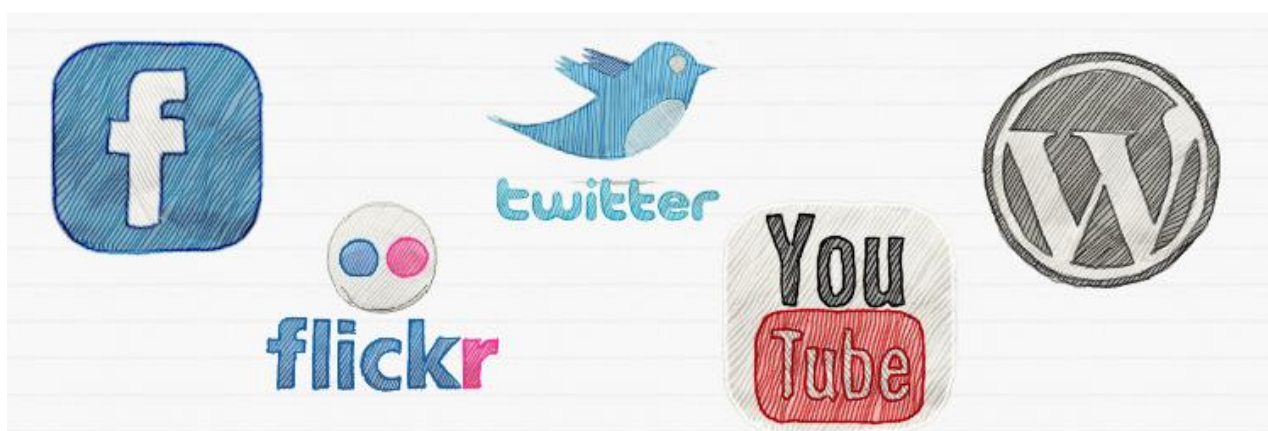


Poradnik-samouczek dla uczestników i uczestniczek Wielkiego Turnieju Edukacji Medialnej oraz ich opiekunów



Koordinacja:
Paulina Ołtusek

Opracowanie:
Maria Adamiec
Anna Mierzecka
Grzegorz Stunża

Redakcja językowa:
Aleksandra Sekuła

Publikacja powstała dzięki wsparciu finansowemu
Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego

**Ministerstwo
Kultury
i Dziedzictwa
Narodowego.**

Wydawca:
Fundacja Nowoczesna Polska
Warszawa 2015

Chcesz dowiedzieć się więcej o Wielkim Turnieju Edukacji Medialnej?

Odwiądź stronę internetową: edukacjamedialna.edu.pl/wtem

Napisz: Paulina Ołtusek, paulinaoltusek@nowoczesnapolska.org.pl

Zadzwoń: Fundacja Nowoczesna Polska, (22) 621-30-17.

Partner strategiczny Wielkiego Turnieju Edukacji Medialnej

Collegium Civitas
Więcej niż studia!

Patroni honorowi



Partnerzy



Projekt dofinansowany ze środków Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego.

**Ministerstwo
Kultury
i Dziedzictwa
Narodowego.**

Spis treści

[Wprowadzenie](#)

[Collegium Civitas – Partner strategiczny Wielkiego Turnieju Edukacji Medialnej, Sponsor nagrody głównej](#)

[Edukacja medialna – informacje o projekcie](#)

[Wielki Turniej Edukacji Medialnej, czyli pojedynek na umiejętności kreatywność i wiedzę](#)

[I edycja \(2013/2014\)](#)

[Zadania](#)

[II edycja \(2014/2015\)](#)

[Zadania](#)

[III edycja \(2015/2016\)](#)

[Harmonogram](#)

[Regulamin Wielkiego Turnieju Edukacji Medialnej](#)

[Etap I](#)

[Etap I – wymagania programowe](#)

[Etap II](#)

[Etap II – wymagania programowe](#)

[Etap III](#)

[Etap III – wymagania programowe](#)

[Temat przewodni III edycji](#)

[Nagrody](#)

[Literatura](#)

[Słowniczek](#)

[Praktyczne wskazówki – Jak przygotować się do udziału w Turnieju](#)

[Odpowiedzi na pytania testowe z poprzednich edycji](#)

Wprowadzenie

Gdziekolwiek jesteście, rozejrzyjcie się wokół i policzcie, ile różnego typu informacji wyrażonych za pośrednictwem mediów was otacza. Komórka leżąca na stole? Notatki, książki i gazety? Komputer? Patrzmy dalej. Włączone radio i telewizja? Reklama widoczna za oknem? To media.

A teraz przyjrzyjmy się szczegółom. Napisy na sprzętach gospodarstwa domowego. Tarcza zegarka wiszącego na ścianie. Niewielkie literki na ołówku informujące mnie, że ma on twardość HB. Marka spodni na metce. I tak dalej, i tak dalej. Zazwyczaj się nad tym nie zastanawiamy, ale przecież to wszystko też są media, za pośrednictwem których ktoś usiłuje się z nami skomunikować. Żyliśmy się z nimi tak bardzo, że przestaliśmy je zauważać.

Choć z dużą dozą pewności można powiedzieć, że większość naszej komunikacji z innymi przebiega za pośrednictwem mediów, to same media pozostają dla nas zazwyczaj niewidoczne. Kiedy dzwонimy do przyjaciela albo wysyłamy SMS-a, nie zastanawiamy się nad tym, że korzystamy z mediów. Kiedy sprawdzamy rozkład jazdy na przystanku, nie towarzyszy nam refleksja dotycząca wszechobecności mediów. Kiedy płacimy kartą płatniczą, fakt, że pieniądź funkcjonuje w mediach, nie budzi naszego zdumienia.

Mediami posługujemy się intuicyjnie. Ale jednocześnie posługujemy się nimi lepiej lub gorzej, a to, w jaki sposób obcujemy z mediami, przekłada się bezpośrednio na nasze życie – na lepszą pracę, na tańsze wakacje, na poczucie bezpieczeństwa.

W czasach społeczeństwa informacyjnego przyszłość należy do tych, którzy potrafią kontrolować swoje narzędzia komunikacyjne, rozpoznawać informacyjne śmieci i wykorzystywać informację wartościową, sprawnie rozpoznawać zagrożenia i świadomie kształtować komunikację z innymi. Komunikacja przez media nie jest naszym wyborem – jest koniecznością. Kiedy więc już zaczniemy się nad tym zastanawiać, większość z nas dojdzie do wniosku, że jego kontrola nad mediami pozostawia wiele do życzenia. Nie rozumiemy technologii, które czynią to wszystko możliwe. Nie znamy prawa regulującego komunikację przez media. Dajemy się nabierać, oszukiwać i manipulować – przez reklamodawców, przestępców i polityków, którzy posługują się mediami znacznie sprawniej od nas.

Dlatego w fundacji Nowoczesna Polska sądzimy, że kompetencje związane z korzystaniem z technologii komunikacyjnych są rodzajem nowego alfabetu. Alfabetu, którego powinniśmy się – dla własnego dobra – jak najszybciej nauczyć. Zaczynamy od samych siebie. Mamy nadzieję, że zechcecie nam w tej podróży przez media towarzyszyć.

Jarosław Lipszyc

Prezes fundacji Nowoczesna Polska

Collegium Civitas – Partner strategiczny Wielkiego Turnieju Edukacji Medialnej, Sponsor nagrody głównej



Collegium Civitas jest jedną z najlepszych niepublicznych uczelni akademickich w Polsce, o uznanej i ugruntowanej pozycji nie tylko w kraju, ale i zagranicą. Uczelnia od prawie 20 lat działa jako organizacja non-profit, intensywnie inwestując w badania naukowe i podnoszenie poziomu edukacji. Jej misją jest tworzenie środowiska akademickiego sprzyjającego myśleniu i działaniu poprzez kształcenie na najwyższym poziomie, umożliwienie zdobycia umiejętności praktycznych, poszerzanie horyzontów oraz kształtowanie dojrzałych postaw obywatelskich.

Wybór dobrego kierunku studiów może rzutować na całą przyszłość człowieka. To, jaki kierunek wybierze maturzysta i z oferty której uczelni skorzysta, dobrze wiedzieć przed wyborem przedmiotów zdawanych na maturze. Collegium Civitas oferuje bardzo atrakcyjne kierunki studiów: stosunki międzynarodowe, socjologia, politologia oraz najlepszy praktyczny kierunek wg Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego, czyli dziennikarstwo i nowe media. Ponadto uczelnia, wychodząc naprzeciw zapotrzebowaniu rynku, umożliwia wybór odpowiedniej specjalności na wszystkich tych kierunkach. Dzięki temu, przykładowo, studiując socjologię można wybrać specjalność marketing, reklama i nowe media.

– Dodatkowo, oprócz przedmiotów kierunkowych, nasi studenci mają duży wybór przedmiotów specjalistycznych prowadzonych przez najlepszych ekspertów w Polsce i w Europie, poszerzając jeszcze bardziej swoje horyzonty – podkreśla Rektor Collegium Civitas prof. dr hab. Stanisław Mocek. – Zapraszam do naszej uczelni, gdzie znaleźć można nie tylko odpowiedni kierunek dla siebie, ale również studencką atmosferę i zawsze służącą pomocą kadrę akademicką, a prężnie działające Centrum Karier pomaga znaleźć praktyki, a nawet może zaproponować staż w jednej z wielu współpracujących z nami firm. Collegium Civitas to więcej niż studia.

Collegium Civitas posiada nowe, unikalne specjalności – przykładem może być kryminologia, przeznaczona dla osób, które swoją przyszłość chciałyby związać z utrzymywaniem bezpieczeństwa i porządku publicznego oraz przeciwdziałaniem przestępczości lub badaniami w tym obszarze. Na stosunkach międzynarodowych, dzięki zajęciom z dyplomacji, historii oraz prawa międzynarodowego, studenci zdobywają rozszerzoną wiedzę z zakresu kierunku, a na specjalności negocjacje w dyplomacji poznają rodzaje i techniki negocjacji oraz sposoby ich prowadzenia.

Pasjonująca jest specjalizacja marketing polityczny – ta odmiana marketingu stała się nieodłącznym elementem świata polityki i odgrywa kapitalną rolę w mobilizowaniu opinii publicznej i pozyskiwaniu poparcia. Program tej specjalizacji daje studentom kompleksową wiedzę z zakresu najnowocześniejszych technik marketingu politycznego, reklamy i public relations, jak również z dziedziny psychologii i komunikacji politycznej oraz umiejętności kreowania wizerunku i „marki osobistej”. Zajęcia, prowadzone przez wybitnych specjalistów-praktyków, pozwalają osiągnąć studentom wysoki poziom umiejętności praktycznych, niezbędnych do kariery w branży marketingu politycznego oraz na rynku medialnym – z uwzględnieniem możliwości stwarzanych przez tzw. nowe media.

Kierunek dziennikarstwo i nowe media stanowi odpowiedź na głębokie przeobrażenia zachodzące w świecie mediów w związku z rozwojem nowych technologii informacyjnych i komunikacyjnych. Swoją wiedzę ze studentami dzielą się tu czołowe osobistości medialne, które osiągnęły spektakularne sukcesy zawodowe i które wiedzą, że rynek pracy w dobie społeczeństwa informacyjnego wymaga umiejętności wykraczających poza warsztat klasycznego dziennikarstwa. Kierunek oferowany jest także w języku angielskim.

Cechami charakterystycznymi uczelni są **edukacja na światowym poziomie**, zaplanowanie i realizacja wszystkich specjalności zgodnie z badaniami oczekiwań rynku pracy oraz **kadra składająca się z wybitnych naukowców i praktyków**. Nie przypadkiem w Collegium Civitas uczą wykładowcy, którzy wcześniej otrzymali prestiżowe stypendia od Polsko-Amerykańskiej Komisji Fulbrighta. Współpracę z Collegium Civitas nawiązało aż 70 uczelni z całego świata, dzięki temu nasze studentki i studenci mogą korzystać z wysokich stypendiów również na uczelniach partnerskich i korzystać z bogatej oferty życia studenckiego, m.in. biorąc udział w International Career Day. Studentom Collegium przysługują różnorakie stypendia oraz liczne zniżki.

Centrum Karier CC to profesjonalna pomoc w zakresie licznych praktyk, staży oraz ofert pracy i wolontariatu. Przygotowuje wiele szkoleń i warsztatów m.in. z zakresu poruszania się po rynku pracy, rozwoju umiejętności „miękkich”, równości szans na rynku pracy – w języku polskim oraz angielskim. Nasi studenci mają zawsze możliwość skorzystania z indywidualnego doradztwa zawodowego i psychologii pracy. Studia w Collegium Civitas i korzystanie z Centrum Karier umożliwiają rozbudowanie sieci kontaktów i zdobycie doświadczenia gwarantującego sukces zawodowy w mediach (telewizja, prasa, radio, portale internetowe), agencjach reklamowych i PR oraz domach mediowych, działach i agencjach HR, agencjach badania rynku i opinii publicznej, firmach consultingowych i coachingowych, instytucjach rządowych i administracji publicznej, organizacjach pozarządowych oraz instytucjach międzynarodowych.

Dzięki tym wszystkim atutom Collegium Civitas świetnie przygotowuje młodych ludzi do rynku pracy i otwiera drogę do ciekawych zajęć oraz kariery w różnych zawodach.

Na początku września organizowany jest wyjazd integracyjny, podczas którego każdy rozpoczynający u nas studia ma możliwość poznać rówieśników przed rozpoczęciem nauki. Na wyjeździe dostępna jest cała moc atrakcji oraz możliwość mniej oficjalnych spotkań z wykładowcami. Podstawowym forum aktywności społecznej na uczelni jest Samorząd Studencki, którego przedstawiciele współpracują z innymi uczelniami w celu uatrakcyjnienia życia studenckiego. Swojego reprezentanta mają też w Parlamencie Studentów RP.

Na fanpage'u znajdziesz zawsze najciekawsze informacje dotyczące naszej uczelni. Wejdź sam na www.facebook.com/collegiumcivitas lub pisz na: rekrutacja@civitas.edu.pl.

CZY WIESZ, ŻE:

- Wykładowcami Collegium Civitas są wybitni uczeni, którzy często goszczą w mediach jako eksperci m.in.: prof. Waldemar Dziak, prof. Andrzej Friszke, prof. Tomasz Stryjek, prof. Tadeusz Gadacz, prof. Jan Pakulski oraz wielu praktyków m.in. amb. Grzegorz Dziemidowicz, amb. dr Ryszard Żółtaniecki, dr Sergiusz Trzeciak, czy dyrektor Centrum Badań nad Terroryzmem CC dr Krzysztof Liedel.
- Kierownikiem Katedry Dziennikarstwa jest redaktor Jacek Żakowski, wraz z nim zajęcia na kierunku dziennikarstwo i nowe media prowadzą m.in. Grzegorz Miecugow z TVN, krytyk, pisarz i publicysta Michał Komar czy redaktor naczelny miesięcznika „Forbes” Michał Broniatowski.

- Jako pierwsza wyższa uczelnia w Polsce Collegium Civitas wprowadziło licencjackie i magisterskie studia w zakresie stosunków międzynarodowych i politologii (International Relations, Political Science) w języku angielskim.
- Corocznie ponad 100 studentów Collegium może skorzystać z programów wymiany studenckiej, dzięki umowom z 60 uczelniami z Unii Europejskiej, Szwajcarii, USA, Korei Półd, Kanady, Kazachstanu, Kirgistanu, Ukrainy, Tajwanu.
- Uczelnia posiada kameralne sale. Małe, integracyjne grupy zajęciowe powodują, że komfort nauki jest u nas najwyższy spośród uczelni niepublicznych. Collegium Civitas jest najwyżej (prawie 60 metrów od powierzchni Ziemi!) położoną uczelnią w Polsce, znajduje się w samym sercu Warszawy (na XII piętrze Pałacu Kultury i Nauki), dzięki czemu jest też uczelnią, do której najłatwiej i najszybciej można dojechać z każdego miejsca całej aglomeracji warszawskiej.

KONTAKT:

Pałac Kultury i Nauki
12. piętro, pokój 1210
plac Defilad 1
00-901 Warszawa
tel. 22 656 71 89
email: rekrutacja@civitas.edu.pl
<http://www.civitas.edu.pl/>
www.facebook.com/collegiumcivitas
www.youtube.com/CollegiumCivitasCC



Edukacja medialna – informacje o projekcie



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.

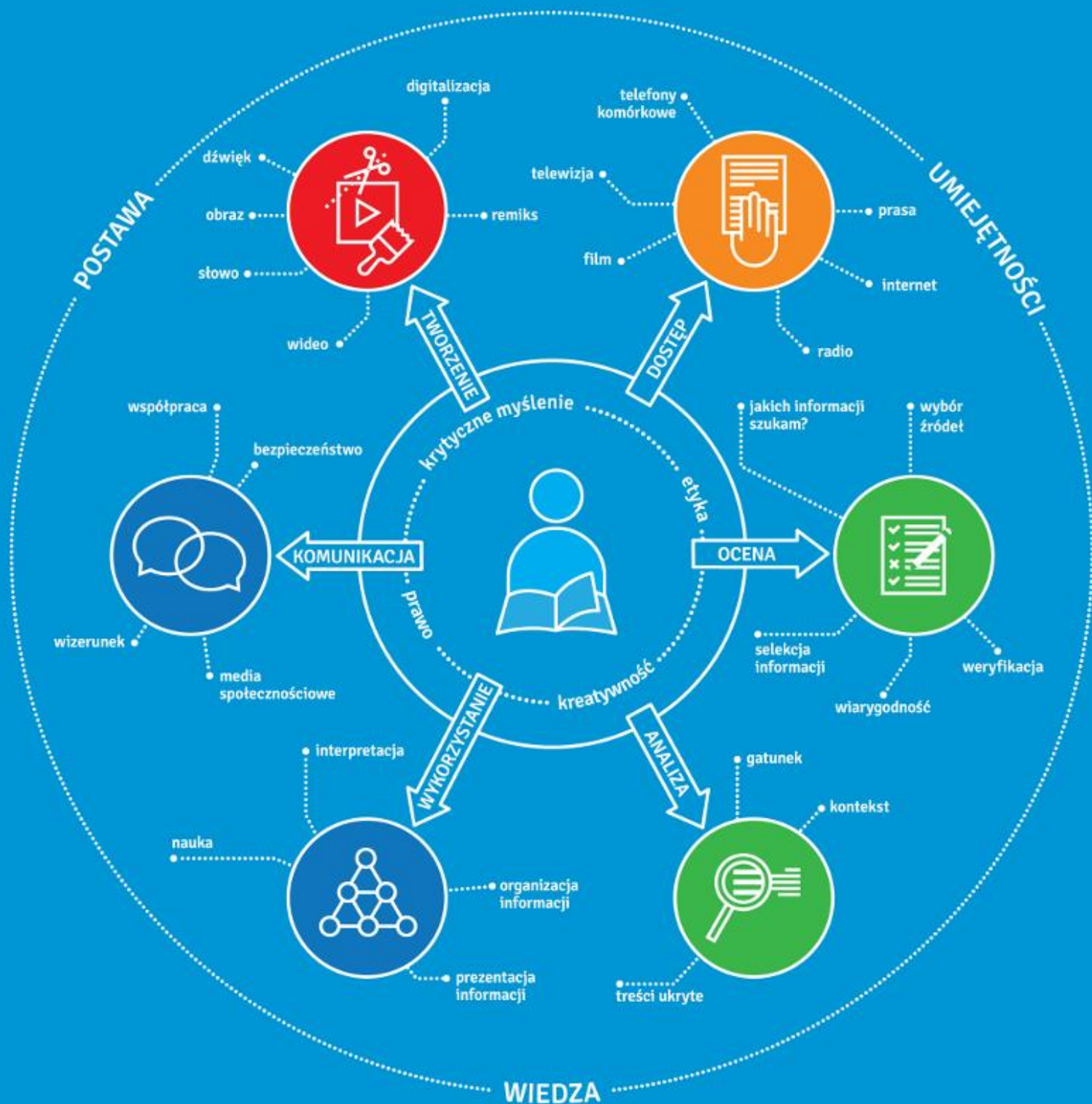
Ważnym krokiem było stworzenie programu edukacji medialnej, który można będzie realizować w szkołach, bibliotekach, domach kultury i innych instytucjach oraz popularyzować w mediach. Dzięki pracy wielu ekspertów i grantodawców w 2012 roku został opublikowany [Katalog kompetencji medialnych i informacyjnych](#), 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 podzielone są 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

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.

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 zostaną certyfikowanymi 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.

Propozycją kierowaną do uczniów i uczennic, którzy mieli okazję zetknąć się z edukacją medialną, informacyjną i cyfrową jest natomiast Wielki Turniej Edukacji Medialnej.

Więcej informacji o projekcie Edukacja Medialna znajdziesz na stronach: edukacjamedialna.edu.pl i nowoczesnapolska.org.pl.

Wielki Turniej Edukacji Medialnej, czyli pojedynek na umiejętności, kreatywność i wiedzę

Rośnie znaczenie kompetencji medialnych i informacyjnych, które wykorzystywane są nie tylko podczas nauki i pracy, lecz także w czasie wolnym. Są one podstawą funkcjonowania w społeczeństwie informacyjnym. Opanowanie ich otwiera nowe, życiowe możliwości. Wielki Turniej Edukacji Medialnej jest propozycją dla uczniów i uczennic szkół ponadgimnazjalnych wszystkich typów. Pragniemy, by w duchu szlachetnego współzawodnictwa rozwijali oni swoje zainteresowania, a towarzyszący im opiekunowie zyskali okazję do pracy twórczej z młodzieżą. Konkurs nie jest testem teoretycznej znajomości mediów, a sprawdzianem praktycznej wiedzy i realnie wykorzystywanych umiejętności.

