

KAMPANIE EDUKACYJNO-INFORMACYJNE

Projekt realizowany w ramach działania 3.4 „Kampanie edukacyjno-informacyjne na rzecz upowszechnienia korzyści z wykorzystania technologii cyfrowych” Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa 2014-2020



Podstawa do realizacji kampanii

Kampanie edukacyjno-informacyjne są elementem Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa na lata 2014-2020.

Program przewiduje kompleksowe działania oraz inwestycje w obszarze cyfryzacji i technologii informacyjno-komunikacyjnych, w tym szereg działań nakierowanych na podnoszenie kompetencji cyfrowych społeczeństwa. W ramach działania 3.4 Programu Polska Cyfrowa przewidziano dofinansowanie na realizację kampanii edukacyjno-informacyjnych.

Partnerstwo w realizacji projektu

Kampanie informacyjno-edukacyjne są realizowane przez Ministerstwo Cyfryzacji (Lidera projektu) we współpracy z Naukową i Akademicką Siecią Komputerową – Państwowym Instytutem Badawczym (Partnera projektu).



Harmonogram projektu

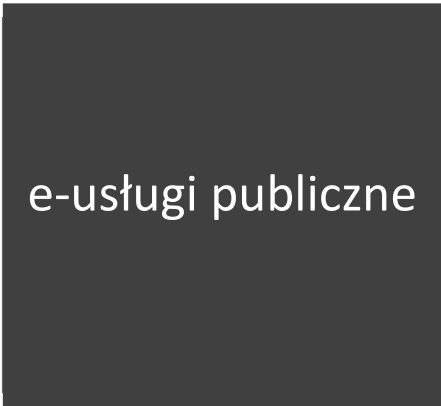


Obszary tematyczne kampanii

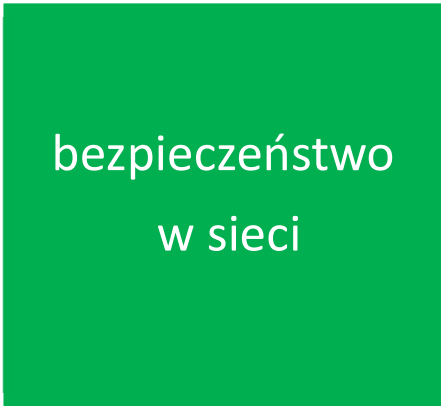
Zgodnie z założeniami Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa przewidziano realizację kampanii w czterech obszarach tematycznych. Zdefiniowano je jako:



jakość życia



e-usługi publiczne



bezpieczeństwo
w sieci



programowanie

Kampania: Jakość życia

Zidentyfikowany problem:

Brak świadomości pozytywnego wpływu technologii informacyjno-komunikacyjnych na jakość życia

Grupa docelowa:

- osoby w wieku 45-64 lat, które są w zasięgu Internetu, ale z niego nie korzystają lub korzystają sporadycznie
- przedsiębiorcy, szczególnie prowadzący małe i mikroprzedsiębiorstwa, którzy często nie mają świadomości możliwości biznesowych, jakie płyną z cyfryzacji; w przypadku przedsiębiorców jakość życia jest rozumiana również jako jakość prowadzenia biznesu

Cele:

Zwiększenie świadomości wpływu technologii informacyjno-komunikacyjnych na poprawę jakości życia obywateli Polski, w zakresie:

- korzystania z e-usług prywatnych i publicznych
- korzystania z dóbr kultury i z rozrywki

- korzystania z materiałów edukacyjnych
- komunikacji z innymi osobami
- możliwości płynących z cyfryzacji w przedsiębiorstwach

Jakość życia: Kluczowe działania

- współpraca z liderami opinii lub ambasadorami kampanii
- cykle poradników lub artykułów w prasie
- działania na portalach horyzontalnych
- współprodukcje telewizyjne

Kampania: E-usługi publiczne

Zidentyfikowany problem:

Niewystarczająca świadomość możliwości wykorzystania przez obywateli usług e-administracji

Grupa docelowa:

