

8.o. online

1. Adathalászat (Phishing)

Az adathalászat célja személyes adatok megtévesztéssel történő megszerzése, például hamis e-mailek vagy weboldalak segítségével. Az így megszerzett információkkal visszaélhetnek, például más nevében tranzakciókat végezhetnek.

2. Telemetria (Telemetry)

A telemetria olyan technológia, amely lehetővé teszi mérési adatok távoli továbbítását és elemzését. Használják például járművek helyzetének nyomon követésére, vagy felhasználói szokások statisztikájának gyűjtésére is.

3. Dolgok Internete (Internet of Things, IoT)

Az IoT azt jelenti, hogy hétköznapi eszközök – mint például hűtők vagy termosztátok – internetkapcsolattal rendelkeznek és adatokat cserélnek. Ez lehetővé teszi automatizált irányítást és adatgyűjtést a mindennapi környezetben.

4. Ipari kémkedés (Industrial Espionage)

Olyan tevékenység, amelynek során cégek versenytársak titkos információit próbálják megszerezni illegális eszközökkel. Célja a gazdasági előny megszerzése más vállalatok rovására.

5. Big Data (Big Data)

A Big Data olyan óriási adathalmazokra utal, amelyek mérete és összetettsége miatt hagyományos módszerekkel nem elemezhetők hatékonyan. E technológia célja az adatokból történő hasznos következtetések levonása.

6. HTTPS protokoll (HTTPS Protocol)

A HTTPS protokoll biztosítja, hogy az adatátvitel titkosított és védett legyen a kliens és a szerver között. Ez megakadályozza az illetéktelenek számára az adatok lehallgatását.

7. Mesterjelszó (Master Password)

A mesterjelszó egyetlen jelszó, amely hozzáférést biztosít több más jelszóhoz vagy titkosított adatállományhoz. Ennek ismerete nélkül a többi adat nem dekódolható.

8. Brute Force (Brute Force Attack)

A brute force támadás során egy rendszer automatikusan végigpróbálja a lehetséges jelszavakat egy fájl vagy fiók feltöréséhez. Minél hosszabb és bonyolultabb a jelszó, annál nehezebb ezt a módszert alkalmazni.

9. Byte (Byte)

A byte az adatmennyiség alapegysége, amely 8 bitet tartalmaz, és 256 különböző értéket vehet fel. Egy karakter általában egy byte-ot foglal el a memóriában.

10. Felhőszolgáltatás (Cloud Service)

A felhőszolgáltatás lehetővé teszi az adatok távoli szervereken történő tárolását és elérését internetkapcsolaton keresztül. Előnye, hogy az adatok bárhol és bármilyen eszközről elérhetők.

11. Kereskedelmi célú adatgyűjtés (Commercial Data Collection)

Ez azt jelenti, hogy különféle online szolgáltatók – például közösségi oldalak és keresők – felhasználói adatokat gyűjtenek reklámozási célból. Ezen információk alapján személyre szabott hirdetéseket jelenítenek meg, így növelve a vásárlás esélyét.

12. Bűnmegelőzési célú adatgyűjtés (Data Collection for Crime Prevention)

Az internetes kommunikáció elemzésével a hatóságok képesek lehetnek bűncselekmények megelőzésére, például merényletek megakadályozására. Ez a módszer kulcsszerepet játszik a digitális nyomozásban és kockázatértékelésben.

13. Titkosítás (Encryption)

A titkosítás egy olyan eljárás, amely olvashatatlanná teszi az adatokat illetéktelenek számára, amíg azok vissza nem fejtik a megfelelő kulccsal. Használják adatátvitel közben (pl. HTTPS) vagy helyi tároláskor is.

14. Információs társadalom (Information Society)

Ez a társadalmi forma az információszerzésre, feldolgozásra és terjesztésre épül, ahol az információ gazdasági és hatalmi tényezővé válik. Az emberek mindennapjaiban kulcsszerepet játszik az internetes kommunikáció és digitális technológia.

15. Adatközpont (Data Center)

Speciálisan kialakított épület vagy infrastruktúra, ahol nagy mennyiségű adatot tárolnak és dolgoznak fel. Ezek a központok folyamatos áramellátást és hűtést igényelnek, jelentős környezeti terhelést okozva.