Celem Turnieju Edukacji Medialnej jest propagowanie edukacji medialnej i informacyjnej oraz kształtowanie świadomych użytkowników i użytkowniczek nowych mediów. Takich, którzy nie tylko odbierają informacje, lecz także potrafią krytycznie na nie spojrzeć. Cechuje ich także umiejętność świadomego tworzenia wizerunku i więzi w sieci oraz zrozumienie języka mediów. Potrafią również kreatywnie korzystać z mediów, to znaczy tworzyć komunikaty z użyciem nowoczesnych narzędzi, przetwarzać je i prezentować efekty swojej pracy. Przestrzegają standardów etycznych w korzystaniu z mediów i umieją dbać o własne bezpieczeństwo w sieci. Dostrzegają i rozumieją również prawne i ekonomiczne aspekty działania mediów.

WIELKI EDUKACJI MEDIALNEJ TURNIEJ



edukacja
medialna



FUNDACJA
nowoczesna
Polska

Ministerstwo
Kultury
i Dziedzictwa
Narodowego

EDUKACJAMEDIALNA.EDU.PL/WTEM

I edycja (2013/2014)

Rejestracja uczestników i uczestniczek I edycji Wielkiego Turnieju Edukacji Medialnej, czyli pojedynku na umiejętności, kreatywność i wiedzę rozpoczęła się 8 października 2013 r. Konkurs został przygotowany przez zespół Edukacji Medialnej fundacji Nowoczesna Polska z myślą o uczniach i uczennicach szkół ponadgimnazjalnych, którzy chcą sprawdzić swoją wiedzę i umiejętności z zakresu nowych i tradycyjnych mediów.

Do współpracy przy organizacji konkursu zaproszono organizacje i instytucje, które propagują i rozwijają edukację medialną w Polsce: Bibliosferę, Collegium Civitas, Centrum Edukacji Obywatelskiej, EBIB, Fundację Orange, Instytut Kultury Miejskiej, Media DESK, 5medium i Nowe Horyzonty Edukacji Filmowej. Partnerem instytucjonalnym projektu był Narodowy Instytut Audiowizualny.

Wielki Turniej Edukacji Medialnej został pomyślany jako trzyetapowy konkurs, którego celem jest kształtowanie świadomych użytkowników mediów. Podstawą do przygotowania się do Turnieju są zasoby serwisu edukacjamedialna.edu.pl. Z ich pomocą nauczyciele-opiekunowie mogą prowadzić ze swoimi uczniami zajęcia, co jest najlepszą formą zdobywania i systematyzowania wiedzy i umiejętności z zakresu edukacji medialnej. Uczestnicy i uczestniczki mogą natomiast indywidualnie korzystać z wiedzy w pigułce, słowniczka, zadań sprawdzających i proponowanej literatury.

W I etapie konkursu, który odbył się 21 listopada 2013 r., wzięło udział ponad 380 uczniów i uczennic szkół ponadgimnazjalnych. Mieli oni za zadanie odpowiedzieć na 22 pytania zamknięte i otwarte. Test sprawdzał umiejętności z zakresu korzystania z informacji i kreatywnego korzystania z mediów. Pojawiły się w nim również pytania dotyczące podstaw prawa autorskiego oraz rozumienia języka komunikatów medialnych. Pomocna była również świadomość ekonomicznych mechanizmów działania mediów oraz znajomość zasad bezpieczeństwa i budowania relacji w Internecie, a także standardów etycznych. Zakres tematyczny stawianych uczestnikom i uczestniczkom pytań określał *Katalog kompetencji medialnych i informacyjnych*. Do II etapu zakwalifikowało się 35 osób. Kryterium kwalifikacyjnym było osiągnięcie 47,5 punktów na 60 możliwych. Uczestnicy, którzy zdobyli taką liczbę punktów, wcielili się w rolę specjalistów od reklamy. Przygotowali plany kampanii promocyjnych swoich miast, miejscowości i najbliższej okolicy. Spośród nadesłanych prac Kapituła Wielkiego Turnieju Edukacji Medialnej, w trakcie długich i nieco burzliwych obrad, wybrała 12 projektów. 11 kwietnia 2014 r. uczestnicy zawodów spotkali się w gmachu Biblioteki Uniwersytetu Warszawskiego, gdzie wzięli udział w grze fabularnej. W jej trakcie mieli za zadanie wcielić się w rolę stażystów fikcyjnego dziennika „Życie Nowoczesnej Polski”. Prowadzili dziennikarskie śledztwo. Starali się ustalić, w jakich okolicznościach zginęła ich redakcyjna koleżanka. Sprawdzali prawdziwość świadków zdarzeń, tweetowali i odpowiadali na zaczepki internetowego trolla. Przygotowywali także prezentacje, w których przedstawiali swoje pomysły na reportaże poświęcone Bibliotece Uniwersytetu Warszawskiego. Projekty oceniało Jury, które na potrzeby konkursu wcieliło się w rolę kolegium redakcyjnego. W skład Jury weszli: dr Justyna Jasiewicz (Uniwersytet Warszawski), dr hab. Piotr Drzewiecki (Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego), Dominika Czerniawska (Uniwersytet Warszawski), Monika Bończa-Tomaszewska (Narodowy Instytut Audiowizualny) oraz Jarosław Lipszyc (Fundacja Nowoczesna Polska). Zwycięzcą I edycji Wielkiego Turnieju Edukacji Medialnej został Patryk Jakubowski (Technikum Ekonomiczne w Sosnowcu), który pojechał na tygodniowy kurs językowy do Londynu. Damian Mroziński (Techniczne Zakłady Naukowe w Częstochowie) i Kamil Jastrzębski (Zespół Szkół Ponadgimnazjalnych Nr 1 w Dębnie) otrzymali czytelniki książek. Nagrody wręczył pan Bogdan Zdrojewski, Minister Kultury i Dziedzictwa Narodowego, który uświetnił swoją obecnością uroczyste zakończenie konkursu.



Zadania

I etap

Odpowiedzi na pytania testowe znajdziesz na stronie 96 samouczka.

Zadanie 1

Ułóż propozycje haseł internetowych w kolejności od najmniej do najbardziej bezpiecznego.
Podaj ciąg liter.

- a) Gdzi3.j3\$t.N3m0
- b) abc123
- c) mojazor17
- d) czarnyKotbiałyKot
- e) qwerty456

Zadanie 2

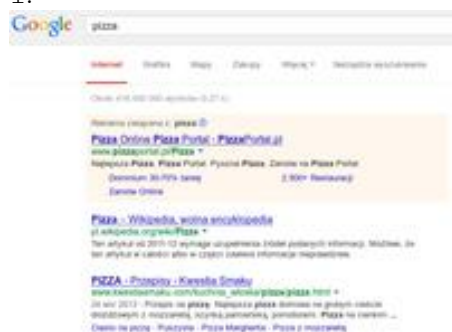
Rozpoznaj i nazwij typy reklam.
Połącz w pary reklamę z jej typem.

Typy:

- a) lokowanie produktu
- b) baner
- c) infomercial
- d) power content
- e) sponsoring
- f) AdWords

Reklamy:

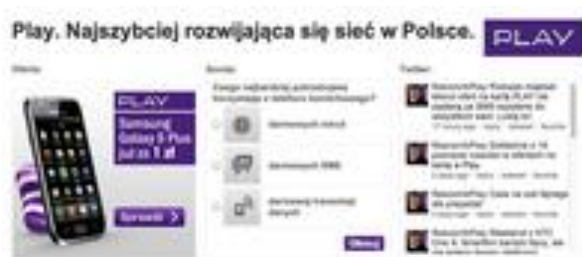
1.



2.



3.



Zadanie 3

Wykonałeś/wykonałaś remiks cudzych utworów. W jakich sytuacjach możesz rozpowszechnić swój utwór?

Zaznacz wszystkie prawidłowe odpowiedzi.

- a) mam zgodę autora/autorki oryginalnego utworu
- b) materiały do remiksu zostały ściągnięte z serwisu do przechowywania plików
- c) wykorzystane piosenki przestała mi na Facebooku koleżanka
- d) zezwala na to licencja, na której są opublikowane wykorzystane utwory
- e) wykorzystane w remiksie utwory są dostępne w domenie publicznej (minęło 70 lat od śmierci autora)
- f) utwory użyte w remiksie były udostępnione do odsłuchania na stronach twórców w formie plików mp3

Zadanie 4

Jedziesz na wakacje do Turcji. Ustal, jaki termin ważności musi mieć twój paszport.

Tylko jedna odpowiedź jest prawidłowa.

- a) 3 miesiące od daty wyjazdu z Polski
- b) 12 miesięcy od daty powrotu do Polski
- c) 6 miesięcy od daty wyjazdu z Polski
- d) nie muszą mieć paszportu, by wyjechać do Turcji

Zadanie 5

Który z poniższych tekstów jest informacją, opinią, perswazją?

Podaj pary składające się z litery i cyfry.

Kategorie:

- a) informacja
- b) opinia
- c) perswazja

Źródła:

1. Serdecznie zapraszamy do udziału w V Festiwalu Poezji Lokalnej im. Zbigniewa Herberta. Przyjdź i zaprezentuj swoją twórczość literacką, biorąc udział w tradycyjnym już Turnieju Jednego Wiersza! Dla najlepszych poetów – atrakcyjne nagrody!
2. 22 grudnia w Domu Kultury Miejskiej przy ul. Wielebskiego 3 uczestniczyliśmy w kolejnym V Festiwalu Poezji Lokalnej im. Zbigniewa Herberta. Swoje wiersze zaprezentowało blisko 30 poetów, zarówno z naszego miasta, jak i przybyłych gości. Tradycyjny już Turniej Jednego Wiersza wygrał Jan Kowalski z Krętowa.

3. Atmosfera V Festiwalu Poezji Lokalnej była bardzo podniosła. Nie wiedziałem, że mamy tak wielu dobrych poetów w naszym mieście i regionie. Uważam, że to jeden z najlepszych tego typu przeglądów i turniejów literackich w Polsce. Profesjonalnie przygotowany, o wysokim poziomie artystycznym. Warto było przyjechać.

Zadanie 6

W jaki sposób zwiększysz niezależność wyników wyszukiwania od wcześniej wprowadzanych do wyszukiwarki fraz i przeglądanych stron internetowych?

Zaznacz wszystkie prawidłowe odpowiedzi.

- a) ustawię tryb prywatny w przeglądarce (incognito)
- b) wyloguję się z serwisu społecznościowego
- c) skorzystam z innej niż zazwyczaj wyszukiwarki
- d) skorzystam z innej niż zazwyczaj przeglądarki
- e) zamknę zakładkę z portalem społecznościowym
- f) usunę historię wyszukiwania i ciasteczka
- g) zrestartuję przeglądarkę

Zadanie 7

Jesteś w Olsztynie na przystanku Plac Roosevelta. Którym autobusem nie dojedziesz bezpośrednio na przystanek Szpital Wojewódzki?

Tylko jedna odpowiedź jest prawidłowa.

- a) 13
- b) 6
- c) 22
- d) 3

W jaki sposób dotarłeś/aś do tej informacji? Podaj adres strony, z której skorzystałeś/aś.

Zadanie 8

Kupiłeś płytę CD z nowym albumem ulubionego zespołu. Co możesz z nim zrobić?

Zaznacz wszystkie prawidłowe odpowiedzi.

- a) umieścić pliki w sieci, tak by inni mogli ściągnąć album
- b) zgrać pliki na swoje urządzenia (laptop, smartfon, odtwarzacz mp3 itp.)
- c) skopiować płytę najbliższemu znajomym i rodzinie
- d) skopiować płytę nauczycielce/nauczycielowi, która lubi podobną muzykę
- e) nagrać kopie albumu na płyty CD i odsprzedać je w szkole zainteresowanym osobom
- f) odsprzedać płytę z albumem w serwisie aukcyjnym

Zadanie 9

Przyporządkuj poniższe pojęcia ich definicjom.

Podaj pary składające się z litery i cyfry.

Pojęcia:

- a) infotainment
- b) cyfrowe narracje
- c) gatunek
- d) konwencja
- e) remiks

Definicje:

1. Zbiór cech utworów (artystycznych, dziennikarskich itp.) wielokrotnie powtarzany i wykorzystywany. Może być typowy dla jednego twórcy, grupy czy okresu. Składać się na niego mogą różne elementy utworu – zarówno te związane formą, jak i treścią.
2. Utwór, w którym wykorzystano i połączono elementy różnych innych dzieł. Dzięki nowemu kontekstowi zmieniają one swoje znaczenie. Pierwotnie termin ten odnosił się tylko do utworów muzycznych i oznaczał zmianę aranżacji piosenki, połączenie jej pierwotnej wersji z innymi elementami dźwiękowymi.
3. Zjawisko zacierania różnic pomiędzy przekazami informacyjnymi i rozrywkowymi. Obserwujemy je we współczesnych mediach.
4. 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.
5. 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.

Zadanie 10

Widzisz, że na ekranie twojego kolegi strona <http://www.krrit.gov.pl/> wyświetla się w ten sposób:



Dlaczego?

Tylko jedna odpowiedź jest prawidłowa.

- a) kolega ma starą wersję przeglądarki, która nie obsługuje zaawansowanej grafiki strony
- b) został użyty przycisk „wersja kontrastowa”, który pomaga osobom słabowidzącym zapoznać się z treścią strony
- c) komputer został zaatakowany wirusem typu Trojan
- d) kolega wyświetla stronę przygotowaną do wydruku

Zadanie 11

Wskaż bezpośrednie zagrożenia, które wiążą się z posiadaniem profilu na portalu społecznościowym.

Podaj wszystkie prawidłowe odpowiedzi.

- a) możliwość niekontrolowanego wycieku prywatnych informacji (niedoskonała ochrona danych osobowych)
- b) stalking
- c) zablokowanie komputera
- d) kradzież tożsamości (profilu)
- e) kradzież pieniędzy z konta bankowego
- f) phishing
- g) cenzurowanie publikowanych i otrzymywanych treści
- h) fałszerstwo dokumentu tożsamości
- i) śledzenie aktywności użytkownika w internecie

Zadanie 12

Do jakiej instytucji zwrócisz się w konkretnej sprawie?

Połącz sprawę z nazwą instytucji.

Instytucje:

- a) GIODO
- b) UOKiK
- c) RPD
- d) KRRiT
- e) UKE

Sprawy:

1. sklep internetowy nie chce oddać ci pieniędzy za towar zwrócony w ciągu 10 dni od daty zakupu
2. wiesz, że kolega z młodszej klasy jest prześladowany w internecie, a lokalne instytucje nie reagują na problem
3. w audycji radiowej prowadzący obrażał cudzoziemców mieszkających w Polsce

Zadanie 13

Chcesz dowiedzieć się, co sklep internetowy robi z twoimi danymi osobowymi. Gdzie szukasz tej informacji?

Tylko jedna odpowiedź jest prawidłowa.

- a) w zakładce „O nas”
- b) w zakładce „Twój profil”
- c) w „Polityce prywatności”
- d) w „Regulaminie zakupów”

Zadanie 14

Jak należy oznaczyć zdjęcie ściągnięte z Wikipedii, które chcesz opublikować na swoim blogu?

Zaznacz wszystkie prawidłowe odpowiedzi.

- a) należy podać informację, że zdjęcie pochodzi z internetu (źródło: internet)
- b) należy podać nazwisko/pseudonim autorki lub autora
- c) należy podać informacje o licencji, na której opublikowane jest zdjęcie
- d) należy podać link do strony, z której ściągnięto zdjęcie

Zadanie 15

Na ostatniej imprezie karaoke zrobiłaś/eś świetne zdjęcie swojej koleżanki śpiewającej przeboje Abby. Wiesz, że pewnie nie będzie się jej podobać, ale chcesz, żeby jak najwięcej osób zapamiętało ten wieczór. Co robisz?

Tylko jedna odpowiedź jest prawidłowa.

- wysyłasz zdjęcie do wszystkich uczestników imprezy mailem
- wrzucasz zdjęcie na swój publiczny profil w portalu społecznościowym, a potem informujesz o tym koleżankę
- pytasz koleżankę, czy zgadza się na publikację zdjęcia, a potem udostępniasz je tylko osobom, które były na imprezie
- wrzucasz zdjęcie na swojego bloga, ale zamazujesz twarz koleżanki

Zadanie 16

Twój starszy brat chce podczas imprezy urodzinowej w Sopocie puszczać ze znajomymi tzw. chińskie lampiony. Jakie zezwolenie jest mu potrzebne?

Tylko jedna odpowiedź jest prawidłowa.

- zezwozenie Państwowej Straży Pożarnej
- zezwozenie Polskiej Agencji Żeglugi Powietrznej
- zezwozenie Urzędu Miasta
- zezwozenie Sanepidu

Co wpisałeś/aś w okno wyszukiwarki, żeby znaleźć tę informację?

Zadanie 17

Na pulpicie twojego komputera wyświetla się taki komunikat. Komputer faktycznie zostaje zablokowany. Co robisz?

Zaznacz wszystkie prawidłowe odpowiedzi.



POLSKA POLICJA
CYBERPOLSKA PARTNER



Twój IP-adres: 89.76.224.87
Twój dostawca usług Internetowych: UPC Polska Sp. z o.o.
Lokalizacja: Poland , Lublin



Twój KOMPUTER ZOSTAŁ ZABLOKOWANY



Jesteś narucającym, Twoje czynności są nielegalne i pociągają za sobą odpowiedzialność karną.

Praca twojego komputera została zablokowana z powodu nie sankcjonowanej aktywności cybernetycznej.

Ponieś za wymienione możliwe naruszenia prawa:

Artykuł – 174. Prawo autorskie
 Naruszenie w/w art 174 § 1 (Wydrukowanie lub rozpowszechnianie prac autorskich). Grzywna w wysokości od 60 000 PLN do 70 000 PLN.

Artykuł – 183. Poroga przestępstwa
 Naruszenie w/w art 183 § 3 (Wydrukowanie lub rozpowszechnianie plików z poroga). Grzywna w wysokości od 60 000 PLN do 75 000 PLN.

Artykuł – 184. Poroga przestępstwa
 Naruszenie w/w art 184 § 1 (Wydrukowanie lub rozpowszechnianie plików z poroga). Grzywna w wysokości od 60 000 PLN do 120 000 PLN.

Artykuł – 104. Pociąganie terroryzmu
 Naruszenie w/w art 104 § 1 (Pociąganie na straszenie, uprosy, uprosy terroryzmu). Grzywna w wysokości od 50 000 PLN do 100 000 PLN.

Artykuł – 68. Rozpowszechnianie programów wirusowych
 Naruszenie w/w art 68 § 1 (Rozpowszechnianie programów wirusowych, które uszkodzą inne komputery). Grzywna w wysokości od 50 000 PLN do 100 000 PLN.

Artykuł – 113. Wykorzystanie nielegalnego oprogramowania
 Naruszenie w/w art 113 § 1 (Wykorzystanie nielegalnego oprogramowania). Grzywna w wysokości od 30 000 PLN do 60 000 PLN.

Artykuł – 99. Szachrajstwo z kartami płatniczymi, carding
 Naruszenie w/w art 99 § 1 (Szachrajstwo z kartami płatniczymi lub jej rekwizytami, nie liczącami lub nie powierzonymi jej właścicielom). Grzywna w wysokości od 70 000 PLN do 130 000 PLN z konfiskatą mienia.

Artykuł 156. Rozsyłanie spamu o treści porażającej
 Naruszenie w/w art 156 § 1 (Rozsyłanie spamu o treści porażającej przez listy elektroniczne i sieci społecznościowe). Grzywna w wysokości od 50 000 PLN do 140 000 PLN.

Wszystkie nielegalne działania dokonywane z Twojego komputera zostały wpisane do BAZY DANYCH POLICJA, w tym 20-ROKOWE ZABLOKOWANIE W CELU NASTĘPNIEJ IDENTYFIKACJI OSOBY. ZOSTAŁO ZAMKNIĘTE OBLĄDZANIE PODPOWIAZKI Z UŻYCIEM OSÓB NIELETNICH.





Nęganymie widok: [Wzrost](#)

W PRZYPADKU PRÓBY SAMODZIELNEGO UBEZPIECZENIA WYSTĄPIŁO TWOJE DANE ZOSTAŁO SFORMALIZOWANE Z WYKAZEM PŁATNOŚCI, KTÓRE STANOWIĄ DOWÓD WINY.

Pierwsze naruszenie może nie pociągnąć za sobą odpowiedzialności karnej, a tylko zapłacenie kary, na podstawie ustawy o lojalności do ludności, która naruszyła prawo przynajmniej w dniu 04 grudnia 2012 roku. W przypadku ponownych naruszeń prawa odpowiedzialności karnej jest nieunikniona.

Żeby odblokować komputer i uniknąć innych konsekwencji prawnych, jesteś zobowiązany do zapłacenia grzywny w wysokości **400 PLN**.



Paysafecard to sposób na wygodę w zakupach komputeryzacji, zakupach prawniczych, Internetu, Internetu, Internetu.

Proszę wymienić gotówkę na voucher Paysafecard i wpisać Twój kod vouchera do podanego niżej formularza.

Kod:

1

2

3

4

5

6

7

8

9

0

Status: **Czekaj na płatność**

POTWIERDZENIE KODU

47:59:09

Gdzie mogę kupić Paysafecard





Komputronik

Proszę zwrócić uwagę, grzywna musi zostać zapłacona wyłącznie w ciągu 48 godzin, jeżeli w tym terminie zapłata nie zostanie dokonana, odblokowanie komputera już nie będzie możliwe. W tym przypadku wobec Ciebie zostanie automatycznie wszczęta sprawa karna.

