

Marta Klimowicz, Emanuel Kulczycki,
Renata Piotrowska, Ewa Rozkosz,
Marcin Sieńko, Piotr Siuda, Grzegorz
D. Stunża, Damian Muszyński, Anna
Dąbrowska

Model kompetencji związanych z posługiwaniem się internetem przez dzieci w wieku od 9 do 13 lat

Model kompetencji
związanych
z posługiwaniem
się internetem
przez dzieci w wieku
od 9 do 13 lat

ZACHOWANIA INFORMACYJNE

STANDARD 1. SPRAWNE I SKUTECZNE DOCIERANIE DO INFORMACJI

Rozpoznaje potrzeby informacyjne.

Przykłady:

- Identyfikuje potrzebę zdobycia informacji w sytuacjach problemowych (na przykład, gdy napotyka trudności w pracy z określonym oprogramowaniem).
- Własnymi słowami tłumaczy postawione pytanie/problem.

Formułuje pytania w oparciu o potrzeby informacyjne.

Przykłady:

- Dobiera słowa kluczowe identyfikujące problem, dobiera powiązane ze słowami kluczowymi terminy oraz synonimy.
- Dostosowuje pytania do źródła informacji (na przykład inne pytanie wpisuje do wyszukiwarki Google, inne zadaje użytkownikom forum internetowego).
- Formułuje pytania pomocnicze (na przykład, kiedy nie rozumie terminów pojawiających się w treści szkolnego zadania, szuka ich objaśnienia w encyklopedii lub słowniku).

Wie, że jest wiele źródeł informacji.

Przykłady:

- Wylicza różne źródła informacji – nie tylko wyszukiwarkę Google i Wikipedię (na przykład wie, że aby znaleźć tapetę na pulpit swojego komputera, może posłużyć się wyszukiwarką Google lub wykorzystać specjalny serwis z tematycznymi tapetami).
- Wie, że w różnych źródłach internetowych znajdują się różne ujęcia tego samego problemu.

- Tłumaczy, jak zorganizowana jest informacja związana z interesującym go tematem (na przykład zna serwisy fanowskie poświęcone grom RPG; wie, że informacje o filmie znajdzie w serwisie Filmweb, a fragmenty – lub film w całości – obejrzy na YouTube).
- Rozróżnia źródła pierwotne od agregatorów informacji (na przykład wie, że artykuły w serwisie Wykop.pl pochodzą z różnych stron internetowych).
- Wie, że rezultaty wyszukiwania za pomocą wybranej wyszukiwarki będą uzależnione od algorytmu, jakiego używa dostawca narzędzia.
- Wie, że rezultaty wyszukiwania w określonym serwisie mogą być zależne od danych, jakie zamieszcza w swoim profilu w tym serwisie.

Odnajduje, wybiera i ocenia źródła informacji.

Przykłady:

- Planuje działania związane z wyszukiwaniem informacji.
- Odnajduje źródło informacji (na przykład na podstawie pozyskanego – chociażby od koleżanki/kolegi – adresu; w tym celu postępuje się wyszukiwarką).
- Wybiera źródło informacji, które potencjalnie zawiera pożądaną informację.
- Wykorzystuje powiązania pomiędzy źródłami (na przykład pomiędzy artykułami w Wikipedii; przechodzi od grafiki w Google Grafika do strony internetowej, na której grafika jest opublikowana; korzysta z powiązań między informacjami jednego autora lub autorów oznaczonych tym samym tagiem).
- Ocenia dany serwis na podstawie wybranych przez siebie kryteriów (przykładowe kryteria: zawiera zdjęcia w dużej rozdzielczości; znajduje się w domenie .edu lub .gov; posiada duży wybór plików; zawiera zasoby, które można wykorzystać nieodpłatnie).
- Udoskonala wykorzystywane techniki wyszukiwawcze (na przykład stosuje filtr w wyszukiwarce Google; używa w wyszukiwarce Google wyrażenia „link: http://...”, aby odnaleźć strony powiązane z danym serwisem; porównuje użyteczności oferowane przez różne wyszukiwarki przeznaczone dla dzieci; sprawdza trzecią, czwartą, piątą i dalsze strony wyszukiwania w Google i na tej podstawie formułuje nowe zapytanie w wyszukiwarce).

Archiwizuje informacje.