16. E-állampolgárság (E-citizenship)

Az e-állampolgárság a digitális technológiák segítségével történő hivatalos ügyintézészt jelenti. Magyarországon például az Ügyfélkapu rendszere biztosít lehetőséget személyes megjelenés nélküli ügyintézésre.

17. Ügyfélkapu (Client Gateway / Government Gateway)

Az Ügyfélkapu egy magyarországi elektronikus azonosítási és ügyintézési rendszer. Lehetővé teszi az állampolgárok számára, hogy hivatalos ügyeiket interneten keresztül intézzék.

18. Elektronikus menetrend (Electronic Timetable)

Az elektronikus menetrendek olyan alkalmazások, amelyek a közlekedési eszközök (pl. busz, vonat) indulási idejét és útvonalát digitálisan jelenítik meg. Gyakran lehetőséget biztosítanak online jegyvásárlásra is.

19. GPS (Global Positioning System)

Ez egy globális műholdas helymeghatározó rendszer, amely lehetővé teszi a földrajzi pozíció meghatározását. Használják autókban, okostelefonokban és sporteszközökben is.

20. GPX fájl (GPX File - GPS Exchange Format)

A GPX fájl egy szabványos adatformátum, amely útvonalakat, helyeket és nyomvonalakat tárol GPS-eszközök számára. Túrázók, sportolók és navigációs alkalmazások használják az útvonalak rögzítésére és megosztására.

21. Webshop (Online Store / Webshop)

A webshop egy olyan internetes felület, ahol termékeket lehet megtekinteni és megvásárolni online fizetéssel. Az áruk gyakran olcsóbbak, mert a kereskedőknek nincs fizikai üzlethelyiségük fenntartási költsége.

22. Internetes banki ügyintézés (Internet Banking / Online Banking)

Lehetővé teszi a banki műveletek – például átutalás, egyenlegkérdezés – elvégzését interneten keresztül, számítógépen vagy mobil eszközön. Ez gyorsabbá és kényelmesebbé teszi a pénzügyek kezelését.

23. Szakmai online jelenlét (Professional Online Presence)

Ez arra utal, hogy egy vállalkozás vagy magánszemély internetes felületen (pl. weboldalon vagy közösségi oldalon) megjelenik a szakmai tevékenységeivel. Ez növelheti az elérhetőséget és a bizalmat az ügyfelekben.

24. Online önéletrajz (Online Résumé / Online CV)

Az online elérhető önéletrajz tartalmazza az illető munkatapasztalatait, képességeit, végzettségét, gyakran angol nyelven. Az álláskeresés egyik kulcseleme lehet, különösen nemzetközi környezetben.

25. Influenster (Influencer)

Egy olyan internetes személyiség, akinek véleménye sokakra van hatással, és akit sokan követnek közösségi médiában. Az influenszerek gyakran reklámoznak termékeket vagy formálnak véleményeket.

26. Virtuális valóság (Virtual Reality, VR)

Olyan számítógépes technológia, amely egy mesterséges környezetet hoz létre, amelyben a felhasználó teljesen elmerülhet. Ezt gyakran fejhallgatóval, szemüveggel és vezérlőeszközökkel használják.

27. Virtuális személyiség (Virtual Identity)

Ez a személyiségünknek az online térben megjelenő változata, amelyet gyakran tudatosan formálunk meg képek, hozzászólások és profilinformációk segítségével. Sokszor eltér a valós személyiségünktől.

28. Alkalmazáson belüli vásárlás (In-App Purchase)

Ez a funkció lehetővé teszi, hogy egy alkalmazás vagy játék használata közben valódi pénzért virtuális tárgyakat vagy előnyöket vásároljunk. A játékmenetet gyakran ezáltal lehet gyorsítani vagy kiegészíteni.

29. Lajkvadászat (Like Hunting / Like-Chasing)

Olyan viselkedés, amikor valaki mindenáron igyekszik minél több lájkot vagy elismerést kapni online tartalmiért. Ez gyakran önértékelési problémákhoz és személyiségfüggőségekhez vezethet.

30. Közösségi média algoritmusok (Social Media Algorithms)

Olyan programkódok, amelyek meghatározzák, milyen tartalmak jelenjenek meg a felhasználók hírfolyamában. Ezek a felhasználói viselkedés alapján válogatnak, hogy minél tovább tartsák ott az embereket.