- a) pokazujesz komunikat rodzicom/opiekunom
- b) sprawdzasz prawdziwość zawartych w komunikacie informacji, np. wymienionych artykułów prawnych
- c) dokonujesz zalecanej płatności
- d) sprawdzasz w wyszukiwarce internetowej (z telefonu komórkowego lub innego komputera), co należy zrobić w takiej sytuacji
- e) restartujesz komputer
- f) podejrzewasz, że może to być wirus komputerowy i zgłaszasz to osobie kompetentnej, np. informatykowi

Zadanie 18

Wyobraź sobie, że poniższe zdjęcia przedstawiają twój wizerunek. Jak i gdzie można je wykorzystać?

Połącz zdjęcia i miejsca ich publikacji.

Miejsca:

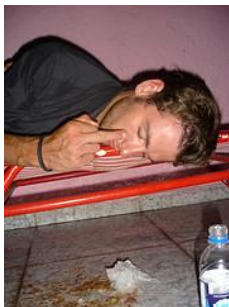
- a) dostępny dla wszystkich album ze zdjęciami na towarzyskim portalu społecznościowym
- b) dostępny tylko dla najbliższych znajomych album ze zdjęciami na towarzyskim portalu społecznościowym
- c) avatar na forum dotyczącym pracy w bankowości
- d) formularz rekrutacyjny na wakacyjną wymianę młodzieży
- e) nie publikuję tego zdjęcia w sieci

Zdjęcia:

1.



2.



3.



4.



5.



Zadanie 19

Jaki jest symbol klasyfikacji bibliotecznej najnowszego wydania książki *Ekonomia w jednej lekcji* autorstwa Henry'ego Hazlitta w zbiorach Biblioteki Uniwersyteckiej w Warszawie?

Tylko jedna odpowiedź jest prawidłowa.

- a) HG229 .H39165 2007
- b) 1151471
- c) PS3515.A96 T56165 2011
- d) HB171 .H445165 2012

Zadanie 20

Oznacz poniższe zdania jako prawdziwe lub fałszywe.

- 1. Telewizja TVN finansowana jest ze środków pochodzących z abonamentu radiowo – telewizyjnego. PRAWDA / FAŁSZ
- 2. Polskie Radio nie może nadawać żadnych reklam. PRAWDA / FAŁSZ
- 3. TVP Historia należy do mediów publicznych. PRAWDA / FAŁSZ
- 4. TVP Kultura nie jest nastawiona na zysk. PRAWDA / FAŁSZ
- 5. Radiowa Czwórka jest stacją komercyjną. PRAWDA / FAŁSZ
- 6. Działalność mediów publicznych ma charakter misyjny. PRAWDA / FAŁSZ

Zadanie 21

Przygotuj komunikat na podstawie podanych niżej wiadomości w formie:

1. oficjalnego zaproszenia wysyłanego mailem
2. SMS-a do znajomych, maksymalnie 140 znaków
3. informacji prasowej do lokalnej gazety

Twój przyjaciel – Krzysztof Gawroński, znany w środowisku jako Gawron – jest gitarzystą i wokalistą w zespole rockowo-metalowym „The Urban Jungle. 22 stycznia br. o 19.00 odbędzie się koncert zespołu w Domu Kultury Miejskiej przy ul. Wielebskiego 3 w Krętowie. Zespół zagra m.in. covery Metalliki, Black Sabbath, ale też własne utwory. Bilety mają być w cenie 15 zł. Oprócz Krzysztofa w zespole grają także Michał Kordowski na gitarze basowej i Tomasz Bielewski na perkusji. Ostatnio miałaś/miałeś okazję się z nimi spotkać i porozmawiać o ich twórczości. Planują występ w programie „Must be the music”, a wcześniej małą trasę koncertową po powiecie bełżeckim, odwiedzając – oprócz Krętowa – Bełżec, Wielkie Głazy i Niechorzów. Gawron zwierzył ci się, że napisał 2 nowe utwory, które po raz pierwszy zostaną zaprezentowane na koncercie 22 stycznia. Jeśli uda im się zebrać pieniądze (ok. 15 tys. zł), chcą zacząć nagrywanie swojej pierwszej płyty.

Zadanie 22

Na podstawie poniższego fragmentu tekstu przygotuj jeden slajd prezentacji przeznaczonej dla uczniów drugiej klasy szkoły podstawowej

Wykorzystaj też zdjęcie dostępne w internecie, które jest udostępnione na licencji umożliwiającej jego dalsze przetwarzanie i rozpowszechnianie.

Puszcza Białowieska – kompleks leśny położony na terenie Polski i Białorusi, odznaczający się dużymi walorami przyrodniczymi i historycznymi. W Puszczy Białowieskiej zachowały się ostatnie fragmenty lasu o charakterze pierwotnym. Tutaj mieszka największa populacja wolnego żubra na świecie. Puszcza Białowieska leży w strefie klimatu umiarkowanego przejściowego, stosunkowo chłodnego i z dominacją wpływów kontynentalnych, w związku z czym w pewnych klasyfikacjach bywa on określany jako klimat leśny subkontynentalny strefy umiarkowanie chłodnej. Według danych z Białowieskiego Parku Narodowego średnia roczna temperatura powietrza w latach 1955–2001 wynosiła 6,8 °C. Odnotowane temperatury mieściły się w zakresie od +34,5 °C do –38,7 °C (rekord zimna w 1950 r.). Średnia ilość opadów wynosi 633 mm na rok, z czego większość w sezonie wegetacyjnym, który względem Polski zachodniej jest krótszy o miesiąc i trwa 205 dni. Zima natomiast jest długa, z pokrywą śnieżną utrzymującą się średnio ponad 92 dni. Na terenie Puszczy Białowieskiej żyje 58 gatunków ssaków co stanowi ponad 70 procent fauny niżowej Polski w obrębie tej grupy. Spośród występujących tu gatunków 33 podlegają w Polsce ochronie prawnej, a 12 figuruje w Polskiej Czerwonej Księdze Zwierząt.

Źródło: Puszcza Białowieska, https://pl.wikipedia.org/wiki/Puszcza_Bia%C5%82owieska (dostęp 18.11.2013), CC BY-SA.

II ETAP

Wczuj się w rolę specjalisty od marketingu lub reklamy. Przygotuj plan kampanii promocyjnej swojej miejscowości, dzielnicy lub najbliższej okolicy. Wiemy, że narzędzia medialne nie mają przed tobą tajemnic – pokaż, co potrafisz! Przed przystąpieniem do realizacji zadania zastanów się:

- Jaki jest cel kampanii?
- Jaką zmianę chcesz wywołać albo do czego chcesz namówić, zachęcić odbiorców?
- Co będzie głównym tematem kampanii? Możesz skupić się na wydarzeniach, miejscach, historii lub wyjątkowych osobach, które mieszkają w twojej okolicy.
- Za pośrednictwem jakich mediów możesz dotrzeć do potencjalnych odbiorców kampanii?
- Które metody promocji twoim zdaniem będą najskuteczniejsze?
- Jak stworzysz konsekwentny przekaz, korzystając z różnych mediów?

Rozwiązanie zadania powinno składać się ze:

- strategii, zawierającej opis głównego przesłania kampanii, grup docelowych, czasu trwania i harmonogramu działań, wykorzystanych narzędzi wraz z uzasadnieniem wyboru (maksymalna objętość to 3 strony maszynopisu – 5400 znaków),
- 3 przykładów medialnych produktów kampanii, np. spot, plakat, ulotka, fanpage, strona internetowa, artykuł w lokalnej gazecie, audycja radiowa, forum lub inny wybrany przez Uczestnika Turnieju. Prace powinny być różnorodne i wykorzystywać różne narzędzia i formy przekazu (np. spot, fanpage i strona). W przypadku nadesłania większej liczby produktów, Kapituła Turnieju oceni tylko 3 pierwsze.

Kryteria oceny

Strategia (0-40 punktów)

- kampania ma jasne przesłanie,
- zaplanowane działania są spójne i możliwe do zrealizowania,
- kampania jest skierowana do określonej grupy docelowej,
- kanały komunikacji wykorzystane w kampanii odpowiadają potrzebom grupy docelowej, są dla niej atrakcyjne,
- strategia przewiduje zaangażowanie w działania lokalnej społeczności, instytucji i mediów.

Produkty kampanii (0-20 punktów każdy)

- materiał jest starannie wykonany,
- materiał charakteryzuje się dużą oryginalnością, wykorzystuje w sposób kreatywny gatunki i konwencje przekazów medialnych,
- materiał jest spójny z przedstawioną strategią kampanii,
- w przygotowaniu materiałów wykorzystano różne media i narzędzia multimedialne w sposób poprawny technicznie,
- utwory innych osób wykorzystane w materiale zostały poprawnie oznaczone, ich wykorzystanie nie narusza praw autorskich twórców.

III ETAP – ZAWODY FINAŁOWE

Przebieg zawodów finałowych został opisany na stronie 13 samouczka.



II edycja (2014/2015)

Rejestracja uczestników do II edycji Wielkiego Turnieju Edukacji Medialnej odbywała się w dniach 1 października – 11 listopada 2014 roku za pośrednictwem elektronicznego formularza na stronie internetowej edukacjamedialna.edu.pl. Uczniowie i uczennice, którzy chcieli wziąć udział w konkursie, mogli zostać zarejestrowani przez swoich nauczycieli oraz bibliotekarzy szkolnych, którzy poprzez fakt przesłania danych zgłoszeniowych stawali się opiekunami uczestników na czas trwania całego Turnieju. Informacje na temat WTEM trafiły do grupy docelowej dzięki materiałom promocyjnym i informacyjnym rozsyłanym pocztą tradycyjną i elektroniczną do szkół i bibliotek szkolnych w całej Polsce (informacje na temat Turnieju zostały wysłane bezpośrednio do ponad tysiąca placówek). Do udziału w drugiej edycji konkursu zgłoszonych zostało ponad 650 osób, uczniów i uczennic szkół ponadgimnazjalnych różnego typu: liceów, techników, placówek ogólnokształcących, ekonomicznych, gastronomiczno-hotelarskich, politechnicznych, rolniczych, samochodowych.

Pierwszy etap II edycji Wielkiego Turnieju Edukacji Medialnej odbył się 18 listopada 2014 r. Trwał 90 minut i składał się z 21 pytań otwartych i zamkniętych. Nad przebiegiem zmagających konkursowych od pierwszego etapu czuwała Kapituła Wielkiego Turnieju Edukacji Medialnej, w której skład weszli: dr Anna Mierzecka z Instytutu Informacji Naukowej i Studiów Bibliologicznych Uniwersytetu Warszawskiego, Maria Adamiec z Fundacji Orange, dr Grzegorz Stunża, prowadzący zajęcia z edukacji medialnej dla studentów Uniwersytetu Gdańskiego, tworzący serwis Edukator Medialny oraz Magdalena Biernat, dyrektor zarządzająca fundacji Nowoczesna Polska. Zadania rozwiązało ponad 400 uczestników, a 83 z nich osiągnęło liczbę punktów uprawniającą do przystąpienia do drugiego etapu WTEM. Ich zadaniem było zaprojektowanie kampanii medialnej promującej czytelnictwo na podstawie zasobów biblioteki internetowej Wolne Lektury. Przygotowany projekt miał składać się ze strategii zawierającej opis głównego przesłania kampanii, grup docelowych, czasu trwania i harmonogramu działań, wykorzystanych narzędzi wraz z uzasadnieniem ich wyboru oraz trzech przykładów medialnych produktów kampanii (spot, ulotka, plakat, strona internetowa, fanpage na Facebooku, artykuł prasowy, audycja radiowa itp.). W wyznaczonym terminie wpłynęło do nas niemal 50 prac, z których Kapituła Turnieju, zwracając uwagę na jasne przesłanie kampanii, spójność zaplanowanych działań, wykorzystanie odpowiednich narzędzi, zaangażowanie lokalnej społeczności oraz staranność, różnorodność i oryginalność stworzonych produktów, wybrała dwunastu finalistów i finalistek. Grupa najwyżej ocenionych uczestników spotkała się 25 kwietnia 2015 r. w Warszawie podczas zawodów finałowych. Postawiono przed nimi zadania wymagające wykazania się wiedzą oraz umiejętnościami medialnymi, informacyjnymi i cyfrowymi. Pierwszym wyzwaniem było udzielenie pisemnych odpowiedzi na pięć pytań, które dotyczyły m.in. dostępności mediów, ekonomii uwagi oraz etyki dziennikarskiej. Następnie uczestnicy i uczestniczki wcielali się w rolę szyfrantów i szyfrantek – na podstawie zdobytych informacji szyfrowali swoje wiadomości i wykonywali infografikę, która miała stanowić instrukcję szyfrowania oraz przedstawiać korzyści płynące z takiego sposobu dbania o swoje bezpieczeństwo w sieci. Ostatnim wyzwaniem była prezentacja efektów swojej pracy przed Jury złożonym z Członków Kapituły Wielkiego Turnieju Edukacji Medialnej oraz przedstawicieli partnerów konkursu. Zwycięzcą II edycji Wielkiego Turnieju Edukacji Medialnej został Piotr Kędziora z I LO w Puławach, drugie miejsce zajął Jan Kundziołka – uczeń XVIII LO im. Jana Zamoyskiego w Warszawie, trzecia lokata przypadła natomiast Oldze Skiermunt z II LO im. Jana Zamoyskiego w Lublinie. Jury przyznało również dwa wyróżnienia: Szymonowi Mołczan z I LO im. KEN w Sanoku i Jakubowi Czubaszkowi – uczniowi VII LO im. J. Słowackiego w Warszawie, którzy szczególnie dobrze poradzili sobie z szyfrowaniem wiadomości. Laureat pierwszego miejsca w ramach nagrody wyjechał w czerwcu na 10-dniowy obóz medialny dla młodzieży Digital Media Summer Camp do USA. Osoby, które zajęły drugie i trzecie miejsce otrzymały nowoczesne czytniki e-booków oraz zwolnienie z opłaty za udział w intensywnym kursie języka

angielskiego organizowanym przez Akademię Leona Koźmińskiego. Wyróżnieni uczniowie również uczestniczyli w tym kursie bez żadnych opłat. Wszyscy uczestnicy otrzymali pakiet upominków od partnerów Turnieju: Narodowego Instytutu Audiowizualnego, Akademii Leona Koźmińskiego, Fundacji Koźmińskich, Muzeum Historii Żydów Polskich POLIN, Koalicji Otwartej Edukacji, Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, Fundacji Evens, Fundacji Orange, Instytutu Kultury Miejskiej, Instytutu Informacji Naukowej i Studiów Bibliologicznych, Stowarzyszenia Wikimedia Polska, Fundacji 5Medium, Fundacji Wolnego i Otwartego Oprogramowania, Fundacji Dobrego Odbioru, Stowarzyszenia Arteria, Fundacji Rozwoju Społeczeństwa Informacyjnego, Centrum Edukacji Obywatelskiej oraz Centrum Otwartej i Multimedialnej Edukacji UW. Patronem honorowym Turnieju był Minister Edukacji Narodowej, a patronami medialnymi: Perspektywy, Edunews, Edukacja i Media oraz Edukator Medialny. Projekt dofinansowano ze środków Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego.

Uczestnikom i uczestniczkom podczas zmagania towarzyszyli nauczyciele, którzy wspierali ich przez cały czas trwania Turnieju. W dniu finału wzięli oni udział w warsztatach prowadzonych przez przedstawicieli organizacji i instytucji partnerskich: Karolinę Kanar-Kossobudzką z Fundacji Orange, Katarzynę Grubek z Centrum Edukacji Obywatelskiej i Annę Równy z Narodowego Instytutu Audiowizualnego.

II edycja Wielkiego Turnieju Edukacji Medialnej była w opinii uczestników, uczestniczek, opiekunów, partnerów i organizatorów bardzo udanym przedsięwzięciem. Podczas jego ewaluacji doceniali oni to, że zadania stawiane przed uczestnikami były ciekawe i oryginalne, a także podkreślali bardzo dobrą organizację. Wysoką wartość Turnieju w doskonały sposób potwierdzają słowa jednej z jego uczestniczek: „Konkurs wychodzi naprzeciw potrzebom młodzieży. Super, że sprawdza umiejętności i działanie. Znakomita oprawa i organizacja. Modłę się o więcej takich konkursów”.





II edycja Wielkiego Turnieju Edukacji Medialnej oczami Zwycięzcy

O II edycji Wielkiego Turnieju Edukacji Medialnej dowiedziałem się od kolegi ze szkoły. Ponieważ lubię rywalizację, a tematyka bardzo mi odpowiadała, nie zastanawiałem się długo. Od razu zgłosiłem swój udział.

Pierwszy etap zmagania to test wiedzy. Był dla mnie dużym wyzwaniem. Wymagał spostrzegawczości i dużego zaangażowania, aby odnaleźć w sieci wszystkie potrzebne informacje. Wiadomość o tym, że jako jedna z dwóch osób ze szkoły zakwalifikowałem się do drugiego etapu Turnieju, bardzo mnie ucieszyła. Świadomość znalezienia się w gronie kilkudziesięciu osób wyłonionych z blisko 400 uczestników działała na mnie motywująco.

Po zapoznaniu się z wymaganiami postawionymi przez organizatora w drugim etapie Turnieju poczułem się jak ryba w wodzie! Bardzo lubię zagadnienia dotyczące reklam i kampanii promocyjnych, więc z przyjemnością przystąpiłem do działania. Wymyśliłem i zrealizowałem w postaci krótkiego filmu spot reklamowy, zaprojektowałem plakat oraz przygotowałem materiały na potrzeby artykułu do gazety. Wszystko to zebrane w całość utworzyło gotową kampanię promocyjną zachęcającą do korzystania z zasobów serwisu internetowego wolnelektury.pl. Na koniec wysłałem moją pracę i z niecierpliwością czekałem na ogłoszenie wyników.

Po pewnym czasie nadeszła długo oczekiwana wiadomość – jestem w finale! Ta informacja sprawiła mi ogromną radość i uświadomiła, że dotychczasowy trud włożony w realizację zadań konkursowych został doceniony. W ten oto sposób znalazłem się w ścisłej czołówce dwunastu uczestników walczących o główną nagrodę.

Do Warszawy pojechałem podekscytowany, z nadzieją na wygraną. Stawka Turnieju była wysoka, wyjazd do USA. Jednak świadomość, że 11 moich rówieśników przyjechało w tym samym celu, była dla mnie powodem dodatkowych emocji... i stresu.

Atmosfera finału była naprawdę świetna. Zapewnione warunki, w jakich przebiegał finał (bardzo dobra lokalizacja, profesjonalne przygotowanie, catering), sprawiały, że rozwiązywanie zadań konkursowych szło mi wyjątkowo sprawnie. Trzyetapowe zadania polegały na wykazaniu się zarówno wiedzą teoretyczną jak i praktyczną z dziedziny informatyki oraz wiedzy medialnej. Na koniec każdy z uczestników finału musiał przygotować i przeprowadzić wystąpienie przed komisją konkursową, omawiając, w oparciu o wcześniej przygotowaną infografikę, zagadnienia dotyczące szyfrowania wiadomości e-mail.

Emocji w trakcie finału było aż nadto. Każdy z uczestników w skupieniu i z zaangażowaniem wykonywał poszczególne zadania. Komisja obserwująca cały przebieg zmagania, po krótkiej naradzie ogłosiła oficjalne wyniki. Chwile te zostaną ze mną na zawsze. W myślach, raz wątpiąc w skuteczność swoich dokonań, to znowu w przyptywie wiary w siebie oczekiwałem na werdykt. Życząc moim koleżankom i kolegom z finału, z którymi zdążyłem się poznać i ich polubić, jak najlepszych wyników, liczyłem, że i moje wysiłki zostaną zauważone.

Tak też się stało.

W II edycji Wielkiego Turnieju Edukacji Medialnej zająłem I miejsce, otrzymując główną nagrodę, czyli wyjazd na 10-dniowe warsztaty medialne Digital Media Summer Camp na Uniwersytecie w Macon w Stanach Zjednoczonych!

Oswojenie się z tym wynikiem zajęło mi trochę czasu. Pomatu docierało do mnie coraz bardziej: „Udało się, lecę do USA!”. Po załatwieniu (nadspodziewanie szybko i sprawnie) wszystkich formalności na początku czerwca wyleciałem z lotniska w Warszawie, by przeżyć przygodę mojego życia.

To był mój pierwszy lot samolotem, dlatego nawet i zdobyte w tym obszarze doświadczenia były dla mnie bardzo ważne. Podróż minęła spokojnie i zakończyła się bezpiecznym lądowaniem. Lotnisko w Atlancie, gdzie w końcu dotarłem, to, jak się potem dowiedziałem, największe lotnisko świata. To było widać na każdym kroku. Zwłaszcza kiedy z powodu dużych odległości po bagaże trzeba było pojechać podziemną kolejką. Macon w stanie Georgia to cel mojej podróży.

Mercer University, w którym zorganizowano warsztaty, to kompleks uniwersytecki znajdujący się godzinę drogi od Atlanty. Zgodnie z przypuszczeniami kampus okazał się terenem sporych rozmiarów, wyśmienicie zorganizowanym. Kadra prowadząca zajęcia świetnie merytorycznie przygotowana i bardzo otwarta w kontaktach z młodzieżą. Wyposażenie w niezbędny sprzęt techniczny na najwyższym poziomie.

Każdy dzień warsztatów zaplanowany był od rana do późnych godzin wieczornych. Był czas na wykłady, zajęcia praktyczne no i oczywiście na rozrywkę. W ramach programu zwiedziliśmy główną siedzibę stacji CNN, pracowaliśmy na profesjonalnym sprzęcie do transmisji programów telewizyjnych, uczestniczyliśmy w pokazie możliwości drona. Wieczorami zaś zawsze przewidziane były jakieś atrakcje – piknik, oglądanie filmów czy wizyta w parku rozrywki.