Przykłady:

- Archiwizuje różne informacje (na przykład archiwizacja stron WWW, różnych plików medialnych itd.).
- Buduje archiwa w taki sposób, aby zgromadzone informacje można było łatwo odnaleźć.
- Zabezpiecza zgromadzone przez siebie dane (na przykład wykonuje kopie bezpieczeństwa; zapisuje dane na różnych nośnikach; korzysta z internetowych narzędzi automatycznego tworzenia kopii zapasowych treści).
- Korzysta z różnych form subskrypcji informacji (na przykład czytnik RSS, biuletyn elektroniczny itd.).

Rozumie treść komunikatu.

Przykłady:

- Własnymi słowami streszcza, tłumaczy uzyskaną informację (na przykład treść przeczytanego tekstu, obejrzanego fragmentu materiału wideo, odsłuchanej audycji radiowej, instrukcji danego programu).

Odnajduje, wybiera i ocenia informacje (pod kątem aktualności, dokładności, ważności, wiarygodności źródła: autor, domena, instytucja sprawcza, autorytet nauczyciela, wszechstronności).

Przykłady:

- Samodzielnie wyszukuje potrzebne informacje.
- Ocenia trafność (poprawność) znalezionych informacji.
- Weryfikuje użyteczność znalezionych informacji i powtarza proces wyszukiwania informacji, jeśli znajdzie taką potrzebę (na przykład wówczas, gdy znajdzie coś przestarzałego: jeśli znajdzie opis ekwipunku dla nieaktualnej wersji ulubionej gry RPG, nie korzysta z zawartych w owym opisie wskazówek, tylko szuka dalej; jeśli czyta w internecie o traktacie ACTA, nie poprzestaje na newsach, ale czyta treść traktatu).
- Ocenia aktualność informacji (na przykład na podstawie daty w stopce strony internetowej).
- Odnajduje wiadomości o autorze danej informacji, a także źródła, z których autor korzystał.
- Ocenia intencje autora danej informacji.
- Odnajduje punkty wspólne i rozbieżne informacji pochodzących z różnych źródeł.
- Znajduje informację alternatywną (przedstawiającą inny punkt widzenia) do tej, którą odnalazł i z którą się zgadza.

Decyduje, co jest faktem, a co opinią.

Przykłady:

- Rozróżnia, które partie tekstu na stronie internetowej są faktami, a które opiniami (na przykład w prognozie pogody wskazuje, że faktami są dane meteorologiczne, a opiniami wypowiedzi autora o wpływie deszczu na nasze samopoczucie).
- Wie, że istnieją tak zwane serwisy plotkarskie oraz wie, że treści w nich zamieszczone mogą być nieprawdziwe.
- Rozróżnia kolumny zawierające treści z serwisów plotkarskich, wkomponowane w serwisy informacyjne (na przykład na portalu Onet.pl).

Rozróżnia treści reklamowe od niereklamowych.

Przykłady:

- Wskazuje, co jest – w danym serwisie, na danym blogu, forum itd. – reklamą, a co nią nie jest (na przykład wskazuje, które treści są reklamą, nawet jeśli nie są oznaczone jako reklamy).

- Rozpoznaje, kiedy jest obiektem docelowym działań reklamodawców.
- Wie, jak ograniczyć spożycie reklam w internecie (na przykład blokować reklamy w przeglądarce; stworzyć filtr w skrzynce e-mail; używać serwisów typu Readability.com; wypisać się z list mailingowych dostarczających reklamy itd.).
- Wskazuje elementy tytułu/leadu, które mają za zadanie przykuć uwagę odbiorcy (na przykład: „Szok!”, „Makabryczne odkrycie!”).

ZACHOWANIA PRODUKCYJNE

STANDARD 3. TWORZENIE, PRZETWARZANIE I PREZENTOWANIE TREŚCI

Tworzy nowe treści.

Przykłady:

- Robi zdjęcie i/lub kręci krótki film wideo (wykorzystuje do tego na przykład kamerę lub aparat zintegrowany z telefonem komórkowym, smartfonem czy tabletem).
- Nagrywa rozmowę i/lub dźwięki otoczenia za pomocą dyktafonu, telefonu komórkowego, tabletu itp.
- Przygotowuje grafikę (rysunek) przy użyciu odpowiedniego oprogramowania.
- Przygotowuje tekst w edytorze tekstu.
- Tworzy proste narracje medialne z wykorzystaniem różnorodnych treści składowych (*digital storytelling*).
- Przygotowuje w grupie różne treści, dzieląc się zadaniami (na przykład tworzy w zespole krótki film złożony ze scen przygotowanych wcześniej przez członków społeczności, w oparciu o napisany wcześniej wspólnie scenariusz; tworzy w zespole reportaże zdjęciowy w oparciu o zdjęcia zrobione przez uczestników społeczności i na bazie przygotowanego wcześniej wspólnie scenariusza).

