencjał mediów społecznościowych, by dotrzeć do informacji, np. od grupy znajomych na Facebooku dowiadyuje się, co warto zwiedzić w czasie wakacji.
- Wie, że różne typy źródeł informacji mają swoje wady, zalety i ograniczenia, np. Wikipedia jest aktualizowana na bieżąco, ale jej wiarygodność i obiektywność może być niższa niż encyklopedii drukowanej.
- Wykorzystuje narzędzia TIK do pracy nad projektami realizowanymi w grupie oraz na odległość, np. korzysta z dysków sieciowych, by dzielić się informacją z kolegami.
- Używa opcji przeglądarek internetowych w celu skorzystania z wyników wcześniejszych wyszukiwań, np. korzysta z historii wyszukiwania, tworzy zakładki.

Relacje w środowisku medialnym

Uczestnik/Uczestniczka:

- Świadomie dba o swój wizerunek w zależności od kontekstu, np. zdaje sobie sprawę, że komentarze wpisane na portalu społecznościowym są elementem jej/jego tożsamości w oczach innych, w tym również przyszłych pracodawców.
- Rozumie konsekwencje i potrzebę świadomego wpływu na własny wizerunek, np. rozumie znaczenie ustawień prywatności w portalach społecznościowych.
- Wie, jakie czynniki mogą mieć wpływ na przebieg komunikacji, np. zdaje sobie sprawę, że to, czy jej/jego wiadomość w rozmowie telefonicznej lub kontakcie mailowym zostanie odebrana zgodnie z jej/jego intencją, zależy od sytuacji i możliwości odbiorcy.
- Skutecznie i precyzyjnie porozumiewa się z innymi, wykorzystując do tego różnego rodzaju kanały komunikacji, również formalne, np. potrafi złożyć przez internet reklamę zakupionego produktu.
- Wie, że różne grupy istniejące w otoczeniu medialnym mają swój specyficzny charakter, zasady funkcjonowania oraz dynamikę, np. wskazuje różnice pomiędzy społecznościami on-line osób, które się nigdy nie spotkały, a tymi, które znają się np. ze szkoły.

- Wie, jak zainicjować powstanie grupy i inne grupowe działania w internecie, np. potrafi założyć grupę dyskusyjną albo zaplanować wydarzenie na portalu społecznościowym i zachęcić innych do uczestnictwa.

Język mediów

Uczestnik/Uczestniczka:

- Zna cechy różniące przekazu tekstowego dostosowanego do różnych mediów i potrafi dostosowywać formę przekazu do medium, np. wie, czym różni się dany tekst zapisany w formie linearnej, strony internetowej, e-maila, czatu, SMS-a, postu w serwisie społecznościowym, wspólnie pisanego dokumentu w sieci (booksprint).
- Tworzy przekazy informacyjne i reklamowe, np. dotyczące inicjatyw społecznych czy kulturalnych, w których bierze udział.
- Wie, że pewne przekazy informacyjne mogą zawierać elementy rozrywki, potrafi wskazać przykłady takiego połączenia w różnych gatunkach medialnych, np. potrafi wskazać, co w danym przekazie audiowizualnym jest elementem telewizyjnego show, a co ma wartość poznawczą.
- Tworzy przekazy audiowizualne zawierające zarówno treści informacyjne, jak i elementy rozrywkowe, wpływające na emocje lub motywację odbiorcy.
- Rozumie i potrafi opisać zasady związane z savoir-vivre w zakresie komunikowania się z innymi osobami za pośrednictwem mediów, np. wie, o jakiej porze można zadzwonić do danej osoby ze względu na pełnioną funkcję, w jaki sposób powinno się odnosić do gości w studio telewizyjnym itp.
- Stosuje odpowiednią dykcję, intonację głosu i mowę ciała podczas komunikacji bezpośredniej oraz posługuje się symbolami w komunikacji wizualnej, np. dobiera ilustracje do prezentacji tak, aby wyrażała różne emocje lub przekonania.

Kreatywne korzystanie z mediów

Uczestnik/Uczestniczka:

- Zna narzędzia pozwalające na tworzenie notatek podczas pracy w sieci (narzędzia gromadzące dane w chmurze, np. blog, sieciowy edytor tekstu lub dedykowane do tworzenia notatek). Korzysta z nich samodzielnie lub w grupie. Potrafi synchronizować notatki między różnymi urządzeniami (np. smartfon, tablet, komputer przenośny i stacjonarny).
- Samodzielnie i w grupie przygotowuje obszerny zestaw różnorodnych treści medialnych na wybrany temat.
- Wie, czym jest videocast. Przygotowuje samodzielnie lub w grupie cykl podcastów lub videocastów na dowolny temat. Tworzy memy, komiksy, plakaty i infografiki na wybrany temat, na bazie przygotowanego samodzielnie lub w grupie scenariusza, zna aplikacje/usługi pozwalające na szybkie przygotowanie, np. dzięki szablonom czy generatorom wspomnianych form.
- Potrafi wybrać i dostosować do swoich potrzeb aplikacje, pozwalające na twórcze wykorzystywanie mediów, np. edytor tekstu, grafiki, dźwięku, program do obróbki zdjęć w telefonie, tablecie czy komputerze.
- Tworzy złożone wypowiedzi medialne o charakterze

linearnym w formatach cyfrowych z określonymi cechami, np. dostępne dla osób niewidomych, interaktywne.

- Realizuje w grupie projekt medialny z podziałem zadań dotyczących przygotowywania składowych części medialnych oraz montowania w całość zgromadzonych elementów lub ich kolekcji, np. potrafi organizować pracę związaną z przygotowaniem działań grupy, korzystać z sieciowego, grupowego kalendarza, tworzyć listy zadań do zrealizowania (przy pomocy odpowiednich aplikacji lub usługi do zarządzania projektami), włączać się za pomocą narzędzi medialnych do grupowej pracy, nadzorować przebieg prac grupy, realizację kolejnych kroków i tworzenie efektów projektu przy użyciu sieciowych technologii współpracy, takich jak portal edukacyjny, wiki, blog, edytory tekstu lub prezentacje multimedialne współtworzone przez internet, np. serwisy społecznościowe.
- Współtworzy w grupie złożone teksty i prezentacje multimedialne przy użyciu sieciowych narzędzi współpracy, np. Google Docs, Prezi.
- Dokumentuje i komentuje otoczenie i zachodzące w nim procesy (samodzielnie lub w grupie), np. tworzy reportaże tekstowy, zdjęciowy, wideo, reportaże radiowy i inne formy radiowe publikowane w formie podcastu, wywiady, nagrania występów (sportowych, muzycznych, przygotowanych przez inne koleżanki i kolegów lub własnych).
- Planuje (samodzielnie i w grupie) działania związane z przetwarzaniem oraz podejmuje spontaniczną aktywność związaną z remiksowaniem treści.
- Działając w grupie, digitalizuje analogowe treści, np. wspólnie z innymi realizuje projekt digitalizacyjny oparty na wcześniej przygotowanym harmonogramie prac i podziale zadań.
- Obsługuje narzędzia do prezentacji treści w sieci w czasie rzeczywistym (synchronicznie, np. przy użyciu sieciowego edytora prezentacji multimedialnych lub komunikatora internetowego, np. Hangouts).
- Obsługuje systemy zarządzania treścią, zarządza listą autorów i publikowanymi treściami, dodaje, edytuje i usuwa treści przy użyciu narzędzi typu blog czy sieciowy pakiet biurowy.
- Potrafi rozpowszechniać informacje na temat własnej lub grupowej twórczości, np. wykorzystuje serwisy społecznościowe do tworzenia przestrzeni publikacji na określony temat.
- Potrafi tworzyć wydarzenia w serwisach społecznościowych, przygotowywać ich opisy i zapraszać do uczestnictwa.
- Wie, jak funkcjonuje redakcja internetowa, potrafi wykorzystywać umiejętności dziennikarskie do publikowania (przygotowanych wcześniej samodzielnie lub w grupie) bieżących informacji na temat życia społeczności lokalnej, w formie tekstowej, audio lub wideo.
- Redaguje i publikuje w sieci prezentowane za pomocą różnych mediów wypowiedzi dziennikarskie zarówno na tematy lokalne, jak też związane z własnymi zainteresowaniami, przekonaniami politycznymi itp.
- Wykorzystuje usługi i aplikacje do przechowywania danych w chmurze, do archiwizowania najważniejszych plików, budowania zasobów do pracy grupowej, dzielenia się treściami z innymi osobami (np. Dropbox, Google Drive,

iCloud, SkyDrive, Ubuntu One) i synchronizowania zasobów między różnymi urządzeniami.

- Wykazuje się ostrożnością poznawczą podczas korzystania z mediów ich tworzenia, potrafi złagodzić swoją arbitralność, pokusę użycia ostrego języka czy zbyt silnego przywiązania do swoich poglądów.

Etyka i wartości w komunikacji i mediach

Uczestnik/Uczestniczka:

- Potrafi zdefiniować i zanalizować wyzwania etyczne w perspektywie mediów i komunikacji niezależnie od własnych doświadczeń oraz potrafi znaleźć pomoc w ich krytycznej analizie i rozwiązywaniu problemów, np. potrafi krytycznie zanalizować etyczny problem zdrady on-line dzięki znalezionym w internecie wypowiedziom psychologów, badaniom itp.
- Rozumie potrzebę kształtowania swoich postaw w komunikacji i korzystaniu z mediów w kierunku wykształcenia własnych zasad postępowania opartych o sumienie.
- Potrafi wypracować własne zasady kształtowania relacji w komunikacji przez media w oparciu o osobiste doświadczenia.

Bezpieczeństwo w komunikacji i mediach

Uczestnik/Uczestniczka:

- Identyfikuje, czy dane narzędzie (np. czat na portalach społecznościowych) oferuje komunikację prywatną (czyli dostępną tylko dla osobiście wybranych rozmówców).
- Identyfikuje zakres widoczności komunikacji za pomocą danego narzędzia np. widoczność czatu tylko dla rozmówcy, dla grupy (otwartej, zamkniętej), innego zbioru adresatów (tzw. znajomych, kręgu), dla wszystkich odwiedzających.
- Wie, że cała komunikacja (np. czat lub wiadomości „prywatne” na portalach społecznościowych) dostępna jest również dla administratorów serwisów.
- Zna przeznaczenie regulaminów na stronach WWW (serwisach WWW), z których korzysta i wie, że powinno się je poznać przed skorzystaniem z danego serwisu.
- Rozumie treści typowych regulaminów korzystania ze stron WWW (serwisów WWW).
- Zna przykłady narzędzi zwiększających anonimowość, np. TOR, anonimowe proxy, dystrybucja Linuksa TAILS.
- Rozpoznaje spam i typowe próby phishingu, np. zwraca uwagę na to, że nie zgadza się adres strony bankowej.
- Wie, że istnieją metody maskowania adresu nadawcy wiadomości.
- Wie, co to są certyfikaty uwierzytelniające (certyfikaty strony).
- Potrafi postępować, kiedy napotyka najprostsze komunikaty o certyfikatach, np. nie akceptuje automatycznie każdego napotkanego błędnego certyfikatu zgłoszonego przez przeglądarkę.
- Wie, że istnieją narzędzia zwiększające bezpieczeństwo komunikacji.
- Wie, że konsekwencje zachowań komunikacyjnych (również online) mogą wpływać na inne osoby, np. informacja o koleżce lub koleżance może negatywnie wpłynąć na ich bezpieczeństwo lub prywatność.

- Wie, że należy zareagować w przypadku powzięcia wiadomości o przypadkach nękania osób trzecich (np. znajomych, rówieśników).
- Zna podstawowe cele wprowadzania nadzoru, np. walka z cyberprzestępczością, uzyskiwanie przez osoby lub instytucje przychodów ze sprzedaży prywatnych danych użytkowników.
- Wie, że nadzór może być legalny lub bezprawny, że może być prowadzony przez organy państwowe (np. policję) i osoby prywatne czy korporacje.
- Wie, że istnieją metody obejścia lub utrudnienia nadzoru, nie tylko techniczne, np. potrafi wymienić takie metody jak świadome umieszczanie informacji fałszywych lub stosowanie szyfrowania nie tylko do treści wrażliwych, ale również banalnych, celem utrudnienia identyfikacji, kiedy komunikacja dotyczy ważnych/wrażliwych kwestii.
- Potrafi świadomie kształtować swoje nawyki związane z korzystaniem z technologii, np. wylogowuje się z sieci społecznościowej lub zamyka komunikator, by nie rozprasały przy odrabianiu pracy domowej.
- Wie, że istnieją powiązania pomiędzy własnymi działaniami w mediach a innymi sferami życia, np. publikowanie nieprzemyślnych wypowiedzi może skutkować złą opinią przyszłego pracodawcy lub nawet zamknięciem pewnych dróg kariery.
- Potrafi zaobserwować oznaki zagrożenia uzależnieniem u siebie i u innych, np. zaniedbywanie bieżących obowiązków wskutek poświęcania zbyt dużej ilości czasu na media społecznościowe.
- Rozumie zasady współtworzenia zarówno w modelach hierarchicznych (np. reżyseruje lub gra w szkolnym przedstawieniu według ustalonego scenariusza), jak i w modelach otwartych (np. potrafi samodzielnie napisać artykuł na Wikipedii, zgodnie z zasadami tego projektu).
- Wie, że korzystanie z utworów w ramach dozwolonego użytku nie oznacza braku wynagrodzenia dla twórców, np. ma świadomość, że część ceny karty pamięci w jego smartfonie to opłata za prywatne kopiowanie utworów.
- Wie, że istnieją organizacje zbiorowego zarządzania, i wie, czym się zajmują. Jest w stanie odnaleźć OZZ, do której może zgłosić się po wynagrodzenie za swoje własne utwory.
- Wie, czym jest wolna kultura, copyleft, dobra wspólne (commons). Wie o ustawowych udogodnieniach dla niepełnosprawnych, które muszą stosować nadawcy telewizyjni, np. obowiązek wprowadzenia audiodeskrypcji, napisów pod filmem czy języka migowego.
- Wie o istnieniu standardów dostępności treści w mediach dla osób niepełnosprawnych i obowiązku ich stosowania, np. znane mu/jej są wytyczne dotyczące dostępności treści internetowych (WCAG).
- Wie, czym jest polityka prywatności, np. wie, jakie jego/jej dane i w jaki sposób są wykorzystywane przez serwisy internetowe; zarządza ustawieniami prywatności swojego profilu w serwisie.
- Wie, czego dotyczy ustawa o ochronie danych osobowych. Rozumie pojęcia: „przetwarzanie danych osobowych” i „administrator danych”.
- Wie, co to są dane wrażliwe.

Prawo w komunikacji i mediach

Uczestnik/Uczestniczka:

- Świadomie zawiera umowę na korzystanie z narzędzi komunikacyjnych (np. zakłada konto na profilu społecznościowym, konto e-mail) i potrafi wskazać wynikające z tej umowy prawa i obowiązki, np. rozumie, że choć usługa jest darmowa, godzi się na to, że usługodawca „w zamian” będzie gromadził jego/jej dane, udostępniał je innym podmiotom, wyświetlał reklamy etc. Wie, że zawsze przed skorzystaniem np. z nowej aplikacji, należy przeczytać regulamin takiej usługi.
- Wie, jak egzekwować swoje prawa związane z korzystaniem z mediów. Potrafi zwrócić się o pomoc do odpowiednich organów w przypadku naruszeń praw związanych z korzystaniem z mediów, np. wie, że gdyby ktoś bezpodstawnie ujawnił jego/jej dane w internecie, może zwrócić się do Generalnego Inspektora Ochrony Danych Osobowych (GIODO).
- Potrafi wymienić instytucje pełniące rolę regulatorów rynku mediów (Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, Urząd Komunikacji Elektronicznej), a także instytucje broniące praw obywateli (Rzecznik Praw Obywatelskich, Rzecznik Praw Dziecka, Generalny Inspektor Ochrony Danych Osobowych) oraz zna ich kompetencje. Wie, jakie zadania wypełniają sądy krajowe. Potrafi wskazać sądy międzynarodowe (Europejski Trybunał Praw Człowieka i Trybunał Sprawiedliwości Unii Europejskiej) oraz określić ich rolę.
- Wie, jak zwrócić do ww. instytucji o wsparcie w celu ochrony swoich praw lub praw innych osób.

Ekonomiczne aspekty działania mediów

Uczestnik/Uczestniczka:

- Wie, że kontekst prawny i ekonomiczny (np. struktura własności, forma prawna, sposób finansowania itp.) może wpływać na treści prezentowane w mediach. Potrafi podać przykłady różnic w doborze treści i sposobie ich przedstawiania, np. na podstawie publicznej i komercyjnej stacji radiowej (w Programie I, II czy III Polskiego Radia oraz np. w Radiu ZET, RMF FM czy Radiu ESKA).
- Wie o istnieniu terminu „polityka medialna”. Potrafi podać jej przykładowe cele, np. cele ekonomiczne, polityczne, kulturalne czy społeczne oraz potrafi podać konkretne przykłady tych celów, np. swoboda wypowiedzi, pluralizm mediów, dostęp do oferty programowej mediów publicznych, pomoc w kształtowaniu społeczeństwa informacyjnego itp.
- Wymienia przykładowe podmioty, które kształtują politykę medialną, np. ustawodawca, rząd, organy regulacyjne (np. KRRiT, UKE, UOKiK) i samoregulacyjne (np. Stowarzyszenie Dziennikarzy Polskich, Stowarzyszenie Dziennikarzy Rzeczypospolitej Polskiej, Rada Reklamy).
- Wie, że istnieje prawo własności intelektualnej (w tym w szczególności prawo autorskie) i ma ono wpływ na ekonomiczną wartość oraz dostępność danego dobra, np. wie, że autor może nie wyrazić zgody na publikację książki w formie e-booka albo że wysoka cena e-booka wynika z zapisów umowy między wydawnictwem a autorem.

- Wie, czym jest informacja publiczna i że może się domagać jej uzyskania, np. może wnioskować o informację na temat ekspertyz, na podstawie których uchwalono daną ustawę.
- Wie, że serwisy, w których sprzedaje się treści, to wyjątek, a nie zasada finansowania mediów, np. wie, że w internecie można kupić uprzywilejowany dostęp i czas, abonament dot. notowań na giełdzie itp.
- Wie, na czym polegają podstawowe zasady handlu w sieci i płatności on-line, np. wie, jak działają aukcje on-line.
- Wie, że niektóre blogi są sponsorowane przez firmy i potrafi odróżnić zachętę do zakupu danego dobra od informacji o nim.

Kompetencje cyfrowe

Uczestnik/Uczestniczka:

- Potrafi porównać urządzenia komputerowe na podstawie ich parametrów, np. prędkość procesora, wielkość pamięci, wydajność podsystemu graficznego, rozdzielczość ekranu.
- Potrafi połączyć urządzenie komputerowe z urządzeniami peryferyjnymi (np. z projektorem, drukarką, głośnikami) z użyciem kabli, jak i bezprzewodowo.
- Potrafi łączyć komputer z urządzeniami zewnętrznymi (dodatkowy monitor, nośnik pamięci, zewnętrzna klawiatura).
- Potrafi łączyć z komputerem i przygotowywać do pracy urządzenia zewnętrzne (w tym np. zainstalować typowe sterowniki drukarki, wybrać drukarkę domyślną, wybrać tryb pracy zewnętrznego monitora (kopia ekranu, rozszerzony ekran, zewnętrzny ekran).
- Wie, że dane urządzenie komputerowe może pracować pod kontrolą różnych systemów operacyjnych.
- Wie o możliwości symbolicznego wskazywania plików („skrót”), istnieniu plików ukrytych, ograniczeniach możliwości dostępu do plików i sposobu korzystania z nich.
- Potrafi zapisywać pliki w różnych formatach (w tym konwertować formaty plików za pomocą dostępnych narzędzi).
- Dobiera format zapisywanych danych stosownie do potrzeb i zastosowań.
- Swobodnie korzysta z możliwości uruchamiania wielu aplikacji jednocześnie i zarządza nimi za pomocą dostępnych interfejsów systemu operacyjnego, np. zamyka lub minimalizuje niepotrzebne w danej chwili aplikacje.
- Zarządza zainstalowanymi aplikacjami, biorąc pod uwagę ograniczenia urządzenia komputerowego, np. usuwać niepotrzebne aplikacje, by zwolnić przestrzeń dyskową lub pamięć wewnętrzną.
- Potrafi zarządzać aplikacjami domyślnymi dla różnych formatów plików.
- Rozumie komunikaty oprogramowania i systemowe pojawiające się podczas instalacji, deinstalacji, konserwacji i eksploatacji.
- Samodzielnie tworzy, pozyskuje i przygotowuje obraz graficzny o żądanej treści (np. ilustracja przygotowana na podstawie własnego zdjęcia cyfrowego żądanego obiektu, wykres) i parametrach technicznych (np. rozdzielczość dobrana do potrzeb publikacji lub wydruku).