31. Információs túlterhelés (Information Overload)

Ez akkor következik be, amikor az ember túl sok információval találkozik egyszerre, és képtelenné válik azok feldolgozására vagy rendszerezésére. Az interneten való keresés során gyakran érezhetjük ezt, ha túl sok találat zúdul ránk.

32. Hamis információ (Fake Information / Misinformation)

Olyan tartalom, amely valótlan, félrevezető vagy manipulált adatokat közöl. Ezek terjedése különösen veszélyes lehet a közösségi oldalakon és hírportálokon keresztül.

33. Algoritmus (Algorithm)

Szabályok vagy műveletek sorozata, amelyeket a számítógépek követnek egy adott feladat elvégzéséhez. A közösségi médiában az algoritmusok döntenek arról, milyen tartalmat lát a felhasználó.

34. Valós idejű kommunikáció (Real-time Communication)

Ez a kommunikációs forma azonnali üzenetváltást tesz lehetővé, például csevegőprogramokon, videóhíváson vagy online játékokon keresztül. Fontos eleme a mai online társalgásnak.

35. Online identitás (Online Identity)

Ez az a kép, amit egy személy önmagáról közvetít az interneten keresztül, például közösségi profilokon, hozzászólásokban, képek révén. Eltérhet a valódi, offline személyiségtől.

36. Kiberzaklatás (Cyberbullying)

Az interneten vagy más digitális eszközökön keresztül történő szándékos zaklatás, megfélemlítés vagy megalázás. A sértő tartalmak sokáig fennmaradhatnak, újra és újra visszakerülhetnek az áldozat elé.

37. Internetes zaklatás bejelentése (Reporting Online Abuse)

Ez a folyamat lehetőséget ad a felhasználóknak arra, hogy sértő vagy zaklató tartalmat jelentsenek a weboldal üzemeltetőjének. Sok platformon külön gomb vagy menüpont szolgál erre a célra.

38. Virtuális jutalom (Virtual Reward)

Olyan elismerés vagy bónusz, amelyet digitális környezetben kapunk, például egy játékban vagy egy alkalmazásban. Gyakran motivációként szolgál, de nem minden esetben rendelkezik valódi értékkel.

39. Posztolási kényszer (Posting Compulsion)

Az az érzés, amikor valaki rendszeresen késztetést érez arra, hogy megosszon valamit magáról a közösségi médiában. Ez a viselkedés hosszú távon önértékelési problémákat is okozhat.

40. GPX megjelenítő alkalmazás (GPX Viewer App)

Ez egy olyan mobil- vagy számítógépes alkalmazás, amely lehetővé teszi GPX-formátumú útvonalak megjelenítését és elemzését. Túrázók és kerékpárosok előszeretettel használják a bejárt útvonal visszanézésére vagy tervezésre.

41. E-világ (E-world)

Az e-világ az emberi élet digitális térbe helyezett vetülete, ahol kommunikáció, ügyintézés, vásárlás és szórakozás zajlik. Ezt a világot számítógépek, internetes alkalmazások és online szolgáltatások alakítják.

42. Digitális lábnyom (Digital Footprint)

Az a nyom, amit az internethasználat során hátrahagyunk: keresések, kattintások, posztok, hozzászólások, vásárlások. Ezek alapján képet lehet alkotni az egyén szokásairól, érdeklődéséről.

43. E-kereskedelem (E-commerce)

Az online vásárlás és eladás összefoglaló neve, amely lehetővé teszi termékek és szolgáltatások interneten keresztüli cseréjét. Webshopok, online piacterek és fizetési rendszerek működtetik.

44. Online ügyintézés (Online Administration)

Hivatalos ügyek interneten keresztüli intézése, amely gyorsítja és egyszerűsíti a folyamatokat. Magyarországon például az Ügyfélkapu használata révén valósul meg.

45. Kiberbiztonság (Cybersecurity)

Az adatok, rendszerek és hálózatok védelme az interneten keresztül történő támadásokkal szemben. Célja a bizalmas adatok megőrzése, valamint a szolgáltatások folyamatosságának biztosítása.

46. Hozzájárulás az adatkezeléshez (Consent to Data Processing)

A felhasználó által adott engedély arra, hogy személyes adatait egy szolgáltató gyűjtse, tárolja és felhasználja. Ennek megléte az adatvédelmi törvények (pl. GDPR) alapfeltétele.