Grupa moich rówieśników, mieszkańców USA, liczyła 47 osób. Byłem jedynym uczestnikiem spoza Stanów, jednak ciekawość otaczającego świata, ich otwartość i bezpośredni kontakt sprawiały, że od pierwszych dni nawiązała się między nami przyjaźń. Czasem byłem w centrum uwagi. Pytano mnie o życie w moim kraju, zwyczaje, różnice, jakie zauważam. Opowieści o ich standardach, zwyczajach wzbogacały moją wiedzę na temat tamtejszej kultury.

Obawy związane z tym, czy moja znajomość języka angielskiego jest dostateczna, zniknęły zaraz po przyjeździe. Ja starałem się uważnie słuchać, a inni dbali o to, abym mógł jak najwięcej zrozumieć. W tej sytuacji problemów komunikacyjnych być nie mogło.

Podczas warsztatów realizowaliśmy projekt w grupach 3-osobowych, zastanawiając się nad tym, co to oznacza być mieszkańcem Południa Stanów Zjednoczonych. Na ten właśnie temat w mojej grupie nagraliśmy film-wywiad, wykonywaliśmy zdjęcia, przygotowaliśmy artykuł do prasy. Na koniec nasze prace zostały opublikowane na specjalnie do tego przygotowanej stronie internetowej projektu (www.beingsouthern.us). Było mi bardzo miło, gdy po zakończeniu 9-dniowych zajęć okazało się, że film zrealizowany przez moją grupę został wybrany jako najlepszy. Otrzymałem także indywidualną nagrodę dla „Podróżnika z najdalszych stron świata”. W końcu parę tysięcy kilometrów się przebyło :)

I tak oto czas mojej przygody dobiegł końca. Żał było wracać.

Warsztaty były dla mnie świetną okazją do podszlifowania moich umiejętności m.in. z zakresu filmu, fotografii, realizacji dźwięku no i oczywiście w zakresie posługiwania się językiem angielskim. Poznałem mnóstwo fantastycznych osób, zwiedziłem ciekawe miejsca. Po prostu spędziłem wspaniały czas! Z tego względu jasnym jest, że wydarzenia opisane powyżej oceniam jako najciekawsze doświadczenie mojego życia!

W przyszłości każdego zachęcam do spróbowania swoich sił w kolejnych edycjach Wielkiego Turnieju Edukacji Medialnej.

Pamiętajcie, świat jest w zasięgu naszych rąk – niekiedy trzeba tylko odwagi, by zrobić ten pierwszy, najważniejszy krok!

Organizatorom Turnieju i Sponsorom nagrody głównej serdecznie dziękuję. Profesjonalizm w podejściu do organizacji i nadzorowania jego przebiegu był widoczny na każdym etapie zmagani konkursowych, jak też, a może przede wszystkim, potwierdził się w czasie przygotowań do mojego wyjazdu. Wszystkim, którzy osobiście przyczynili się do realizacji przygody mojego życia, chciałbym w sposób szczególny podziękować. Wasz trud włożony w perfekcyjną realizację całego projektu zaowocował istotnymi wydarzeniami w życiu wielu z uczestników Turnieju. W moim w sposób szczególny. Za gotowość niesienia pomocy i pasję, z jaką wykonujecie swoje zadania – DZIĘKUJĘ.

Piotr Kędziora

Zwycięzca II edycji Wielkiego Turnieju Edukacji Medialnej

Zadania

I ETAP

Odpowiedzi na pytania testowe znajdziesz na stronie 96 samouczka.

Zadanie 1

Z jaką licencją Creative Commons jest zgodna OGL (Open Government License) i w jakim kraju się ją stosuje?

Tylko jedna odpowiedź jest prawidłowa.

- a) CC BY-SA, w Nowej Zelandii
- b) CC BY-ND, w Kanadzie
- c) CC BY-SA, w Wielkiej Brytanii
- d) CC BY, w Wielkiej Brytanii

Zadanie 2

Dopasuj definicję do pojęcia.

Podaj pary: litera-cyfra.

Pojęcia:

- a) plonk
- b) OZZ
- c) DRM
- d) booksprint
- e) protokół HTTPS

Definicje:

1. Oprogramowanie i sprzęt mające uniemożliwić działania niezgodne z prawem autorskim lub warunkami serwisu/wolą producenta. Stosuje się w muzyce, filmach, grach i innych mediach. Opiera się na mechanizmach kryptograficznych, zabezpieczając np. przed nieautoryzowanym odczytem lub skopiowaniem.
2. 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.
3. Jeden z protokołów umożliwiający przesyłanie w sieci zaszyfrowanych informacji, dzięki czemu dostęp do treści mają jedynie nadawca oraz odbiorca komunikatu.
4. Dodanie osoby, której postów nie chcemy czytać, do mechanizmu automatycznego usuwania wiadomości.
5. Podmiot zarządzający majątkowymi prawami autorskimi, głównie poprzez wydawanie licencji na korzystanie z utworów.

Zadanie 3

Co Myszka Miki ma wspólnego z wydłużeniem okresu obowiązywania majątkowych praw autorskich? O ile został wydłużony okres obowiązywania praw majątkowych w stosunku do wcześniejszych przepisów?

Zadanie 4

W którym z tych miast dojedziesz trolejbusem nr 150 z dworca PKP do al. Racławickich?

Tylko jedna odpowiedź jest prawidłowa.

- a) w Lublinie
- b) w Tychach
- c) w Gdyni

W jaki sposób dotarłeś/-aś do tej informacji? Wklej adres strony, z której korzystałeś/-aś?

Zadanie 5

Którą frazę należy dodać do zapytania w wyszukiwarce internetowej Google.com, aby wyszukać tylko prezentacje w formacie OpenDocument?

Tylko jedna odpowiedź jest prawidłowa.

- a) tylko prezentacje
- b) OpenDocument
- c) filetype:ppt
- d) filetype:odp

Zadanie 6

Do jakiej organizacji powinieneś/powinnaś się zwrócić, jeśli zapłaciłeś/-aś za zamówiony przez internet towar i go nie otrzymałeś/-aś, a ze sprzedawcą nie ma kontaktu?

Tylko jedna odpowiedź jest prawidłowa.

- a) UOKiK
- b) UKE
- c) RZP
- d) KNF

Zadanie 7

Ile czasu, zgodnie z polskim prawem, klient ma na zwrot towaru/usługi zakupionych przez internet? Czy można to zrobić bez podawania przyczyny? Podaj, jaki akt prawny to reguluje.

Zadanie 8

Jakie poziomy widoczności swoich postów możesz ustawić na Facebooku? Wskaż co najmniej dwa.

Zadanie 9

Podaj przykład inicjatywy sfinansowanej metodą crowdfundingu. Czy w Polsce można finansować tą metodą różne przedsięwzięcia? Jeśli tak, to na jakiej podstawie prawnej?

Zadanie 10

Oznacz poniższe zdania jako prawdziwe lub fałszywe.

1. Akcyza to jeden z elementów polityki antymonopolowej. PRAWDA / FAŁSZ
2. Większość (98%) treści w serwisie ninateka.pl jest dostępna za darmo bez konieczności logowania. PRAWDA / FAŁSZ
3. GIODO to instytucja uprawniona do kontroli zgodności przetwarzanych danych z przepisami o ochronie danych osobowych. PRAWDA / FAŁSZ

4. Polska telewizja publiczna utrzymuje się jedynie z wpływów finansowych z abonamentu radiowo-telewizyjnego. PRAWDA / FAŁSZ
5. Grupa ITI jest właścicielem TV TVN oraz serwisu Sympatia.pl. PRAWDA / FAŁSZ

Zadanie 11

Znajdź w sieci krótkie przykłady (tekstowy lub filmowy) następujących gatunków:

- reportaż
- felieton
- wywiad

Wklej linki do odszukanych materiałów.

Zadanie 12

Na podstawie poniższego tekstu przygotuj:

- komunikat zawierający twoją opinię n.t. proponowanych w rozporządzeniu zmian (staraj się uargumentować swoje stanowisko);
- komunikat perswazyjny będący częścią kampanii informacyjno-promocyjnej nowych przepisów.

Opakowania, pojemniki lub komory ładunkowe w środkach transportu powinny być oznakowane w sposób trwały i czytelny, umożliwiać identyfikację rodzaju transportowanych odpadów oraz posiadać widoczne, odporne na warunki atmosferyczne oznakowanie identyfikujące zawierające:

- 1) kod odpadów w nich transportowanych zgodnie z katalogiem odpadów;
- 2) imię i nazwisko oraz adres zamieszkania lub nazwę i adres siedziby wytwórcy odpadów.

Zadanie 13

Czy możesz opublikować niekomercyjnie remiks wierszy dostępnych w bibliotece internetowej Wolne Lektury?

Tylko jedna odpowiedź jest prawidłowa.

- a) nie mogę
- b) mogę, ale dopiero kiedy uzyskam zgodę autorów/autorek lub ich spadkobierców
- c) mogę, uiściłem/-am opłaty na rzecz Funduszu Promocji Twórczości
- d) mogę, wiersze z biblioteki Wolne Lektury znajdują się w domenie publicznej albo publikowane są na licencji CC BY-SA 3.0, która umożliwia taką publikację

Zadanie 14

Na czym polega tzw. otwarty dostęp? Podaj dwa przykłady inicjatyw realizowanych zgodnie z tym hasłem. Podaj adres(y) stron(y), na której/ych znalazłeś/-aś te informacje.

Zadanie 15

Wskaż wszystkie niepoprawne odpowiedzi dotyczące Urzędu Komisji Nadzoru Finansowego.

- a) wydaje zezwolenia na prowadzenie działalności na rynku finansowym
- b) realizuje postanowienia KNF
- c) pracownicy Urzędu należą do korpusu służby cywilnej.
- d) w skład urzędu wchodzi Departament Nadzoru Inwestycji Emerytalnych

Zadanie 16

Administrator strony zgodnej z Wytycznymi dla dostępności treści internetowych na najwyższym poziomie zgodności (AAA) może:

Tylko jedna odpowiedź jest prawidłowa.

- a) umieszczać na niej skany dokumentów bez OCR
- b) zamieszczać najważniejsze informacje w postaci audio lub video, dołączając alternatywną wersję tekstową
- c) wymagać od użytkownika wpisania słowa odczytanego z obrazka
- d) pisać, stosując żargon naukowy i nie wyjaśniając znaczenia trudniejszych pojęć

Zadanie 17

W pobliskim domu kultury odbywa się koncert twojej ulubionej grupy.

- zaprosz swojego nauczyciela języka polskiego (napisz e-mail)
- poinformuj o tym wydarzeniu swoich znajomych na Facebooku

Pamiętaj, aby każdy z komunikatów był sformułowany zgodnie z zasadami medialnego *savoir-vivre'u*.

Zadanie 18

Kolega prosi cię w komentarzu na Facebooku o podanie numeru telefonu wspólnego znajomego. Co robisz?

Wskaż wszystkie prawidłowe odpowiedzi.

- a) telefonujesz do znajomego i pytasz go, czy możesz przekazać nr telefonu koledze
- b) przekazujesz nr znajomego SMS-em lub w prywatnej wiadomości
- c) podajesz nr telefonu w kolejnym komentarzu

Zadanie 19

Poszukujesz materiałów z blogów lub innych serwisów internetowych dotyczących księcia Józefa Poniatowskiego. Zależy ci jednak, aby materiały te można było swobodnie wykorzystywać, udostępniać i modyfikować, także w celach komercyjnych. Stwórz odpowiednie zapytanie w wyszukiwarce; zrób zrzut ekranu przedstawiający zapytanie.

Zadanie 20

W przypadku logowania się w ramach sieci TOR dostawca internetu użytkownika zna:

Tylko jedna odpowiedź jest prawidłowa.

- a) numer IP użytkownika
- b) loginy i hasła użytkownika
- c) dane, które użytkownik przesyła i odbiera
- d) adresy stron, które użytkownik odwiedza

Zadanie 21

Podaj trzy przykłady wolnego oprogramowania.

II ETAP

Wczuj się w rolę specjalisty od marketingu lub reklamy. Przygotuj plan kampanii promującej czytelnictwo na podstawie zasobów biblioteki [Wolne Lektury](#). Wiemy, że narzędzia medialne nie mają przed tobą tajemnic – pokaż, co potrafisz!

Przed przystąpieniem do realizacji zadania zastanów się:

- Jaki jest cel kampanii? Jaką zmianę chcesz wywołać albo do czego chcesz namówić, zachęcić odbiorców?

- Co będzie głównym tematem kampanii? Możesz skupić się na konkretnym utworze znajdującym się w zasobach biblioteki Wolne Lektury, dziełach wybranego twórcy lub jednej z kolekcji.
- Za pośrednictwem jakich mediów możesz dotrzeć do potencjalnych odbiorców kampanii?
- Jakie metody promocji twoim zdaniem będą najskuteczniejsze?
- Jak stworzysz konsekwentny przekaz, korzystając z różnych mediów?

Rozwiązanie zadania powinno składać się ze:

- strategii, zawierającej opis głównego przesłania kampanii, grup docelowych, czasu trwania i harmonogramu działań, wykorzystanych narzędzi wraz z uzasadnieniem wyboru (maksymalna objętość to 3 strony maszynopisu – 5400 znaków),
- 3 przykładów medialnych produktów kampanii, np. spot, plakat, ulotka, fanpage, strona internetowa, artykuł w lokalnej gazecie, audycja radiowa, forum lub inny wybrany przez Uczestnika Turnieju. Prace powinny być różnorodne i wykorzystywać różne narzędzia i formy przekazu (np. spot, fanpage i stronę). W przypadku nadesłania większej liczby produktów, Kapituła Turnieju oceni tylko 3 pierwsze.

Kryteria oceny

Strategia (0–40 punktów)

- kampania ma jasne przesłanie,
- zaplanowane działania są spójne i możliwe do zrealizowania,
- kampania jest skierowana do określonej grupy docelowej,
- kanały komunikacji wykorzystane w kampanii odpowiadają potrzebom grupy docelowej, są dla niej atrakcyjne,
- strategia przewiduje zaangażowanie w działania lokalnej społeczności, instytucji i mediów.

Produkty kampanii (0–20 punktów każdy)

- materiał jest starannie wykonany,
- materiał charakteryzuje się dużą oryginalnością, wykorzystuje w sposób kreatywny gatunki i konwencje przekazów medialnych,
- materiał jest spójny z przedstawioną strategią kampanii,
- w przygotowaniu materiałów wykorzystano różne media i narzędzia multimedialne w sposób poprawny technicznie,
- utwory innych osób wykorzystane w materiale zostały poprawnie oznaczone, ich wykorzystanie nie narusza praw autorskich twórców.

III ETAP – ZAWODY FINAŁOWE

Zadania, które postawiono przed Finalistami i Finalistkami były złożone i wymagały wykazania się wiedzą oraz umiejętnościami medialnymi, informacyjnymi oraz cyfrowymi. Pierwszym wyzwaniem było udzielenie pisemnych odpowiedzi na pięć pytań:

1. Chcesz założyć stronę internetową, która będzie poświęcona twoim zainteresowaniom. Co zrobisz, aby publikowane na niej treści były dostępne dla odbiorców o różnych potrzebach? Podaj co najmniej 5 przykładów. (0-5 pkt)

2. Czym jest bańka informacyjna? Podaj co najmniej 5 sposobów, aby się z niej wydostać. (0-7 pkt)
3. Dlaczego nasza uwaga jest walutą w mediach? (0-7 pkt)
4. Wyobraź sobie, że bierzesz udział w konsultacjach społecznych koncepcji zasad finansowania mediów publicznych przygotowanej przez Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego. Zapoznaj się z fragmentami tej propozycji. Czy jest to odpowiedni sposób finansowania mediów publicznych? Dlaczego? Na jakich zasadach, twoim zdaniem, powinno się to odbywać? (0-10 pkt)

„Opłata audiowizualna pobierana będzie w celu finansowania misji publicznej nadawców publicznych, zdefiniowanej w art. 21 ustawy o radiofonii i telewizji. Opłata audiowizualna zastępująca opłatę abonamentową będzie w dalszym ciągu pobierana de facto od gospodarstw domowych rozumianych jako <<zespół osób mieszkających i utrzymujących się wspólnie albo jedna osoba utrzymująca się samodzielnie>>.

Odejście od obowiązku rejestracji odbiorników radiofonicznych lub telewizyjnych powoduje, iż konieczne jest ustalenie kręgu podmiotów, które będą zobowiązane do uiszczania opłaty audiowizualnej, w oparciu o dostępne dane i rejestry. W tym zakresie możliwe wydaje się kilka rozwiązań. Najprostszym rozwiązaniem w tym zakresie wydaje się być zobowiązanie do uiszczania opłaty audiowizualnej podatników podatku od nieruchomości będącej budynkiem lub jego częścią w rozumieniu art. 1a ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 12 stycznia 1991 r. o podatkach i opłatach lokalnych. Należy bowiem zauważyć, iż pomimo nałożenia obowiązku na pojedyncze osoby fizyczne (właściciele lub posiadacze samoistni nieruchomości), podatek od nieruchomości będącej budynkiem lub lokalem mieszkalnym, uiszczany jest de facto przez gospodarstwa domowe. Możliwe jest także pozyskiwanie danych osobowych osób fizycznych nieprowadzących działalności gospodarczej od przedsiębiorców dostarczających energię elektryczną. Nie ma bowiem wątpliwości, że niemal wszystkie gospodarstwa domowe w Polsce zawarły umowę o dostarczanie energii elektrycznej. Nie ma przy tym wątpliwości, iż gospodarstwo domowe, które takiej umowy nie zawarło, nie ma także możliwości korzystania z usług medialnych.

Opłata audiowizualna dla osób fizycznych zostanie ustalona na poziomie 10 zł od gospodarstwa domowego.”

5. Wyobraź sobie, że mieszkasz w niewielkiej miejscowości niedaleko granicy polsko-ukraińskiej. W ciągu ostatniego roku do twojej miejscowości przyjechało wielu Ukraińców i Ukrainek, którzy starają się o status uchodźcy. Ich obecność w życiu społeczności lokalnej budzi wiele dyskusji. Jesteś redaktorem/redaktorką szkolnej gazety. W redakcji postanowiliście opisać temat napływu Ukraińców i zmian, jakie zachodzą w miasteczku w związku z ich obecnością. Przedstaw plan swojej pracy nad artykułem, korzystając z modelu Wielkiej Szóstki. Podaj co najmniej 5 zasad etycznych, którymi będziesz się kierował(a).

Następnie uczestnicy i uczestniczki wcielali się w rolę szyfrantów i szyfrantek – na podstawie zdobytych informacji szyfrowali swoje wiadomości i wykonywali infografikę, która miała stanowić instrukcję szyfrowania oraz przedstawiać korzyści płynące z takiego sposobu dbania o swoje bezpieczeństwo w sieci. Ostatnim wyzwaniem była prezentacja efektów swojej pracy przed Jury złożonym z Członków Kapituły Wielkiego Turnieju Edukacji Medialnej oraz przedstawicieli Partnerów konkursu.

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



FINANSOWANE



Współfinansowane przez Europejski Fundusz Regionalny



Stowarzyszenie Autorów
ZAIKS

III edycja (2015/2016)

Harmonogram

Harmonogram Wielkiego Turnieju Edukacji Medialnej jest dostosowany do przebiegu roku szkolnego, dlatego ogłoszenie konkursu następuje zaraz po rozpoczęciu nauki, a zawody finałowe – na kilka tygodni przed jego zakończeniem.

W III edycji Wielkiego Turnieju Edukacji Medialnej zaszły pewne zmiany: na pierwszym etapie uczestnicy i uczestniczki w grupach liczących 3–5 osób, pod opieką wybranego przez siebie nauczyciela, przygotowują projekt medialny, poruszający zagadnienia dotyczące tematu przewodniego edycji; drugi etap polegał będzie natomiast na indywidualnym rozwiązaniu testu on-line, składającego się z pytań otwartych i zamkniętych. Trzeci etap to spotkanie najlepszych uczestników i uczestniczek podczas zawodów finałowych w Warszawie.

Więcej informacji na temat przebiegu konkursu znajduje się na kolejnych stronach poradnika.

Ogłoszenie tematu projektu medialnego (I etap): 1 października 2015 r.

Zgłaszanie zespołów projektowych przez opiekunów: do 10 listopada 2015 r.

Nadsyłanie projektów: do 30 listopada 2015 r.

Ogłoszenie wyników I etapu: grudzień 2015 r. / styczeń 2016 r.

Test on-line (II etap): luty 2016 r.

Zawody finałowe (III etap): kwiecień 2016 r.

Regulamin Wielkiego Turnieju Edukacji Medialnej

§ 1. Wstęp

Wielki Turniej Edukacji Medialnej, zwany dalej "Turniejem", jest konkursem organizowanym przez Fundację Nowoczesna Polska (zwaną dalej "Organizatorem"). W organizacji Turnieju Fundacja Nowoczesna Polska współdziała ze środowiskami pozarządowymi, akademickimi, zawodowymi i oświatowymi działającymi w obszarze edukacji medialnej. Wielki Turniej Edukacji Medialnej jest dofinansowany m.in. ze środków Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego. Partnerem strategicznym Turnieju jest Collegium Civitas.

§ 2. Cele Turnieju i sposoby ich osiągnięcia

1. Cele Turnieju to:

- a) podnoszenie kompetencji medialnych i informacyjnych uczniów i uczennic szkół ponadgimnazjalnych,
- b) zainteresowanie nauczycieli, bibliotekarzy i animatorów kultury edukacją medialną,
- c) kształtowanie umiejętności samodzielnego rozwijania kompetencji medialnych,
- d) sprawdzanie umiejętności krytycznej analizy informacji,
- e) sprawdzanie umiejętności tworzenia i odbioru komunikatów medialnych.