- Potrafi zidentyfikować, czy komputer jest chroniony oprogramowaniem ochronnym, potrafi określić jego nazwę i aktualność oraz wykonać podstawowe czynności związane z jego obsługą, takie jak aktualizację, skanowanie.
- Wie, że możliwe jest tworzenie szablonów korespondencji seryjnej.
- Korzysta z konspektu, spisu treści i podziału dokumentu na sekcje.
- Korzysta z mechanizmów recenzowania i śledzenia zmian.
- Tworzy i formatuje tabele, ilustruje tekst różnego rodzaju elementami graficznymi.
- Potrafi zaproponować, opisać i uargumentować konkretną budowę algorytmu rozwiązującego konkretną sytuację problemową.
- Potrafi opisać sytuację problemową, rozbijając ją na mniejsze podproblemy.

Zawody II stopnia – wymagania programowe

Na etapie II uczestniczka/uczestnik posiada, poza obowiązującymi na etapie I, następujące kompetencje:

Korzystanie z informacji

Uczestnik/Uczestniczka:

- Rozumie ograniczenia systemów organizacji informacji, w tym, że języki informacyjno-wyszukiawcze są językami sztucznymi, np. Rozumie różnicę pomiędzy wyszukiwaniem pełnotekstowym w języku naturalnym a wyszukiwaniem za pomocą haseł przedmiotowych; potrafi dobrać odpowiednie operatory logiczne.
- Rozumie zagrożenia wynikające z tendencyjnego przedstawiania informacji, np. wie, że wybiórczy i/lub stronniczy opis sytuacji, sformułowany zgodnie z linią programową stacji, może zafałszować obraz rzeczywistości.

Relacje w środowisku medialnym

Uczestnik/Uczestniczka:

- Trafnie interpretuje poszczególne elementy składowe cudzego wizerunku; np. zdaje sobie sprawę, że wizerunek medialny osób publicznych wykorzystuje język i mowę ciała do realizacji zakładanych celów (np. pozyskania poparcia wyborców).
- Świadomie wybiera odpowiedni kanał komunikacyjny, w zależności od celu i możliwości nadawcy, np. wie, że zakończenie związku intymnego wymaga innej formy i innego kanału niż poinformowanie kogoś o spóźnieniu.
- Potrafi zidentyfikować sytuacje niebezpieczne w komunikacji z innymi użytkownikami (próby oszustwa, ataki agresji, naruszenie prywatności i praw) i wie, jak im przeciwdziałać, np. wie, w jaki sposób sprawdzić wiarygodność sprzedawcy na portalu aukcyjnym.
- Wykorzystuje społecznościowy potencjał sieci dla realizacji własnych celów, np. potrafi w zależności od potrzeby znaleźć pożądany produkt lub usługę i poznać opinie innych użytkowników na jej temat.

Język mediów

Uczestnik/Uczestniczka:

- Rozumie pojęcie interfejsu w relacjach użytkownik-medium, np. potrafi scharakteryzować różnice w sposobie korzystania z tabletu i z gazety, z interfejsu graficznego (GUI) i z interfejsu tekstowego aplikacji komputerowych.
- Rozumie pojęcie ekranu, potrafi opisać jego rolę i przemiany w kulturze audiowizualnej; np. potrafi wskazać różnice między odbiorem filmu w kinie, na ekranie telewizora, komputera i tabletu lub smartfonu.
- Zna pojęcia edutainment oraz infotainment oraz potrafi dokonać analizy tych przekazów.
- Wskazuje przykłady komunikatów medialnych oraz przedsięwzięć edukacyjnych należących do tych kategorii.

Kreatywne korzystanie z mediów

Uczestnik/Uczestniczka:

- Swobodnie łączy ze sobą różnorodne zgromadzone treści i tworzy na ich bazie rozbudowane narracje cyfrowe, np. blogi, wiki, opowiadanie hipertekstowe, serwis internetowy, gazetę on-line lub inne formy oparte na hipertekstowej architekturze.
- Tworzy zaawansowane mapy myśli zarówno z użyciem tradycyjnych narzędzi, jak i dedykowanych aplikacji.
- Potrafi projektować aplikacje przy użyciu dostępnych w sieci wizualnych edytorów.
- Potrafi zarządzać grupową komunikacją wideo i audio za pomocą sieciowych komunikatorów oraz korzystać z zaawansowanych opcji, takich jak udostępnianie ekranu.
- Wykorzystuje znane platformy publikacji do tworzenia rozbudowanych archiwów cyfrowych złożonych ze zdigitalizowanych materiałów.
- Na zaawansowanym poziomie, samodzielnie i w grupie, modyfikuje znalezione, dostępne lub przygotowane wcześniej rozbudowane zasoby treści multimedialnych i hipermedialnych.
- Samodzielnie lub w grupie tworzy zaawansowane cyfrowe narracje, filmy, hipermedialne projekty oparte na zmodyfikowanych (samodzielnie lub przez uczestników grupy) treściach lub znalezionych, złożonych komunikatach medialnych.

Etyka i wartości w komunikacji i mediach

Uczestnik/Uczestniczka:

- Potrafi podjąć refleksję etyczną nad komunikacją i mediami z różnych perspektyw, np. działalności biznesowej, reklamy, polityki, edukacji, nauki, z punktu widzenia różnych systemów moralnych.
- Rozumie problem języka stosowanego w dyskusjach nad etyką mediów i komunikacji, np. Rozumie problem zdefiniowania pojęcia piractwa komputerowego.
- Praktycznie rozpoznaje wyzwania wobec etyki dziennikarskiej, obejmującej również innych nadawców treści, z perspektywy różnych systemów moralnych, np. potrafi skonfrontować zasady etyki dziennikarskiej dotyczące prezentowania scen przemocy z przekazem płynącym z obejmowanej relacji korespondenta wojennego.

- Odnosi problem wolności słowa i pluralizmu mediów do konkretnych zjawisk medialnych, np. potrafi zanalizować funkcjonowanie Wikileaks w perspektywie wolności słowa i polityki bezpieczeństwa państw.
- Odnosi problem dobra wspólnego do systemu mediów i komunikacji z wykorzystaniem pojęcia kultury (ekonomii) daru oraz pojęć związanych z ideą otwartości treści w Internecie (Otwarta Nauka, Otwarte Zasoby Edukacyjne, wolne licencje itp.), np. potrafi zanalizować model Wikipedii pod kątem dobra wspólnego, akcentując znaczenie wolnych licencji wykorzystywanych przez autorów haseł.
- Dokonuje krytycznej analizy problemu dobra wspólnego w perspektywie treści medialnych, np. w perspektywie pojęcia mediów publicznych.
- Dokonuje krytycznej wartości, którymi usprawiedliwia się ograniczanie prawa do prywatności w mediach (np. prawo do informacji, bezpieczeństwo narodowe).
- Krytycznie podchodzi do skodyfikowanych zasad netykiety. Rozumie problem relacji między prawem stanowionym a moralnością, szczególnie w odniesieniu do prawa autorskiego, prawa własności i prawa do prywatności w mediach, oraz Rozumie problem języka używanego w dyskusjach na ten temat, np. Rozumie złożoność moralnej oceny piractwa komputerowego, potrafi rozważyć, czy nielegalne korzystanie z programów komputerowych do celów edukacyjnych jest etyczne czy nie. Potrafi krytycznie zanalizować pojęcie piractwa komputerowego.
- Rozumie, że normy funkcjonowania mediów mogą być różne w różnych systemach prawnych i normatywnych.
- Potrafi odnieść się do problemu konieczności przestrzegania prawa, podejmując próbę etycznej oceny zjawiska medialnego, np. rozumie, że funkcjonowanie portalu Redwatch w kulturze prawnej USA jest dozwolone jako wyraz wolności słowa, a w Polsce traktowane jako przestępstwo. Rozumie, jakie problemy rodzi zróżnicowanie systemów prawnych i normatywnych, gdy podejmuje się próbę moralnej oceny tego zjawiska.

Bezpieczeństwo w komunikacji i mediach

Uczestnik/Uczestniczka:

- Posługuje się narzędziami zwiększającymi prywatność, np. pluginy, dodatki stanowiące rozszerzenia przeglądarek WWW, ustawienia prywatności w przeglądarce.
- Potrafi znaleźć przykładowe narzędzia zwiększające bezpieczeństwo komunikacji np. szyfrowanie end-to-end, poczty elektronicznej, PGP/GPG, TOR.
- Wymienia przykłady korzystnych i niekorzystnych lub niebezpiecznych zastosowań ciasteczek.
- Wie, że narzędzia zwiększające anonimowość są używane przez działaczy społecznych i politycznych, ofiary przemocy, sygnalistów (whistleblowerów).

Prawo w komunikacji i mediach

Uczestnik/Uczestniczka:

- Rozumie przepisy zawarte w konstytucji i ustawach oraz postanowienia konwencji międzynarodowych chroniące jego/jej prawa. Potrafi wskazać przykłady sytuacji w życiu

(z własnego doświadczenia bądź wymyślone), do których regulacje te mogłyby znaleźć zastosowanie.

- Rozumie potrzebę aktywnej ochrony wolności i praw konstytucyjnych w obszarze mediów i komunikacji, np. potrafi wskazać przykłady działań organizacji społecznych na rzecz wolności słowa lub prawa do prywatności w mediach.
- Potrafi opisać, jak powstają różne prawa wyłączne i jak długo trwa ich ochrona, np. wie, że utwór uzyskuje ochronę w chwili ustalenia autorstwa, a patent i znak towarowy trzeba rejestrować.
- Potrafi opisać obszary stosowania monopolu autorskiego i patentowego, np. wie, że prawo autorskie nie dotyczy dokumentów urzędowych, a ochrona patentowa odkryć naukowych, matematyki i programów komputerowych.
- Wie, że monopol twórczy jest kompromisem pomiędzy prawami użytkownika a prawami autora, np. aktywnie uczestniczy w dyskusji na temat wpływu internetu na sytuację twórców.
- Potrafi opisać konflikt między ochroną praw wyłącznych a wolnością dostępu do treści, np. aktywnie uczestniczy w dyskusji na temat wpływu poszerzenia/ograniczenia zakresu dozwolonego cytowania na swobodę badań naukowych oraz działalność prasy.
- Potrafi ustalić, czy usługa jest świadczona zgodnie z umową, a w razie potrzeby aktywnie bronić swych praw, np. skierować reklamację lub pismo do urzędu.
- Wie, czym jest licencja programowa i przydział pasma.
- Potrafi skorzystać z prawa do sprostowania.
- Potrafi reagować na przypadki łamania praw osób niepełnosprawnych do korzystania z mediów, potrafi np. zawiadomić administratora strony internetowej o tym, że nie spełnia ona wymogów dostępności.

Ekonomiczne aspekty działania mediów

Uczestnik/Uczestniczka:

- Potrafi wymienić niektóre narzędzia polityki medialnej, np. akty prawne (ustawy i rozporządzenia), narzędzia regulacyjne, np. koncesjonowanie programów radiowych i telewizyjnych czy nakładanie przez organ regulacyjny kar za nieprzestrzeganie przepisów prawa itp.
- Rozumie, że demokracja i swoboda wypowiedzi są ściśle powiązane z zewnętrznym i wewnętrznym pluralizmem mediów. Potrafi podać przykłady krajów, które ograniczają swobodę wypowiedzi w mediach (np. Chiny, Rosja, Iran). Potrafi podać przykłady pluralizmu na polskim rynku mediów, np. wskazać na wielość nadawców radiowych i telewizyjnych oraz na różnorodność ich oferty programowej (programy uniwersalne i tematyczne, np. sportowe, muzyczne, filmowe, dziecięce, poradniczo-edukacyjne, społeczno-religijne itp.).
- Wie, że między mediami tradycyjnymi a odbiorcami odbywa się wymiana na poziomie ekonomicznym, choć odbiorca nie płaci bezpośrednio za informację, np. TV czy radio finansowane są z wpływów z reklam. Z kolei w internecie dostępne są różne modele finansowania: reklamy, subskrypcja lub tzw. ekonomia uwagi.
- Rozumie ekonomiczne i prawne konsekwencje obowiązujących przepisów dotyczących własności intelektualnej,

np. rozumie, że choć może wykonać kopię filmu, nie może jej sprzedać, bo grozi to konsekwencjami prawnymi i ekonomicznymi.

- Rozumie powiązanie malejącej asymetrii informacyjnej w środowisku cyfrowym z ceną na niektóre produkty nabywane w sieci, np. Rozumie wpływ wyszukiwarek internetowych, porównywarek cenowych i internetowych platform handlowych na obniżkę marż produktów nabywanych w sieci.

Kompetencje cyfrowe

Uczestnik/Uczestniczka:

- Rozumie miary i parametry strumienia danych. Wie, że ustawienia aplikacji przechowywane są na dysku twardym lub w pamięci wewnętrznej urządzenia komputerowego.
- Adekwatnie reaguje na pojawiające się komunikaty, np. dostosowuje parametry instalacji lub eksploatacji.
- Dobiera rodzaje obrazów (formaty plików graficznych) do konkretnego zastosowania, np. skalowalne/wektorowe w sytuacjach wymagających dużych powiększeń.
- Potrafi zmienić format zapisu dźwięku (dokonać konwersji) stosownie do swoich potrzeb, np. wybierając format obsługiwany przez przenośny odtwarzacz.
- Potrafi zmienić format zapisu wideo (dokonać konwersji) do swoich potrzeb, np. wybierając format obsługiwany przez przenośny odtwarzacz.
- Potrafi kompresować pliki i tworzyć skompresowane archiwa, korzystając z dostępnego oprogramowania.
- Rozumie pojęcie związków relacyjnych między danymi oraz hierarchicznych struktur danych.

Mobilne bezpieczeństwo

Uczestnik/Uczestniczka:

- Posługuje się narzędziami zwiększającymi prywatność, np. ustawieniami lokalizacji w telefonie.
- Wie, że w trakcie instalacji, w zależności od systemu operacyjnego, aplikacje mogą wymagać przyznania uprawnień dostępu do różnych rodzajów funkcji urządzenia oraz danych użytkownika.
- Rozumie różnice pomiędzy różnymi grupami uprawnień i potrafi świadomie podjąć decyzję o ich przyznaniu lub odmowie.
- Rozumie, że narzędzia zwiększające anonimowość nie zwalniają z odpowiedzialności za własne czyny.
- Potrafi posłużyć się narzędziami o takich zastosowaniach.
- Potrafi postępować, kiedy napotyka najprostsze komunikaty o certyfikatach, np. nie akceptuje automatycznie każdego napotkanego błędnego certyfikatu zgłoszonego przez przeglądarkę albo aplikację pocztową.
- Potrafi znaleźć przykładowe narzędzia zwiększające bezpieczeństwo komunikacji, np. szyfrowanie end-to-end, poczty elektronicznej (PGP/GPG), wiadomości SMS.
- Rozumie, że poczucie bezpieczeństwa może być złudne, a zapewnienia twórców aplikacji (np. dotyczące zabezpieczeń) nie zawsze są zgodne z prawdą.
- Potrafi rozpoznać stalking i wie, jak się przed nim bronić.
- Potrafi zarządzać cyfrowym wizerunkiem; świadomie podejmuje decyzję, na ile cyfrowy wizerunek odzwierciedla jego prawdziwą tożsamość, np. o publikowaniu danych

oraz o zakresie publikowanych danych umożliwiającym odkrycie jego/jej tożsamości.

- Zna podstawowe cele wprowadzania nadzoru, np. walka z cyberprzestępczością, uzyskiwanie przez osoby lub instytucje przychodów ze sprzedaży prywatnych danych użytkowników.
- Wymienia przykłady korzystnych i niekorzystnych lub niebezpiecznych zastosowań ciasteczek.
- Wie, że przechowywanie plików „w chmurze” wiąże się z akceptacją regulaminu i może oznaczać, że usługodawca będzie sprawdzać, jakie pliki są w niej trzymane; może też oznaczać, że usługodawca będzie kasować pliki, które są lub wydają się niezgodne z regulaminem (np. faktyczne lub domniemane naruszenie prawa autorskiego).
- Rozumie, że pliki trzymane „w chmurze” są faktycznie pod kontrolą usługodawcy.
- Wie, jakie są podstawowe modele funkcjonowania na rynku aplikacji mobilnych (sprzedaż aplikacji, reklama, model freemium, finansowanie publiczne, wolne oprogramowanie tworzone przez społeczność).
- Wie, że operator serwisu społecznościowego może kontrolować komunikację użytkowników, decydując np. o wyświetleniu lub nie danych postów konkretnym osobom, bądź o usunięciu prowadzonej w takim serwisie „strony”.
- Potrafi wskazać środki komunikacji, które zostawiają większą kontrolę użytkownikom (np. e-mail, blog).

Zawody III stopnia – wymagania programowe

Na etapie III uczestniczka/uczestnik posiada, poza obowiązującymi na etapie I i II, następujące kompetencje:

Korzystanie z informacji

Uczestnik/Uczestniczka:

- Rozumie, jakie są konsekwencje korzystania z niewłaściwych źródeł informacji w odniesieniu do efektów wykonywanej pracy i realizacji konkretnego zadania.
- Wie, jakie są złożone strategie wyszukiwania.
- Sprawnie wyszukuje informacje, budując strategie wyszukiwania w oparciu o najważniejsze modele zachowań informacyjnych.
- Potrafi łączyć informacje pochodzące z różnych źródeł i w odpowiedni sposób przedstawia je odbiorcom.

Relacje w środowisku medialnym

Uczestnik/Uczestniczka:

- Rozumie szanse i korzyści płynące z przynależności do danej grupy, np. potrafi je wykorzystywać w planowaniu kariery zawodowej, dołączając do grup specjalistów w danej dziedzinie oraz tworząc profile w społecznościowych serwisach specjalistycznych.
- Potrafi nawiązywać kontakty z osobami mieszkającymi w różnych częściach świata; wie, jak różnice kulturowe mogą wpływać na proces komunikacji.
- Wychwytuje działania niezgodne z prawem lub społecznie nieakceptowane popełniane przez lub wobec innych członków społeczności oraz reaguje na nie, np. będąc

administratorem forum moderuje i weryfikuje proces przepływu informacji.

- Potrafi przeciwdziałać barierom informacyjnym, wykluczeniu cyfrowemu, asymetrii informacji oraz prowadzić działalność informacyjną, np. samodzielnie tworzy materiały edukacyjne oraz odpowiednie narzędzia medialne dla osób mających trudności z poruszaniem się w środowisku medialnym.

Język mediów

Uczestnik/Uczestniczka:

- Swobodnie występuje przed kamerą, ma i stosuje wiedzę z zakresu wywierania wpływu na inne osoby za pomocą mowy ciała i intonacji głosu.
- Potrafi przekazywać swoją wiedzę i umiejętności w zakresie komunikacji innym, np. może prowadzić szkolenia i warsztaty z zakresu edukacji medialnej, etykiety komunikacyjnej.

Kreatywne korzystanie z mediów

Uczestnik/Uczestniczka:

- Potrafi koordynować działanie zespołu przygotowującego treści do realizowanego projektu medialnego.
- Potrafi uczyć innych, jak gromadzić treści i tworzyć na ich podstawie rozbudowane narracje cyfrowe.
- Potrafi nadzorować realizację projektu medialnego, dzielić zadania dotyczące przygotowywania składowych części medialnych oraz montowania w całość zgromadzonych elementów lub ich kolekcji, potrafi organizować pracę kilku zespołów realizujących wspólny projekt medialny.
- Potrafi uczyć innych, jak przygotowywać prezentacje medialne, potrafi tworzyć prezentacje medialne na profesjonalnym poziomie.
- Potrafi rozwiązywać problemy pojawiające się w trakcie zaawansowanego modyfikowania treści multimedialnych i hipermedialnych.
- Potrafi koordynować działanie zespołu lub zespołów tworzących zaawansowane cyfrowe narracje, filmy, hipermedialne projekty oparte na zmodyfikowanych treściach.
- Potrafi koordynować zaawansowane działania w zakresie digitalizacji.
- Potrafi animować sieciowe społeczności.
- Potrafi zorganizować internetową redakcję, koordynować jej funkcjonowanie i aktywizować za jej pomocą społeczność lokalną.

Bezpieczeństwo w komunikacji i mediach

Uczestnik/Uczestniczka:

- Biegły korzysta z narzędzi i technik zapewniających anonimowość w sieci.
- Kompleksowo dba o zachowanie anonimowości, korzystając z kombinacji narzędzi, np. tryb prywatny, TOR, blokada ciasteczek.
- Płynnie posługuje się systemami szyfrowania end-to-end (PGP/GPG, OTR).
- Śledzi najważniejsze doniesienia dotyczące naruszeń bezpieczeństwa i potrafi wdrożyć rozwiązania problemów oraz sugerowane praktyki.

- Zdaje sobie sprawę z zagrożeń związanych ze scentralizowanymi sieciami i usługami; potrafi podać przykłady sieci scentralizowanych (np. Facebook, Google) oraz zagrożeń z nimi związanych (np. utrata kontroli nad komunikacją, podsłuch).
- Podejmuje świadome, oparte na rzetelnych przesłankach decyzje dotyczące narzędzi, których używa, biorąc pod uwagę również przesłanki pozatechniczne, np. bierze pod uwagę to, czy wszystkie kanały komunikacji, z których korzysta, mogą być łatwo kontrolowane przez jedną organizację.
- Rozumie zalety decentralizacji i potrafi je uwzględnić w podejmowanych decyzjach.
- Potrafi przeprowadzić prosty, nieformalny audyt bezpieczeństwa, wskazując na braki w danej sytuacji, np. doradza szyfrowanie.
- Potrafi rozpoznać, które kanały komunikacji są bardziej podatne na nadzór niż inne.
- Potrafi aktywnie przeciwdziałać nadzorowi w sieci, świadomie stosując wiele technik w tym celu.
- Zna narzędzia i metody obrony przed zagrożeniami związanymi z komunikacją przez media.
- Potrafi zareagować na negatywne wzorce zachowań związane z uzależnieniem od mediów, np. szukając pomocy specjalisty.
- Potrafi zidentyfikować próby aktywnych ataków w środowisku medialnym (phishing targetowany) i się przed nimi obronić.