47. Internetfüggőség (Internet Addiction)

Olyan viselkedési zavar, amelyben az egyén kóros mértékben használja az internetet, és ez negatívan hat a mindennapi életére. Jellemző tünetei a kontrollvesztés, elvonási tünetek és a társas kapcsolatok romlása.

48. Online identitáslopás (Online Identity Theft)

Olyan bűncselekmény, amely során valaki más nevében lép fel az interneten (például jelszólopással), és a megszerzett adatokkal visszaél. Komoly következményei lehetnek, beleértve pénzügyi vagy erkölcsi károkat.

49. Adattároló (Data Storage Device)

Olyan eszköz, amely adatokat képes hosszabb távon megőrizni, például merevlemez (HDD), szilárdtest-meghajtó (SSD) vagy memória kártya. Alapvető része minden digitális rendszernek.

50. Képmegosztó oldal (Image Sharing Site)

Weboldal vagy alkalmazás, amely képek közzétételére, megosztására és rendszerezésére szolgál. Például az Instagram, ahol felhasználók személyes élményeiket fotókon keresztül mutatják be.

51. Videómegosztó oldal (Video Sharing Platform)

Olyan weboldal, amely lehetővé teszi videók feltöltését, megtekintését és megosztását. Ezek az oldalak – mint például a YouTube – hatalmas mennyiségű audiovizuális tartalmat kínálnak a felhasználóknak.

52. Társadalmi hatás (Social Impact)

Az információs technológia és az online kommunikáció által kiváltott változások az emberi kapcsolatokra, viselkedésre és gondolkodásra. Idetartozik például a személyes kapcsolatok gyengülése vagy az internetes szorongás.

53. Virtuális közösség (Virtual Community)

Az interneten szerveződő csoport, amelyet közös érdeklődési kör vagy cél tart össze. A tagok gyakran soha nem találkoznak személyesen, mégis erős kapcsolati hálózat alakulhat ki köztük.

54. Online zaklatás (Online Harassment)

Ez az interneten keresztül történő rendszeres, célzott bántalmazás, amely sértő üzenetek, képek vagy nyilvános megszégyenítés formájában jelenhet meg. Súlyos pszichés és szociális következményekkel járhat.

55. Személyes adat (Personal Data)

Olyan információ, amely alapján egy személy közvetlenül vagy közvetve azonosítható (pl. név, e-mail cím, IP-cím). Ezek kezelése szigorú adatvédelmi szabályozások alá esik, például a GDPR alapján.

56. Online önkifejezés (Online Self-expression)

A gondolatok, érzések, vélemények vagy kreatív tartalmak internetes megosztása. Lehetőséget ad az egyén számára, hogy identitását szabadon megmutassa, de kockázatokat is hordozhat.

57. Hozzászólás (Comment / Online Comment)

Az online platformokon megjelenő rövid szöveges reakció, amellyel a felhasználók véleményt nyilváníthatnak egy posztról, cikkről vagy videóról. A hozzászólások részei az interaktív online kommunikációnak.

58. Érzelmi manipuláció online (Online Emotional Manipulation)

Amikor valaki az interneten keresztül tudatosan befolyásolja mások érzéseit, döntéseit vagy cselekedeteit, például félelem- vagy bűntudatkeltéssel. Gyakori eszköze lehet a csalásoknak, álhíreknek vagy zaklatásnak.

59. Online elismerés (Online Approval / Recognition)

A digitális térben szerzett pozitív visszajelzés – például lájk, megosztás vagy dicsérő komment – motiváló erő lehet. Ugyanakkor az önértékelés függővé válhat tőle, különösen fiatalok esetében.

60. Internetes tartalomszűrés (Content Filtering)

Olyan technológiai megoldás, amely kiszűri vagy korlátozza a nem kívánt, káros vagy nem megfelelő tartalmak elérését. Használják például iskolai hálózatokon, szülői felügyelet alatt vagy céges környezetben.

61. Szelektív hulladékgyűjtés (Selective Waste Collection)

A hulladékok különválogatása típusuk szerint (pl. műanyag, papír, elektronikai), hogy azokat újra lehessen hasznosítani. Kiemelt szerepet játszik az elektronikai eszközök újrahasznosításában az e-hulladék csökkentése érdekében.