2. Cele Turnieju są osiągnięte przez:

- a) organizację konkursu przeznaczonego dla uczniów i uczennic szkół ponadgimnazjalnych,

- b) przygotowanie i publikację materiałów edukacyjnych dla uczniów i uczennic oraz nauczycieli i nauczycielek zainteresowanych udziałem w Turnieju.

§ 3. Organizacja Turnieju

1. Turniej przeprowadza Fundacja Nowoczesna Polska.

2. Uczestnikiem Turnieju (zwanym dalej „Uczestnikiem”) może być uczeń lub uczennica szkoły ponadgimnazjalnej, której program nauczania kończy się egzaminem maturalnym. Jeśli Uczestnik bierze udział w zajęciach prowadzonych przez instytucje kultury (biblioteki, domy kultury) lub organizacje pozarządowe, osoba reprezentująca taką instytucję może pełnić funkcję Opiekuna.

3. Opiekunem Uczestnika (zwanym dalej „Opiekunem”) może być nauczyciel, bibliotekarz, instruktor, animator kultury, wychowawca lub pedagog. Opiekun rejestruje Uczestników za ich zgodą oraz zgodą ich przedstawicieli ustawowych i czuwa nad jego przygotowaniami do udziału w zawodach.

4. Warunkiem udziału w Turnieju jest prawidłowa rejestracja zespołu projektowego dokonana przez Opiekuna zgodnie z ogłoszeniem o konkursie. Rejestracja wymaga podania następujących danych:

- a) imię, nazwisko, adres e-mail Uczestników,
- b) imię, nazwisko, adres e-mail, funkcja pełniona przez Opiekuna,
- c) nazwa i dane teleadresowe instytucji, którą reprezentuje Opiekun.

5. Udział w Turnieju może wziąć dowolna liczba zespołów projektowych zgłoszonych przez jednego Opiekuna.

6. Harmonogram Turnieju i szczegółowe zasady organizacji konkursu, w tym rejestracji, Organizator publikuje na stronie <http://edukacjamedialna.edu.pl> równocześnie z otwarciem rejestracji uczestników.

7. Przystąpienie do Turnieju, zarówno w charakterze Uczestnika, jak i Opiekuna, jest równoznaczne z zapoznaniem się z niniejszym regulaminem i zaakceptowaniem jego postanowień.

8. Turniej jest konkursem trójstopniowym.

8.1 Zawody I stopnia polegają na zespołowej realizacji projektu na jeden z zaproponowanych przez Organizatora tematów i dostarczeniu jego dokumentacji Organizatorowi drogą elektroniczną w podanym terminie. Zespoły projektowe składają się z 3-5 osób. Nad pracą zespołu projektowego czuwa Opiekun. Osobą odpowiedzialną za przesłanie dokumentacji projektowej w podanym terminie jest Opiekun.

8.2 Zawody II stopnia polegają na samodzielnym rozwiązaniu testu on-line przez Uczestnika w podanym terminie, w dowolnym miejscu, również w domu.

8.3 Zawody III stopnia polegają na samodzielnym rozwiązywaniu zadań przez Uczestnika. Na zawody III stopnia składają się następujące zadania: część pisemna, zadanie praktyczne, część ustna. Zawody odbywają się w ciągu jednego dnia w warunkach kontrolowanej samodzielności. Nad prawidłowym przebiegiem zawodów III stopnia czuwa Kapituła Turnieju.

9. Oceny rozwiązań uczestników są podstawą utworzenia listy rankingowej po zawodach każdego stopnia.

10. Organizator zastrzega sobie prawo do opublikowania, w tym w sieci Internet, rozwiązań Uczestników, którzy zostali zakwalifikowani do następnego etapu, zostali wyróżnieni lub otrzymali tytuł finalisty bądź laureata. Prace będą publikowane na wolnej licencji CC BY-SA, na co Uczestnik wyraża zgodę.

11. Rozwiązania niesamodzielne lub takie, co do których nie można ustalić autorstwa, nie będą oceniane. Organizator i Kapituła Turnieju po uznaniu pracy za niesamodzielną mogą zdyskwalifikować jej autora.

12. Organizator kwalifikuje do zawodów II i III stopnia odpowiednią (wedle własnego uznania) liczbę uczestników, których rozwiązania zadań stopnia niższego zostaną ocenione najwyżej. Zawodnicy zakwalifikowani do zawodów III stopnia otrzymują tytuł finalisty Turnieju Edukacji Medialnej.

13. Na podstawie końcowej listy rankingowej Organizator przyznaje tytuły laureatów Wielkiego Turnieju Edukacji Medialnej. Liczbę laureatów określi Kapituła Turnieju.

14. W przypadku bardzo wysokiego poziomu zawodów III stopnia Kapituła Turnieju może dodatkowo wyróżnić uczniów niebędących laureatami.

15. Zwycięzcą Turnieju Edukacji Medialnej zostaje osoba, która osiągnęła najwyższą pozycję na liście rankingowej.

§ 4. Organizator

1. Siedziba Organizatora znajduje się w Warszawie przy ul. Marszałkowskiej 84/92 lok. 125, 00-514 Warszawa, tel/fax: (22) 621-30-17, e-mail: edukacjamedialna@nowoczesnapolska.org.pl, strona Turnieju: edukacjamedialna.edu.pl/wtem.

2. Jedyną osobą uprawnioną do udzielania wiążących informacji na temat Turnieju jest Organizator.

3. Organizator pocztą elektroniczną zawiadamia Uczestników oraz ich Opiekuna o zakwalifikowaniu do zawodów stopnia II i III, podając szczegółowe informacje na temat zawodów.

4. Organizator archiwizuje akta Turnieju przez okres co najmniej 5 lat, w tym:

- a) zadania wykorzystane w Turnieju,
- b) rozwiązania zadań Turnieju,
- c) listy laureatów i ich opiekunów,
- d) rejestr wydanych zaświadczeń i dyplomów laureatów,
- e) zarejestrowany podczas zawodów III stopnia przebieg zadania praktycznego i części ustnej zawodów.

§ 5. Kapituła Turnieju

1. Kapituła Turnieju, zwana dalej "Kapitułą", jest odpowiedzialna za poziom merytoryczny zawodów.

2. Siedziba Kapituły znajduje się w Warszawie pod adresem: ul. Marszałkowska 84/92 lok. 125, 00-514 Warszawa.

3. Kapitułę powołuje Organizator. W skład Kapituły wchodzi 1 lub 2 pracowników Fundacji Nowoczesna Polska i 3 lub 4 niezależnych ekspertów z dziedziny edukacji medialnej wybranych przez Organizatora wedle jego uznania.

4. Przewodniczący/Przewodnicząca Kapituły wybierany/a jest w głosowaniu jawnym w obecności wszystkich członków Kapituły.

5. Kapituła:

- a) przygotowuje zadanie projektowe zawodów I stopnia,
- b) opracowuje wytyczne do treści zadań zawodów II i III stopnia Turnieju,
- c) ocenia rozwiązania zadań na I, II i III etapie,
- d) zatwierdza listy rankingowe oraz listy laureatów i wyróżnionych Uczestników,
- e) przyznaje uprawnienia i nagrody rzeczowe wyróżniającym się Uczestnikom.

6. Decyzje Kapituły zapadają zwykłą większością głosów uprawnionych przy udziale przynajmniej połowy jej członków. Decyzje Kapituły podlegają odwołaniu zgodnie z procedurą opisaną w § 6 Tryb odwoławczy.

§ 6. Tryb odwoławczy

1. Uczestnik, który uważa, że wynik, jaki uzyskał w czasie zawodów, nie odzwierciedla poziomu jego odpowiedzi lub zawody były prowadzone z naruszeniem regulaminu, ma prawo złożenia odwołania.

2. Odwołanie od decyzji Kapituły składa się do Przewodniczącego/Przewodniczącej Kapituły Turnieju w terminie 7 dni roboczych od ogłoszenia wyników każdego z etapów (decyduje data stempla pocztowego).

3. Odwołanie składa się na piśmie, przysyłając listem poleconym na adres siedziby Kapituły Turnieju lub osobiście w siedzibie Kapituły Turnieju za potwierdzeniem zwrotnym. Odwołanie powinno zawierać możliwie szczegółowy opis okoliczności oraz dane kontaktowe.

4. Przewodniczący/Przewodnicząca Kapituły rozpatruje odwołanie i udziela odpowiedzi w najkrótszym możliwym terminie, nie dłuższym jednak niż 14 dni roboczych od daty otrzymania. Odpowiedź udzielana jest na piśmie i przesyłana listem poleconym.

5. Po wpłynięciu odwołania Przewodniczący/Przewodnicząca Kapituły Turnieju osobiście lub przez wyznaczoną osobę zobowiązany jest do wyjaśnienia wszelkich okoliczności wskazanych w odwołaniu.

6. Po ustaleniu zasadności odwołania Przewodniczący/Przewodnicząca Kapituły Turnieju wskazuje sposób realizacji odwołania – ponowną ocenę rozwiązań. O decyzji zostanie poinformowany Uczestnik zgłaszający odwołanie. W przypadku pozytywnej decyzji Przewodniczącego/Przewodniczącej Kapituły Turnieju decyzja zostanie opublikowana na stronie Turnieju: edukacjamedialna.edu.pl/wtem.

§ 7. Rejestracja przebiegu zawodów III stopnia

1. Zawody III stopnia w części ustnej są rejestrowane.

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 możliwości złożenia odwołania od uzyskanej oceny.
3. Zarejestrowane odpowiedzi są przechowywane w siedzibie Komitetu Głównego przez 5 lat od dnia ogłoszenia wyników, po upływie tego czasu są niszczone.
4. Zarejestrowane odpowiedzi mogą być wykorzystane wyłącznie w celu weryfikacji wyników uzyskanych w czasie zawodów dla potrzeb realizacji trybu odwoławczego.
5. Rejestracja odbywa się poprzez nagranie audio-wideo.

§ 8. Przepisy końcowe

1. Opiekunowie mają obowiązek dopilnowania, żeby wszystkie wytyczne dotyczące Turnieju zostały podane do wiadomości potencjalnych Uczestników.
2. Administratorem danych osobowych udostępnianych przez Uczestników jest Organizator.
3. Uczestnicy Turnieju oraz opiekunowie wyrażają zgodę na przetwarzanie ich danych osobowych przez Organizatora, w celu przeprowadzenia Turnieju i realizacji obowiązków wynikających z jego organizacji. Uczestnicy i opiekunowie mogą w każdej chwili uzyskać dostęp do swoich danych osobowych i żądać ich poprawienia, zmiany lub usunięcia.

ETAP I

W I etapie Wielkiego Turnieju Edukacji Medialnej zachęcamy uczestników do pracy w grupie, mając nadzieję, że będzie to dla nich ciekawe doświadczenie, a przygotowując się do konkursu i wykonując zadania wzmocnią swoje kompetencje medialne, informacyjne i cyfrowe. W tej edycji zwrócimy szczególną uwagę na bezpieczeństwo i prywatność w sieci. Temat ten będzie pojawiał się na wszystkich etapach Turnieju.

Uczniowie i uczennice chcący wziąć udział w konkursie tworzą grupy złożone z 3-5 osób, wybierają nauczyciela lub bibliotekarza, który zostaje ich opiekunem i do **10 listopada 2015 r.** zgłasza ich udział w konkursie, wypełniając [formularz rejestracyjny](#).

Zadaniem uczestników jest przygotowanie projektu dotyczącego jednego z trzech zaproponowanych tematów. Na realizację zadania i przesłanie dokumentacji w formacie cyfrowym uczestnicy mają czas do **30 listopada 2015 r.**

Na komplet dokumentacji składa się:

- uzupełniona karta informacyjna projektu,
- raport, prezentacja przedstawiająca efekty projektu (w przypadku tematu 1 i 3) lub strategia, opis i produkt(y) kampanii (w przypadku tematu 2),
- uzupełniona karta ewaluacji projektu,
- kopie wypełnionych i podpisanych przez rodziców/opiekunów lub samodzielnie (w przypadku uczestników pełnoletnich) oświadczeń.

Wzory wymienionych wyżej dokumentów znajdują się w ogłoszeniu o konkursie na stronie edukacjamedialna.edu.pl/wtem.

W przypadku plików o dużych rozmiarach polecamy skorzystać z serwisu WeTransfer. Pliki tekstowe i graficzne należy zapisywać w formacie PDF.

Maksymalna liczba punktów do uzyskania na tym etapie: 100.

Tematy projektów do przygotowania w III edycji WTEM (jeden do wyboru):

1. Zbadajcie poziom kompetencji w zakresie bezpiecznego korzystania z technologii informacyjno-komunikacyjnych osób z Waszego otoczenia.

Postępujcie zgodnie z metodologią prowadzenia badań, pamiętajcie też o tezie badawczej. Wybierzcie interesującą Was grupę, na której przeprowadzicie swoje badania, stwórzcie najbardziej efektywne narzędzie, dzięki któremu zbierzecie materiał. Przedstawcie wyniki badań w czytelnej formie, np. raportu lub prezentacji. Pamiętajcie, aby wyniki Waszych badań skonfrontować i skomentować w odniesieniu do wyników badań o podobnej tematyce. Powołując się na wcześniejsze badania pamiętajcie, aby prawidłowo wskazać/zacytować źródło, do którego się odwołujecie.

Maksymalna objętość raportu/prezentacji to 5 stron maszynopisu (9 tys. znaków).

2. Stwórzcie i przeprowadźcie kampanię promującą bezpieczne zachowania oraz ochronę prywatności w sieci.

Przed przystąpieniem do realizacji zadania zastanówcie się:

- Jaki jest cel kampanii? Jaką zmianę chcecie wywołać, albo do czego chcecie namówić, zachęcić odbiorców?
- Co będzie głównym tematem kampanii?
- Za pośrednictwem jakich mediów możecie dotrzeć do potencjalnych odbiorców kampanii?
- Jakie metody promocji Waszym zdaniem będą najskuteczniejsze?
- Jak stworzycie konsekwentny przekaz, korzystając z różnych mediów?
-

Prezentacja wyników Waszej pracy powinna składać się ze:

- strategii, zawierającej opis głównego przesłania kampanii, grup docelowych, czasu trwania i harmonogramu działań, wykorzystanych narzędzi wraz z uzasadnieniem wyboru,
- opisu realizacji (przebiegu) kampanii,
- produktu/produktów stworzonych i wykorzystywanych w ramach kampanii.

Maksymalna objętość strategii i opisu realizacji kampanii to 5 stron maszynopisu (9 tys. znaków).

3. Internet daje możliwość korzystania z różnych usług: wyszukiwarki internetowe, portale społecznościowe, poczta e-mail, komunikatory internetowe, edycja dokumentów, przechowywanie plików.

Wybierzcie spośród nich trzy.

Podajcie jeden przykład znanego Wam popularnego dostawcy takiej usługi i oceńcie, na ile bezpieczne jest korzystanie z niej.

Zaproponujcie po jednej alternatywnej usłudze, oferującej kontrolę nad Waszym bezpieczeństwem i danymi w sieci.

Porównajcie te usługi, rozważcie korzyści i straty wynikające ze stosowania wymienionych przez siebie konkretnych usług. Dlaczego podjęcie decyzji o wyborze konkretnej usługi nie zawsze jest łatwe? W jakich sytuacjach polecalibyście skorzystanie z konkretnych usług? Przedstawcie wyniki swojej analizy w czytelnej formie, np. raportu lub prezentacji. Maksymalna objętość to 5 stron maszynopisu (9 tys. znaków).

Podczas prowadzenia projektu i tworzenia dokumentacji z jego realizacji zwróćcie uwagę na:

- odpowiednie zaplanowanie pracy i przydzielenie zadań według Waszych kompetencji,
- czytelność przekazu,
- odpowiednią strukturę raportu, prezentacji multimedialnej lub innej formy prezentującej Waszą pracę,
- poprawne oznaczenie źródeł, poszanowanie praw autorskich, opis bibliograficzny,
- estetyczne przygotowanie dokumentacji (elementy wizualne),
- wykorzystanie narzędzi i mediów w sposób poprawny technicznie.

Te elementy również będą brane pod uwagę przy ocenie zadania.

Zadania opiekuna projektu to:

- wyjaśnienie lub przypomnienie zasad pracy metodą projektu,
- pomoc grupom w wyznaczeniu celów i narzędzi pracy,
- pomoc w sprawiedliwym podziale zadań oraz ich dopasowaniu do umiejętności uczestników i uczestniczek projektu,
- zadecydowanie o kształcie spotkań konsultacyjnych i prowadzenie ich (zalecane),
- towarzyszenie grupom przy realizacji projektu, pomoc w odnalezieniu odpowiedzi na pytania, które się pojawiają,
- motywowanie uczestniczek i uczestników projektu,
- pomoc w rozwiązywaniu wszelkich problemów i konfliktów w grupie,
- pomoc w ocenieniu efektów pracy.

Zadania grupy projektowej to:

- stworzenie planu i harmonogramu działań zgodnego z celami projektu,
- sumienne i samodzielne wykonywanie zadań zgodnie z przyjętym przez grupę harmonogramem,
- pozostawanie w kontakcie z opiekunem projektu, informowanie go podczas spotkań konsultacyjnych o postępach prac i ewentualnych problemach (zalecane),
- przygotowywanie dokumentacji projektu, która może być pomocna przy tworzeniu końcowej prezentacji efektów pracy,
- przygotowanie atrakcyjnej prezentacji efektów pracy.

Wspólnymi zadaniami są:

- ustalenie dogodnych terminów spotkań konsultacyjnych,
- podtrzymywanie kontaktu opiekuna i grup projektowych na spotkaniach konsultacyjnych oraz drogą elektroniczną,
- sumienność w wykonywaniu zadań,
- dbanie o dobrą atmosferę pracy,
- omówienie i ocenie efektów pracy.

Wskazówki, jak przygotować się udziału w Turnieju, znajdziesz na stronach 93–94 samouczka.

Etap I – wymagania programowe

Korzystanie z informacji

Uczestnik/Uczestniczka:

- Wie, jakie są najważniejsze źródła informacji naukowej i umie z nich skorzystać w podstawowym zakresie, np. korzysta z katalogów elektronicznych bibliotek akademickich.
- Umie dokonać wyboru źródeł informacji, biorąc pod uwagę dodatkowe kryteria takie jak relewancja, dostępność i łatwość korzystania.
- Umie wykorzystywać potencjał mediów społecznościowych, by dotrzeć do informacji, np. od grupy znajomych na Facebooku dowiaduje 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.
- Umie wykorzystać narzędzia TIK do pracy nad projektami realizowanymi w grupie oraz na odległość, np. korzysta z dysków sieciowych, by dzielić się informacją z kolegami.
- Umie używać opcji przeglądarek internetowych w celu skorzystania z wyników wcześniejszych wyszukiwań, np. korzysta z historii wyszukiwania, tworzyć zakładki.

Relacje w środowisku medialnym

Uczestnik/Uczestniczka:

- Umie świadomie dbać 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.
- Umie skutecznie i precyzyjnie porozumiewać się z innymi, wykorzystując do tego różnego rodzaju kanały komunikacji, również formalne, np. umie złożyć przez internet reklamację 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. umie założyć grupę dyskusyjną albo zaplanować wydarzenie na portalu społecznościowym i zachęcić innych do uczestnictwa.

Język mediów

Uczestnik/Uczestniczka:

- Zna cechy różnicujące 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).
- Umie tworzyć 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. umie wskazać, co w danym przekazie audiowizualnym jest elementem telewizyjnego show, a co ma wartość poznawczą.
- Zna pojęcia edutainment oraz infotainment.
- Umie tworzyć 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.
- Umie stosować odpowiednią dykcję, intonację głosu i mowę ciała podczas komunikacji bezpośredniej oraz posługiwać się symbolami w komunikacji wizualnej, np. umie dobrać ilustracje do prezentacji tak, aby wyrażała różne emocje lub przekonania.

Kreatywne korzystanie z mediów

Uczestnik/Uczestniczka:

- Umie samodzielnie i w grupie przygotować obszerny zestaw różnorodnych treści medialnych na wybrany temat.
- Wie, czym jest videocast.
- Potrafi przygotować samodzielnie lub w grupie cykl podcastów lub videocastów na dowolny temat.
- Potrafi tworzyć 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.
- Ma swoje ulubione aplikacje pozwalające na twórcze wykorzystywanie mediów, np. edytor tekstu, grafiki, dźwięku, program do obróbki zdjęć w telefonie, tablecie czy komputerze.
- Potrafi tworzyć złożone wypowiedzi medialne o charakterze linearnym, np. gazetę w formacie PDF, EPUB, MOBI lub film (przygotowany na bazie zdjęć, scen wideo, elementów tekstowych i dźwiękowych).
- Umie zrealizować w grupie projekt medialny z podziałem zadań dotyczących przygotowywania składowych części medialnych oraz montowania w całość zgromadzonych elementów lub ich kolekcji, np. umie 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.
- Umie współtworzyć w grupie złożone teksty i prezentacje multimedialne przy użyciu sieciowych narzędzi współpracy, np. Google Docs, Prezi.
- Umie dokumentować i komentować otoczenie i zachodzące w nim procesy (samodzielnie lub w grupie), np. tworzy reportaż tekstowy, zdjęciowy, wideo, reportaż radiowy i inne formy radiowe publikowane w formie podcastu, wywiady, nagrania występów (sportowych, muzycznych, przygotowanych przez inne koleżanki i kolegów lub własnych).
- 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).