Prawo w komunikacji i mediach

Uczestnik/Uczestniczka:

- Potrafi zinterpretować normy prawne i zastosować je w ciągle zmieniającym się środowisku technologicznym.
- Rozumie przesłanki i skutki wyboru licencji dla swoich dzieł.
- Rozumie istotę sporu o patenty na programy, o obowiązki pośredników oraz o prawa i wolności prywatnego uczestnika obiegu kultury.
- Rozumie zasady ochrony patentowej i znaków towarowych. Wie, czym jest ochrona baz danych. Broni swych praw, gdy operator odetnie go od usługi lub danych.
- Potrafi ocenić i sprawdzić jakość usługi telekomunikacyjnej.
- Potrafi żądać dostarczenia usług powszechnych.
- Rozumie obowiązki pośrednika wynikające z powiadomienia o naruszeniu.
- Rozpoznaje naruszenie obowiązków wydawcy lub nadawcy.
- Potrafi przygotować komunikat medialny i wie, które medium może lub musi go zamieścić.
- Potrafi sprawdzić dane rejestracyjne medium.
- Dostrzega i potrafi opisać bezpośrednio i pośrednio bariery dostępności.
- Potrafi sprawdzić spełnienie wymogów dostępności.
- Wie, jakie dane i jak długo gromadzi i przechowuje operator usługi.
- Potrafi opisać treść ustawy o ochronie danych osobowych.
- Potrafi zwrócić się do GIODO z prośbą o interwencję lub interpretację.

Ekonomiczne aspekty działania mediów

Uczestnik/Uczestniczka:

- Dokonuje trafnej analizy wpływu ustawodawców, rządu, organów regulacyjnych i samoregulacyjnych na politykę medialną.
- Rozumie konsekwencje konsolidacji i koncentracji mediów. Rozumie różnice między koncentracją poziomą i pionową.
- Wskazuje bariery wejścia na rynek mediów.
- Rozumie, na czym w środowisku cyfrowym polega zmiana ekonomicznego ujęcia „informacji jako dobra”.
- Rozumie, na czym polega ekonomia uwagi i ekonomia daru i potrafi podać ich przykłady.
- Wskazuje źródła presji politycznej i ekonomicznej wywieranej na media ze względu na model finansowania.
- Biegłe posługuje się następującymi terminami dot. zagadnień finansowania mediów i sprzedaży w internecie: przychody z reklam, dotacje, abonament, crowdfunding, freemium, sprzedaż w pakiecie. Rozumie ich znaczenie oraz powiązania.

Kompetencje cyfrowe

Uczestnik/Uczestniczka:

- Wie, że niektóre urządzenia komputerowe (np. komputery klasy PC) powinny być zasilane za pośrednictwem odpowiednio przystosowanych obwodów zasilających (np. listew wyposażonych w obwody zabezpieczające).
- Potrafi sprawdzić lub oszacować wymaganą moc zasilacza, stabilność napięcia i przebieg jego zmienności.
- Potrafi poprawnie eksploatować baterie urządzeń przenośnych (odpowiednie cykle ładowania i rozładowania).
- Potrafi oszacować wymaganą przepustowość łącza dla typowych operacji przesyłania danych przez sieć (w tym oszacować czas pobierania pliku o danych rozmiarach, oszacować możliwość strumieniowania dźwięku i wideo).
- Wie, że niektóre systemy operacyjne ograniczają maksymalne rozmiary pojedynczego pliku.
- Potrafi zidentyfikować na podstawie działania aplikacji, zainstalowanego oprogramowania diagnostycznego oraz ogólnodostępnych źródeł informacji, czy aplikacja, którą chce zastosować, jest bezpieczna.
- Dobiera metody i narzędzia (np. aplikacje, języki programowania) do rozwiązywanego problemu i na ich bazie stworzyć projekt rozwiązania.
- Tworzy rozwiązanie problemu w oparciu o swój projekt i wybrane narzędzia (np. aplikacje, języki programowania).
- Potrafi przetestować stworzone rozwiązanie, ocenić jego skuteczność działania (w tym pod kątem warunków brzegowych).

Mobilne bezpieczeństwo

Uczestnik/Uczestniczka:

- Wie, że istnieją metody obejścia/utrudnienia nadzoru (np. wyjęcie baterii z telefonu), nie tylko techniczne: potrafi wymienić takie metody, jak świadome umieszczanie informacji fałszywych lub stosowanie szyfrowania nie tylko do treści wrażliwych, ale również banalnych, celem utrudnienia identyfikacji, kiedy komunikacja dotyczy ważnych/wrażliwych kwestii.

Wykaz literatury

Literatura obowiązkowa

Podstawowym źródłem wiedzy dla osób przystępujących do Olimpiady Cyfrowej są scenariusze zajęć umieszczone w serwisie Edukacja Medialna. Uczestnicy i Uczestniczki powinni zapoznać się przede wszystkim z materiałami edukacyjnymi skierowanymi do ich grupy wiekowej (szkoła ponadgimnazjalna), ale również tymi przeznaczonymi dla uczennic i uczniów gimnazjum.

Literatura uzupełniająca

Doskonałym rozwinięciem treści zawartych w serwisie Edukacja Medialna są wymienione poniżej teksty. Zachęcamy również do samodzielnych poszukiwań i śledzenia aktualnych wiadomości dotyczących świata mediów.

Akademia Nowych Mediów, Instytut Kultury Miejskiej [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: <http://szkolenia.ikm.gda.pl/>.

Baltussen Lotte Belice, Oomen Johan i in., *Open Culture Data: otwarcie danych GLAM od podstaw* [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: <http://open.ebib.pl/ojs/index.php/ebib/article/view/288/450>.

Bauer Zbigniew, *Dziennikarstwo wobec nowych mediów. Historia, teoria, praktyka*, Universitas, Kraków, 2009.

Bauer Zbigniew, *Pakt Faktograficzny* [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: http://www.ap.krakow.pl/stud_dzien/studium3/med2.html.

Bendyk Edwin, *Bunt sieci*, Biblioteka Polityki, Warszawa, 2012.

Bezpieczeństwo dzieci online. Kompendium dla rodziców i profesjonalistów, Fundacja Dzieci Niczyje [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: <http://dzieckowsieci.fdn.pl/bezpieczenstwo-dzieci-online-kompendium-dla-rodzicow-i-profesjonalistow>.

Biblioteka – tu można więcej! Jak budować centra edukacji medialnej i cyfrowej, red. Grzegorz D. Stunża, [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: https://issuu.com/bibliocamp/docs/biblioteka_issuu.

Bortnowska Halina, Toczyski Piotr, *Nie jesteś panem jedynej prawdy* [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: <http://wyborcza.pl/magazyn/1,151483,19823040,nie-jestes-panem-jedynej-prawdy.html?disableRedirects=true>.

Celiński Piotr, *Interfejsy. Cyfrowe technologie w komunikowaniu*, Fundacja na Rzecz Nauki Polskiej, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław, 2010.

Cisek Sabina, *Dzielenie się wiedzą w Internecie* [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: https://www.academia.edu/6157410/Dzielenie_si%C4%99_wiedz%C4%85_w_Internecie.

Cisek Sabina, *Infobrokering w praktyce: zasady i metody wyszukiwania informacji w Internecie* [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: https://www.academia.edu/6156789/Infobrokering_w_praktyce_zasady_i_metody_wyszukiwania_informacji_w_Internecie.

Cisek Sabina, *Jak pozyskać rzetelną bezpłatną informację z Internetu? Wybrane praktyczne aspekty infobrokeringu* [online], [dostęp: 29.05.2016], dostępny w internecie: https://www.academia.edu/6695406/Jak_pozyska%C4%87_rzeteln%C4%85_bezp%C5%82atn%C4%85_informacj%C4%99_z_Internetu_Wybrane_praktyczne_aspekty_infobrokeringu.

Cybruch Stanisław, *Szpiedzy w sieci. Pomyśl co w niej zostawiasz i ile to warte* [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: http://www.wiadomosci24.pl/artykul/szpiedzy_w_sieci_pomysl_co_w_niej_zostawiasz_i_ile_to_warte_259207.html.

Czerniawski Piotr, Lipszyc Jarosław, Wilkowski Marcin, *Pierwsza pomoc w prawie autorskim* [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: <http://prawokultury.pl/publikacje/pierwsza-pomoc/>.

Czym jest Hipertekst? Co to znaczy HTML?, Wydział Intermediów ASP w Krakowie [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: <http://wiki.intermedia.asp.krakow.pl/wiki/BazaWiedzyHTML>.

Derfert-Wolf Lidia, *Wyszukiwanie informacji w World Wide Web* [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: <http://www.oss.wroc.pl/biuletyn/ebib15/derfert.html>.

Dziennikarstwo i świat mediów, red. Bauer Zbigniew, Chudziński Edward, Universitas, Kraków, 2008.

Filiciak Mirosław, *Media, wersja beta. Film i telewizja w czasach gier komputerowych i internetu*, Wydawnictwo Naukowe Katedra, Gdańsk, 2013.

Film *Dostępne Strony – (Nie)pełnosprawny dostęp do internetu* [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: <http://dostepnestrony/film-dostepne-strony-niepelnosprawny-dostep-do-internetu/>.

Fras Janina, *Podstawy identyfikacji i typologii wypowiedzi w mediach masowych* [PDF], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: <https://repozytorium.amu.edu.pl/jspui/handle/10593/2855>.

Fundacja Widzialni [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: <http://widzialni.eu/>.

Generalny Inspektor Ochrony Danych Osobowych [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: <http://www.giodo.gov.pl/>.

Gleick James, *Informacja. Bit. Wszechświat. Rewolucja*, Znak, Kraków, 2012.

Górecki Paweł, *Wielki Brat zna twój każdy krok. Jak producenci software'u i telekomunikacji zarabiają na podglądaniu* [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: http://wyborcza.biz/biznes/1,101716,14025577,Wielki_Brat_zna_twoj_kazdy_krok_Jak_producenci_software_u.html.

- Grodecka Karolina, Śliwowski Kamil, *Przewodnik po otwartych zasobach edukacyjnych* [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: http://koed.org.pl/wp-content/uploads/2014/05/OER_handbook_v5_online.pdf.
- Gubernat Barbara, *Internet wie, co robisz* [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: <http://panoptykon.org/wiadomosc/internet-wie-co-robisz>.
- Hall Edward Thitchell, *Ukryty wymiar*, Warszawskie Wydawnictwo Literackie Muza, Warszawa 2009.
- Hendrykowski Marek, *Metafory internetu*, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań, 2005.
- Hofmokl Justyna, Tarkowski Alek i in., *Otwartość w publicznych instytucjach kultury* [PDF], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: <http://creativecommons.pl/wp-content/uploads/2012/01/CC-publikacja.pdf>.
- Hofmokl Justyna, Tarkowski Alek i in., *Przewodnik po otwartej nauce* [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: http://creativecommons.pl/wp-content/uploads/2012/06/Przewodnik_Po_Otwartej_Nauce.pdf.
- Hopfinger Maryla, *Literatura i media po 1989 roku*, Warszawa, Oficyna Naukowa, 2010.
- Jak bezpiecznie korzystać z Internetu – wskazówki GIODO* [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: <http://nk.pl/bezpieczenstwo/rodzice/giodo/wskazowki>.
- Jak reagować na cyberprzemoc. Poradnik dla szkół*, red. Łukasz Wojtasik [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: <http://dzieckowsieci.fdn.pl/podrecznik-jak-reagowac-na-cyberprzemoc>.
- Jakubik Andrzej, *Zespół uzależnienia od Internetu (ZUI)* [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: <http://www.psychologia.net.pl/artykul.php?level=52>.
- Jarczyński Adam, *Zasady netykiety. Korespondencja elektroniczna* [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: http://www.proto.pl/artykuly/info?itemId=119591&rob=Zasady_netykiety_Korespondencja_elektroniczna_Adam_Jarczyński_dyrektor_generalny_Polskiej_Akademii_Public_Relations_Oraz_Polskiej_Akademii_Protokolu_i_Etykiety.
- Karta Etyczna Mediów. Rada Etyki Mediów* [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: http://www.radaetykimediow.pl/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=2&Itemid=3.
- Koczergo Aleksandra, *Szukasz pracy? Zadbaj o swój wizerunek w sieci* [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: <http://www.proto.pl/artykuly/szukasz-pracy-zadbaj-o-swoj-wizerunek-w-sieci>.
- Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: <http://www.krrit.gov.pl/>.
- Król Karol, *Definicja finansów społecznościowych (ang. crowdfunding)* [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: <http://crowdfunding.pl/2011/01/03/definicja-finansow-spolecznościowych-definicja-crowdfunding/#.UXZpPM-Xup4>. Król Karol, *Definicje crowdfundingu* [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: <http://crowdfunding.pl/2011/11/25/>
- definicje-crowdfundingu/#.UXZo4c-Xup4. Król Karol, *Media społecznościowe na polskim rynku pracy* [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: <http://crowdfunding.pl/2011/03/30/media-spolecznościowe-na-polskim-ryнку-pracy/#.UXFFIs-Xup4>.
- Lenkowski Błażej, *Banka informacyjna* [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: <http://lenkowski.liberte.pl/banka-informacyjna/>.
- Lessig Lawrence, *Remiks. Aby sztuka i biznes rozkwiły w hybrydowej gospodarce*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa, 2009.
- Lessig Lawrence, *Wolna kultura* [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: http://otworzksiazke.pl/images/ksiazki/wolna_kultura/wolna_kultura.pdf.
- Manovich Lev, *Język nowych mediów*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2006.
- Miłoszewska Anna, *Ukryty przekaz reklamowy* [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: <http://civilia.pl/art,94,ukryty-przekaz-reklamowy,3>.
- Mirocha Łukasz, *Filter bubble. Kilka słów o tym, że dzięki personalizacji Internetu wiemy coraz mniej* [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: <http://czlowiekitechnologie.com/filter-bubble-kilka-slow-o-tym-ze-dzieki-personalizacji-internetu-wiemy-coraz-mniej/>.
- Nadmierne korzystanie z komputera i Internetu przez dzieci i młodzież*, Polskie Centrum Programu Safer Internet [PDF], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: http://www.saferinternet.pl/images/stories/pdf/nadmierne_korzystanie_z_internetu_przez_dzieci_i_mlodziuz.pdf.
- Netykieta: internetowe savoir-vivre, TAAT Technologie Cyfrowe* [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: <http://taat.pl/article/netykieta/index.php>.
- Nie-bój się bloga. Jak wykorzystywać blog w edukacji*, red. Peszko P., Stunża G. D. [online], [dostęp: 23.05.2015], dostępny w internecie: <http://repozytorium.ikm.gda.pl/items/show/18>.
- Niezbędnik redaktora i dziennikarza prasy więziennej*, red. Maciej Sopyło [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: <http://grupahoryzont.pl/attachments/article/229/Niezb%C4%99dnik%20redaktora%20i%20dziennikarza%20prasy%20wi%C4%99ziennej.pdf>.
- Niklas Jędrzej, *Kto znajdzie sposób na profilowanie?* [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: <http://panoptykon.org/wiadomosc/kto-znajdzie-sposob-na-profilowanie>.
- Niklas Jędrzej, Szymielewicz Katarzyna, *Jedwabny szlak danych* [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: <http://www.panoptykon.org/wiadomosc/jedwabny-szlak-danych>.
- Nowak-Brzezińska Agnieszka, *Wyszukiwanie informacji za pomocą Google jest łatwe* [PDF], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: <http://zsi.tech.us.edu.pl/~nowak/wi/cwi.pdf>.
- Obem Anna, Czyżewski Michał, Szymielewicz Katarzyna, *Prywatność w sieci – odzyskaj kontrolę!* [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: <http://www.panoptykon.org/wiadomosc/ prywatnosc-zrob-sam>.

O potrzebie edukacji medialnej w Polsce, red. Michał Federowicz, Sławomir Ratajski, Polski Komitet do spraw UNESCO, KRRiT, Warszawa 2015.

Orliński Wojciech, *Internet. Czas się bać*, Biblioteka Gazety Wyborczej, Warszawa, 2013.

Otwartezasoby.pl [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: <http://otwartezasoby.pl>.

Pamuła-Cieślak Natalia, *Ukryty Internet – jeśli nie wyszukiwarka, to co?* [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: <http://www.ebib.pl/2004/58/pamula.php>.

Paszkwicz Dominik, *Podręcznik na temat dobrych rozwiązań w projektowaniu dostępnych serwisów internetowych* [PDF], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: http://dostepnestrony.pl/wp-content/uploads/2012/02/Dostepnosc_serwisow_internetowych-PODRECZNIK1.pdf.

Plaga celebrytów, red. Włodzimierz Karol Pessel, Stanisław Zagórski, Oficyna Wydawnicza „Stopka”, Łomża, 2013.

Podcast – a co to jest? [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: <http://podcastsportowy.wordpress.com/podcast-a-co-to-jest/>.

Poradnik dla użytkowników publicznie dostępnych usług telekomunikacyjnych [PDF], Urząd Komunikacji Elektronicznej, [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: http://www.giodo.gov.pl/plik/id_p/1920/j/pl/.

Prawo prasowe – podstawowe pojęcia [online], Ngo.pl, [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: <http://poradnik.ngo.pl/x/1510073>.

Prezentacja wybranych wyników badań uzyskanych w ramach realizacji projektu „Postrzeganie zagadnień związanych z ochroną danych i prywatnością przez dzieci i młodzież” [PDF], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: http://www.giodo.gov.pl/560/id_art/4699/j/pl/.

Ramowy katalog kompetencji cyfrowych, red. Justyna Jasiewicz, Mirosław Filiciak i in. [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: https://cppc.gov.pl/wp-content/uploads/zal-13-Ramowy_katalog_kompetencji_cyfrowych.pdf.

Roszkowski Marcin, *Czym jest tagowanie* [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: <http://www.pedagogiczna.edu.pl/warsztat/2008/3-4/080306.htm>.

Rzecznik Praw Dziecka [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: <http://www.brpd.gov.pl/>.

Rzecznik Praw Obywatelskich [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: <http://www.rpo.gov.pl/>.

Sawicka Ewa, *Savoir-vivre: podręcznik dobrych manier*, Wydawnictwo Szkolne PWN, Warszawa – Bielsko-Biała 2011.

Sieńko Marcin, *Narracja intermedialna* [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: <http://www.sienko.net.pl/matrix.html>.

Sitarski Piotr, *Rozmowa z cyfrowym cieniem. Model komunikacyjny rzeczywistości wirtualnej*, Rabid, Kraków, 2002.

Słobodianiuk Elina, *Wizerunek osobisty. Tworzenie wizerunku narzędziami PR* [PDF], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: www.proto.pl/PR/Pdf/Wizerunek_osobisty.pdf.

Słownik wiedzy o mediach, red. Edward Chudziński, Park Edukacja, Bielsko-Biała, 2009.

Smith Abby, *Dlaczego przekształcać na postać cyfrową?* [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: <http://www.agad.archiwa.gov.pl/electro/abby.html>.

Smith Tierney, *ABC Digital Storytellingu: Blog* [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: <http://www.technologie.org.pl/artykuly/abc-digital-storytelling-blog>.

Sochocka Dorota, *Nie bądź głupi w social mediach* [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: <http://artykuly.bibliosfera.net/2013/04/nie-badz-glupi-w-social-mediach/>.

Spitzer Manfred, *Cyfrowa demencja*, Dobra Literatura, Słupsk, 2013.

Społeczne konteksty edukacji medialnej, red. Grażyna Penkowska, Wydawnictwo Naukowe Katedra, Gdańsk, 2014.

Stallman Richard, *Prawo do czytania* [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: <http://www.gnu.org/philosophy/right-to-read.pl.html>.

Stasiowski Maciej, *Kultura 2.0. Czarny ekran w dziczy luster* [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: <http://www.dwutygodnik.com/artikul/1578-kultura-20-czarny-ekran-w-dziczy-luster.html>.

Sternik. *Słownik terminologiczny z zakresu bibliografii i katalogowania* [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: <http://sternik.bn.org.pl/vocab/index.php>.

Stramek Agata, *Źródła informacji* [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: <http://www.szkolnictwo.pl/index.php?id=PV0107>.

Szumańska Małgorzata, *Co warto wiedzieć o śledzeniu i profilowaniu w sieci?* [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: <http://www.panoptikon.org/wiadomosc/co-warto-wiedziec-o-sledzeniu-i-profilowaniu-w-sieci>.

Szymoniak Krzysztof, *Między gazetą a Internetem – nowe gatunki dziennikarskie, paragatunki czy hybrydy?* [PDF], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: <https://repozytorium.amu.edu.pl/jspui/handle/10593/4721>.