62. Elektronikai hulladék (Electronic Waste, E-waste)

Elhasználódott vagy már nem működő elektronikai eszközök, mint például régi telefonok, laptopok, töltők. Ezek feldolgozása környezetvédelmi szempontból nehézkes és költséges.

63. Virtuális valóságjáték (Virtual Reality Game)

Számítógépes játék, amely háromdimenziós, interaktív környezetet biztosít a felhasználónak, aki VR-szemüveg vagy más eszköz segítségével „benn” érezheti magát a játékvilágban.

64. Virtuális élet (Virtual Life)

Az internetes világban kialakított, részben vagy teljesen képzeletbeli életforma, amelyben a felhasználó saját karaktert, kapcsolatokat, tevékenységeket alakít ki. Példa erre a Second Life játék.

65. Nyílt világú játék (Open-world Game)

Olyan számítógépes játék, amelyben a játékos szabadon barangolhat a virtuális világban, nem lineáris módon haladva. Ezek gyakran hosszú játékidőt és összetett karakterfejlesztést kínálnak.

66. Alkalmazáson belüli fizetés (In-app Payment)

Ez a fizetési forma lehetővé teszi, hogy egy mobilalkalmazáson vagy játékon belül vásároljunk extra tartalmakat, funkciókat vagy előnyöket valódi pénzért.

67. Képernyőfüggőség (Screen Addiction)

A digitális eszközök (telefon, számítógép, tablet) túlzott használata, amely pszichés vagy társadalmi problémákhoz vezethet. Különösen a fiatalokat érinti az állandó online jelenlét kényszere.

68. Digitális tudatosság (Digital Awareness)

Az a képesség, hogy felismerjük az internet és a digitális eszközök használatának előnyeit és veszélyeit, és tudatosan szabályozzuk az online jelenlétünket.

69. Közösségi média-függőség (Social Media Addiction)

Olyan viselkedésforma, amikor valaki túlzott mértékben használ közösségi platformokat, és ezt már nem tudja kontrollálni. Ez gyakran társas kapcsolatok, tanulás vagy munka rovására megy.

70. Valóságferdítés az interneten (Online Reality Distortion)

Az a jelenség, amikor az emberek az internetes felületeken kizárólag pozitív vagy hamis képet közvetítenek magukról, és mások is csak ezt az oldalukat mutatják. Ez torz valóságérzékelést eredményezhet.

71. Virtuális elismerés (Virtual Acknowledgement)

Az internetes térben kapott visszajelzések – például lájkok, megosztások vagy kommentek – digitális formában kifejezett elismerések. Ezek pozitív érzéseket válthatnak ki, de túlértékelésük pszichés függőséget is okozhat.

72. Posztolás (Posting)

Az a tevékenység, amikor valaki képet, szöveget, videót vagy más tartalmat tölt fel az internetre, például közösségi média felületre. A posztolás lehet alkalmi vagy rendszeres szokás is.

73. Tetszésnyilvánítás (Like / Reaction)

Egy gombnyomással kifejezett pozitív visszajelzés egy internetes tartalomra, például egy kép vagy videó esetén. A lájkok száma gyakran fokmérőjévé válik egy poszt sikerének.

74. Tartalommegosztás (Content Sharing)

Másokkal való tartalommegosztás az interneten keresztül – lehet ez link, kép, videó vagy akár dokumentum. A közösségi média és az üzenetküldő alkalmazások gyakori funkciója.

75. Digitális énkép (Digital Self-image)

Az a kép, amit az ember saját magáról kialakít és mutat az online térben, különböző platformokon keresztül. Ez az önkép nem mindig fedti a valóságot, és torzíthatja a tükörzheti az identitást.

76. Online fotómegosztás (Online Photo Sharing)

Az a gyakorlat, amikor képeket töltünk fel és osztunk meg másokkal online, például közösségi hálózatokon vagy képtárakon keresztül. Ez segít az élmények megosztásában, de adatvédelmi kockázatokat is rejt.

77. Túlzott posztolás (Oversharing)

Az a jelenség, amikor valaki túl gyakran és túl sok személyes információt oszt meg az interneten. Ez sértheti az egyén saját biztonságát és mások érzékenységet is.