- Umie na zaawansowanym poziomie, samodzielnie i w grupie, modyfikować znalezione, dostępne lub przygotowane wcześniej rozbudowane zasoby treści multimedialnych i hipermedialnych.
- Potrafi planować (samodzielnie i w grupie) działania związane z przetwarzaniem oraz podejmować spontaniczną aktywność związaną z remiksowaniem treści.
- Umie samodzielnie lub w grupie tworzyć zaawansowane cyfrowe narracje, filmy, hipermedialne projekty oparte na zmodyfikowanych (samodzielnie lub przez uczestników grupy) treściach lub znalezionych, złożonych komunikatach medialnych.
- Umie, działając w grupie, digitalizować analogowe treści, np. wspólnie z innymi realizuje projekt digitalizacyjny oparty na wcześniej przygotowanym harmonogramie prac i podziale zadań.
- Umie obsługiwać narzędzia do prezentacji treści w sieci w czasie rzeczywistym (synchronicznie, np. przy użyciu sieciowego edytora prezentacji multimedialnych lub komunikatora internetowego, np. Hangouts).
- Umie obsługiwać systemy zarządzania treścią, zarządzać listą autorów i publikowanymi treściami, dodawać, edytować i usuwać treści przy użyciu narzędzi typu blog czy sieciowy pakiet biurowy.
- Umie rozpowszechniać informacje na temat własnej lub grupowej twórczości, np. wykorzystuje serwisy społecznościowe do tworzenia przestrzeni publikacji na określony temat.
- Umie 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.
- Umie redagować i publikować 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.

Etyka i wartości w komunikacji i mediach

Uczestnik/Uczestniczka:

- Umie 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:

- Umie zidentyfikować, czy dane narzędzie (np. czat na portalach społecznościowych) oferuje komunikację prywatną (czyli dostępną tylko dla osobiście wybranych rozmówców).
- Umie zidentyfikować 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.
- Umie rozpoznać 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).
- Umie 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 koledze 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.
- Umie świadomie kształtować swoje nawyki związane z korzystaniem z technologii, np. wylogowuje się z sieci społecznościowej lub zamyka komunikator, by nie rozpraszały przy odrabianiu pracy domowej.
- Wie, że istnieją powiązania pomiędzy własnymi działaniami w mediach a innymi sferami życia, np. publikowanie nieprzemyślanych wypowiedzi może skutkować złą opinią przyszłego pracodawcy lub nawet zamknięciem pewnych dróg kariery.

Prawo w komunikacji i mediach

Uczestnik/Uczestniczka:

- Umie świadomie zawrzeć umowę na korzystanie z narzędzi komunikacyjnych (np. założyć konto na profilu społecznościowym, konto e-mail) i umie 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.
- 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 copyleft.
- 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.

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. Umie 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”.
- 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.

Kompetencje cyfrowe

Uczestnik/Uczestniczka:

- Umie porównać urządzenia komputerowe na podstawie ich parametrów, np. prędkość procesora, wielkość pamięci, wydajność podsystemu graficznego, rozdzielczość ekranu.
- Umie połączyć urządzenie komputerowe z urządzeniami peryferyjnymi (np. z projektorem, drukarką, głośnikami) z użyciem kabli, jak i bezprzewodowo.
- Umie łączyć komputer z urządzeniami zewnętrznymi (dodatkowy monitor, nośnik pamięci, zewnętrzna klawiatura).
- Umie 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.
- Umie zapisywać pliki w różnych formatach (w tym konwertować formaty plików za pomocą dostępnych narzędzi).
- Umie dobrać format zapisywanych danych stosownie do potrzeb i zastosowań.
- Umie swobodnie korzystać z możliwości uruchamiania wielu aplikacji jednocześnie i zarządzać nimi za pomocą dostępnych interfejsów systemu operacyjnego, np. zamknąć lub zminimalizować niepotrzebne w danej chwili aplikacje.
- Umie zarządzać zainstalowanymi aplikacjami, biorąc pod uwagę ograniczenia urządzenia komputerowego, np. usuwać niepotrzebne aplikacje, by zwolnić przestrzeń dyskową lub pamięć wewnętrzną.
- Umie zarządzać aplikacjami domyślnymi dla różnych formatów plików.
- Rozumie komunikaty oprogramowania i systemowe pojawiające się podczas instalacji, deinstalacji, konserwacji i eksploatacji.
- Umie samodzielnie stworzyć, pozyskać i przygotować 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).
- Umie 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.
- Umie korzystać z konspektu, spisu treści i podziału dokumentu na sekcje.
- Umie korzystać z mechanizmów recenzowania i śledzenia zmian.
- Umie tworzyć i formatować tabele, ilustrować tekst różnego rodzaju elementami graficznymi.
- Umie zaproponować, opisać i uargumentować konkretną budowę algorytmu rozwiązującego konkretną sytuację problemową.
- Umie opisać sytuację problemową, rozbijając ją na mniejsze podproblemy.

Mobilne bezpieczeństwo

Uczestnik/Uczestniczka:

- Umie zaobserwować oznaki zagrożenia uzależnieniem u siebie i u innych, np. zaniedbywanie bieżących obowiązków wskutek poświęcania zbyt dużej ilości czasu na media społecznościowe.

ETAP II

II etap konkursu będzie miał postać testu on-line składającego się z pytań otwartych i zamkniętych. Do rozwiązania testu można przystąpić w dowolnym miejscu, również w domu. Podczas odpowiadania na pytania można korzystać z internetu i innych narzędzi. Każdy z uczestników, który zakwalifikuje się do II etapu Wielkiego Turnieju Edukacji Medialnej otrzyma indywidualną instrukcję z adresem strony, na której udostępnione zostaną zadania turniejowe, jednak link będzie aktywny tylko w określonym terminie. Zakres tematyczny pytań określa poniższy program.

Etap II – 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-wyszukiwawcze 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:

- Umie interpretować 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).
- Umie świadomie wybrać 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.
- Umie 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.

- Umie wykorzystywać 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.

Języków 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, umie opisać jego rolę i przemiany w kulturze audiowizualnej; np. umie wskazać różnice między odbiorem filmu w kinie, na ekranie telewizora, komputera i tabletu lub smartfonu.
- Umie wskazać przykłady komunikatów medialnych oraz przedsięwzięć edukacyjnych należących do tych kategorii.

Kreatywne korzystanie z mediów

Uczestnik/Uczestniczka:

- Umie swobodnie łączyć ze sobą różnorodne zgromadzone treści i tworzyć 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.
- Przetwarza samodzielnie lub w grupie znalezione zdjęcia i materiały wideo w celu tworzenia parodii, zmiany kontekstu komunikatów i prezentacji nowych treści (np. memy z wykorzystaniem fragmentów innych zdjęć, zrzutów ekranu, klatek filmowych; komiksy; infografiki z wykorzystaniem znalezionych lub stworzonych treści wizualnych lub tekstowych; plakaty).
- 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.

Etyka i wartości w komunikacji i mediach

Uczestnik/Uczestniczka:

- Umie 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.
- Umie wypracować subiektywne zasady etyczne dotyczące komunikacji i korzystania z mediów oraz stosować je na co dzień.
- Umie praktycznie rozpoznać 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 obejrzonej relacji korespondenta wojennego.
- Umie odnieść problem wolności słowa i pluralizmu mediów do konkretnych zjawisk medialnych, np. potrafi zanalizować funkcjonowanie Wikileaks w perspektywie wolności słowa i polityki bezpieczeństwa państw.

- Umie odnieść 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.
- Umie krytycznie zanalizować problem dobra wspólnego w perspektywie treści medialnych, np. w perspektywie pojęcia mediów publicznych.
- Umie określić i krytycznie ocenić wartości, którymi usprawiedliwia się ograniczanie prawa do prywatności w mediach (np. prawo do informacji, bezpieczeństwo narodowe).
- Potrafi krytycznie podejść 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 rozważać, 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:

- Umie posłużyć się narzędziami zwiększającymi prywatność, np. pluginy, dodatki stanowiące rozszerzenia przeglądarek WWW, ustawienia prywatności w przeglądarce.
- Umie się posłużyć przykładowymi narzędziami o takich zastosowaniach np. w określonych sytuacjach wyłącza usługi lokalizacyjne dostępne w przeglądarce.
- Umie znaleźć przykładowe narzędzia zwiększające bezpieczeństwo komunikacji np. szyfrowanie end-to-end, poczty elektronicznej, PGP/GPG, TOR.
- Umie rozpoznać stalking i wie, jak się przed nim bronić.
- Umie zarządzać cyfrowym wizerunkiem; świadomie podejmuje decyzję, na ile cyfrowy wizerunek odzwierciedla jego prawdziwą tożsamość; np. o publikowaniu danych oraz o zakresie publikowanych danych umożliwiających odkrycie jego/jej tożsamości.
- Umie wymienić przykłady korzystnych i niekorzystnych lub niebezpiecznych zastosowań ciasteczek.

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.
- Umie 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.

- Umie 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.
- Umie 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.
- Umie 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.
- Umie skorzystać z prawa do sprostowania.
- Umie 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:

- Umie wymienić 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).
- Umie podać jej przykładowe cele, np. cele ekonomiczne, polityczne, kulturalne czy społeczne oraz umie podać konkretne przykłady tych celów, np. swoboda wypowiedzi, pluralizm mediów, dostęp do oferty programowej mediów publicznych, pomoc w kształtowaniu społeczeństwa informacyjnego itp.
- Umie 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. Umie podać przykłady krajów, które ograniczają swobodę wypowiedzi w mediach (np. Chiny, Rosja, Iran). Umie 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.
- Biegle umie posługiwać 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.
- 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.
- Umie adekwatnie reagować na pojawiające się komunikaty, np. dostosować parametry instalacji lub eksploatacji.
- Umie dobrać rodzaje obrazów (formaty plików graficznych) do konkretnego zastosowania, np. skalowalne/wektorowe w sytuacjach wymagających dużych powiększeń.
- Umie zmienić format zapisu dźwięku (dokonać konwersji) stosownie do swoich potrzeb, np. wybierając format obsługiwany przez przenośny odtwarzacz.
- Umie zmienić format zapisu wideo (dokonać konwersji) do swoich potrzeb, np. wybierając format obsługiwany przez przenośny odtwarzacz.
- Umie kompresować pliki i tworzyć skompresowane archiwa, korzystając z dostępnego oprogramowania.
- Rozumie pojęcie związków relacyjnych między danymi oraz hierarchicznych struktur danych.

Mobilne bezpieczeństwo

Uczestnik/Uczestniczka:

- Umie posłużyć 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 umie świadomie podjąć decyzję o ich przyznaniu lub odmowie.
- Wie, że narzędzia zwiększające anonimowość są używane przez działaczy społecznych i politycznych, ofiary przemocy, sygnalistów (whistleblowerów).
- Rozumie, że narzędzia zwiększające anonimowość nie zwalniają z odpowiedzialności za własne czyny.
- Umie posłużyć się narzędziami o takich zastosowaniach.
- Umie postępować, kiedy napotyka najprostsze komunikaty o certyfikatach, np. nie akceptuje automatycznie każdego napotkanego błędnego certyfikatu zgłoszonego przez przeglądarkę albo aplikację pocztową.
- Umie 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.
- Umie rozpoznać stalking i wie, jak się przed nim bronić.
- Umie zarządzać cyfrowym wizerunkiem; świadomie podejmuje decyzję, na ile cyfrowy wizerunek odzwierciedla jego prawdziwą tożsamość, np. o publikowaniu danych oraz o zakresie publikowanych danych umożliwiających odkrycie jego/jej tożsamości.
- Zna podstawowe cele wprowadzania nadzoru, np. walka z cyberprzestępczością, uzyskiwanie przez osoby lub instytucje przychodów ze sprzedaży prywatnych danych użytkowników.
- Umie wymienić 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”.
- Umie wskazać środki komunikacji, które zostawiają większą kontrolę użytkownikom (np. e-mail, blog).

ETAP III

Zawody finałowe odbędą się w Warszawie. Na III etap składa się część pisemna, zadanie praktyczne i część ustna – prezentacja przed Jury Wielkiego Turnieju Edukacji Medialnej.

Etap III – 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.
- Umie sprawnie wyszukiwać informacje, budując strategie wyszukiwania w oparciu o najważniejsze modele zachowań informacyjnych.
- Umie łączyć informacje pochodzące z różnych źródeł, by w odpowiedni sposób przedstawić 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.
- Umie nawiązywać kontakty z osobami mieszkającymi w różnych częściach świata; wie, jak różnice kulturowe mogą wpływać na proces komunikacji.
- Umie wychwytywać 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.

- Umie 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:

- Umie koordynować działanie zespołu przygotowującego treści do realizowanego projektu medialnego.
- Umie uczyć innych, jak gromadzić treści i tworzyć na ich podstawie rozbudowane narracje cyfrowe.
- Umie 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.
- Umie uczyć innych, jak przygotowywać prezentacje medialne, umie tworzyć prezentacje medialne na profesjonalnym poziomie.
- Umie rozwiązywać problemy pojawiające się w trakcie zaawansowanego modyfikowania treści multimedialnych i hipermedialnych.
- Umie koordynować działanie zespołu lub zespołów tworzących zaawansowane cyfrowe narracje, filmy, hipermedialne projekty oparte na zmodyfikowanych treściach.
- Umie koordynować zaawansowane działania w zakresie digitalizacji.
- Umie animować sieciowe społeczności.
- Umie zorganizować internetową redakcję, koordynować jej funkcjonowanie i aktywizować za jej pomocą społeczność lokalną.

Etyka i wartości w komunikacji i mediach

Uczestnik/Uczestniczka:

- Potrafi krytycznie podejść do skodyfikowanych zasad netykiety.
- Potrafi wypracować własne zasady kształtowania relacji w komunikacji przez media w oparciu o własne doświadczenia.

Bezpieczeństwo w komunikacji i mediach

Uczestnik/Uczestniczka:

- Biegle korzysta z narzędzi i technik zapewniających anonimowość w sieci.
- Umie kompleksowo zadbać 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 umie wdrożyć rozwiązania problemów oraz sugerowane praktyki.

- Zdaje sobie sprawę z zagrożeń związanych ze scentralizowanymi sieciami i usługami; umie 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 umie je uwzględnić w podejmowanych decyzjach.
- Potrafi przeprowadzić prosty, nieformalny audyt bezpieczeństwa, wskazując na braki w danej sytuacji, np. doradza szyfrowanie.
- Umie rozpoznać, które kanały komunikacji są bardziej podatne na nadzór niż inne.
- Umie aktywnie przeciwdziałać nadzorowi w sieci, świadomie stosując wiele technik w tym celu.
- Zna narzędzia i metody obrony przed zagrożeniami związanymi z komunikacją przez media.
- Umie zareagować na negatywne wzorce zachowań związane z uzależnieniem od mediów, np. szukając pomocy specjalisty.
- Umie zidentyfikować próby aktywnych ataków w środowisku medialnym (phishing targetowany) i się przed nimi obronić.

Prawo w komunikacji i mediach

Uczestnik/Uczestniczka:

- Umie 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.
- Umie bronić swych praw, gdy operator odetnie go od usługi lub danych.
- Umie ocenić i sprawdzić jakość usługi telekomunikacyjnej.
- Umie żądać dostarczenia usług powszechnych.
- Rozumie obowiązki pośrednika wynikające z powiadomienia o naruszeniu.
- Umie rozpoznać naruszenie obowiązków wydawcy lub nadawcy.
- Umie przygotować komunikat medialny i wie, które medium może lub musi go zamieścić.
- Umie sprawdzić dane rejestracyjne medium.
- Umie dostrzec i opisać bezpośrednie i pośrednie bariery dostępności.
- Umie sprawdzić spełnienie wymogów dostępności.
- Wie, jakie dane i jak długo gromadzi i przechowuje operator usługi.
- Umie opisać treść ustawy o ochronie danych osobowych.
- Umie zwrócić się do GIODO z prośbą o interwencję lub interpretację.

Ekonomiczne aspekty działania mediów

Uczestnik/Uczestniczka:

- Rozumie konsekwencje konsolidacji i koncentracji mediów.
- Rozumie różnice między koncentracją poziomą i pionową.
- Umie wskazać 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.

- Wie, że niektóre blogi są sponsorowane przez firmy i umie odróżnić zachętę do zakupu danego dobra od informacji o nim.
- Umie wskazać źródła presji politycznej i ekonomicznej wywieranej na media ze względu na model finansowania.

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).
- Umie sprawdzić lub oszacować wymaganą moc zasilacza, stabilność napięcia i przebieg jego zmienności.
- Umie poprawnie eksploatować baterie urządzeń przenośnych (odpowiednie cykle ładowania i rozładowania).
- Umie 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.
- Umie zidentyfikować na podstawie działania aplikacji, zainstalowanego oprogramowania diagnostycznego oraz ogólnodostępnych źródeł informacji, czy aplikacja, którą chce zastosować, jest bezpieczna.
- Umie dobrać metody i narzędzia (np. aplikacje, języki programowania) do rozwiązywanego problemu i na ich bazie stworzyć projekt rozwiązania.
- Umie stworzyć rozwiązanie problemu w oparciu o swój projekt i wybrane narzędzia (np. aplikacje, języki programowania).
- Umie 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.
- Wie, że jedyną pewną metodą wyłączenia urządzenia jest wyjęcie z niego baterii.

Temat przewodni III edycji

BEZPIECZEŃSTWO I PRYWATNOŚĆ W SIECI

Komputer, smartfon i inne urządzenia z dostępem do internetu towarzyszą nam w wielu codziennych sytuacjach. Korzystamy z nich zarówno w celach prywatnych, jak i służbowych czy naukowych. Zazwyczaj nie zastanawiamy się nad tym, jak wiele śladów pozostawiamy po sobie w sieci. Czasami celowo zamieszczamy w niej różne informacje, duża część jednak trafia do

internetu mimo naszej woli, na skutek korzystania z aplikacji w smartfonie czy przeglądarki internetowej, albo też półautomatycznie (geolokalizacja).

Nasze dane, które trafiają do sieci, mogą być gromadzone przez różne podmioty i wykorzystywane przez nie w różny sposób. Odbierane i wysyłane e-maile są skanowane, a na podstawie występujących w nich słów dobierane są reklamy, aplikacje mogą publikować różne komunikaty w naszym imieniu, dodawać wydarzenia do naszego kalendarza i korzystać z naszej listy kontaktów. Pracownicy bankowości i potencjalni pracodawcy, badając naszą aktywność w sieci, sprawdzają naszą wiarygodność. Czy chcemy godzić się na taką ingerencję w naszą prywatność?

Internet sprawia, że czujemy się anonimowi. Wydaje nam się, że komunikacja w sieci jest bezpieczna i że jeśli nie podpisujemy się imieniem i nazwiskiem, nikt nie jest w stanie nas zidentyfikować. Nic bardziej mylnego.

Korzystanie z niezabezpieczonej sieci Wi-Fi w miejscu publicznym sprawia, że niepowołane osoby mogą mieć dostęp do odczytywanych i wprowadzanych przez nas danych. Niestety, nawet korzystanie z zabezpieczonej sieci nie zwalnia nas z odpowiedzialności i dbałości o ochronę informacji. Przy ich wymianie za pomocą podstawowego protokołu HTTP mają do nich dostęp różne osoby: dostawca łącza internetowego, administratorzy sieci i stron, mogą więc poznać nasz adres IP, loginy, hasła, zamieszczane pliki, które w przypadku podejrzenia naruszenia prawa muszą udostępnić odpowiednim organom.

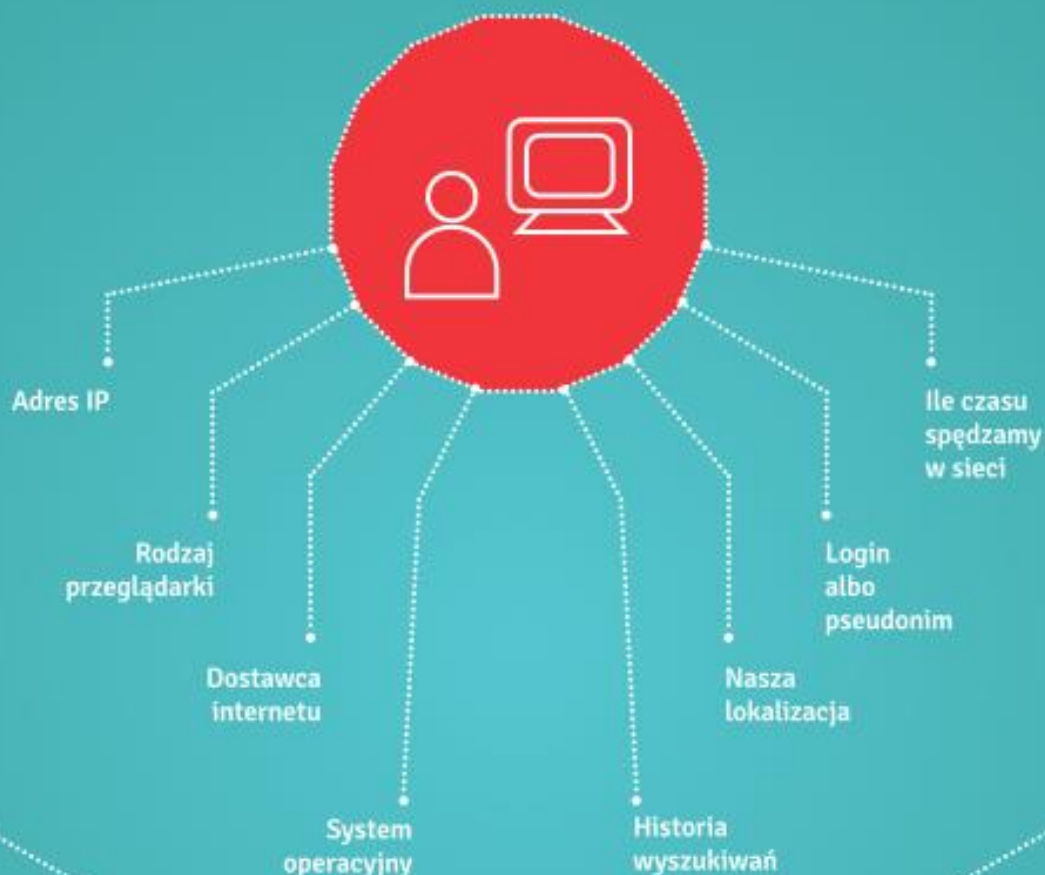
Nikt z nas nie chce czuć się zagrożony w internecie, dlatego w czasie III edycji Wielkiego Turnieju Edukacji Medialnej skupimy się na tym, by dowiedzieć się, jak dobrze uczennice i uczniowie znają zagrożenia, które czekają na nas podczas korzystania z komputera z dostępem do internetu czy urządzeń mobilnych. Sprawdzimy też, czy osoby biorące udział w konkursie wiedzą, jak chronić swoją komunikację w sieci przed postronnymi osobami i innymi zagrożeniami, czy są świadomi faktu, że korzystanie z usług internetowych jest bezpłatne tylko pozornie, a w rzeczywistości za wszystko płacimy swoimi danymi.