Śliwowski Kamil, Obem Anna, *Odzyskaj kontrolę w sieci. Odcinek I: przeglądarka* [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: <https://panoptikon.org/wiadomosc/odzyskaj-kontrolę-w-sieci-odcinek-i-przeglądarka>

Śliwowski Kamil, Obem Anna, *Odzyskaj kontrolę w sieci. Odcinek II: wtyczki* [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: <https://panoptikon.org/wiadomosc/odzyskaj-kontrolę-w-sieci-odcinek-ii-wtyczki>

Śliwowski Kamil, Obem Anna, *Odzyskaj kontrolę w sieci. Odcinek III: ustawienia prywatności na Facebooku* [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: <https://panoptikon.org/wiadomosc/odzyskaj-kontrolę-w-sieci-odcinek-iii-ustawienia-prywatności-na-facebooku>

Śliwowski Kamil, Obem Anna, *Odzyskaj kontrolę w sieci. Odcinek IV: Google* [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: <https://panoptykon.org/wiadomosc/odzyskaj-kontrolę-w-sieci-odcinek-iv-google>

Śliwowski Kamil, Obem Anna, *Odzyskaj kontrolę w sieci. Odcinek V: alternatywne wyszukiwarki* [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: <https://panoptykon.org/wiadomosc/odzyskaj-kontrolę-w-sieci-odcinek-v-alternatywne-wyszukiwarki>.

Tarkowski Alek, *Od heavy metalu po świadome kserowanie* [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: <http://www.dwutygodnik.com/artykul/4332-kultura-20-od-heavy-metalu-po-swiadome-kserowanie.html>. Tokarz Marek, *Argumentacja, perswazja, manipulacja*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk, 2006.

TOR and HTTPS, Electronic Frontier Foundation [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: <https://www.eff.org/pages/tor-and-https>.

Tychek Waldemar, *Umiejętności informacyjne użytkowników zasobów informacyjnych* [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: http://www.wbp.olsztyn.pl/bwm/3-4_08-ie/umiejtnosci.htm.

Tychek Waldemar, *Wyszukiwanie Informacji. Podstawy strategii wyszukiwawczych* [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: http://www.wbp.olsztyn.pl/bwm/1-2_08-ie/wyszukiwanie.htm.

Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: <http://uokik.gov.pl>.

Urząd Patentowy Rzeczypospolitej Polskiej [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: <http://www.uprp.pl>.

Usability.edu.pl [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: <http://usability.edu.pl/>.

Ustawa z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, Dz.U. 1993 nr 47 poz. 211 [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: <http://isap.sejm.gov.pl/DetailsServlet?id=WDUI9930470211.art.16>.

Ustawa z dnia 26 stycznia 1984 r. Prawo prasowe, Dz.U. 1984 nr 5 poz. 24, z późn. zm. [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: <http://isap.sejm.gov.pl/DetailsServlet?id=WDUI9840050024>.

Ustawa z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji, Dz.U. 1993 nr 7 poz. 34, z późn. zm. [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: <http://isap.sejm.gov.pl/DetailsServlet?id=WDUI9930070034>.

Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych, Dz.U. 1997 nr 133 poz. 883 [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: <http://isip.sejm.gov.pl/DetailsServlet?id=WDUI9971330883>.

Wilkowski Marcin, *Warsztat: jak przygotować prezentację na konferencję naukową* [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: <http://historiaimedia.org/2009/10/23/jak-przygotowac-prezentacje-na-konferencje-naukowa/>.

Wprowadzenie do społeczeństwa nadzorowanego [online] [w:] *Raport o społeczeństwie nadzorowanym*, red. Murakami Wood

David, s. 5–15, [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: <http://panoptykon.org/sites/panoptykon.org/files/raport-o-spoleczenstwie-nadzorowanym.pdf>.

Zasady tworzenia prezentacji multimedialnych [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: <http://metodyka.wikidot.com/book:zasady-tworzenia-prezentacji>.

Złapani w sieć, reż. Artur Sochan i Michalina Taczanowska, cz. 1 [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: <http://www.youtube.com/watch?v=cZVE2u0Tcw>.

Złapani w sieć, reż. Artur Sochan i Michalina Taczanowska, cz. 2 [online], [dostęp: 23.05.2016], dostępny w internecie: <http://www.youtube.com/watch?v=zHWerpLQsU0>.

Zmiany medialne i komunikacyjne. W stronę innowacyjności, red. Katarzyna Kopecka-Piech, t. 1, Wydawnictwo Naukowe Katedra, Gdańsk, 2015.

Zmiany medialne i komunikacyjne. Media. Wizerunek. Biznes, red. Katarzyna Kopecka-Piech, t. 2, Wydawnictwo Naukowe Katedra, Gdańsk, 2015.

SŁOWNICZEK

Przy tworzeniu słowniczka wykorzystano materiały z następujących źródeł:

Wikipedia, CC BY-SA, Przewodnik po otwartości dla organizacji pozarządowych, Creative Commons Polska, <http://ngoteka.pl/handle/item/125>, CC BY 3.0 PL, Pierwsza pomoc w prawie autorskim, Fundacja Nowoczesna Polska, <http://prawokultury.pl/publikacje/pierwsza-pomoc/>, CC BY-SA 3.0 PL, Słowniczek pojęć związanych z internetem, Grzegorz Prujsczyk, Kamil Sliwowski, <http://www.ceo.org.pl/pl/szkolazklasa2zero/news/bezpieczenstwo-w-sieci>, CC BY-SA 3.0 PL.

Abonament radiowo-telewizyjny

opłata mająca na celu umożliwienie realizacji misji publicznej telewizji i radia.

Adaptacja

przekształcenie i przystosowanie utworu do innych funkcji z zachowaniem najważniejszych treści (np. przekształcenie powieści w film fabularny).

AdBlock

jedno z najpopularniejszych rozszerzeń do przeglądarek internetowych, automatycznie blokuje i usuwa reklamy ze stron internetowych. Zwiększa wygodę i bezpieczeństwo korzystania z sieci. Ogranicza przepływ informacji o historii przeglądania.

Administrator danych osobowych

jednostka (osoba, podmiot gospodarczy, instytucja, itp.) decydująca i podejmująca działania związane z przetwarzaniem danych osobowych. Nałożony jest na nią obowiązek informacyjny (konieczność podania danych teledoresowych). Zobowiązana jest do staranności w przetwarzaniu danych w celu ochrony interesów osób, których dane posiada, oraz do aktualizowania danych i zaprzestania przetwarzania danych na żądanie.

Adres IP

protokół komunikacyjny używany powszechnie w Internecie i sieciach lokalnych. Adres IP to liczba, która jest nadawana każdemu urządzeniu lub grupie urządzeń połączonych w sieci. Służy on ich identyfikacji. Jeden adres publiczny może być współdzielony przez wiele komputerów połączonych w podsieć. W takiej sytuacji każdy komputer w podsieci ma adres z puli adresów prywatnych. Większość komputerów korzysta z adresów IP przydzielanych dynamicznie, tylko w czasie podłączenia komputera do sieci. Po jego wyłączeniu dany adres IP może zostać przypisany innemu urządzeniu.

Adserwer

system informatyczny umożliwiający emisję i zarządzanie internetowymi kampaniami reklamowymi, a także raportowanie i analizę wyników kampanii. Nazwa utworzona z połączenia słów advertisement (ang. reklama) i serwer.

Advertorial

płatna reklama w gazecie przypominająca wyglądem artykuł prasowy.

AdWords

system reklamowy stworzony przez Google. Pozwala m.in. na wyświetlenie linków sponsorowanych i boksów reklamowych w wynikach wyszukiwania wyszukiwarki Google. Dzięki temu inne firmy mogą tworzyć kampanie linków sponsorowanych na podstawie słów kluczowych wpisywanych przez użytkowników i tematyki odwiedzanych przez nich stron internetowych.

Analiza

badanie poszczególnych elementów danego zjawiska, problemu, tekstu kultury.

Anonimowość

brak możliwości zidentyfikowania osoby.

Aplikacja (in. program użytkowy)

konkretny, ze względu na oferowaną użytkownikom funkcjonalność, element oprogramowania użytkowego.

Asymetria informacji

zachodzi w procesie wymiany informacji. Sytuacja, w której jedna strona wie więcej, posiada więcej informacji niż druga.

Audiodeskrypcja

opis słowny warstwy wizualnej utworu.

Audycja (potocznie: program)

samodzielna część programu radiowego lub telewizyjnego. Np. reportaż, lista przebojów, reality show.

Autonomia informacyjna

ważny aspekt prywatności, prawo do samodzielnego decydowania o ujawnianiu informacji na swój temat oraz do kontrolowania informacji dotyczących własnej osoby, którymi dysponują inni.

Autoryzacja

zgoda osoby udzielającej informacji na opublikowanie jej słów; także: wspólne z nią ustalenie ostatecznego kształtu wypowiedzi.

Awatar

wizualna reprezentacja uczestnika mediów społecznościowych. Może być prostą grafiką (np. na forach), zdjęciem (np. na portalach społecznościowych) lub też skomplikowanym trójwymiarowym modelem (np. w grach). Awatarowi zwykle towarzyszy nick.

Bańka filtrująca (ang. filter bubble)

sytuacja, w której na skutek działania określonego algorytmu osoba korzystająca z sieci otrzymuje wyselekcjonowane informacje, dobrane na podstawie informacji dostępnych na jej temat, takich jak lokalizacja czy historia wyszukiwania.

Bańka informacyjna

zjawisko we współczesnej kulturze medialnej. Zachodzi, gdy odbiorca ma cały czas do czynienia z przekazami wyrażającymi podobne poglądy czy wartości. Zamyka go to na konfrontację z innymi punktami widzenia. „Bańka informacyjna” tworzy się w wyniku naszych przyzwyczajzeń

(np. zagłębienia do jednego portalu informacyjnego czy czasopisma), działania mechanizmów wyszukiwarek, dominujących linii redakcyjnych i wielu innych czynników.

Better Privacy

wtyczka do przeglądarki internetowej, która zarządza flash cookies i umożliwia ich skuteczne usuwanie np. przy zamykaniu przeglądarki.

Bibliografia przedmiotowa

wykaz publikacji na określony temat. Bibliografie przedmiotowe dołączane są do publikacji naukowych, by przedstawić obszar wiedzy, na którym opierał się naukowiec.

Biblioteka cyfrowa

zbiór publikacji, udostępnianych poprzez stworzony w tym celu portal internetowy. Biblioteki cyfrowe bardzo często działają przy tradycyjnych bibliotekach, które pracują nad digitalizacją swoich zbiorów i chcą ułatwić czytelnikom docieranie do nich.

Blog

rodzaj strony internetowej zawierającej odrębne, uporządkowane chronologicznie wpisy. Blogi umożliwiają zazwyczaj kategoryzację wpisów oraz ich komentowanie przez czytelników.

Booksprint

forma współpracy, polegająca na bardzo szybkim (od kilku godzin do kilku dni) stworzeniu książki przez zespół autorów. Zwykle zespół ten zbiera się przez internet, a książka wydawana jest w formie elektronicznej.

Cenzura

kontrola informacji. Cenzura prewencyjna to kontrola podejmowana przed publikacją tekstu lub innego utworu.

Cenzura internetu

próby wprowadzenia odgórnego, kontrolowanego przez państwo, filtrowania treści w internecie. W mniejszym lub większym stopniu wprowadzone w wielu krajach (Chiny, Iran, Włochy, Wielka Brytania).

Certyfikat strony

elektroniczny podpis strony internetowej, niezbędny do nawiązania połączenia https://.

Chmura obliczeniowa

model, w którym użytkownik może korzystać z danej usługi (np. gry, bazy danych, przechowywania plików) bez konieczności kupowania sprzętu ani oprogramowania: dane przechowywane są na serwerze dostawcy usługi.

Ciasteczka (ang. cookies)

małe pliki tekstowe zapisywane na dysku użytkownika podczas korzystania ze stron WWW, które zapamiętują określone informacje o ustawieniach przeglądarki (np. wybrany język strony WWW, dane logowania) lub przesyłają pewne informacje z powrotem na serwery danej strony (np. ustawienia zabezpieczeń lub produkty w koszyku w sklepie internetowym). Ciasteczka mogą narażać użytkownika na wiele zagrożeń, gdyż działają w sposób niewidoczny i mogą

zapamiętywać wiele wrażliwych informacji. Nowelizacja prawa telekomunikacyjnego nałożyła na właścicieli stron WWW obowiązek zamieszczenia w widocznym miejscu informacji o tym, że witryna korzysta z ciasteczek, oraz wskazówek na temat tego, jak można wyłączyć ich obsługę.

CookieMonster

rozszerzenie do przeglądarek internetowych, pozwala bardzo dokładnie kontrolować ciasteczka i to, jakie strony (i na jak długo) mogą je ustawiać.

Copyleft

narzędzie pozwalające na reprodukcję wolnej licencji w kolejnych utworach zależnych. Mechanizm copyleftu nakłada na twórcę dzieła zależnego obowiązek udostępnienia go na tej samej licencji, na jakiej udostępniono oryginalny utwór. Przykładem stosowania zasady copyleft jest licencja CC BY-SA.

Crackowanie (inaczej: cracking)

niezgodna z prawem działalność, polegająca na łamaniu zabezpieczeń występujących w programach. Umożliwia dokonywanie różnych przestępstw za pośrednictwem technologii informatycznych.

Creative Commons

amerykańska organizacja pozarządowa, która stworzyła własny system licencji i zajmuje się jego rozwijaniem. Licencje Creative Commons to gotowe rozwiązania prawne, z których można skorzystać od razu bez żadnego przygotowania prawniczego. Skorzystanie z licencji z punktu widzenia twórcy polega na oznaczeniu nią swojego utworu. Powoduje to udzielenie każdemu zezwolenia na korzystanie z tego utworu w zakresie określonym w licencji.

Crowdfunding (inaczej: finansowanie społecznościowe)

internetowe pozyskiwanie środków na realizację jakiegoś projektu od dużej liczby osób wpłacających niewielkie kwoty. Crowdfunding staje się coraz bardziej popularny, ponieważ umożliwia zdobycie finansowania niezależne od wielkich wydawców, wytwórni i sponsorów, często narzucających warunki współpracy.

Crowdsourcing

sposób realizowania różnych działań poprzez dzielenie ich na mniejsze czynności, możliwe do wykonania online i powierzenie ich dużej grupie ludzi. Nabór chętnych do włączenia się w pracę jest otwarty. Crowdsourcing umożliwia wszystkim użytkownikom internetu uczestnictwo w zadaniach, które kiedyś były zarezerwowane dla wąskiej grupy specjalistów.

Cyberprzemoc (inaczej: agresja elektroniczna)

stosowanie przemocy poprzez: prześladowanie, zastraszanie, nękanie, wyśmiewanie innych osób przy pomocy narzędzi typu elektronicznego, np. SMS, e-mail, witryny internetowe, fora dyskusyjne. Osobę dopuszczającą się takich czynów określa się stalkerem.

Cyfrowy ślad

informacje na temat aktywności konkretnych osób w sieci, magazynowane na serwerach dostawców internetu i właścicieli stron. Tworzą go m.in. zdjęcia, informacje

o kupionych produktach, nicki, wpisy na blogach, ale również dane, które zostawiamy w sieci mimowolnie, np. adres IP czy informacja o systemie operacyjnym, z którego korzystamy.

Cytaa

włączanie urywków utworów lub całości drobnych utworów do własnego dzieła.

Dane osobowe

wszelkie informacje dotyczące określonej osoby fizycznej (czyli zidentyfikowanej lub możliwej do zidentyfikowania). Nie mamy do czynienia z danymi osobowymi wówczas, gdy informacja dotyczy instytucji (np. firmy), grupy osób, osoby fikcyjnej (np. postaci literackiej) czy takiej, której nie jesteśmy w stanie rozpoznać. Dane osobowe podlegają ochronie i nie mogą być zbierane bez odpowiedniej podstawy prawnej (np. zgody osoby, której dotyczą).

Dane osobowe wrażliwe

dane osobowe, które podlegają szczególnej ochronie. Należą do nich informacje o rasie, pochodzeniu etnicznym, poglądach politycznych, przekonaniach religijnych, stanie zdrowia, przynależności partyjnej, związkowej lub wyznaniowej, kodzie genetycznym, nałogach, życiu seksualnym, skazaniach i orzeczeniach dotyczących mandatów i kar.

Dane telekomunikacyjne

informacje o połączeniach telefonicznych: billingi czas trwania rozmów oraz numery telefonów, z którymi połączono się, adres miejsca, z którego połączenie zostało wykonane.

Digitalizacja

działanie polegające na przeniesieniu materiałów zapisanych w postaci analogowej do formatu cyfrowego.

Dobra osobiste

dotyczą prywatnej sfery życia. Są nimi w szczególności zdrowie, wolność, cześć, swoboda sumienia, nazwisko lub pseudonim, wizerunek, tajemnica korespondencji, nietykalność mieszkania, twórczość naukowa, artystyczna, wynalazcza i racjonalizatorska, zdrowie, życie psychiczne, rodzinne i prywatne, kultura pamięci osoby zmarłej oraz poczucie przynależności do określonej płci.

Dobra publiczne

zadawalają potrzeby wspólne. Nie ma możliwości wyłączenia ich z konsumpcji (nie można np. zakazać ich używania) oraz nie powodują konkurencji (korzystanie z nich jest nieograniczone). Nie podlegają regułom rynkowym i nie mogą być skomercjalizowane.

Dobro niematerialne

przykładem dóbr niematerialnych są dobra osobiste, przedmioty własności intelektualnej, pieniądze, różne postacie energii.

Dogmatyk

osoba konsekwentnie trwająca na określonym stanowisku, niechętna do najmniejszej choćby jego zmiany, pomimo przekonujących kontrargumentów. Czasem nie chce wysłuchać osób mających inne zdanie lub forsuje język dyskusji charakterystyczny dla własnych poglądów.

Domena publiczna

zbiór utworów będących dobrem wspólnym, do których prawa autorskie wygasły (np. utwory Chopina) oraz utwory, które nigdy nie były chronione, bo zostały stworzone przed powstaniem prawa autorskiego.

Dostępność

możliwość używania rzeczy, budynku lub strony WWW przez możliwie największą liczbę osób, niezależnie od ich umiejętności lub możliwości.

Dozwolony użytek

możliwość nieodpłatnego korzystania z dzieła bez zgody posiadacza praw majątkowych. Dozwolony użytek osobisty oznacza możliwość korzystania z dzieła, jak również kopiowanie go na użytek własny lub osób bliskich. Istnieje także dozwolony użytek publiczny, z którego korzystają biblioteki, muzea, archiwa i szkoły.

DRM

oprogramowanie i sprzęt mające uniemożliwić działania niezgodne z prawem autorskim lub warunkami serwisu czy wolą producenta. DRM stosuje się w muzyce, filmach, grach i innych mediach. Opiera się na mechanizmach kryptograficznych, zabezpieczając np. przed nieautoryzowanym odczytem lub skopiowaniem.

Dyskryminacja

traktowanie pewnych osób lub grup społecznych w inny sposób, zwykle mniej sprawiedliwy, niż innych osób i grup. W Konstytucji RP został zapisany zakaz dyskryminacji w życiu politycznym, społecznym lub gospodarczym (art. 32).

Dziedzictwo kulturowe

zbiór rzeczy, obiektów, budynków i zjawisk posiadających historyczną, estetyczną, archeologiczną, naukową, etnologiczną lub antropologiczną wartość, uznawany za godny ochrony prawnej dla dobra społeczeństwa i jego rozwoju.

Edge Rank

algorytm stosowany przez portal Facebook, decydujący o wyświetlaniu i pozycji wpisów publikowanych na tablicach użytkowników. Podstawą jego działania są współczynniki: intensywności interakcji między użytkownikami, rodzaju aktywności oraz jej aktualności.

Edutainment

(z ang. education: edukacja + entertainment: rozrywka) ogólnie: wszelkie działania łączące edukację z rozrywką; przekazywanie treści edukacyjnych połączonych z rozrywką lub całkowicie ukrytych w różnych formach rozrywki i zabawy, takich jak np. quizy lub serie; stosowane często w mediach do masowego przekazywania wiedzy lub kształtowania postaw społecznych; *patrz także -> infotainment*.

Emotikony

znaki emocji tworzone głównie za pomocą znaków interpunkcyjnych i liter alfabetu łacińskiego, np.: :-), ^-^, ;P.

Eskapista

niechętnie podejmuje dyskusję, ucieka od konieczności przyjęcia jakiegoś stanowiska oraz konfrontacji z innymi poglądami.

Etyka

namysł nad wartościami i moralnością (m.in. jej źródłami,

racjonalnymi podstawami itp). Jest czym innym niż sama moralność, którą można sprowadzić do wskazań takich jak „nie kłam”, „nie rób drugiemu, co tobie niemiłe”. Etyka poddaje te proste zasady w wątpliwość, sprawdza, czy są słuszne i uniwersalne.

Etyka dziennikarska

zbiór zasad, których powinni przestrzegać dziennikarze, m.in. dążenie do prawdy, bezstronność i uczciwość, szacunek, tolerancja, oddzielenie informacji od komentarza.

Eye catcher (ang.)

element przyciągający wzrok.