Przetwarza znalezione w internecie i/lub stworzone przez siebie treści.

Przykłady:

- Wykorzystuje oprogramowanie do obróbki (i/lub łączenia ze sobą) zdjęć, grafiki, filmów wideo, dźwięku.
- Skanuje dokumenty, zdjęcia, rysunki.
- Przetwarza w grupie różne treści, dzieląc się zadaniami (obrabia w grupie i/lub łączy ze sobą zdjęcia, grafiki, filmy wideo, dźwięk).

Prezentuje nowe i/lub przetworzone treści.

Przykłady:

- Publikuje pliki tekstowe, graficzne, dźwiękowe, wideo, prezentacje multimedialne w różnych miejscach w internecie.
- W serwisach do publikacji i dzielenia się treściami tworzy przejrzyste kolekcje (treści) i udostępnia je zainteresowanym odbiorcom.
- Rozpowszechnia informacje na temat opublikowanych przez siebie treści.
- Obsługuje urządzenia pozwalające na wyświetlanie cyfrowych prezentacji oraz prezentowanie treści cyfrowych w różnej formie (na przykład korzysta z rzutnika

multimedialnego, tablicy multimedialnej do zaprezentowania przygotowanych treści – prezentacje multimedialne, hipermedia, film, grafika, dźwięk).

- Eksportuje prezentację multimedialną przygotowaną przy użyciu narzędzi internetowych do pliku.
- „Osadza” przygotowaną prezentację na stronie internetowej (na przykład na blogu).

Model kompetencji
związanych
z posługiwaniem
się internetem
przez dzieci w wieku
od 9 do 13 lat

STANDARD 4. PRAWNE ASPEKTY PRODUKOWANIA I DYSTRYBUCJI TREŚCI

Jest świadome istnienia prawnego i etycznego wymiaru tworzenia treści.

Przykłady:

- Jest świadome, że treści obecne w internecie podlegają ograniczeniom prawnym.
- Dbą o etyczny wymiar produkowania i dystrybuowania nowych i przetworzonych treści.
- Jest wrażliwe na obowiązki związane z korzystaniem z utworów obciążonych prawem autorskim (na przykład jest świadome, że musi wskazać autorów określonego utworu, jeśli ów utwór przetwarza).

Wie, które treści może przetwarzać zgodnie z prawem.

Przykłady:

- Zna podstawy prawa autorskiego i licencji opartych na prawie autorskim.
- Wie, czym są wolne licencje.
- Wie, jakie treści może przetwarzać na określonych warunkach.

Zna swoje prawa jako twórcy treści zamieszczanych w internecie.

Przykłady:

- Rozpoznaje, kiedy podczas tworzenia nowych treści może powołać się na prawo dozwolonego użytku.
- Wie, że może wymagać, aby ktoś, kto przetwarza jego utwór, wskazał go jako autora oryginału.

Rozpoznaje problemy związane z własnością w internecie.

Przykłady:

- Tłumaczy kontrowersje narastające wokół terminów „piractwo” i „kradzież”.
- Rozróżnia skopiowanie pliku cyfrowego od na przykład zabrania – bez zgody i zapłaty – książki z księgarni.
- Wie, że obecnie obowiązujące prawo nie rozwiązuje aktualnych problemów związanych z autorstwem, tworzeniem i dystrybucją treści.

ŻYCIE W INTERNECIE

STANDARD 5. EMPATIA I WIZERUNEK

Wie, że internet jest przestrzenią wspólną dzieloną z innymi ludźmi.

Przykłady:

- Wie, że w internecie łatwo o nieporozumienia w kontaktach z innymi ludźmi (na przykład, że w internecie sprawia się wrażenie osoby bardziej agresywnej i ukierunkowanej zadaniowo niż w interakcjach face to face).
- Tłumaczy powody, dla których niektórzy internauci mogą zachowywać się w różnych sytuacjach w sposób ironiczny, obraźliwy, niegrzeczny, niekulturalny, nieokazujący szacunku.
- Rozpoznaje sytuacje, w których budowanie swojego wizerunku może wyrządzić krzywdę innym (na przykład budowanie swojej wartości na poniżaniu kolegów).

Dbą o empatię w komunikacji internetowej.