Zagadnieniami, którymi zajmiemy się w szczególności, będą:

- różne sposoby udostępniania informacji w sieci,
- ochrona prywatności w sieci,
- przepływ danych w sieci,
- profilowanie w sieci,
- uzależnienie od internetu,
- wpływ internetu na relacje społeczne,
- aplikacje mobilne i bezpieczne korzystanie z nich,
- cyberprzemoc,
- higiena informacyjna,
- kontrola nad urządzeniami,
- zakupy on-line i koszty w aplikacjach telefonicznych,
- nawigacja i lokalizacja,
- phishing i spam.

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](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



ORAZ WSPÓRCA



LICENCJA



FINANSOWANE



Nagrody

Korzyści wynikających z wzięcia udziału w Wielkim Turnieju Edukacji Medialnej jest wiele. To nie tylko możliwość zwiększenia swoich kompetencji medialnych, informacyjnych i cyfrowych, ale też szansa na zdobycie cennych nagród.

Zwycięzca/Zwycięzcy III edycji Wielkiego Turnieju Edukacji Medialnej otrzyma **indeks na studia licencjackie na dowolnym kierunku, prowadzonym przez Collegium Civitas oraz zwolnienie z opłat przez pierwszy rok studiowania.**

Osobie spoza Warszawy Collegium Civitas zapewnia również miejsce w akademiku oraz zwolnienie z opłat za zakwaterowanie przez pierwszy rok studiowania.

Laureaci i Laureatki drugiego i trzeciego miejsca otrzymają cenne nagrody rzeczowe.

Nauczyciele, bibliotekarze i animatorzy kultury, których podopieczni zostaną zakwalifikowani do Finału WTEM, otrzymają Certyfikaty Opiekuna/Opiekunki Finalisty Turnieju. Uczniowie i uczennice, którzy zakwalifikowali się do II etapu Turnieju oraz ich Opiekunowie mogą otrzymać zaświadczenia. Prośby o wydanie zaświadczenia prosimy kierować na adres: edukacjamedialna@nowoczesnapolska.org.pl.

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.
Wpłynie 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



LICENCJATOR



PIŚMIENNOŚĆ



Literatura obowiązkowa

Podstawowym źródłem wiedzy dla uczestników Wielkiego Turnieju Edukacji Medialnej 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, zwłaszcza z zakresu mobilnego bezpieczeństwa.

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.

AC, *Uzależnienie od internetu* [online], [dostęp: 4.08.2015], dostępny w internecie: <http://www.medme.pl/artykuly/uzaleznienie-od-internetu.3104973.1.html>.

Barycki Piotr, *Uprawnienia aplikacji w Androidzie – zaproszenie czy konieczność. Pytamy deweloperów* [online], [dostęp: 4.08.2015], dostępny w internecie: <http://www.spidersweb.pl/2013/12/uprawnienia-w-androidzie.html>.

Bauer Zbigniew, *Pakt Faktograficzny* [online], [dostęp: 4.08.2015], dostępny w internecie: http://www.ap.krakow.pl/stud_dzien/studium3/med2.html.

Bezpieczeństwo dzieci online. Kompendium dla rodziców i profesjonalistów, Fundacja Dzieci Niczyje [online], [dostęp: 4.08.2015], dostępny w internecie: <http://dziekow sieci.fdn.pl/bezpieczenstwo-dzieci-online-kompendium-dla-rodzicow-i-profesjonalistow>.

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

Cybruch Stanisław, *Szpiedzy w sieci. Pomyśl co w niej zostawiasz i ile to warte* [online], [dostęp: 4.08.2015], dostępny w internecie: <http://www.wiadomosci24.pl/artikul/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: 4.08.2015], dostępny w internecie: <http://prawokultury.pl/publikacje/pierwsza-pomoc/>.

Czym jest Hipertekst? Co to znaczy HTML?, Wydział Intermediów ASP w Krakowie [online], [data dostępu: 4.08.2015], dostępny w internecie: <http://wiki.intermedia.asp.krakow.pl/wiki/BazaWiedzyHTML>.

Derfert-Wolf Lidia, *Wyszukiwanie informacji w World Wide Web* [online], [dostęp: 4.08.2015], dostępny w internecie: <http://www.oss.wroc.pl/biuletyn/ebib15/derfert.html>.

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

Film „Dostępne Strony – (Nie)pełnosprawny dostęp do internetu” [online], [dostęp: 4.08.2015], dostępny w internecie: <http://dostepnestrony.pl/film-dostepne-strony-niepelnosprawny-dostep-do-internetu/>.

Fras Janina, *Podstawy identyfikacji i typologii wypowiedzi w mediach masowych* [PDF], [dostęp: 4.08.2015], dostępny w internecie: <https://repozytorium.amu.edu.pl/jspui/handle/10593/2855>.

Fundacja Widzialni [online], [dostęp: 4.08.2015], dostępny w internecie:
<http://widzialni.eu/>.

Generalny Inspektor Ochrony Danych Osobowych [online], [dostęp: 4.08.2015], dostępny w internecie:
<http://www.giodo.gov.pl/>.

Godzic Wiesław, Drzał-Sierocka Aleksandra, *Raport o mediach audiowizualnych* [PDF], [dostęp: 4.08.2015],
dostępny w internecie:
http://www.kongreskultury.pl/library/File/RaportMedia/media_audio_w.pelna%281%29.pdf.

Golański Adam, *Google Play upraszcza system uprawnień aplikacji Androida, dla bezpieczeństwa to katastrofa* [online], [dostęp: 4.08.2015]. dostępny w internecie:
<http://www.dobreprogramy.pl/Google-Play-upraszcza-system-uprawnien-aplikacji-Androida-dla-bezpieczenstwa-to-katastrofa,News,55231.html>.

Górecki Paweł, Samcik Maciej, *Big data w bankach* [online], [dostęp: 4.08.2015], dostępny w internecie:
http://wyborcza.pl/1,75248,13897177,Big_Data_w_bankach_czyli_wiedza_o_nas_coraz_wiecej.html.

Górecki Paweł, *Wielki Brat zna twój każdy krok. Jak producenci software'u i telekomu zarabiają na podglądaniu* [online], [dostęp: 4.08.2015], 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: 4.08.2015], dostępny w internecie:
http://koed.org.pl/wp-content/uploads/2014/05/OER_handbook_v5_online1.pdf.

Gubernat Barbara, *Internet wie, co robisz* [online], [dostęp: 4.08.2015]. dostępny w internecie:
<http://panoptykon.org/wiadomosc/internet-wie-co-robisz>.

Hall Edward Thitchell, *Ukryty wymiar*, Warszawskie Wydawnictwo Literackie Muza, Warszawa 2009.

Hatańska Natalia, *Działania reklamowe w blogosferze* [online], [dostęp: 4.08.2015], dostępny w internecie:
<http://hatańska.com/casebook-dzialania-reklamowe-w-blogosferze/> (Książka dostępna w formacie „Pay with a Like/Tweet”, tj. w zamian za komentarz na Facebooku lub Twitterze).

Hofmokl Justyna, Tarkowski Alek, Bednarek-Michalska Bożena i in, *Otwartość w publicznych instytucjach kultury* [PDF], [dostęp: 4.08.2015], dostępny w internecie:
<http://creativecommons.pl/wp-content/uploads/2012/01/CC-publikacja.pdf>.

Hofmokl Justyna, Tarkowski Alek, Bednarek-Michalska Bożena i in, *Przewodnik po otwartej nauce* [online], [dostęp: 4.08.2015], dostępny w internecie:
http://creativecommons.pl/wp-content/uploads/2012/06/Przewodnik_Po_Otwartej_Nauce.pdf.

Hołda Joanna, *Wolność twórczości artystycznej umiejscowienie w systemie prawa* [online], [dostęp: 4.08.2015]. dostępny w internecie:
<http://www.kursnakulture.pl/artykuly/102068-wolnosc-tworczosci-artystycznej.html>.

Jak bezpiecznie korzystać z Internetu – wskazówki GIODO [online], [dostęp: 4.08.2015]. dostępny w internecie: <http://nk.pl/bezpieczenstwo/rodzice/giodo/wskazowki>.

Jak reagować na cyberprzemoc. Poradnik dla szkół, red. Łukasz Wojtasik [online], [dostęp: 4.08.2015],
dostępny w internecie: <http://dzieckowsieci.fdn.pl/podrecznik-jak-reagowac-na-cyberprzemoc>.

Jakubik Andrzej, *Zespół uzależnienia od Internetu (ZUI)* [online], [dostęp: 4.08.2015], dostępny w internecie: <http://www.psychologia.net.pl/artikul.php?level=52>.

Jarczyński Adam, *Zasady netykiety. Korespondencja elektroniczna* [online], [dostęp: 4.08.2015], 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](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).

Jędruszczak Katarzyna, *Prywatność w różnych kulturach* [online], [dostęp: 4.08.2015], dostępny w internecie: <http://www.psychologia.net.pl/artikul.php?level=90>.

Kamieniak Jacek, *Od perswazji do manipulacji* [1] [online], [dostęp: 4.08.2015], dostępny w internecie: <http://www.racjonalista.pl/kk.php/s,4641>.

Karta Etyczna Mediów, Rada Etyki Mediów [online], [dostęp: 4.08.2015], dostępny w internecie: [http://www.radaetykimediow.pl/index.php?option=com_content & view=category&layout=blog&id=2&Itemid=3](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: 4.08.2015], dostępny w internecie: <http://www.proto.pl/artykuly/szukasz-pracy-zadbaj-o-swoj-wizerunek-w-sieci>.

Konwencja o prawach osób niepełnosprawnych [PDF], [dostęp: 4.08.2015], dostępny w internecie: [http://www.unic.un.org.pl/dokumenty/Konwencja Praw Osob Niepelnosprawnych.pdf](http://www.unic.un.org.pl/dokumenty/Konwencja_Praw_Osob_Niepelnosprawnych.pdf).

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji [online], [dostęp: 4.08.2015], dostępny w internecie: <http://www.krrit.gov.pl/>.

Król Karol, *Definicja finansów społecznościowych (ang. crowdfunding)* [online], [dostęp: 4.08.2015], dostępny w internecie: <http://crowdfunding.pl/2011/01/03/definicja-finansow-spolesznosciowych-definicja-crowdfunding/#.UXZpPM-Xup4>.

Król Karol, *Definicje crowdfundingu* [online], [dostęp: 4.08.2015], dostępny w internecie: <http://crowdfunding.pl/2011/11/25/definicje-crowdfunding/#.UXZo4c-Xup4>.

Król Karol, *Media społecznościowe na polskim rynku pracy* [online], [dostęp: 4.08.2015], dostępny w internecie: <http://crowdfunding.pl/2011/03/30/media-spolesznosciowe-na-polskim-ryнку-pracy/#.UXFFIs-Xup4>.

Kupuj z głową. Poradnik dla gimnazjalistów, Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów [PDF], [dostęp: 4.08.2015], dostępny w internecie: <http://www.uokik.gov.pl/download.php?id=234>.

Lenkowski Błażej, *Bańka informacyjna* [online], [dostęp: 4.08.2015], dostępny w internecie: <http://lenkowski.liberte.pl/banka-informacyjna/>.

Lessig Lawrence, *Remiks. Aby sztuka i biznes rozkwiatały w hybrydowej gospodarce*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2009.

Lessig Lawrence, *Wolna kultura* [online], [dostęp: 4.08.2015], dostępny w internecie: http://otworsziazke.pl/images/ksiazki/wolna_kultura/wolna_kultura.pdf.

Machała Tomasz, *O pieniądzach mediów* [online], [dostęp: 4.08.2015], dostępny w internecie: <http://tomaszmachala.natemat.pl/46121,o-pieniazdach-mediow>.

Miłoszewska Anna, *Ukryty przekaz reklamowy* [online], [data dostępu: 4.08.2015], 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: 4.08.2015], dostępny w internecie:

<http://czlowiekitechnologie.com/filter-bubble-kilka-slow-o-tym-ze-dzieki-personalizacji-internetu-wiemy-coraz-mniej/>.

Młodzi konsumenci i rynek. Podręcznik dla uczniów szkół gimnazjalnych, Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów [PDF], [dostęp: 4.08.2015], dostępny w internecie: <http://www.uokik.gov.pl/download.php?id=233>.

Nadmierne korzystanie z komputera i Internetu przez dzieci i młodzież, Polskie Centrum Programu Safer Internet [PDF], [dostęp: 4.08.2015], dostępny w internecie: http://www.saferinternet.pl/images/stories/pdf/nadmierne_korzystanie_z_internetu_przez_dzieci_i_mlodziestwo.pdf.

Netykieta: internetowe savoir-vivre, TAAT Technologie Cyfrowe [online], [dostęp: 4.08.2015], dostępny w internecie: <http://taat.pl/article/netykieta/index.php>.

Niklas Jędrzej, *Kto znajdzie sposób na profilowanie?* [online], [dostęp: 4.08.2015], dostępny w internecie: <http://panoptykon.org/wiadomosc/kto-znajdzie-sposob-na-profilowanie>.

Niklas Jędrzej, Szymielewicz Katarzyna, *Jedwabny szlak danych* [online], [dostęp: 4.08.2015], dostępny w internecie: <http://www.panoptykon.org/wiadomosc/jedwabny-szlak-danych>.

Nowak-Brzezińska Agnieszka, *Wyszukiwanie informacji za pomocą Google jest łatwe* [PDF], [dostęp: 4.08.2015], dostępny w internecie: <http://zsi.tech.us.edu.pl/~nowak/wi/cw1.pdf>.

Obem Anna, Czyżewski Michał, Szymielewicz Katarzyna, *Prywatność w sieci – odzyskaj kontrolę!* [online], [dostęp: 4.08.2015], dostępny w internecie: <http://www.panoptykon.org/wiadomosc/ Prywatnosc-zrob-sam>.

Otwartezasoby.pl [online], [dostęp: 4.08.2015], dostępny w internecie: <http://otwartezasoby.pl>.

Pamuła-Cieślak Natalia, *Ukryty Internet – jeśli nie wyszukiwarka, to co?* [online], [dostęp: 4.08.2015], dostępny w internecie: <http://www.ebib.pl/2004/58/pamula.php>.

Paszkiewicz Dominik, *Podręcznik na temat dobrych rozwiązań w projektowaniu dostępnych serwisów internetowych* [PDF], [dostęp: 4.08.2015], dostępny w internecie: http://dostepnestrony.pl/wp-content/uploads/2012/02/Dostepnosc_serwisow_internetowych-PODRECZNIK11.pdf.

Pawłowski Łukasz, *Koniec pewnej epoki* [online], [dostęp: 4.08.2015], dostępny w internecie: <http://kulturaliberalna.pl/2012/08/28/baczynski-kobosko-machala-skworz-papier-upada-z-hukiem-o-smierci-czwartej-wladzy-w-dobie-internetu/>.

Podcast – a co to jest? [online], [dostęp: 4.08.2015], dostępny w internecie: <http://podcastsportowy.wordpress.com/podcast-a-co-to-jest/>.

Poradnik dla użytkowników publicznie dostępnych usług telekomunikacyjnych [PDF], Urząd Komunikacji Elektronicznej, [dostęp: 4.08.2015], dostępny w internecie: http://www.giodo.gov.pl/plik/id_p/1920/j/pl/.

Prawo prasowe – podstawowe pojęcia [online] Ngo.pl, [dostęp: 4.08.2015], 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: 4.08.2015], dostępny w internecie: http://www.giodo.gov.pl/560/id_art/4699/j/pl/.

Prujszczyk Grzegorz, Śliwowski Kamil, *Bezpieczeństwo informacyjne w serwisach web 2.0* [online], [dostęp: 4.08.2015], dostępny w internecie: <http://www.ceo.org.pl/sites/default/files/library-files/web20.pdf>.

Prujszczyk Grzegorz, Śliwowski Kamil, *Browsing „wirtualne” zagrożenia* [online], [dostęp: 4.08.2015], dostępny w internecie: http://www.panoptikon.org/sites/panoptikon.org/files/panoptikon_poradnik_browsing.pdf.

Prujszczyk Grzegorz, Śliwowski Kamil, *Komunikacja* [online], [dostęp: 4.08.2015], dostępny w internecie: http://www.panoptikon.org/sites/panoptikon.org/files/panoptikon_poradnik_komunikacja.pdf.

Rogowski Sławomir, *Finansowanie mediów w Polsce* [prezentacja PP], [data dostępu: 4.08.2015], dostępny w internecie: <http://www.krrit.gov.pl/dla-mediow-i-analitikow/konferencje-i-seminaria/zrealizowane/>.

Roszkowski Marcin, *Czym jest tagowanie* [online], [dostęp: 4.08.2015], dostępny w internecie: <http://www.pedagogiczna.edu.pl/warsztat/2008/3-4/080306.htm>.

Rzecznik Praw Dziecka [online], [dostęp: 4.08.2015], dostępny w internecie: <http://www.brpd.gov.pl/>.

Rzecznik Praw Obywatelskich [online], [dostęp: 4.08.2015], 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 4.08.2015], dostępny w internecie: <http://www.sienko.net.pl/matrix.html>.

Sikora Kamil, *Google Glass opatentowane przez Apple? Wojny patentowe hamują rozwój technologii i monopolizują rynek*, [online], [dostęp: 4.08.2015], dostępny w internecie: <http://natemat.pl/22025,google-glass-opatentowane-przez-apple-wojny-patentowe-hamuja-rozwoj-technologii-i-monopolizuja-rynek>.

Słobodianiuk Elina, *Wizerunek osobisty. Tworzenie wizerunku narzędziami PR* [PDF], [dostęp: 4.08.2015], dostępny w internecie: www.proto.pl/PR/Pdf/Wizerunek_osobisty.pdf.

Smith Abby, *Dlaczego przekształcać na postać cyfrową?* [online], [dostęp: 4.08.2015], dostępny w internecie: <http://www.agad.archiwa.gov.pl/electro/abby.html>.

Smith Tierney, *ABC Digital Storytellingu: Blog* [online], [dostęp: 4.08.2015], dostępny w internecie: <http://www.technologie.org.pl/artykuly/abc-digital-storytelling-blog>.

Sochocka Dorota, *Nie bądź głupi w social mediach* [online], [data dostępu: 4.08.2015], dostępny w internecie: <http://artykuly.bibliosfera.net/2013/04/nie-badz-glupi-w-social-mediach/>.

Stallman Richard, *Prawo do czytania* [online], [dostęp: 4.08.2015], dostępny w internecie: <http://www.gnu.org/philosophy/right-to-read.pl.html>.

Stasiński Maciej, Garton Ash Timothy, *Szeroko rzucamy wolną sieć* [online], [dostęp: 4.08.2015], dostępny w internecie: http://freespeechdebate.com/wp-content/uploads/2012/03/TG_Ash-copy1.pdf.

Stasiowski Maciej, *Kultura 2.0. Czarny ekran w dziczy luster* [online], [dostęp: 4.08.2015], 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: 4.08.2015], dostępny w internecie: <http://sternik.bn.org.pl/vocab/index.php>.

Stramek Agata, *Źródła informacji* [online], [dostęp: 4.08.2015], dostępny w internecie: <http://www.szkolnictwo.pl/index.php?id=PV0107>.

Szumańska Małgorzata, *Co warto wiedzieć o śledzeniu i profilowaniu w sieci?* [online], [dostęp: 4.08.2015], 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: 4.08.2015], dostępny w internecie: <https://repozytorium.amu.edu.pl/jspui/handle/10593/4721>.

Tarkowski Alek, *Od heavy metalu po świadome kserowanie* [online], [dostęp: 4.08.2015], dostępny w internecie: <http://www.dwutygodnik.com/artukul/4332-kultura-20-od-heavy-metalu-po-swiadome-kserowanie.html>.

Tokarz Marek, *Argumentacja, perswazja, manipulacja*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2006.

Tomaszczuk Dominik, *„Chytra baba” ofiarą internautów. Dlaczego? „To jak fala, a ona po prostu miała pecha”* [online], [dostęp: 4.08.2015], dostępny w internecie: http://www.tokfm.pl/Tokfm/1,103085,13085238,Chytra_baba_ofiara_internautow_Dlaczego_To_i_ak.html.

TOR and HTTPS, Electronic Frontier Foundation [dostęp: 4.08.2015], dostępny w internecie: <https://www.eff.org/pages/tor-and-https>.

Tworzenie blogów tematycznych [online], [dostęp: 4.08.2015], dostępny w internecie: <http://www.interkursy.pl/dokumentacja/e-marketing/tworzenie-blogow-tematycznych/>.

Tychek Waldemar, *Umiejętności informacyjne użytkowników zasobów informacyjnych* [online], [dostęp: 4.08.2015], dostępny w internecie: http://www.wbp.olsztyn.pl/bwm/3-4_08-ie/umiejtnosci.htm.