FAQ (ang. frequently asked questions: najczęściej zadawane pytania)

zbiór pytań i odpowiedzi na nie, zwykle służący jako pomoc w rozwiązywaniu problemów użytkowników serwisów internetowych i innych narzędzi informatycznych.

Flash cookies

informacje przechowywane na komputerze przez wtyczkę Flash do przeglądarki. Zwykle wykorzystywane są podobnie jak standardowe ciasteczka, ale stanowią znacznie poważniejsze zagrożenie dla prywatności. Flash cookies pozwalają na zbieranie bardziej szczegółowych danych i znacznie większej ich liczby niż inne rodzaje ciasteczek. Mogą przesyłać informacje do zdalnego serwera bez wiedzy użytkownicy czy użytkownika i nigdy nie wygasają.

FlashBlock

rozszerzenie do przeglądarek internetowych domyślnie blokujące wszystkie filmiki typu flash na stronach internetowych, pozwalające je uruchomić jednym kliknięciem myszki.

Floodowanie (z ang. flood: powódź)

wielokrotne wysyłanie tej samej wiadomości lub wiadomości pustych, zniekształconych lub nieczytelnych. Zdarza się przede wszystkim na forach internetowych i w komentarzach pod artykułami czy postami. Zwykle ma na celu zdezorientowanie dyskutantów lub przerwanie rozmowy. Takie zachowanie jest nieuprzejme i łamie zasady netykiety.

Fraza wyszukiwawcza

zapytanie wyszukiwawcze ujęte w cudzysłów. Dzięki jej stosowaniu system szuka całego ciągu słów z zapytania w odpowiedniej kolejności.

Free to play (F2P)

model płatności występujący w grach komputerowych, nie wymagający kupna lub płatności abonamentu. System F2P polega na kupowaniu (poprzez tzw. mikrotransakcje lub za pomocą karty płatniczej) opcjonalnych dodatków do gier w sytuacji, gdy znaczna część świata gry, rozgrywki czy fabuły jest darmowa. Dodatkami tymi mogą być też różnorakie przedmioty czy umiejętności, pomagające w dalszej grze lub ją usprawniające. Przykładem takiego usprawnienia jest przyspieszenie zdobywania doświadczenia lub ulepszenie jakiejś umiejętności na określony czas. W grach F2P można dokonywać płatności również za przedmioty czy usługi z punktu widzenia rozgrywki niepotrzebne, jak np. nowy ubiór lub maskotka czy też zmiana koloru włosów awatara lub zmiana wystroju domu. W niektórych grach free-to-play gracze płacący za dodatkowe przedmioty i funkcje zdobywają dużą przewagę

nad graczami niewydającymi pieniędzy. Takie gry określa się mianem pay-to-win („płać, aby wygrać”).

Freemium

model biznesowy, w którym produkt lub usługa (najczęściej oprogramowanie, gra komputerowa, usługa internetowa) jest dostępna za darmo, ale korzystanie z zaawansowanych funkcji lub uzyskanie niektórych wirtualnych dóbr wymaga wykupienia wersji premium.

Gatunek

typ, odmiana czegoś. W odniesieniu do tekstów kultury: określony sposób organizacji przekazu, zależny od jego celu. Utwory tego samego gatunku mają zwykle podobną formę, wykorzystują te same konwencje.

Gatunek medialny

gatunek tekstów kultury, które przekazywane są za pośrednictwem mass mediów. Zaliczyć do nich można zarówno klasyczne gatunki dziennikarskie (reportaż, sprawozdanie), jak i telewizyjne (teleturniej, talk show), radiowe (audycja, słuchowisko) czy internetowe (wpis na blogu, narracja cyfrowa).

Geolokalizacja

określenie fizycznego położenia geograficznego osoby i urządzenia telekomunikacyjnego za pomocą systemu GPS lub adresu IP.

Ghostery

wtyczka do przeglądarek internetowych, która blokuje wybrane skrypty śledzące.

Główny Inspektor Ochrony Danych Osobowych (GIODO)

organ kontrolujący zgodność przetwarzania danych z przepisami o ochronie danych osobowych.

Google Drive (Dysk Google)

internetowa usługa formy Google, polegająca na udostępnieniu przestrzeni dyskowej. W jej obrębie można przechowywać i tworzyć pliki (m.in. tekstowe, arkusze kalkulacyjne, prezentacje). Usługa ta jest przydatna, gdy współpracujemy w grupie za pośrednictwem sieci. Umożliwia wspólne tworzenie jednego dokumentu.

GPG oprogramowanie implementujące PGP.

Grupa docelowa

osoby, do których skierowany jest komunikat, reklama, produkt.

GUI (ang. Graphical User Interface)

graficzny interfejs użytkownika, środowisko graficzne; ogólne określenie dotyczące wizualnego sposobu komunikowania się komputer -użytkownik.

Hackaton

wydarzenie, podczas którego programiści komputerowi i inni specjaliści (np. graficy) intensywnie pracują nad nowymi projektami informatycznymi. Zwykle trwa od jednego do siedmiu dni. Słowo hackaton powstało poprzez połączenie słów: hakować i maraton.

Hakowanie

pomysłowe kombinowanie oraz dogłębne poznanie danej rzeczy w celu jak najlepszego jej wykorzystania. Hakowanie zawsze łączyło się przede wszystkim

z działalnością miłośników programowania, którym sprawia przyjemność informatyczne majsterkowanie.

Hasło główne

w języku porządkowania informacji oznacza jedną z kluczowych, podstawowych kategorii podziału elementów bazy danych (np. książek w bibliotece).

Hasło przedmiotowe

hasło ułatwiające znalezienie dokumentów o podobnej treści. Oznacza się nimi publikacje w katalogach bibliotecznych, aby ułatwić ich wyszukiwanie.

Higiena informacyjna

zasady postępowania w sytuacjach udostępniania informacji (w tym w środowisku cyfrowym). Stosuje się je w celu ochrony przed zagrożeniami np. utratą prywatności, danych, inwigilacją itp. Zgodnie z zasadami higieny informacyjnej należy np. kasować ciasteczka po wylogowaniu z serwisów społecznościowych oraz nie podawać swoich danych osobowemu każdemu, kto o nie prosi.

Hipertekst

- 1) sposób organizacji treści, polegający na zastosowaniu odsyłaczy. Kierują one użytkownika do innych materiałów, które nawiązują do informacji prezentowanych wcześniej. Umożliwia to odbiorcy swobodne poruszanie się pomiędzy treściami. Przykładem hipertekstu jest artykuł na stronie WWW połączony z innymi za pomocą linków;
- 2) tekst tak uporządkowany.

HTTPS Everywhere

wtyczka do przeglądarek internetowych, która automatycznie włącza protokół HTTPS tam, gdzie istnieje taka możliwość.

Identyfikacja wizualna

narzędzie służące kreowaniu wizerunku marki i wyróżnieniu jej na rynku od konkurencji.

Składają się na nią: logo, czcionki i kolorystyka, strona internetowa oraz druki (np. wizytówki lub papier firmowy).

Infografika

przystępna i przejrzysta prezentacja danych, wiedzy lub informacji w formie grafiki.

Infomercial

reklamowa audycja wideo w formie talk-show.

Nazwa pochodzi od słów informacja i ang. commercial: reklama.

Infotainment (z ang. information: informacja + entertainment: rozrywka) zjawisko zacierania różnic pomiędzy przekazami informacyjnymi i rozrywkowymi. Obserwujemy je we współczesnych mediach.

Integralność tekstualna

pojęcie mające być alternatywą wobec pojęcia prywatności, wprowadzone przez amerykańską badaczkę Helen Nissenbaum; ponieważ określanie stałych norm i granic prywatności jest bardzo trudne (szczególnie w kulturze cyfrowej), Nissenbaum proponuje, aby konieczny zakres ochrony prywatności był rozpoznawany zawsze w określonym kontekście i odpowiednio do sytuacji.

Integralność utworu

jedno z osobistych praw autora, nakazuje zachowanie w nienaruszonym kształcie formy i treści utworu.

Interaktywność

odbieranie przez urządzenie elektroniczne bodźców od użytkownika i reagowanie, odpowiadanie na nie.

Interfejs

część systemu operacyjnego odpowiedzialna za komunikowanie się z użytkownikiem. Interakcja ta może odbywać się za pomocą tekstu i klawiatury, grafiki i kursora lub ruchów palca na ekranie: przetwarzane są sygnały użytkownika i maszyny.

Interpretacja

całościowe wyjaśnienie, wytłumaczenie jakiegoś zjawiska, problemu, tekstu kultury. Przy tworzeniu interpretacji należy brać pod uwagę wszystkie elementy dzieła. Interpretacja tekstu kultury często polega na umieszczeniu go w kontekście innych, podobnych pod pewnymi względami utworów.

Język migowy

język, którym posługują się osoby głuche, przekazuje znaczenia za pomocą gestów. Język migowy jest odrębny od języków narodowych, ma np. swoją własną gramatykę.

Język naturalny

- 1) język stosowany przez ludzi do komunikacji interpersonalnej,
- 2) język powstały w drodze historycznego rozwoju określonych grup etnicznych, narodowych, w odróżnieniu od języków sztucznych.

Język wrogości

wyrażanie negatywnych uczuć (np. pogardy, niechęci) w stosunku do jakiejś osoby lub grupy.

Kanał informacji (inaczej: kanał komunikacyjny)

połączenie pozwalające na komunikację pomiędzy dwoma osobami, służy wymianie informacji; są to np. kable telefonu, stronica książki, fale radiowe. Kanał informacji to co innego niż medium: zwykle dane medium (środek komunikacji, np. telewizja) wykorzystuje pewne kanały informacyjne do nadawania określonych przekazów.

Kapitał społeczny

suma umiejętności takich jak: nawiązywanie i podtrzymywanie znajomości, zaufanie, świadomość norm, pozwalających na satysfakcjonujące funkcjonowanie w zorganizowanej grupie (np. społeczeństwie czy klasie szkolnej). Sieć wzajemnych powiązań społecznych, na podstawie których buduje się pozycję w grupie i poza nią. Sieć ta jest także podstawą zdobywania kolejnych kompetencji społecznych.

Katalog biblioteczny

zbiór informacji o tytułach, autorach i szczegółach wydania dzieł, jakie posiada biblioteka. Współcześnie coraz częściej jest udostępniany przez internet.

Kickstarter

jeden z największych amerykańskich portali crowdfundingowych (por. crowdfunding), założony w 2009 roku.

Prowadzone są na nim zbiórki funduszy na różne cele, np. tworzenie filmów, gier komputerowych, wynalazków, albumów muzycznych i wiele innych. Najpopularniejszemu projektowi udało się zebrać aż ponad 10 milionów dolarów.

Komercyjne użycie

korzystanie w celach handlowych, zarobkowych.

Komputerowa edycja zdjęć cyfrowych

zmiana wyglądu zdjęcia w programie graficznym.

Komunikacja (komunikowanie się)

proces przekazywania (wymiany) informacji między jego uczestnikami. Osoba przekazująca informację to nadawca, a odbierająca ją to odbiorca.

Komunikacja niewerbalna

porozumiewanie się bez użycia słów. Środki komunikacji niewerbalnej są różnorodne. Oddziałuje ona przede wszystkim na zmysły: wzroku (to np. gesty, mimika, postawa ciała) i słuchu (intonacja, sposób mówienia).

Koncentracja

sytuacja, gdy na rynku procentowo duża część danego typu towarów i usług dostarczana jest przez niewielką liczbę przedsiębiorstw. Mierzy się ją przy pomocy wskaźnika koncentracji, który jest udziałem w rynku, jaki posiada kilka największych firm.

Koncesja zezwolenie, upoważnienie do prowadzenia jakiejś działalności.

Konformista

przejmuje poglądy i normy postępowania uznawane za atrakcyjne, modne lub obowiązujące w danej grupie. Nawet jeśli konformista w głębi serca wyznaje jakieś wartości, ważniejsze są dla niego powodzenie i popularność.

Konkurencja

proces, w którym firmy współzawodniczą ze sobą w zawieraniu transakcji rynkowych. Ich głównym narzędziem jest przedstawianie korzystniejszych ofert od innych przedsiębiorstw, np. w przypadku mediów może być to jakość prezentowanych treści.

Konstytucja (inaczej: ustawa zasadnicza)

akt prawny, który zazwyczaj ma najwyższą moc prawną. W Polsce obowiązuje Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej uchwalona w 1997 roku.

Konsument

osoba, która kupuje towary na swój własny użytek.

Konwencja

zbiór cech utworów (artystycznych, dziennikarskich itp.) wielokrotnie powtarzany i wykorzystywany. Dana konwencja może być typowa dla jednego twórcy, grupy czy okresu. Składać się na nią mogą różne elementy utworu związane zarówno z jego formą, jak i treścią.

Konwencja (prawo)

umowa międzynarodowa mająca skutki prawne.

Konwergencja kompetencji

łączenie się i przenikanie kompetencji medialnych, informacyjnych i cyfrowych.

Konwergencja mediów (łac. convergere: zbierać się, upodabniać się) kulturowe i technologiczne przenikanie się i łączenie różnych środków przekazu, urządzeń informatycznych i telekomunikacyjnych.

Koszt wytworzenia informacji

składają się na niego koszty produkcji nośnika (np. druk książki, wyłoczenie płyty), reklamy, pośredników (dystrybutorów), honoraria twórców i wykonawców oraz ich praca umysłowa lub artystyczna.

Kradzież tożsamości

używanie danych innej osoby w celu popełnienia oszustwa lub przestępstwa. Najczęstszym sposobem pozyskiwania danych stosowanym przez oszustów jest mail z banku zawierający prośbę o zaktualizowanie danych osobowych lub hasła. Możliwe jest również pozyskiwanie informacji z wyrzucanych na śmietnik dokumentów lub nośników informatycznych lub poprzez włamywanie się do komputerów. Dzięki takim danym oszust może np. utworzyć w internecie nasz fałszywy profil, umieszczać obraźliwe komentarze w naszym imieniu, dokonać zakupów na nasze konto, a nawet zaciągnąć kredyt.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji

jeden z regulatorów rynku mediów, chroni wolność słowa w radiu i telewizji oraz interesy odbiorców, zapewniając otwarty i różnorodny charakter mediów. Do zadań KRRiT należą m.in. przyznawanie koncesji, kontrolowanie nadawców, badanie treści i odbioru programów radiowych i telewizyjnych.

Kultura remiksu

popularne zjawisko wykorzystywania istniejących utworów i łączenie ich w nową, oryginalną całość.

Licencja

dokument prawny lub umowa określająca warunki korzystania z utworu, m.in. czas, zakres swobody użytkownika, pola eksploatacji.

Linia redakcyjna

ogół poglądów politycznych i społecznych przeważających w redakcji danego medium. Ma wpływ na sposoby formułowania opinii, referowania wydarzeń itd. Linia redakcyjna związana jest z konsekwentnym ujawnianiem pewnych przekonań i niechęcią do promowania innych.

Lokowanie produktu

przekaz handlowy polegający na przedstawieniu towaru, usługi lub ich znaku towarowego albo nawiązywaniu do nich w taki sposób, że stanowią one element samej audycji.

Majątkowe prawa autorskie

prawo twórcy do korzystania z utworu i rozporządzania nim. Jest to prawo zbywalne, co oznacza, że twórca może przenieść je na inne osoby lub udzielić zezwolenia na korzystanie z utworu (za wynagrodzeniem lub bez). Trwanie majątkowych praw autorskich jest ograniczone w czasie (70 lat po śmierci autora).

Manipulacja

ukryta perswazja. Przekonywanie kogoś do podjęcia pewnych (często niekorzystnych dla niego) działań i jednocześnie ukrywanie swoich prawdziwych intencji.

Mapa myśli

sposób organizacji informacji i metoda sporządzania notatek, polegająca na graficznym uporządkowaniu wiadomości w połączone liniami pola. W centralnym polu pojawia się najważniejsza informacja lub kluczowe pytanie, od których, podążając za skojarzeniami, rysuje się odnośniki.

Marketing szeptany

stwarzanie powodów do rozmowy o marce, produktach lub usługach oraz ułatwianie nawiązania tej konwersacji. Marketing szeptany jest cenioną formą promocji, ze względu na dużą wiarygodność komunikatów przekazywanych przez konsumentów. Ludzie są bardziej skłonni wierzyć pozytywnym opiniom swoich znajomych na temat produktu, którego używali, niż np. reklamom telewizyjnym.

Mass media

środki społecznego komunikowania o szerokim zasięgu, czyli prasa, radio, telewizja, internet.

Materiał poemisyjny

zapis audycji po jej emisji na antenie, który nadawca ma obowiązek zachować na okres 28 dni od daty emisji.

Materiał prasowy

każdy opublikowany lub przekazany do opublikowania w prasie tekst albo obraz o charakterze informacyjnym, publicystycznym, dokumentalnym lub innym, niezależnie od środków przekazu, rodzaju, formy, przeznaczenia czy autorstwa (art. 7 p. 4 ustawy Prawo prasowe).

Media publiczne

ich właścicielem jest społeczeństwo, są finansowane z abonamentu, własnych produkcji oraz reklam. Podstawą ich działalności nie jest generowanie zysku, ale realizowanie misji.

Media społecznościowe

różnorodne narzędzia umożliwiające użytkownikom internetu rozbudowaną interakcję. W zależności od charakteru tej interakcji wyróżniamy wśród nich fora, czaty, blogi, portale społecznościowe, społeczności gier sieciowych, serwisy crowdfundingowe i wiele innych.

Medium

środek przekazu. Zwykle dane medium wykorzystuje określone rozwiązania technologiczne oraz umożliwia komunikację na szeroką skalę; np. telewizja, prasa, internet.

Mem

najczęściej zdjęcie lub inna forma grafiki wraz z podpisem; memy rozpowszechniane są głównie w mediach społecznościowych.

Misja

w odniesieniu do mediów publicznych obowiązek dostarczania szerokiej widowni i poszczególnym, zdefiniowanym grupom widzów wysokiej jakości treści informacyjnych, publicystycznych, kulturalnych, rozrywkowych, edukacyjnych i sportowych. Programy w telewizji i radiofonii publicznej mają cechować się pluralizmem, bezstronnością, wyważeniem i niezależnością oraz innowacyjnością, wysoką jakością i integralnością przekazu.

Modele komunikacji

różne sposoby przesyłania komunikatów i informacji

w zależności od środowiska oraz liczby nadawców i odbiorców uczestniczących w tym procesie, np. jeden-do-wielu (model opisujący działanie radia lub telewizji), wielu-do-wielu (model działania społeczności sieciowych).

Monitor brajlowski

urządzenie wyświetlające za pomocą punktów dotykowych pismo Braille'a, czasami także znaki graficzne.

Monitoring wizyjny (CCTV)

system służący do zdalnego przekazywania obrazu, obejmujący jedną bądź wiele kamer. Wykorzystywany jest przez instytucje publiczne i podmioty prywatne do różnych celów (np. ochrony mienia czy walki z przestępczością). W niektórych krajach budzi spore kontrowersje ze względu na ingerencję w prywatność obserwowanych osób.

Monopol

czyjeś wyłączne prawo do czegoś.

Monopol autorski

prawo autora do kontrolowania tego, kto i jak wykorzystuje jego utwór.

Mowa nienawiści

wypowiadanie się w celu znieważenia jakiejś osoby czy grupy lub wzbudzenia niechęci wobec niej. Nawoływanie do przemocy jest typowe dla mowy nienawiści. Często przyczynia się do rozpowszechniania rozmaitych uprzedzeń i kłamliwych stereotypów.

Multimedia

media łączące kilka różnych form przekazu (np. tekst, obraz statyczny, dźwięk, film). Często pojęcie łączy się z interaktywnością.

Multipleks

pakiety programów telewizyjnych i radiofonicznych oraz usług dodatkowych nadawanych na jednym kanale częstotliwości.

Narracja

opowieść, opowiadanie; całość wypowiedzi zawierająca relację tego, który opowiada, opis akcji, komentarze i opisy.

Narracja cyfrowa

opowieść w formie multimedialnej. Jej autor przekazuje treść za pomocą połączenia różnych form przekazu, np. tekstu, animacji, dźwięku, obrazu, wideo. Może przybierać formę hipertekstu, prezentacji, filmu.

Narracja linearna opowieść zbudowana w porządku przyczynowo-skutkowym, ciągłym, chronologicznym.

Nawigacja (satelitarna)

określanie bieżącego położenia oraz optymalnej drogi do celu dla ludzi, statków, pojazdów lądowych i innych przemieszczających się obiektów za pomocą sygnałów radiowych wysyłanych przez sztuczne satelity Ziemi. Przykładem nawigacji satelitarnej jest GPS.

Netykieta

zwyczajowy zbiór zasad kulturalnego zachowania w internecie.

Nick (z ang. nickname: przezwisko, pseudonim)

podpis (niebędący imieniem i nazwiskiem) wykorzystywany przez użytkowników sieci.

Niepełnosprawność

obniżona sprawność funkcjonowania organizmu lub obniżony poziom rozwoju intelektualnego, które utrudniają sprawne funkcjonowanie w społeczeństwie.