Przykłady:

- Jest otwarte na odmienności spotykane w internecie (na przykład nie krytykuje zainteresowań innych osób).
- Jest wrażliwe na potrzeby internautów, z którymi się komunikuje (na przykład rozpoznaje, że ktoś w danej chwili chce uzyskać poradę lub pomoc).
- Jest chętne do rozwiązywania internetowych nieporozumień w kontaktach z innymi ludźmi (na przykład łagodzi ton wypowiedzi; nie odpowiada na zaczepki; przeprosza innych; nie wysyła wiadomości, kiedy jest w złym humorze).
- Jest zdeterminowane, aby nie zachowywać się wobec innych w sposób ironiczny, obraźliwy, niegrzeczny, niekulturalny, nieokazujący szacunku.

Swój wizerunek buduje w sposób przemyślany i adekwatny do otoczenia.

Przykłady:

- Przestrzega reguł etykiety (na przykład nie przesyła zbyt dużych plików; nie pisze kapitalikami, chyba że ma to uzasadnione zastosowanie).
- Swój wizerunek buduje inaczej w kontaktach z różnymi osobami (na przykład inaczej się prezentuje w kontaktach z przyjaciółmi, a inaczej w sytuacjach formalnych, na przykład pisząc do nauczyciela).

STANDARD 6. BEZPIECZEŃSTWO I PRYWATNOŚĆ

Zna zagrożenia związane z poruszaniem się w internecie.

Przykłady:

- Wie, że osoba siedząca po drugiej stronie monitora może być zupełnie kimś innym niż ta, za którą się podaje.
- Rozróżnia internetową komunikację publiczną od prywatnej.
- Identyfikuje informację w internecie, którą można uznać za osobistą.
- Rozpoznaje zagrożenia związane z dzieleniem się z innymi osobami w internecie informacjami na swój temat.
- Identyfikuje sytuacje, w których internetowa rozmowa z innymi staje się zagrożeniem.
- Rozpoznaje, jakie kontakty internetowe można uznać za niebezpieczne.
- Wie, że to, co zamieszcza w internecie, może tam przetrwać na zawsze, a także być skopiowane przez ludzi, których nie zna.

- Wie, jakie ryzyko wiąże się z dopisaniem się na określoną listę mailingową, ściągnięciem aplikacji, zaakceptowaniem zaproszenia do gry facebookowej czy ściągnięciem darmowych materiałów.
- Wskazuje, jakie awatary, sygnatury czy nicki są bezpieczne, a jakie nie.

Radzi sobie z internetowymi niebezpieczeństwami.

Przykłady:

- Odpowiednio reaguje na *cyberbulling* (internetową przemoc), zawiązanie się niebezpiecznych relacji w internecie, zagrażające rozmowy itd.
- Tworzy „silne” hasła.
- Odpowiednio reaguje na spam.

Uzyskuje kontrolę nad informacjami udzielanymi innym.

Przykłady:

- W internecie umieszcza tylko odpowiednie zdjęcia swojej osoby i odpowiednią twórczość.
- Nie ujawnia innym internautom osobistych informacji bez skonsultowania się z rodzicem lub inną godną zaufania dorosłą osobą.
- Nie podaje swoich haseł innym osobom.
- Sprawdza prawdziwość informacji, którą chce zamieścić w internecie, zanim przedstawi ją jako fakt.
- Ocenia, jakie informacje o nim są znane innym osobom w internecie (na przykład ocenia – nie tylko na pierwszej stronie wyszukiwania – jak „wypada” w Google).
- Reaguje odpowiednio, gdy jakiś internetowy znajomy zada pytanie naruszające zasady prywatności.
- Skutecznie blokuje pliki *cookies*.
- Posługując się mediami społecznościowymi, potrafi zadbać o swoją prywatność (na przykład odpowiednio ustawić *privacy settings* na Facebooku).

Jest świadome powiązań oraz różnic między komunikacją zapośredniczoną przez internet i niezapośredniczoną.

Przykłady:

- Jest świadome różnic między przyjaciółmi pozainternetowymi, a tymi, znanymi tylko w internecie.
- Jest świadome, dlaczego relacje internetowe mają wpływ oraz przekładają się na kontakty niezapośredniczone przez internet, a czynności dokonywane w internecie mogą mieć realne konsekwencje.
- Dbą o prywatność innych internautów podczas otagowywania, zamieszczania treści oraz komunikowania się z innymi osobami w internecie.
- Jest świadome, jaką rolę internet odgrywa w jego życiu.
- Jest świadome, że wielozadaniowość (*multitasking*) ma zalety oraz wady.
- Rozumie, że wiele zdjęć zamieszczonych w internecie było poddanych cyfrowej obróbce (jest świadome etycznych kontrowersji związanych z takimi zabiegami).