Tychek Waldemar, *Wyszukiwanie Informacji. Podstawy strategii wyszukiwawczych* [online], [dostęp: 4.08.2015], dostępny w internecie: http://www.wbp.olsztyn.pl/bwm/1-2_08-ie/wyszukiwanie.htm.

Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów [online], [dostęp: 4.08.2015], dostępny w internecie: <http://uokik.gov.pl>.

Urząd Patentowy Rzeczypospolitej Polskiej [online], [dostęp: 4.08.2015], dostępny w internecie: <http://www.uprp.pl>.

Usability.edu.pl [online], [dostęp: 4.08.2015], 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: 4.08.2015], dostępny w internecie: <http://isap.sejm.gov.pl/DetailsServlet?id=WDU19930470211>, art. 16.

Ustawa z dnia 26 stycznia 1984 r. Prawo prasowe, Dz.U. 1984 nr 5 poz. 24, z późn. zm. [online], [data dostępu: 4.08.2015], dostępny w internecie: <http://isap.sejm.gov.pl/DetailsServlet?id=WDU19840050024>.

Ustawa z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji, Dz.U. 1993 nr 7 poz. 34, z późn. zm. [online], [data dostępu: 4.08.2015], dostępny w internecie: <http://isap.sejm.gov.pl/DetailsServlet?id=WDU19930070034>.

Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych, Dz.U. 1997 nr 133 poz. 883 [online], [dostęp: 4.08.2015], dostępny w internecie: <http://isip.sejm.gov.pl/DetailsServlet?id=WDU19971330883>.

Wilkowski Marcin, *Warsztat: jak przygotować prezentację na konferencję naukową* [online], [dostęp: 4.08.2015], dostępny w internecie: <http://historiamedia.org/2009/10/23/jak-przygotowac-prezentacje-na-konferencji-naukowa/>.

Wolność twórczości artystycznej i swobodny dostęp do dóbr kultury, red. Agnieszka Kaim, Lidia Makowska [online], [dostęp: 4.08.2015], dostępny w internecie: http://www.kreatywna.lodz.pl/data/dataPublicator/raport_na_temat_wolnosci_tworczości_2.pdf.

Wprowadzenie do społeczeństwa nadzorowanego [online] [w:], *Raport o społeczeństwie nadzorowanym*, red. Murakami Wood David, s. 5–15, [dostęp: 4.08.2015], dostępny w internecie: <http://panoptikon.org/sites/panoptikon.org/files/raport-o-spoleczenstwie-nadzorowanym.pdf>.

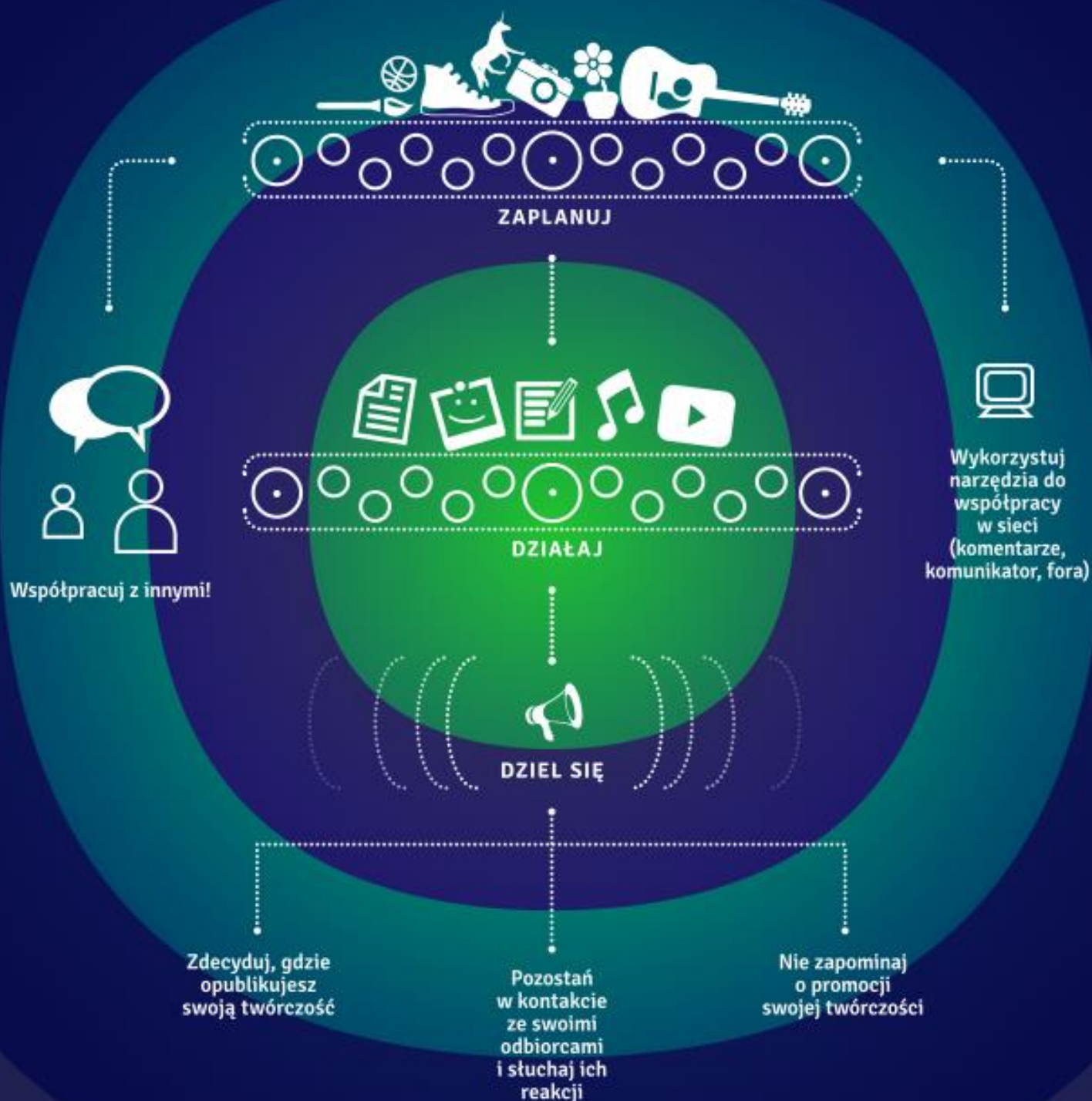
Zasady tworzenia prezentacji multimedialnych [online], [dostęp: 4.08.2015], dostępny w internecie: <http://metodyka.wikidot.com/book:zasady-tworzenia-prezentacji>.

Złapani w sieć, reż. Artur Sochan i Michalina Taczanowska, cz. 1 [online], [dostęp: 4.08.2015], dostępny w internecie: <http://www.youtube.com/watch?v=cZVE2uOtTcw>.

Złapani w sieć, reż. Artur Sochan i Michalina Taczanowska, cz. 2 [online], [dostęp: 4.08.2015], dostępny w internecie: <http://www.youtube.com/watch?v=zHWErpLQsU0>.

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

PREZENT



ORGANIZATOR



LICENCJA



FINANSOWANE



Stowarzyszenie Autorów
ZAiKS

Słownik

Przy tworzeniu słownika 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, *Słownik pojęć związanych z internetem*, Grzegorz Pruszczyk, Kamil Śliwowski, <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 teleadresowych). 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 – IP to 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 – samodzielna część programu radiowego lub telewizyjnego. Np. serwis informacyjny, reportaż, lista przebojów. Potocznie: program.

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

Better Privacy – wtyczka do przeglądarek internetowych, 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 ogólnego, 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. *cookie*) – 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 prace 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.

cytat – 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 – zadowolają 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 seriale; 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 przysyłać informacje do zdalnego serwera bez wiedzy użytkowniczki 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, niewymagający kupna lub płacenia 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 poznawanie 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 osobowych 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 formacie 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.

kanal informacji (inaczej: kanał komunikacyjny) – połączenie pozwalające na komunikację pomiędzy dwoma osobami, służy wymianie informacji; są to np. kable telefonu, strony 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, wytłoczenie 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 – wypowiedzianie 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 – pakiet 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 ciągłym, przyczynowo-skutkowym, 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, kasetę magnetofonową, 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 zapowiedział w styczniu 2014 r. ówczesny Minister Kultury i Dziedzictwa Narodowego Bogdan Zdrojewski. Obecnie opracowywane są założenia ustawy zastępującej abonament radiowo-telewizyjny opłatą audiowizualną.

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 więc 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 prawnicze. 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 wyłączone 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.

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.



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



FINANSOWAŁO



Stowarzyszenie Autorów
ZAIK

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 samoograniczanie 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 wykonanych, 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 wykonanych, 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, 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 umieszczane 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 słuszością 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 amer. 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 uczennic 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 przydziałem czasu procesora poszczególnym zadaniom, kontrolą i przydziałem 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 przesycane są taną sensacją. Artykuły w tabloidach odwołują się do emocji, prowokują, nierzadko 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.

telesprzedaż – 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 publicznej. Odpowiada za kształtowanie polityki antymonopolowej oraz ochronę praw konsumentów.

utwór – każdy przejaw działalności twórczej o indywidualnym charakterze, ustalony w jakiejkolwiek 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 czyjegoś 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 wyrażeni sformułowanych w języku naturalnym.

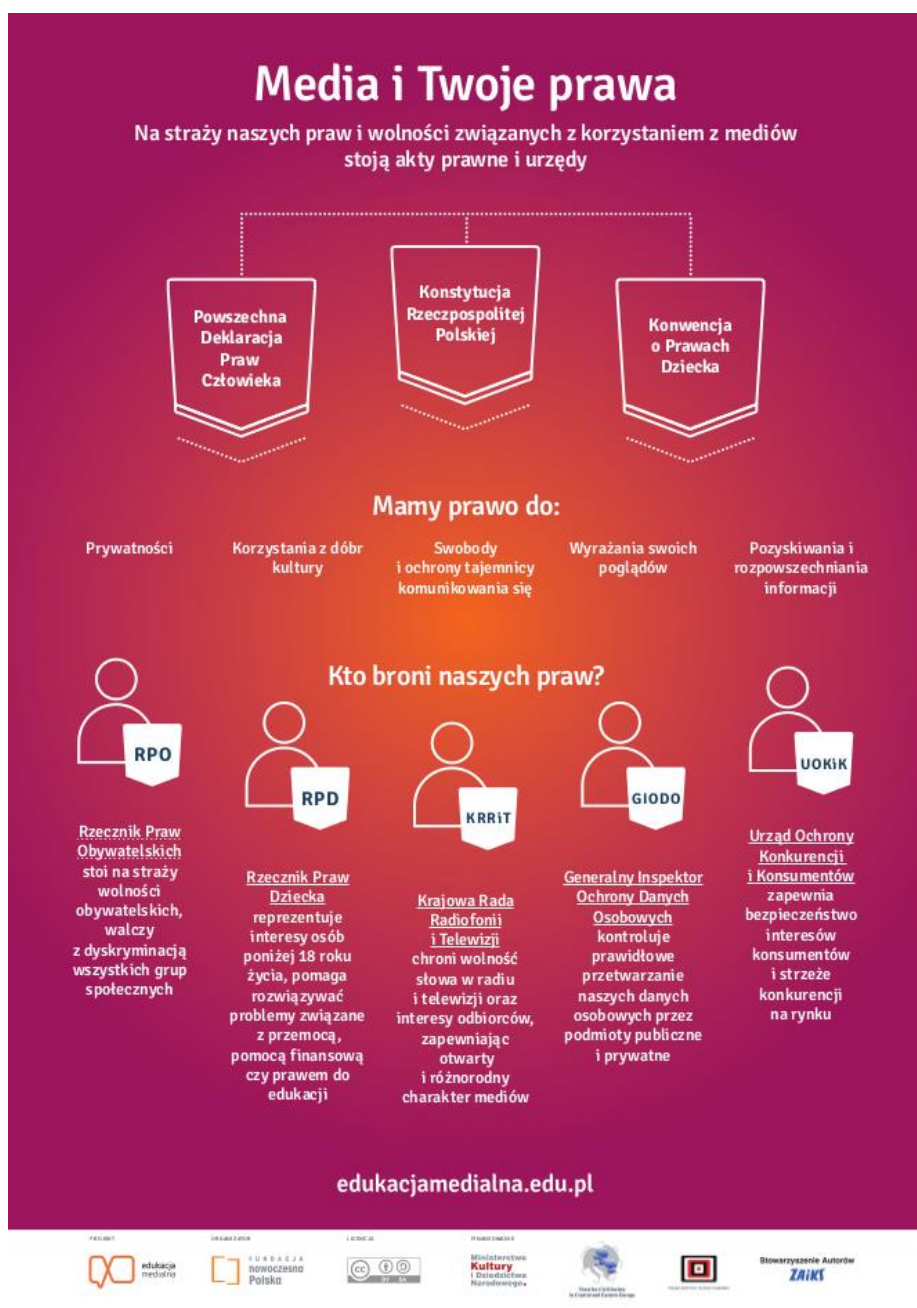
zakup w chmurze – możliwość odpłatnego korzystania z usługi (np. gry lub bazy danych), bez konieczności kupowania sprzętu lub oprogramowania: dane przechowywane są na serwerze dostawcy usługi.

zapytanie informacyjno-wyszukiwawcze – 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

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.



Praktyczne wskazówki: Jak przygotować się do udziału w Turnieju

Uczestniku/Uczestniczko!

Chcesz osiągnąć dobre rezultaty w Wielkim Turnieju Edukacji Medialnej?

- ⇒ Zapoznaj się z materiałami edukacyjnymi znajdującymi się w serwisie Edukacjamedialna.edu.pl.
- ⇒ Zainterесuj się tematyką bezpieczeństwa i prywatności w sieci.
- ⇒ Przeglądnij słownik oraz zapoznaj się z literaturą dodatkową.
- ⇒ Bądź na bieżąco z tym, co dzieje się na świecie.
- ⇒ Korzystaj z różnych źródeł informacji.

Podczas realizacji projektu:

- ⇒ Stwórz zespół złożony z osób, których kompetencje uzupełniają się.
- ⇒ Bądź otwarty na uwagi i ucz się od innych.
- ⇒ Współpracuj.
- ⇒ Rozsądnie zaplanuj działania – podczas ustalania planu pracy weźcie pod uwagę ograniczony czas i zasoby, którymi dysponujecie.
- ⇒ Wraz z innymi członkami zespołu odpowiednio rozdziel zadania – bądźcie sprawiedliwi i wykorzystacie swoje najmocniejsze strony.
- ⇒ Angażuj się.
- ⇒ Sumiennie wykonuj swoje zadania, zarówno podczas pracy grupowej, jak i indywidualnej. Pamiętaj, że od realizacji poszczególnych zadań i wywiązania się ze swojej roli każdego z uczestników zależy osiągnięcie głównego celu projektu.
- ⇒ Przestrzegaj ustalonego planu pracy.
- ⇒ Dokonuj regularnej samooceny. Może jest coś, co możesz zmienić, poprawić, aby realizacja projektu przebiegała bardziej efektywnie.
- ⇒ Wykorzystuj nowe technologie – one usprawniają pracę i czynią efekt bardziej atrakcyjnym.
- ⇒ Korzystaj ze spotkań konsultacyjnych z Opiekunem.
- ⇒ Zadbaj o dokumentację. Zaprezentujcie efekty pracy w efektywny sposób.
- ⇒ Szanuj prawa autorskie innych twórców. Korzystaj z otwartych zasobów. Znajdziesz je m.in. na otwartezasoby.pl.
- ⇒ Pamiętaj, że w razie problemów możesz napisać do nas na edukacjamedialna@nowoczesnapolska.org.pl. Postaramy się pomóc i wyjaśnić Twoje wątpliwości.
- ⇒ A przede wszystkim: **Rozwijaj swoje kompetencje i dobrze się baw!**

Opiekunie/Opiekunko!

Chcesz, aby twoi uczniowie i uczennice osiągnęły dobre rezultaty w Wielkim Turnieju Edukacji Medialnej?

- ⇒ 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.
- ⇒ Zainterесuj się tematyką bezpieczeństwa i prywatności w sieci i wspieraj zdobytą wiedzę swoich podopiecznych.

Podczas realizacji projektu:

- ⇒ Wspieraj uczniów i uczennice w realizacji projektu na każdym jego etapie.
- ⇒ Pomóż im rozpoznać własne zainteresowania oraz mocne strony i podpowiedz, jak mogą wykorzystać je podczas pracy nad zadaniem turniejowym
- ⇒ Bądź dostępny/dostępna. Udzielaj rad i zapewnij uczestnikom i uczestniczkom możliwość regularnych spotkań informacyjnych i konsultacyjnych.
- ⇒ Monitoruj przebieg prac.
- ⇒ Dbaj o dobre relacje między członkami zespołu projektowego.
- ⇒ Doceniaj uczniów i uczennice oraz motywuj ich. Nie wiesz jak? Skorzystaj z [poradnika przygotowanego przez Centrum Edukacji Obywatelskiej](#).
- ⇒ Przypomnij uczniom o należytych przygotowaniu dokumentacji projektu. Wspieraj uczniów w przygotowaniu ciekawej prezentacji końcowej. Pomóż im w dopilnowaniu formalności.
- ⇒ Zadbaj o to, aby szkoła wiedziała o udziale twoich podopiecznych w Turnieju i wspierała ich. Niech wszyscy dowiedzą się o ich aktywnej postawie.
- ⇒ Pamiętaj, że w razie problemów możesz napisać do nas na edukacjamedialna@nowoczesnapolska.org.pl. Postaramy się pomóc i wyjaśnić twoje wątpliwości.
- ⇒ Wykorzystaj tę pracę jako okazję do nauki i możliwość zdobycia nowego doświadczenia.

Wskazówki dotyczące pracy metodą projektu zostały opracowane na podstawie publikacji Centrum Edukacji Obywatelskiej.

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 dotyczą

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

edukacjamedialna.edu.pl

PROJEKT



ORGANIZATOR



LICENCJA



FINANSOWANIE



Stowarzyszenie Autorów
ZAIK

Odpowiedzi na pytania testowe z poprzednich edycji

I edycja

- Zadanie 1. 2 5 3 4 1
Zadanie 2. a-2, d-3, f-1
Zadanie 3. a, d, e
Zadanie 4. c
Zadanie 5. a-2, b-3, c-1
Zadanie 6. a, d, f
Zadanie 7. d
Zadanie 8. b, c, f
Zadanie 9. a-3, b-4, c-5, d-1, e-2
Zadanie 10. b
Zadanie 11. a, b, d, f, g, i
Zadanie 12. b-1, c-2, d-3
Zadanie 13. c
Zadanie 14. b, c, d
Zadanie 15. c
Zadanie 16. b
Zadanie 17. a, b, d, f
Zadanie 18. 1-a, b, c lub d, 2-e, 3-b lub e, 4-a, b, c lub d, 5-a lub b
Zadanie 19. a
Zadanie 20. 1-falsz, 2-falsz, 3-prawda, 4-prawda, 5-falsz, 6-prawda

II edycja

- Zadanie 1. d
Zadanie 2. a-4, b-5, c-1, d-2, e-3
Zadanie 3. Chodzi o Mickey Mouse Protection Act, inaczej Copyright Term Extension Act, na podstawie którego wydłużono okres obowiązywania majątkowych praw autorskich o 20 lat.
Zadanie 4. a
Zadanie 5. d
Zadanie 6. a
Zadanie 7. Klient ma na to 10 dni. Można to zrobić bez podawania przyczyny. Reguluje to ustawa z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów.
Zadanie 8. Minimum dwa spośród: Publiczny, Znajomi, Ustawienia niestandardowe, Tylko ja
Zadanie 9. Tak, można – na podstawie ustawy z dnia 14 marca 2014 r. o zasadach prowadzenia zbiorów publicznych.
Zadanie 10. 1-falsz, 2-prawda, 3-prawda, 4-falsz, 5-prawda
Zadanie 13. d
Zadanie 15. a, c
Zadanie 16. b
Zadanie 18. a, b
Zadanie 20. a

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, rozpowszechniać, 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 więź Twórcy z nim nie została naruszona,
- a w szczególności zapewnić Uznanie autorstwa – zachować towarzyszące utworowi oznaczenia licencji i ochrony prawnej, informacje o autorach i wydawcy (Fundacji Nowoczesna Polska), o tytule utworu oraz o jego źródle,
- rozpowszechniając 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/>.



Ilustracje:

Pierwsza strona okładki: Sean MacEntee, social media, CC BY 2.0,
<https://www.flickr.com/photos/smemon/5209796269>.

Plakat WTEM (s. 12): Adam Banaszek, CC BY-SA 3.0

Infografiki (s. 10, 25, 37, 61, 63, 71, 84, 92, 95): Michał Szota, CC BY-SA 3.0

Fotografie z finału I edycji WTEM (s. 14): Anna Gruhn, Eliza Hetkowska, CC BY-SA 3.0

Fotografie z finału II edycji WTEM (s. 27-28): Dorota Górecka, Emanuel Modrzejewski, CC BY-SA 3.0

Fotografie do zadania 18 (s. 21-22):

1. kris krüg, *Jill Pringle - Portraits - Waldorf Hotel*, CC BY-NC-SA 2.0,
<https://www.flickr.com/photos/kk/5443214980>.
2. Keith Parker, *The Palladium*, CC BY-SA 2.0,
<https://www.flickr.com/photos/keithusc/2799394010>.
3. Mike Burns, *Drink!*, CC BY-SA 2.0, <https://www.flickr.com/photos/mike-burns/7459087>.
4. Steve wilson, *Business*, CC BY 2.0,
<https://www.flickr.com/photos/125303894@N06/14387365942>.
5. Minoru Nitta, *asa_beach*, CC BY 2.0,
<https://www.flickr.com/photos/84502900@N00/3502014745>.

Font:

Lato / Łukasz Dziedzic www.latofonts.com