Nieuczciwa konkurencja

działanie sprzeczne z prawem i dobrymi obyczajami mające na celu zagrożenie lub naruszenie interesów innego przedsiębiorcy. Czynami nieuczciwej konkurencji są w szczególności: wprowadzające w błąd oznaczenie przedsiębiorstwa, fałszywe lub oszukańcze oznaczenie pochodzenia geograficznego towarów albo usług, wprowadzające w błąd oznaczenie towarów lub usług, naruszenie tajemnicy przedsiębiorstwa, nakłanianie do rozwiązania lub niewykonania umowy, naśladownictwo produktów, pomawianie lub nieuczciwe zachwalanie, utrudnianie dostępu do rynku, przekupstwo osoby pełniącej funkcję publiczną, a także nieuczciwa lub zakazana reklama oraz organizowanie systemu sprzedaży lawinowej (art. 3 Ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji).

Nihilista

uważa, że prowadzenie rozmowy jest bezsensowne, skoro nie ma ona wpływu na rzeczywistość. Nihilisci często uznają niemożliwość przyjęcia jakichkolwiek podstaw moralnych, na których można byłoby się oprzeć. Postawa ta łączy się więc często ze sceptycyzmem.

Normy społeczne

wzory właściwego zachowania w różnych sytuacjach życia społecznego. Normy, jakim podlega dana osoba, są określane przez jej pozycję i rolę społeczną.

Normy w komunikacji

zwyczajowe reguły, które mają na celu zapewnienie nam swobody komunikowania się, ale też określają pewne obowiązki wobec osób, z którymi się komunikujemy.

NoScript

rozszerzenie do przeglądarek internetowych, automatycznie blokuje skrypty uruchamiane przez strony internetowe w przeglądarce.

Nośnik informacji

przedmiot fizyczny, na którym możliwe jest zapisanie informacji i z którego możliwe jest późniejsze odczytanie tej informacji, np. kartka papieru, kasetka magnetofonowa, karta pamięci.

Nowe media

nowe środki przekazu, które istotnie różnią się od swoich poprzedników. W odróżnieniu od tzw. mediów tradycyjnych (prasa drukowana, radio, telewizja), nowe media są interaktywne. Znoszą podział na odbiorcę i nadawcę treści: treści z ich pomocą może tworzyć każdy użytkownik. Działanie nowych mediów umożliwia internet.

Obiektywność informacji

brak naznaczenia informacji osobistym doświadczeniem autora jej przekazu, jego poglądami czy subiektywnym punktem widzenia. Całkowita obiektywność to sytuacja idealna, niemal nigdy niemożliwa do spełnienia.

Obowiązek informacyjny

obowiązek powiadomienia konsumenta o cechach towarów

lub podanie danych teleadresowych i informacji o stanie finansowym jednostki, dotyczy m.in. administratorów danych osobowych.

Ochrona wizerunku

wizerunek każdej osoby (czyli jej podobizna utrwalona na przykład na zdjęciu bądź filmie) podlega ochronie. Oznacza to, że nie może on być rozpowszechniany bez zgody danej osoby. Są jednak wyjątki. Rozpowszechnianie wizerunku bez zgody jest możliwe na przykład w przypadku:

- (1) osób powszechnie znanych, jeżeli wizerunek wykonano w związku z pełnieniem przez nie funkcji publicznych,
- (2) osób stanowiących jedynie szczegół całości takiej jak zgromadzenie, krajobraz, publiczna impreza,
- (3) osób, które otrzymały zapłatę za pozowanie, chyba że wyraźnie zastrzegły inaczej,
- (4) osób ściganych listem gończym.

Określnik w języku porządkowania informacji oznacza kategorię pomocniczą, dookreślającą hasło główne, w podziale elementów bazy danych. Pojawia się zawsze po hasle głównym.

Operator telekomunikacyjny

podmiot gospodarczy (przedsiębiorca) uprawniony do dostarczania publicznych sieci telekomunikacyjnych lub udogodnień towarzyszących.

Operatory logiczne

elementy umożliwiające działania na zbiorach, przydatne w formułowaniu zapytań wyszukiwawczych. Np. przy pomocy operatora AND dokonuje się połączenia dwóch elementów w jeden zbiór. Korzystanie z operatorów logicznych znacznie zwiększa skuteczność wyszukiwania. Najpopularniejszymi operatorami są: AND, OR, NOT.

Opłata audiowizualna

opłata na rzecz mediów publicznych, uiszczana przez wszystkie gospodarstwa domowe lub osoby, niezależnie od tego, czy posiadają one urządzenia umożliwiające odbiór programów radiowych lub telewizyjnych; obecnie opłata audiowizualna obowiązuje np. we Francji, Holandii, Niemczech czy Wielkiej Brytanii; w Polsce wprowadzenie opłaty audiowizualnej zapowiedziano na 1 stycznia 2017 r.

Organizacje pozarządowe

(inaczej: NGOs, z ang. non governmental organisations)

organizacje tworzone przez obywateli, niezwiązane finansowo i merytorycznie z władzą państwową. Działają na rzecz rozwiązywania problemów społecznych oraz na polach kultury, sztuki, nauki itp.

Osoba prawna

jednostka organizacyjna złożona z ludzi i środków materialnych, powołana do realizacji danego zadania. Posiada osobowość prawną, dzięki której może dokonywać czynności prawnych, np. podpisywać umowy.

Osobiste prawa autorskie

prawa niezbywalne chroniące więź twórcy z utworem. Jest to prawo do m.in. oznaczenia utworu swoim nazwiskiem lub pseudonimem, decydowania o tym, w jaki sposób jest po raz pierwszy rozpowszechniony, wykorzystywany i jakie zmiany mogą zostać wprowadzone w jego formie lub treści.

Osobiste prawa autorskie trwają wiecznie i nie można ich przekazać na rzecz innych osób.

Oświadczenie woli

pojęcie prawne. Uzewnętrznienie, przejaw woli lub zamiaru, które ma skutki prawne w postaci zawarcia umowy. Wola musi być wyrażona w sposób dostateczny.

Otwarte zasoby edukacyjne (OZE)

zasoby edukacyjne na wolnych licencjach (lub przeniesione do domeny publicznej), udostępniane za pośrednictwem dowolnych technologii informacyjno-telekomunikacyjnych.

OZZ

organizacja zbiorowego zarządzania prawami autorskimi i prawami pokrewnymi. OZZ -y zarządzają majątkowymi prawami autorskimi, głównie poprzez wydawanie licencji na korzystanie z utworów.

PageRank

algorytm będący podstawą indeksowania stron internetowych przez Google. Podstawą jego działania jest założenie, że tekst jest tym bardziej wartościowy, im częściej powołują się na niego inni użytkownicy. W praktyce oznacza to, że pierwsze miejsca w wynikach wyszukiwania zajmują te strony, do których linkuje najwięcej internautów.

Patent

prawo wyłączne udzielane przez Urząd Patentowy na wynalazek, który jest nowy, posiada poziom wynalazczy i nadaje się do przemysłowego stosowania.

Peer production

sposób tworzenia różnych dóbr, polegający na współpracy ochotników, którzy za pośrednictwem sieci pracują nad wspólnym dziełem. Wyniki takiej współpracy są zwykle dobrem wspólnym, udostępnianym w internecie. Przykładami peer production są m.in. booksprinty i hackatony.

Pełnotekstowa baza danych

zbiór dokumentów tekstowych udostępnianych on-line, zawierający dokumenty w całości.

Perswazja

przekonywanie kogoś do własnych racji.

PGP (skrót od ang. Pretty Good Privacy)

standard szyfrowania m.in. poczty elektronicznej.

Phishing (inaczej: spoofing)

wyłudzenie poufnych informacji osobistych (np. haseł lub szczegółów karty kredytowej) przez podszywanie się pod godną zaufania osobę lub instytucję, której te informacje są pilnie potrzebne (np. twój bank). Jest to rodzaj ataku opartego na inżynierii społecznej, tzn. wykorzystujący naszą nieuwagę, zaufanie do danej instytucji i często odruchowe działania.

Plagiat

skopiowanie utworu (lub jego części) innego autora i przedstawienie pod własnym nazwiskiem.

Pluralizm

sytuacja, w której różne grupy mają prawo wyrażać swoje interesy. Pluralizm zakłada poszanowanie narodowościowej i kulturowej różnorodności oraz uznanie równości poglądów.

To stan pokojowego współistnienia różnych opinii, religii, wartości, przekonań. W odniesieniu do świata mediów pluralizm oznacza wielość i różnorodność mediów rywalizujących ze sobą o uwagę odbiorcy.

Podcast internetowe audycje audio lub wideo, najczęściej tworzące serie.

Pola eksploatacji

sposób korzystania z utworu, np. wyświetlanie filmu lub drukowanie książki. Polskie prawo nie zawiera definicji pól eksploatacji, wymienia tylko ich przykłady takie jak: utrwalanie i zwielokrotnianie utworu, obrót oryginałem lub egzemplarzami, rozpowszechnianie utworu, publiczne wykonanie, wystawienie, wyświetlenie, odtworzenie oraz nadawanie i reemitowanie, a także publiczne udostępnianie utworu w taki sposób, aby każdy mógł mieć do niego dostęp w miejscu i w czasie przez siebie wybranym.

Polityka medialna

strategia określająca ramy prawne i regulacyjne działalności mediów; dotyczy treści przekazów medialnych, organizacji i funkcjonowania mediów oraz ich technicznej infrastruktury.

Polityka prywatności

dokument umieszczany na witrynie internetowej w celu poinformowania użytkowników o tym, jakie dane osobowe są o nich zbierane i jak będą wykorzystywane.

Połączenie https://

połączenie przeglądarki ze stroną internetową zapewniające szyfrowanie komunikacji, a tym samym znacznie utrudniające dostęp do treści osobom innym niż nadawca i odbiorca. Szyfrowanie niezbędne jest w bankowości elektronicznej i w innych sytuacjach, w których podajesz swoje prawdziwe dane. Korzystanie z połączenia https:// zaleca się każdorazowo przy logowaniu.

Poprawność polityczna

sposób publicznego wyrażania się, którego głównym celem jest zachowanie szacunku oraz tolerancji wobec osób o innych przekonaniach, religii, narodowości, orientacji seksualnej itd. Polega na unikaniu w dyskursie publicznym stosowania obraźliwych słów i zwrotów oraz zastępowaniu ich wyrażeniami bardziej neutralnymi. Obejmuje również samoograniczenie w posługiwaniu się symbolami i określeniami, które potencjalnie mogłyby naruszać uczucia niektórych grup społecznych.

Postać analogowa

tradycyjny zapis informacji, np. na taśmie filmowej, papierze, płycie winylowej. Postać cyfrowa umożliwia zapis za pośrednictwem kodu binarnego: zer i jedynek.

Potrzeba informacyjna

informacje wymagane przez danego użytkownika, niezbędne ze względu na cel i okoliczności jego działań. Potrzeba informacyjna prowadzi do rozpoczęcia wyszukiwania informacji.

Powszechna Deklaracja Praw Człowieka

zbiór praw człowieka i zasad ich stosowania uchwalony przez Zgromadzenie Ogólne ONZ w dniu 10 grudnia 1948 roku w Paryżu. Tekst Powszechnej Deklaracji Praw Człowieka ONZ

jest nienaruszalny i nie może podlegać zmianom i poprawkom. Składa się z preambuły i trzydziestu artykułów, wymienia podstawowe prawa jednostki i wyznacza zasadę ich poszanowania przez prawo. Podstawowe prawa człowieka i ich zasady to: równość wszystkich ludzi pod względem godności i praw, zakaz różnicowania ludzi pod względem „rasy, koloru skóry, płci, języka, wyznania, poglądów politycznych i innych, narodowości, pochodzenia społecznego, majątku, urodzenia lub jakiegokolwiek innego stanu”, prawo do życia, prawo do osobowości prawnej, prawo do sądu, prawo do życia osobistego i rodzinnego, prawo wyboru miejsca zamieszkania, prawo do obywatelstwa, zasada równości kobiet i mężczyzn, prawo do własności, wolność myśli, sumienia, wyznania, zgromadzeń i stowarzyszania się, uczestnictwa w życiu politycznym i społecznym, prawo do pracy, wypoczynku, dostępu do nauki, zdrowia, kultury.

Pozycjonowanie stron

działania mające na celu osiągnięcie jak najwyższej pozycji w wynikach wyszukiwarek internetowych.

PR (ang. public relations)

kształtowanie, budowanie i utrzymywanie dobrych stosunków danego podmiotu (firmy, osoby publicznej itp.) z otoczeniem.

Prawa człowieka

zespół praw i wolności, które przysługują każdemu, bez względu na płeć, rasę, język, wyznanie, przekonania polityczne, pochodzenie narodowe i społeczne, majątek itp.

Prawa dziecka

zespół praw i wolności, które przysługują każdemu dziecku bez względu na płeć, rasę, język, pochodzenie narodowe i społeczne itp. Do praw dziecka należy m.in. prawo do wychowywania się w rodzinie, adopcji, dostępu do informacji, prywatności.

Prawa pokrewne

powiązane z prawem autorskim, to m.in. prawa do artystycznych wykonań, prawa do fonogramów i wideogramów, prawa do nadań programów, prawa do pierwszych wydań, prawa do wydań naukowych i krytycznych. Prawa pokrewne chronią głównie interesy podmiotów, dzięki którym utwory są rozpowszechniane, np. wykonawców utworów, producentów fonogramów. Są ograniczone czasowo, czyli wygasają z upływem 50 lat (w przypadku artystycznych wykonań, fonogramów, wideogramów i nadań programów), 25 lat (od pierwszej publikacji lub rozpowszechnienia) i 30 lat (od pierwszej publikacji wydań naukowych i krytycznych).

Premium (usługa)

usługa o podwyższonej płatności np. SMS. Wiadomości SMS Premium to najczęściej ciąg czterech lub pięciu cyfr zaczynający się od cyfry siedem lub dziewięć. Kolejne cyfry informują o koszcie wysyłanej wiadomości SMS.

Profilowanie

oparty na określonych algorytmach mechanizm, który służy kategoryzowaniu ludzi według ich cech, zachowań, preferencji. Jest stosowany m.in. w marketingu internetowym w celu prezentowania reklam dopasowanych jak najściślej do potrzeb określonych użytkowników i użytkowników sieci,

w branży bankowej i ubezpieczeniowej w celu oceny klienta, a także przez państwo w celu zwiększenia bezpieczeństwa (np. No Fly List w USA).

Protokół HTTP (ang. Hypertext Transfer Protocol)

jeden z podstawowych protokołów (tj. reguł postępowania i kroków podejmowanych przez urządzenie w celu nawiązania łączności i wymiany danych) internetu, odpowiadający np. za ładowanie stron internetowych.

Protokół HTTPS (ang. Hypertext Transfer Protocol Secure)

rozszerzenie protokołu HTTP. Umożliwia przesyłanie w sieci zaszyfrowanych informacji, dzięki czemu dostęp do treści mają jedynie nadawca oraz odbiorca komunikatu.

Prywatność

sfera życia człowieka, w którą nie należy wkraczać bez pozwolenia. Ma ona swój aspekt cielesny, terytorialny, informacyjny i komunikacyjny. Prywatność jest chroniona przez prawo (m.in. przez Konstytucję RP i akty prawa międzynarodowego). Ograniczenie prawa do prywatności możliwe jest tylko w określonych sytuacjach (na przykład ze względu na bezpieczeństwo publiczne czy ochronę zdrowia).

Przeglądarka internetowa

program służący do pobierania i wyświetlania zawartości plików pobieranych z serwerów, czyli wyświetlania stron internetowych i plików multimedialnych. Współczesne przeglądarki mają możliwość komunikowania za pomocą wielu różnych protokołów, np. poczty e-mail, dzięki czemu mogą służyć rozbudowanym zadaniom. W systemie Windows domyślną przeglądarką jest Internet Explorer lub Microsoft Edge, w systemie Linuks najczęściej jest to Mozilla Firefox. Dodatkowo przeglądarki takie jak Mozilla Firefox, Opera oraz Chrome obsługują dodatkowe wtyczki, czyli małe programy rozbudowujące ich funkcjonalności, np. z zakresu bezpieczeństwa.

Przekaz handlowy

każdy mający służyć bezpośrednio lub pośrednio promocji towarów, usług lub renomy podmiotu prowadzącego działalność gospodarczą lub zawodową, towarzyszący audycji lub włączony do niej, w zamian za opłatę lub podobne wynagrodzenie, albo w celach autopromocji, w szczególności reklama, sponsorowanie, telesprzedaż i lokowanie produktu.

Przetwarzanie danych osobowych

wykonywanie jakichkolwiek operacji na danych osobowych, takich jak np. zbieranie, utrwalanie, przechowywanie, opracowywanie, zmienianie, udostępnianie i usuwanie, zwłaszcza gdy odbywa się w systemach informatycznych.

Przypis

objaśnienie lub uzupełnienie umieszczone na dole strony, na końcu rozdziału lub dzieła. Często zawiera informacje na temat miejsca publikacji cytatów.

Publikacja elektroniczna

dokument, muzyka itp. utworzone z wykorzystaniem techniki multimedialnej oraz hipertekstu i rozpowszechniane za pomocą mediów informatycznych (w tym w internecie). Do publikacji elektronicznych zaliczają się zarówno dokumenty elektroniczne, jak i skomplikowane wydawnictwa, takie jak gry komputerowe.

Ratyfikacja

formalne wyrażenie zgody przez uprawniony organ państwowy na związanie się przez państwo umową międzynarodową. W Polsce ratyfikacji dokonuje Prezydent RP, niekiedy wymaga ona wcześniejszej zgody parlamentu. W praktyce ratyfikacja oznacza wprowadzenie danej umowy międzynarodowej do krajowego porządku prawnego.

Regulacja mediów

nadzór i kontrola działalności przedsiębiorstw medialnych; np. w na rynku mediów w Polsce regulacją treści w radiofonii i telewizji zajmuje się KRRiT, kwestiami gospodarki częstotliwościami UKE, a kwestiami konkurencji UOKiK.

Reklama

informacja połączona z komunikatem perswazyjnym. Zazwyczaj ma na celu skłonienie do nabycia lub korzystania z określonych towarów czy usług, popierania określonych spraw lub idei.

Reklama podprogowa

reklama, która jest postrzegana nieświadomie. Informacje reklamowe są częścią innego przekazu i trwają zbyt krótko, aby mózg mógł je świadomie zarejestrować.

Reklama porównawcza

bezpośrednie porównanie produktów i wskazanie na jeden z nich jako lepszy od drugiego. Zazwyczaj traktowana jako czyn nieuczciwej konkurencji.

Reklama wiązana (ang. power content)

wiązanie treści reklam z treścią informacji, z którą zapoznaje się użytkownik, np. AdWords. Często przybiera formę artykułu i nie jest wyraźnie oznaczona jako reklama. Są to także sondy czy tzw. feedy z mediów społecznościowych.

Relatywista

pokazuje zależność pomiędzy słusznością danego stanowiska a odniesieniem do konkretnej kultury lub społeczności. Relatywiści walczą z dogmatyzmem, w przeciwieństwie jednak do sceptyków popierają często rozwiązania według nich najlepsze w danej sytuacji.

Remiks

utwór, w którym wykorzystano i połączono elementy różnych innych dzieł. Dzięki nowemu kontekstowi zmieniają one swoje znaczenie. Pierwotnie termin „remiks” odnosił się tylko do utworów muzycznych i oznaczał zmianę aranżacji piosenki, połączenie jej pierwotnej wersji z innymi elementami dźwiękowymi.

Retencja danych telekomunikacyjnych

obowiązkowe, systematyczne zatrzymywanie informacji o szczegółach wszystkich rodzajów połączeń elektronicznych w celach związanych z bezpieczeństwem publicznym. Operatorzy sieci i dostawcy usług telekomunikacyjnych muszą przechowywać wszystkie informacje niezbędne do ustalenia kto, kiedy, gdzie, z kim i w jaki sposób się połączył lub próbował połączyć.

RFID (ang. Radio-frequency identification)

technika, która wykorzystuje fale radiowe do przesyłania danych na odległość. Używana jest w różnego rodzaju narzędziach działających bezstykowo (np. kartach PayPass).

Rozpowszechniać

czynić coś ogólnie znanym. Decyzja o pierwszym rozpowszechnieniu utworu jest jednym z osobistych praw autora. Rozpowszechnienie utworu może polegać na udostępnieniu utworu w internecie, przekazaniu rękopisu wydawnictwu lub wykonaniu utworu.

Rozszerzenie (inaczej: wtyczka)

dodatkowy moduł do programu komputerowego, który rozszerza jego możliwości. Stosowanie wtyczek jest coraz częstszym zabiegiem wśród twórców programów, a zwłaszcza tych tworzących otwarte oprogramowanie. Zaletą takiego rozwiązania jest to, że użytkownicy mogą wybierać pomiędzy funkcjami, które chcą mieć w programie, a których nie. Poza tym odciąża to autora od pisania całego kodu programu, a zrzuca część tego obowiązku na zewnętrznych programistów. Najpopularniejszymi programami oferującymi wtyczki są przeglądarki internetowe oraz programy pocztowe, np. Mozilla Firefox i Mozilla Thunderbird. W obu przypadkach dzięki wtyczkom można znacząco zwiększyć poziom bezpieczeństwa i prywatności komunikacji.