- pełnoletni obywatele korzystający z Internetu oraz poszczególne grupy docelowe, którym dedykowane są konkretne e-usługi

Cele:

Wzrost świadomości społeczeństwa w zakresie korzystania z e-usług publicznych, w tym:

- wzrost świadomości istnienia usług e-administracji oferowanych centralnie i przez samorządy
- wzrost umiejętności poszukiwania pomocnych informacji na temat korzystania z e-usług publicznych
- zbudowanie zaufania i pozytywnych postaw wobec usług e-administracji (zaciekawienie i zainteresowanie oraz chęć spróbowania)

- niwelowanie niechęci i lęku poprzez budowanie świadomości bezpieczeństwa tych usług i następujących korzyści z ich użytkowania, takich jak:
 - ✓ oszczędność czasu, czyli sprawne i efektywne załatwianie spraw
 - ✓ bezpieczeństwo, czyli stosowanie przez administrację najwyższych standardów bezpieczeństwa
 - ✓ wygoda, czyli możliwość załatwienia spraw w dogodnym dla siebie czasie i miejscu

E-usługi publiczne – Kluczowe działania

- współpraca z liderami opinii lub ambasadorami kampanii
- cykle poradników lub artykułów w prasie
- działania na portalach horyzontalnych
- współprodukcje telewizyjne
- produkcja treści
- działania w radiu
- działania w mediach społecznościowych
- konferencje
- spotkania prasowe

Kampania: Bezpieczeństwo w sieci

Zidentyfikowany problem:

Niewystarczający poziom wiedzy i świadomości w zakresie bezpieczeństwa w Internecie

Grupa docelowa:

- dorośli korzystający z internetu, o niskiej świadomości zagrożeń, z uwzględnieniem przedsiębiorców
- opiekunowie dzieci

Cele:

Wzrost świadomości społeczeństwa w zakresie bezpieczeństwa w Internecie, zagrożeń i radzenia sobie z nimi, w tym:

- wzrost świadomości zagrożeń związanych z korzystaniem z Internetu
- jednoczesne zachowanie i wzmocnienie postawy zaufania wobec działań w sieci wśród obywateli

- wzrost świadomości wagi ochrony danych osobowych
- wzrost świadomości dotyczącej zagrożeń wobec dzieci związanych z ich aktywnością w internecie

Bezpieczeństwo w sieci – Kluczowe działania

- cykle poradników lub artykułów w prasie
- działania na portalach horyzontalnych
- współprodukcje telewizyjne
- organizacja konkursu dla organizacji pozarządowych
- aplikacja mobilna dotycząca bezpieczeństwa w sieci

Kampania: Programowanie

Zidentyfikowany problem:

Niewystarczająca wiedza oraz dostęp do wiedzy i umiejętności w zakresie programowania

Grupa docelowa: Rodzice i opiekunowie dzieci w wieku szkolnym (przedział wiekowy: 30-50 lat)

Cele:

Wzrost świadomości, kompetencji i dostępu do wiedzy w zakresie programowania wśród społeczeństwa, w tym:

- wzrost świadomości korzyści z nauki programowania wśród rodziców dzieci w wieku szkolnym (z punktu widzenia kluczowych kompetencji, szans na rynku pracy, wykorzystania w różnych obszarach życia), a pośrednio – również u dzieci w wieku szkolnym

- „odczarowanie” słowa „programowanie” wśród rodziców (ukazanie im, że jest to kompetencja, którą ich dziecko może nabyć bez ogromnych nakładów pracy, przez zabawę itp.)
- zachęcenie rodziców do motywowania i wsparcia dzieci w nauce programowania, uczenia ich w domu, przy pomocy narzędzi dostępnych w internecie
- zachęcanie do organizacji inicjatyw w ramach akcji CodeWeek

Programowanie – Kluczowe działania

- działania w ramach akcji CodeWeek
- Wielki Test z Programowania w telewizji (nazwa robocza)
- punkty warsztatowe z nauką programowania w 16 miastach Polski
- konkurs dla szkół lub kół informatycznych