Stosuje zasady higieny związanej z korzystaniem z komputera.

Przykłady:

- Siedząc przed komputerem, robi sobie przerwy poświęcone na aktywność fizyczną (ćwiczenia, spacer itp. – minimum pięć minut na godzinę siedzenia przed ekranem komputera).
- Zachowuje odpowiednią pozycję siedzenia przed komputerem.
- Ustawia jasność i kontrast ekranu monitora tak, aby przebywanie przed komputerem było mniej szkodliwe dla wzroku.
- Czyści sprzęt, za pomocą którego uzyskuje dostęp do internetu (w szczególności ekran komputera).

STANDARD 7. PARTYCYPACJA W SPOŁECZNOŚCIACH INTERNETOWYCH**Rozpoznaje elementy kultury internetowej.**

Przykłady:

- Wymienia i charakteryzuje różne narzędzia internetowe (czaty, fora, blogi, mikroblogi itd.; zna ich typy).
- Wie, co oznacza pojęcie multimediów jako technologii integrującej różne techniki przekazu, wskazuje zalety posługiwania się multimediami.
- Dostrzega zjawisko konwergencji mediów (na przykład związku TV z internetem).
- Zna ogólny żargon (slang) internetowy.
- Wymienia zabiegi językowe związane z: akronimami, emotikonkami, kolokwialnym i technicznym wymiarem języka internetowego, zwielokrotnianiem znaków interpunkcyjnych i liter, wersalikami w funkcji krzyku, brakiem polskich liter i znaków, pisemnym oznaczaniem reakcji niewerbalnych (np. buahahaha), niestandardowym spacjowaniem, werbalno-wizualnymi grammi słów, formami hybrydowymi łączącymi tekst i grafikę (sygnatury, awatary, nicki), skrótowością.
- Rozpoznaje zjawisko wulgaryzacji języka internetu.

Aktywnie uczestniczy w społecznościach internetowych.

Przykłady:

- Znajduje i przyłącza się do społeczności internetowych.
- Sprawnie korzysta z różnych internetowych kanałów komunikowania.
- Nawiązuje i podtrzymuje relacje z innymi za pomocą różnych narzędzi (blog, forum, serwis itd.).
- Dzieli się z innymi członkami społeczności swoją wiedzą i umiejętnościami.
- Przestrzega regulaminów obowiązujących w społecznościach, których jest uczestnikiem.
- Stosuje reguły i dyrektywy wzajemnej pomocy i odwzajemniania się w społecznościach (na przykład: „podawaj linki tylko do sprawdzonych źródeł, a jeśli nie masz pewności, poinformuj o tym zainteresowanego”).
- Współpracuje z innymi członkami społeczności przy identyfikowaniu i rozwiązywaniu jakiegoś problemu lub realizowaniu danego zadania (na przykład wspólnie z innymi członkami planuje proces wyszukiwania informacji; projektuje, podejmuje i ocenia dane działanie).

- Docenia współdział i uznaje wkład innych członków społeczności w rozwiązywanie danego problemu czy wykonanie zadania.
- Otagowuje lub w inny sposób oznacza treści pojawiające się w społecznościach.
- Korzysta z zastanych folksonomii (na przykład posługuje się nazwami własnymi kotów przy kategoryzacji ich zdjęć).

Inicjuje i rozwija społeczności internetowe oparte o wspólne zadania.

Przykłady:

- Potrafi założyć społeczność przy wykorzystaniu różnych narzędzi (bloga, forum, serwisu internetowego – na przykład utworzenie grupy na Facebooku itd.).
- Przestrzega reguł prowadzenia dobrej społeczności – zarówno technicznych, jak i związanych z kierowaniem grupą ludzi (na przykład daje innym członkom społeczności możliwość publikowania treści i administrowania społecznością).
- Stosuje mechanizmy promujące społeczność.
- Stymuluje zespołowe poszukiwanie rozwiązań określonego problemu, wspólne szukanie przydatnych informacji lub realizację danego zadania.
- Dobiera najbardziej skuteczne narzędzia do określonych potrzeb społeczności (na przykład uznaje, które narzędzie będzie najlepsze do grupowej dyskusji, gromadzenia odnośników, udostępniania plików; korzysta z narzędzi pozwalających na grupowe używanie zgromadzonych treści – chociażby Google Docs, Google Drive, Dropbox; dobiera alternatywne narzędzia, które może wykorzystać w razie awarii podstawowego narzędzia).