Savoir-vivre (z fr. „wiedzieć, jak żyć”)

zasady właściwego zachowania się w towarzystwie. Niegdyś (do pierwszej połowy XX wieku) były one dużo bardziej restrykcyjne; ich przestrzeganie było konieczne w wyższych sferach społecznych. Dziś są dobrymi wskazówkami na drodze do eleganckiego i kulturalnego sposobu bycia.

Sceptyk

dąży do podważania każdego pewnego stanowiska. Często robi to poprzez ujawnienie założeń, których przyjmowanie nie jest wcale oczywiste.

Sieciowy edytor tekstu

edytor tekstu działający w internecie; pliki przechowywane są na serwerach dostawcy danej usługi; obecnie najpopularniejszym sieciowym edytorem tekstu jest Google Docs, jego otwartą alternatywą jest np. Pad.

Skrypt

prosty program uruchamiany przez stronę internetową. Skrypty są zwykle używane do tworzenia animowanych menu i innych udogodnień, ale bywają też wykorzystywane do śledzenia internautów. Zdarza się, że zawierają złośliwy kod, który wykorzystuje luki w programie przeglądarki do infekowania komputerów użytkowników.

Słowo kluczowe

termin oddający jak najkrócej i jak najściślej zawartość dokumentu.

Spam

niechciane, niepotrzebne, niezamówione wiadomości elektroniczne. Zwykle wysyłane za pośrednictwem e-maila i dużych serwisów społecznościowych. Spam ma najczęściej (ale nie zawsze) charakter reklamowy.

Sponsorowanie

każdy wkład w finansowanie usługi medialnej lub audycji, przez podmiot, który nie dostarcza usług medialnych i nie produkuje audycji, w celu promocji jego nazwy, firmy, renomy, działalności, towaru lub usługi, znaku towarowego.

Sprostowanie

oficjalne zaprzeczenie, wyjaśnienie wiadomości nieprawdziwej i/lub nieścisłej, która dostała się do wiadomości publicznej.

Sprzedaż w pakiecie

dostępna okresowo (np. tylko przez tydzień) sprzedaż pakietów gier, e-booków, albumów muzycznych itp.; nabywca sam decyduje, ile zapłaci za dany pakiet, zaś sprzedawca może podawać progi cenowe lub premiować zakup za cenę wyższą niż średnia dodatkowym produktem; w taki sposób działa np. Humble Bundle lub BookRage.

Stereotyp

nacechowany emocjonalnie, uproszczony obraz jakiegoś zjawiska. Jest tworzony na podstawie pewnych fałszywych przekonań i uogólnień. Bardzo często dotyczy określonych grup społecznych, zwłaszcza narodowości. Przykładem funkcjonowania stereotypów są żarty o blondynkach.

Strategia informacyjna

świadomie wykorzystywana metoda wyszukiwania i wykorzystywania informacji.

Strony wiki

typ serwisu internetowego, w którym treść można tworzyć i zmieniać za pomocą przeglądarki internetowej. Strony wiki są przede wszystkim wykorzystywane do pracy nad projektami grupowymi.

Sygnalista (inaczej: whistleblower)

ten, który bije na alarm. Osoba informująca opinię publiczną o nieprawidłowościach (etycznych, finansowych) w swoim miejscu pracy (może to być jednostka budżetowa, prywatna firma itp.). Sygnalistą jest np. Edward Snowden, były pracownik firm świadczących usługi kontraktowe dla amerykańskiej Agencji Bezpieczeństwa Narodowego (ang. National Security Agency, NSA), który w 2013 r. ujawnił tajne dokumenty tej instytucji. W wyniku tego wycieku w prasie opublikowano m.in. informacje o PRISM, programie inwigilacji prowadzonym przez NSA i polegającym na monitorowaniu na dużą skalę kont poczty elektronicznej, połączeń telefonicznych, informacji z serwisów społecznościowych itd.

Syntezytor mowy urządzenie zamieniające tekst pisany na wypowiedź dźwiękową.

System Informacji Oświatowej (SIO)

system baz danych, w których zbierane są informacje na temat uczniów i uczniów, nauczycielek i nauczycieli, szkół i placówek oświatowych oraz innych jednostek wykonujących zadania z zakresu oświaty. Na poziomie ministerstwa gromadzone są dane identyfikacyjne uczniów i uczennic, takie jak PESEL czy miejsce zamieszkania, oraz długa lista innych danych, zbieranych przez całą ścieżkę edukacyjną: od przedszkola do liceum.

System oligopolistyczny

sytuacja, w której na rynku występuje tylko kilka dużych przedsiębiorstw. Powoduje to słabą konkurencję oraz monopolizację.

System operacyjny

oprogramowanie zarządzające systemem komputerowym,

tworzące środowisko do uruchamiania i kontroli zadań użytkownika. W celu uruchamiania i kontroli zadań użytkownika system operacyjny zajmuje się: planowaniem oraz przydzieleniem czasu procesora poszczególnym zadaniom, kontrolą i przydzieleniem pamięci operacyjnej dla uruchomionych zadań, dostarczaniem mechanizmów do synchronizacji zadań i komunikacji pomiędzy zadaniami, obsługą sprzętu oraz zapewnianiem równoległe wykonywanym zadaniom jednolitego, wolnego od interferencji dostępu do sprzętu. Dodatkowe przykładowe zadania, którymi może, ale nie musi, zajmować się system operacyjny to ustalanie połączeń sieciowych i zarządzanie plikami.

System smart tv

system łączący tradycyjną telewizję (usługi linearne) z usługami dostępnymi przez internet (usługi nielinearne, np. Video on Demand).

system zarządzania treścią

(ang. content management system, CMS)

aplikacja internetowa pozwalająca na łatwe utworzenie serwisu WWW oraz jego późniejszą aktualizację i rozbudowę.

„Szary internet”

strony zawierające pełnotekstowe bazy danych i książki elektroniczne, udostępniane przez biblioteki cyfrowe. Zasoby te można przeszukiwać korzystając ze specjalistycznych serwisów np. strona Federacji Bibliotek Cyfrowych. Są one niedostępne w wyszukiwarkach Google i Yahoo.

Sztuczny język

język specjalnie stworzony przez człowieka w jakimś celu. Istnieje wiele typów języków sztucznych, np. języki pomocnicze, jak esperanto, ułatwiające porozumienie między różnojęzycznymi osobami czy języki programowania, które są podstawą wydawania komend informatycznych. Każdy język ma swój słownik (czyli zbiór elementów znaczących) oraz gramatykę (reguły łączenia elementów w sensowne frazy).

Szyderca

zabiera głos tylko po to, aby wyśmiać dane stanowisko lub jego przedstawiciela.

Szyfrowanie poczty elektronicznej

metody szyfrowania treści komunikacji e-mail tak, by odczytać ją mogli tylko nadawca i adresaci.

Środki masowego przekazu

środki społecznego komunikowania i przekazywania informacji o szerokim zasięgu, czyli prasa, radio, telewizja, internet, a w szerszym znaczeniu także książka, film, plakat, kino. Urządzenia, za pomocą których kieruje się pewne treści do bardzo licznej i zróżnicowanej publiczności. Środki masowego przekazu to element kultury masowej.

Tabloid (inaczej: brukowiec, bulwarówka)

typ gazety, najczęściej dziennika. Skierowany jest do szerokiej rzeszy mało wykształconej ludności, dlatego też zawarte w nim informacje przesycone są tanią sensacją. Artykuły w tabloidach odwołują się do emocji, prowokują, nieradko przekraczają normy dziennikarskie. Zdarza się, że opisują fikcyjne historie. Zawierają dużo zdjęć, a mało tekstu. Tabu to, co jest zakazane lub to, o czym nie wolno mówić. Tabu pełni bardzo istotną rolę w każdym społeczeństwie,

ponieważ poprzez zaprzeczenie wyznacza najbardziej pierwotne świętości czy kluczowe wartości.

Tag

znak lub słowo kluczowe przypisane do określonego fragmentu informacji, na przykład tekstu lub pliku multimedialnego. Tagi są powszechnie stosowane w bazach danych oraz przy opisywaniu informacji tekstowej.

Tajemnica lekarska

zasada, według której lekarz nie może nikomu przekazać informacji na temat stanu zdrowia pacjenta bez jego zgody.

Technologia peer2peer (P2P)

model komunikacji w sieci komputerowej, który zapewnia każdemu użytkownikowi takie same prawa (w przeciwieństwie do modelu klient-serwer, w którym klient musi polegać na serwerze). W sieciach P2P każdy komputer może jednocześnie pełnić zarówno funkcję klienta, jak i serwera. Cała komunikacja odbywa się bez pośrednictwa centralnego serwera, co zapewnia jej elastyczność i brak ograniczeń dla nowych użytkowników przed przyłączeniem się. Najpopularniejszymi systemami opartymi o model P2P są sieci wymiany plików takie jak BitTorrent oraz komunikatory, np. Skype.

Tekst kultury

każdy wytwór człowieka, który jest uporządkowany wedle określonych reguł, np. dzieła sztuki (obrazy, filmy czy książki), ale też np. ubrania. Nawet zwyczajowe zachowania (np. podanie ręki przy przywitaniu) są tekstami kultury. Tekstem kultury jest wszystko, co zostało stworzone, aby przekazać pewien sens.

Telesprzedż

przekaz handlowy zawierający bezpośrednią ofertę sprzedaży towarów lub odpłatnego świadczenia usług.

TOR (ang. The Onion Router)

specjalne oprogramowanie, które pomaga ukryć lokalizację (adres IP) oraz zapewnić poufność komunikacji w sieci.

Translator program tłumaczeniowy.

Transmisja strumieniowa (inaczej: streaming)

transmisja treści audio lub wideo przez internet w sposób ciągły; użytkownik albo odbiera strumień równocześnie z innymi użytkownikami (internetowy odpowiednik radia lub telewizji), albo wybiera audycję lub pokaz wideo, a także czas odbioru (odpowiednik Video-on-demand).

Trollowanie (inaczej: trolling)

ośmieszanie lub obrażanie rozmówców w internecie poprzez wysyłanie napastliwych, nieuprzejmych i często nieprawdziwych przekazów. Osobę trollującą nazywamy trollem. Trolle stosują różne techniki mające na celu zirytowanie innych i wywołanie jałowej kłótni.

Try before buy (ang. „wypróbuj, zanim kupisz”),

możliwość darmowego testowania produktu lub usługi oferowana przez sprzedawcę.

Tryb prywatny (inaczej: incognito)

sposób działania przeglądarki internetowej, który zapewnia wykasowanie wszystkich danych zapisanych podczas przeglądania (historia, ciasteczka) po zamknięciu przeglądarki (lub po wyłączeniu trybu prywatnego).

Uczestnictwo w kulturze

kontakt z wytworami kultury i dziełami oraz używanie ich.

Umowa

porozumienie dwóch lub więcej stron mające na celu ustalenie wzajemnych obowiązków i praw.

Uprawnienie (aplikacji mobilnej)

dostęp do informacji i funkcji urządzenia mobilnego oraz możliwość wykonywania określonych czynności (np. zmiany wpisu w kalendarzu).

Urząd Komunikacji Elektronicznej

jeden z regulatorów rynku mediów; do jego zadań należy m.in. zarządzanie częstotliwościami, na których są nadawane programy radiowe i telewizyjne.

Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów

urząd administracji kształtowanie polityki antymonopolowej publicznej. Odpowiada za oraz ochronę praw konsumentów.

Utwór

każdy przejaw działalności twórczej o indywidualnym charakterze, ustalony w jakiegokolwiek postaci, niezależnie od wartości, przeznaczenia i sposobu wyrażenia (art. 1 p. 1 Ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych).

Utwór zależny

opracowanie cudzego utworu. Ma w sobie jakiś twórczy wkład nowego autora, ale korzysta też z elementów utworu oryginalnego (macierzystego), np. adaptacja, tłumaczenie, remiks czy przeróbka.

Uzależnienie

nabyta silna potrzeba wykonywania jakiejś czynności lub zażywania jakiejś substancji. Może odnosić się do nadużywania narkotyków, leków, alkoholu, papierosów, jak również gier hazardowych, korzystania z internetu czy oglądania telewizji.

Uzależnienie od internetu

zespół uzależnienia od internetu (ZUI; ang. Internet Addiction Disorder, IAD): syndrom uzależnienia się użytkownika internetu od wielogodzinnego obcowania z tym środowiskiem. ZUI nie jest jeszcze uznaną jednostką chorobową, choć zwraca nań uwagę wielu psychiatrów.

Uznanie autorstwa

informacja o autorze utworu, warunek konieczny przy wykorzystaniu czyjogoś utworu, np. cytacie lub remiksie. Zawsze należy zamieścić informację, czyj utwór wykorzystujemy.

Videocast (ang. Video-On-Demand broadCAST)

internetowe nagrania wideo, najczęściej tworzące serie; vodcast uznaje się czasem za typ -> podcastu.

Wady oświadczeń woli

okoliczności mające negatywny wpływ na ważność oświadczenia woli. Należą do nich: brak świadomości lub swobody powzięcia decyzji i wyrażenia woli, pozorność (zmylenie osób trzecich), wprowadzenie w błąd i podstęp oraz groźba.

WCAG

wytyczne dotyczące dostępności treści internetowych; zbiór wskazówek, które pomagają uniknąć błędów w tworzeniu treści na stronach WWW, tak aby były one dostępne dla

wszystkich użytkowników (w tym osób niepełnosprawnych np. niewidomych czy niedowidzących); na mocy rozporządzenia Rady Ministrów podmioty realizujące zadania publiczne zobowiązane są do dostosowania swoich serwisów internetowych do standardu WCAG (serwisy istniejące przed rozporządzeniem muszą to zrobić do 2015 r.).

Weryfikacja informacji

sprawdzenie prawdziwości informacji.

Wiarygodność informacji

stopień, w jakim informacja jest godna zaufania.

Wielka Szóstka (ang. Big6Skills)

najbardziej znany model działań, jakie trzeba podjąć, aby skutecznie wyszukiwać i korzystać z informacji.

Wizerunek

sposób, w jaki ktoś postrzega sam siebie lub jak widzą go inne osoby.

Wolne i otwarte oprogramowanie

program, którego cały kod jest dostępny dla każdego do analizy. Znacznie utrudnia to wykorzystanie programu na niekorzyść użytkowników. Społeczność tworząca wolne oprogramowanie kładzie duży nacisk na standardowe formaty, ułatwiając przenoszenie danych między programami oraz społecznościowe rozwiązywanie problemów z programami, np. szybkie reakcje na wykryte luki w bezpieczeństwie.

Wolne licencje

licencje, które odpowiadają definicji Wolnych Dóbr Kultury i respektują prawa użytkowników, czyli zezwalają na korzystanie, rozpowszechnianie, modyfikowanie oraz rozpowszechnianie modyfikacji utworu.

Wolności i prawa konstytucyjne

uprawnienia przysługujące obywatelom danego państwa. Wyróżniamy wolności i prawa osobiste, wolności i prawa polityczne oraz wolności i prawa ekonomiczne, socjalne i kulturalne.

Wolność słowa

prawo do publicznego wyrażania własnego zdania oraz poglądów, a także poszanowania ich przez innych. Wolność słowa jest jedną z podstawowych wartości społeczeństwa demokratycznego. Nie jest ona jednak pozbawiona ograniczeń, np. w zakresie publicznego obrażania innych lub propagowania ideologii totalitarnych.

Wydawca osoba lub instytucja finansująca i organizująca produkcję audycji.

Wyszukiwanie zaawansowane

zestaw narzędzi, pozwalający na zawężanie obszaru wyszukiwania. Dzięki temu możemy uzyskać lepsze wyniki, łatwiej znajdujemy przydatne materiały. Opcje wyszukiwania zaawansowanego ułatwiają korzystanie z operatorów logicznych.

Wyszukiwarka internetowa

program lub strona internetowa realizująca odnajdywanie w internecie informacji według podanych przez użytkownika słów kluczowych lub wyrażen sformułowanych w języku naturalnym.

Zakup w chmurze

możliwość odpłatnego korzystania z usługi (np. gry lub bazy danych), bez konieczności kupowania sprzętu lub oprogramowania: dane przechowywane są na serwerze dostawcy usługi.

Zapytanie informacyjno-wyszukiawcze

słowa i terminy, które są wpisywane przez użytkownika do systemu wyszukiwawczego, np. do wyszukiwarki internetowej czy bibliotecznego katalogu elektronicznego. W formułowaniu zapytań pomocne może być stosowanie operatorów logicznych lub fraz.

Zaśmiecanie sieci

niepotrzebne umieszczanie w internecie treści, które już się tam znajdują albo materiałów nieposiadających żadnej wartości.

Znak towarowy

oznaczenie graficzne, w szczególności wyraz, rysunek, ornament, kompozycja kolorystyczna, forma przestrzenna, w tym forma towaru lub opakowania, a także melodia lub inny sygnał dźwiękowy, które pozwala na odróżnienie towarów jednego przedsiębiorstwa od towarów innego przedsiębiorstwa.

Znaki diakrytyczne

znaki graficzne (kropki, kreski, daszki, ogonki, kółeczka, akcenty itp.) w alfabetych umieszczane nad i pod literami.

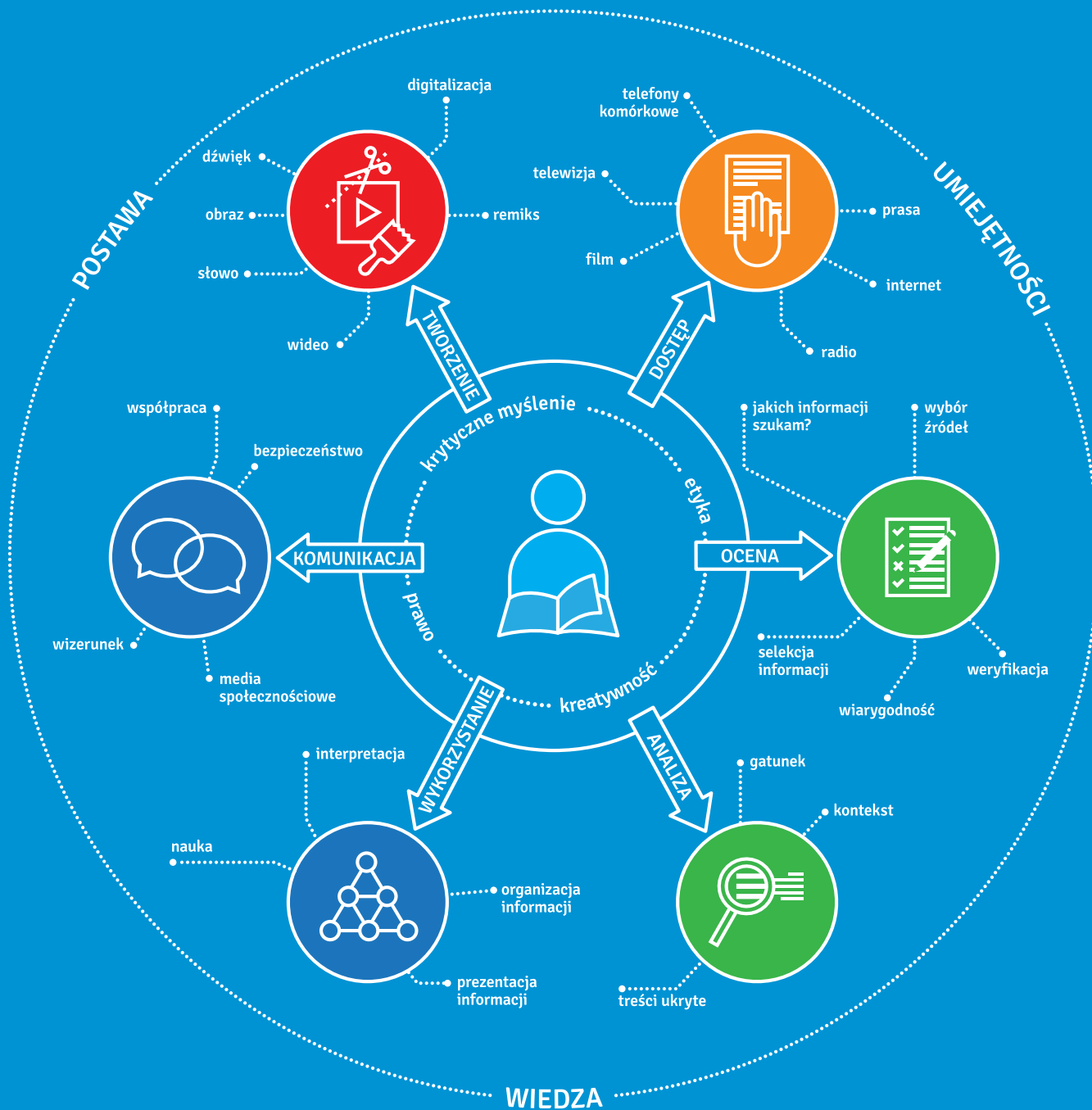
Znieważenie

ublizanie komuś, często przy użyciu obelżywego, wulgarnego słownictwa, obraźliwych epitetów czy inne zachowanie (gest, rysunek itp.) wobec drugiej osoby wyrażające pogardę dla godności drugiego człowieka (art. 216 Kodeksu karnego).

Źródło informacji

obiekt przekazujący informacje. Źródła informacji mogą być drukowane (np. książki, mapy), elektroniczne (strony WWW, blogi, fora internetowe) lub osobowe (inne osoby, od których możemy się czegoś dowiedzieć). Do każdego źródła należy odnosić się krytycznie, badać jego wiarygodność.

Czym są kompetencje medialne?



Kompetencje medialne to nie tylko sprawne posługiwanie się nowymi technologiami. To umiejętność selekcji, krytycznej analizy i twórczego wykorzystania informacji. Bycie świadomym użytkownikiem mediów pomaga nam rozwiązywać problemy, podejmować decyzje, a także uczestniczyć w kulturze i życiu społecznym.

Edukacja medialna może być prowadzona przez szkoły, instytucje kultury czy organizacje pozarządowe. Ważną rolę w rozwoju kompetencji medialnych odgrywają również rodzina i media. Środowisko informacyjne zmienia się bardzo szybko, dlatego kompetencje medialne musimy doskonalić przez całe życie. Są one równie ważne dla dzieci, młodzieży, jak i dorosłych.

Fundacja Nowoczesna Polska buduje zestaw Otwartych Zasobów Edukacyjnych do prowadzenia edukacji medialnej. Wierzymy, że kompetencje medialne i dostęp do wolnych zasobów wiedzy przyczynią się do rozwoju społeczeństwa obywatelskiego, opartego na zasadach wolności słowa i swobody komunikacji.

Jak skutecznie szukać informacji?



Co ważnego wydarzyło się na świecie w ostatnim tygodniu? Na co pójść do kina? Jak najszybciej dojechać na dworzec? Na kogo zagłosować w wyborach? Umiejętność znalezienia i oceny informacji ma wpływ na nasze codzienne działania i decyzje.

Każde zadanie wymagające pracy z informacją można zrealizować w 6 krokach. Model ten jest nazywany Wielką Szóstką (ang. Big6 Skills).

edukacjamedialna.edu.pl

PROJEKT



ORGANIZATOR



LICENCJA



FINANSOWANIE



Twój wizerunek w sieci

Wszystko, co robisz w internecie składa się na Twój wizerunek.
Pamiętaj, że to, co zamieszczasz w sieci może tam zostać na zawsze!



Dobierz kanał komunikacji do sytuacji i celu wypowiedzi

Dostosuj formę wypowiedzi do wybranego środka komunikacji. Inaczej pisz maile, a inaczej wiadomości na czacie

Nie zapominaj o ortografii i interpunkcji. Stosuj formy grzecznościowe – wcale nie są przestarzałe

Staraj się trafnie formułować tematy maili. Odbiorca będzie od razu wiedział, czego dotyczy

Nie nadużywaj wielkich liter. Wypowiedź zapisana wielkimi literami jest odbierana jako wykrzyczana

edukacjamedialna.edu.pl

PROJEKT



ORGANIZATOR



LICENCJA



FINANSOWANIE



Jak rozumieć język mediów?

Aby z powodzeniem tworzyć i odbierać przekazy medialne,
musisz nauczyć się ich języka

Tworząc przekaz, określ jego cel i grupę odbiorców.
Wpłyne to na treść i formę wypowiedzi.
Jakie wybierzesz medium? Jakich użyjesz środków
wyrazu, gatunków, konwencji?
Do jakich utworów się odwołasz?



Jeśli jesteś odbiorcą przekazu, analiza tych
elementów pozwoli Ci dotrzeć do ukrytych
treści, zrozumieć funkcję przekazu i jego cel

edukacjamedialna.edu.pl

PROJEKT



ORGANIZATOR



LICENCJA



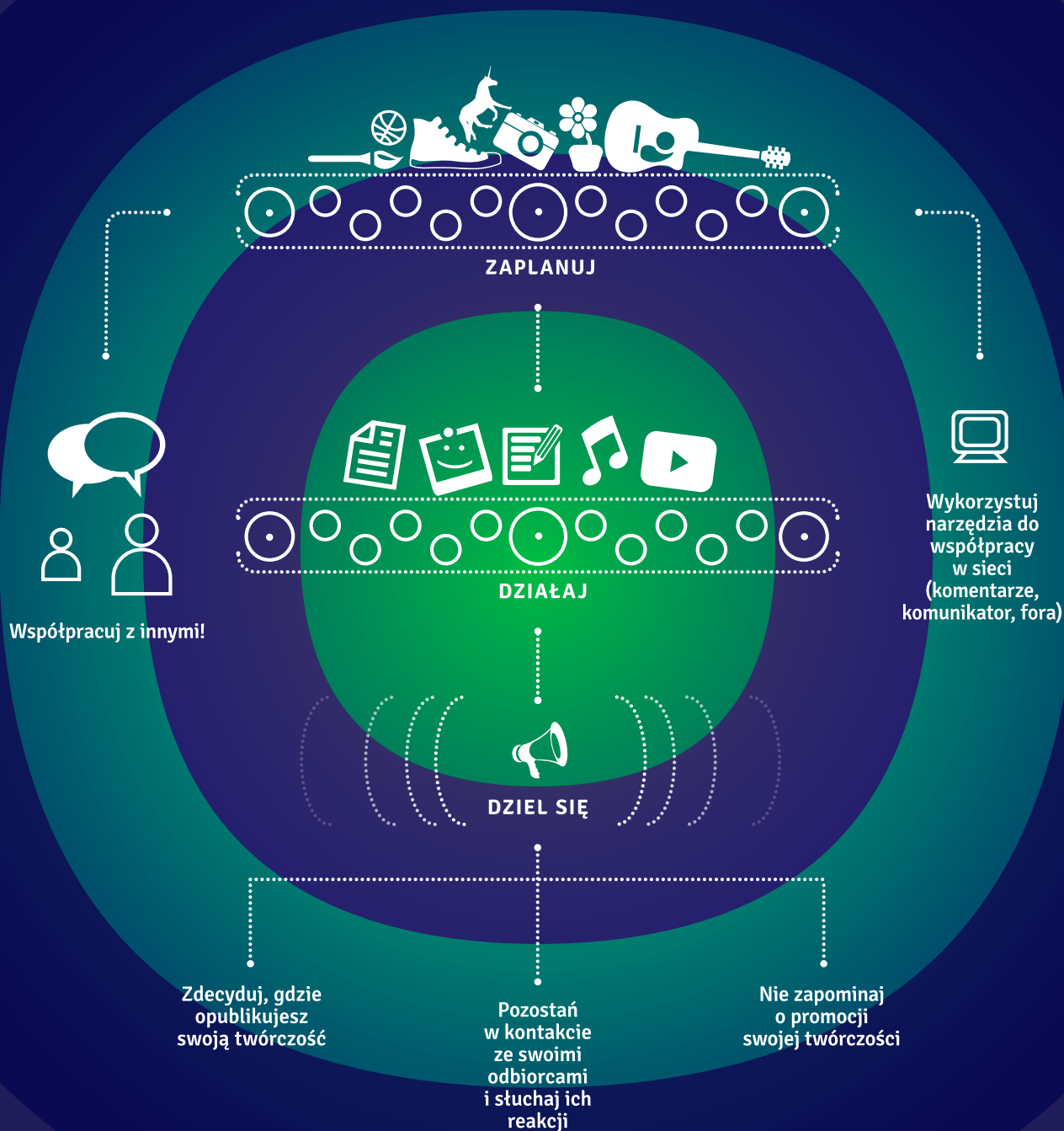
FINANSOWANIE



Stowarzyszenie Autorów
ZAiKS

Twoja twórczość w sieci

W sieci możesz wyrazić się twórczo na wiele sposobów.
Szkola, hobby, muzyka, historia, film, sport – to wszystko może być Twoją inspiracją!



edukacjamedialna.edu.pl

PROJEKT



ORGANIZATOR



LICENCJA



FINANSOWANIE



Wartości w mediach

Media to przestrzeń walczących słów.
Zderzają się tam różne wartości i poglądy



Korzystając z mediów
bądźmy czujni i krytyczni,
bo komunikaty mają często
dodatkowy sens.

Media kreują sposoby
nazywania, opisywania
i postrzegania zjawisk.
Często jest to źródłem
dyskusji i sporów.

Poza „bańką informacyjną”
istnieje bogactwo
treści, które do nas
nie docierają.

Mowa nienawiści ma moc
krzywdzenia ludzi. Bądźmy
odpowiedzialni za to, co
mówimy i robimy.

edukacjamedialna.edu.pl

PROJEKT



ORGANIZATOR



LICENCJA



FINANSOWANIE



Trust for Civil Society
in Central and Eastern Europe



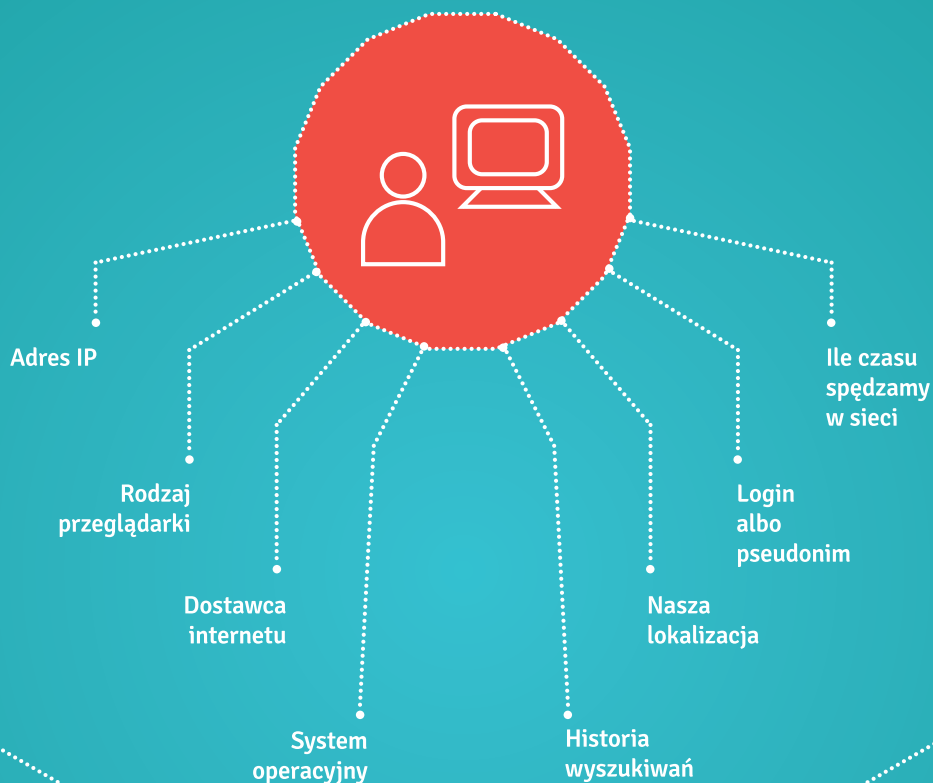
POLSKI INSTYTUT STRATEGII I WNIOSÓW

Stowarzyszenie Autorów

ZAiKS

Jak bezpiecznie korzystać z sieci?

Korzystając z sieci nie jesteśmy całkiem anonimowi. Przy każdym logowaniu się do serwisu czy skorzystaniu z wyszukiwarki zostawiamy w sieci swoje dane



Zawsze po pracy wyloguj się

LOG OUT

Korzystaj z bezpiecznego łącza https://

HTTPS://POCZTA.PL



W kawiarni internetowej i publicznej pracowni stosuj tryb prywatny w przeglądarce

Ustawiaj silne hasła. To proste: im dłuższe hasło, tym lepsze

Nie podawaj swoich danych bez potrzeby

.....?

edukacjamedialna.edu.pl

PROJEKT



ORGANIZATOR



LICENCJA



FINANSOWANIE



Trust for Civil Society in Central and Eastern Europe



POLSKI INSTYTUT SZTUKI FILMOWEJ

Stowarzyszenie Autorów ZAiKS

Media i Twoje prawa

Na straży naszych praw i wolności związanych z korzystaniem z mediów
stoją akty prawne i urzędy



Mamy prawo do:

Prywatności

Korzystania z dóbr
kultury

Swobody
i ochrony tajemnicy
komunikowania się

Wyrażania swoich
poglądów

Pozyskiwania i
rozpowszechniania
informacji

Kto broni naszych praw?



Rzecznik Praw Obywatelskich stoi na straży wolności obywatelskich, walczy z dyskryminacją wszystkich grup społecznych



Rzecznik Praw Dziecka reprezentuje interesy osób poniżej 18 roku życia, pomaga rozwiązywać problemy związane z przemocą, pomocą finansową czy prawem do edukacji



Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji chroni wolność słowa w radiu i telewizji oraz interesy odbiorców, zapewniając otwarty i różnorodny charakter mediów



Generalny Inspektor Ochrony Danych Osobowych kontroluje prawidłowe przetwarzanie naszych danych osobowych przez podmioty publiczne i prywatne



Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów zapewnia bezpieczeństwo interesów konsumentów i strzeże konkurencji na rynku

edukacjamedialna.edu.pl

PROJEKT



ORGANIZATOR



LICENCJA



FINANSOWANIE



Jak zarabiają media?

Reklama jest głównym źródłem finansowania mediów. Tak zarabiają media komercyjne i publiczne. Dodatkowo media publiczne finansowane są z abonamentu. Z kolei media społeczne nie mogą nadawać reklam - utrzymywane są z pieniędzy właścicieli i z datków odbiorców.

Ilość dostępnych treści rośnie, więc nasza zdolność do poświęcania im uwagi maleje. Twój czas jest cenny. Jeżeli dostajesz coś za darmo, płacisz za to swoją uwagę.

Dlatego właśnie reklamodawcy i media szukają nowych sposobów na przykucie Twojej uwagi.

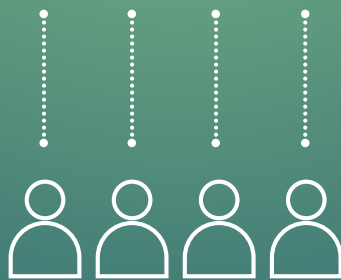


(1)

5

(2)

(1)



Reklamodawcy płacą za miejsce lub czas w mediach. Im medium popularniejsze, tym więcej muszą wydać.

Media sprzedają dostęp do użytkowników, otrzymując zapłatę za emisję reklam.

Informacje o zasięgu reklamy (np. ilości wyświetleń) trafiają do reklamodawców.

Odbiorcy konsumują treści, płacąc za nie swoją uwagę poświęconą na oglądanie reklam.

edukacjamedialna.edu.pl

PROJEKT



ORGANIZATOR



LICENCJA



FINANSOWANIE



CHROŃ SIEBIE I SWOJEGO SMARTFONA

INSTALUJ aplikacje tylko z pewnego źródła

SZYFRUJ maile i wiadomości, jeśli zależy ci na zachowaniu tajemnicy

UWAŻAJ na aplikacje, które mają dostęp do uprawnień pozwalających wyciągać dane lub podszywać się pod kogoś

OGRANICZ korzystanie z usług w chmurze, aby utrudnić kontrolowanie twojej komunikacji z innymi

NIE PODAWAJ danych geolokalizacyjnych, jeśli nie jest to konieczne do efektywnego korzystania z aplikacji

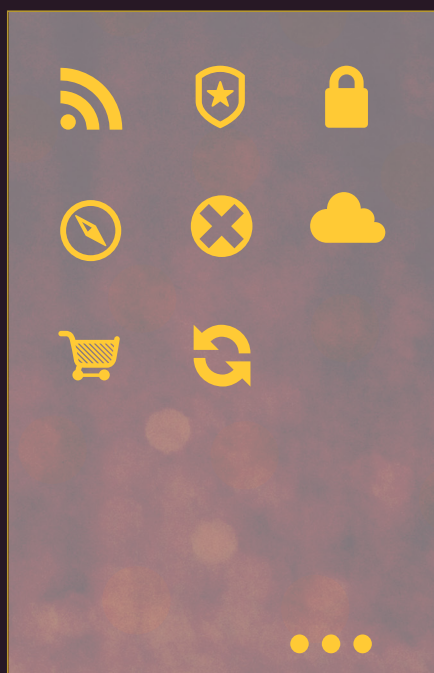
Podczas korzystania z ogólnodostępnej sieci wi-fi **NIE LOGUJ** się na strony, na których musisz podać ważne dane, np. do bankowości elektronicznej

BLOKUJ reklamy i skrypty podczas korzystania z sieci, by utrudnić przejęcie kontroli nad twoim urządzeniem

Regularnie **KASUJ** ciasteczka w przeglądarce, żeby utrudnić szpiegowanie firmom marketingowym

AKTUALIZUJ

system i oprogramowanie antywirusowe – zapewnia to lepsze działanie telefonu oraz większe bezpieczeństwo podczas korzystania z niego



UWAŻAJ na aplikacje, które mogą utrudnić korzystanie z telefonu, np. spowalniać jego działanie

ZAINSTALUJ sprawdzony program antywirusowy i regularnie skanuj pliki

SPRAWDZAJ, czy aplikacje, które instalujesz, nie generują kosztów

ZWRACAJ UWAGĘ na to, co kupujesz przez telefon (np. w grach) oraz na jakie numery wysyłasz SMS-y premium – łatwo stracić kontrolę nad takimi wydatkami

TWÓRZ KOPIE zapasowe informacji, na których ci zależy

Podczas logowania **KORZYSTAJ** z dwuetapowej weryfikacji hasła

SZYFRUJ dane na dysku twardym, aby uniemożliwić nieuprawnionym osobom dostęp do nich

Jeśli zależy ci na ochronie swojej prywatności, jak najczęściej zostawiaj telefon w domu. Pamiętaj, że można podsłuchać rozmowę telefoniczną, podsłuchać i podejrzeć, co robi dana osoba, zdalnie uruchamiając mikrofon i kamerę telefonu, a policja może sprawdzić, z kim się spotykasz, zbierając dane geolokalizacyjne wszystkich urządzeń mobilnych w jednej bazie. Telefon warto czasem odłożyć również po to, żeby dostrzec, jak ciekawe jest życie bez smartfona.

edukacjamedialna.edu.pl

FUNDACJA NOWOCZESNA POLSKA
UL. MARSZAŁKOWSKA 84/92 LOK. 125
00-514 WARSZAWA
tel/fax: (22) 621-30-17
email: FUNDACJA@NOWOCZESNAPOLSKA.ORG.PL
NIP: 952-187-70-87
KRS: 0000070056
REGON: 017423865
Numer konta: 59 1030 0019 0109 8530 0040 5685

JEŚLI CHCESZ WESPRZEĆ NASZĄ DZIAŁALNOŚĆ, ODWIEDŹ STRONĘ:

NOWOCZESNAPOLSKA.ORG.PL/POMOZ-NAM/WESPRZYJ-NAS

WERSJA CYFROWA PUBLIKACJI DOSTĘPNA NA STRONIE:

WWW.OLIMPIADACYFROWA.PL

PUBLIKACJA DOSTĘPNA JEST NA LICENCJI
CREATIVE COMMONS UZNANIE AUTORSTWA-NA TYCH SAMYCH WARUNKACH 3.0 POLSKA.

WOLNO W SZCZEGÓLNOŚCI: KORZYSTAĆ Z UTWORU NA RÓŻNE SPOSOBY, A W TYM KOPIOWAĆ, ROZPOWSZECZ-
NIAĆ, ODTWARZAĆ I WYKONYWAĆ GO, KORZYSTAĆ Z UTWORÓW ZALEŻNYCH (OPRACOWAŃ), CZYLI TWÓRCZYCH
MODYFIKACJI UTWORU (NP. TŁUMACZEŃ), UŻYTKOWAĆ UTWÓR I JEGO OPRACOWANIA W SPOSÓB KOMERCYJNY.

NALEŻY PRZY TYM: SZANOWAĆ AUTORSKIE PRAWA OSOBISTE TWÓRCY, CZYLI KORZYSTAĆ Z UTWORU TAK, ABY
OSOBISTA WIĘŻ TWÓRCY Z NIM NIE ZOSTAŁA NARUSZONA, A W SZCZEGÓLNOŚCI ZAPEWNIĆ UZNANIE AUTOR-
STWA - ZACHOWAĆ TOWARZYSZĄCE UTWOROWI OZNACZENIA LICENCJI I OCHRONY PRAWNEJ, INFORMACJE O
AUTORACH I WYDAWCY (FUNDACJI NOWOCZESNA POLSKA), O TYTULE UTWORU ORAZ O JEGO ŹRÓDLE, ROZPO-
WSZECZNIAJĄC UTWÓR ZALEŻNY (NP. TŁUMACZENIE, ZEZWALAĆ ODBIORCOM NA KORZYSTANIE Z NIEGO NA TYCH
SAMYCH WARUNKACH, CO ORYGINAŁ (NA TEJ SAMEJ LICENCJI).

TREŚĆ LICENCJI DOSTĘPNA JEST NA STRONIE: [HTTPS://CREATIVECOMMONS.ORG/LICENSES/BY-SA/3.0/PL/](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/pl/).

CHCESZ DOWIEDZIEĆ SIĘ WIĘCEJ O OLIMPIADZIE CYFROWEJ?
ODWIEDŹ STRONĘ INTERNETOWĄ: OLIMPIADACYFROWA.PL
NAPISZ LUB ZADZWOŃ: PAULINA OŁTUSEK
PAULINAOLTUSEK@NOWOCZESNAPOLSKA.ORG.PL, 515-502-666