78. Internetes megfigyelés (Online Surveillance)

Az online tevékenységek nyomon követése különféle célokból, például reklámozás, állami biztonság vagy bűnmegelőzés érdekében. Gyakran felmerül az adatvédelmi jogokkal való ütközés kérdése.

79. Algoritmikus buborék (Filter Bubble)

Az a jelenség, amikor a közösségi média algoritmusai olyan tartalmakat mutatnak a felhasználónak, amelyek megerősítik a már meglévő nézeteit. Ez korlátozza a különböző véleményekkel való találkozást.

80. Hamis biztonságérzet (False Sense of Security)

Amikor a felhasználó úgy érzi, hogy adatai teljesen biztonságban vannak az interneten, miközben valójában ki van téve kockázatoknak, például adatlopásnak vagy kiberbűnözésnek.

1. teszt sor (1–20)

1. A telemetria kizárólag katonai és úrkutatási célokat szolgál, és nem alkalmazható a hétköznapi felhasználók körében.
2. A digitális világban az információ elveszíti az értékét, mivel bárki hozzáférhet, így nem lehet belőle versenyelőnyt kovácsolni.
3. A brute force támadások sikeressége lényegében független a jelszó hosszától, mivel minden esetben az összes lehetőséget próbálják végig.
4. A HTTPS protokoll használata teljes körű védelmet nyújt a személyes adatokkal való visszaélések ellen, így semmilyen adat nem szivároghat ki.
5. Az ipari kémkedés hatásai korlátozottak, mivel csak jogilag büntethető, de gazdaságilag jelentéktelen jelenség.
6. A dolgok internete (IoT) rendszerek önmagukban nem gyűjtenek adatokat, csak utasításokat hajtanak végre.
7. A közösségi oldalak algoritmusai által kínált tartalmak hosszú távon torzíthatják a valóság érzékelését azáltal, hogy homogén véleménybuborékban tartják a felhasználót.
8. A big data fogalma nemcsak a mennyiségről, hanem az adatváltozatosságról és feldolgozási sebességről is szól.
9. A titkosítatlan adatok tárolása a felhasználói eszközön akkor is veszélytelen, ha vírusirtó program fut a háttérben.
10. A szelektív adattárolás során a rendszer automatikusan csak a fontos adatokat őrz meg, így a felhasználónak nincs felelőssége ebben.
11. A közösségi média-függőség egyik jele lehet az, ha valaki frusztráltnak érzi magát, amikor kevesebb interakció érkezik a bejegyzéseire.
12. A digitális énkép nem torzíthatja az önértékelést, mivel az online profil a valós személyiség hiteles lenyomata.
13. Az influenszerek népszerűsége kizárólag szaktudásukból fakad, és nem a közönség figyelmének manipulálásából.
14. Az online banki szolgáltatások kockázatmentesen használhatók, ha a felhasználó erős jelszót alkalmaz.
15. Az online önéletrajz nyilvánossága miatt a pályázók tudatosabban építik a szakmai profiljukat, mint a hagyományos módszerekkel.

- 16.A GPX formátumú fájlok csak túraútvonalakat tárolnak, és nem tartalmazhatnak például szintkülönbségi adatokat.
 - 17.A valós idejű kommunikáció egyik hátránya, hogy fokozottabb figyelmet igényel, mint az aszinkron üzenetváltás.
 - 18.A tartalommegosztás egyirányú folyamat, amely nem igényel visszajelzést vagy interakciót a fogadó féltől.
 - 19.A mesterjelszó használata felesleges, ha az adott eszköz jelszavas védelme már eleve elégséges.
 - 20.A képernyőfüggőség elsődleges oka nem az eszközök, hanem a rajtuk futó alkalmazások pszichológiai hatásmechanizmusa.
-

2. teszt sor (21–40)

- 21.A közösségi média algoritmusai kizárólag azt szolgálják, hogy az emberek számára kiegyensúlyozott, többféle nézőpontot bemutató tartalmak jelenjenek meg.
- 22.A kiberzaklatás az áldozat magánéletében is maradandó pszichés sérüléseket okozhat, még akkor is, ha a zaklatás időszaka rövid volt.
- 23.A filterbuborék (algoritmikus buborék) lényege, hogy csökkentse a felhasználók kognitív disszonanciáját azáltal, hogy ismerős tartalmakat jelenít meg.
- 24.Az online identitás kizárólag tudatos építés eredménye, ezért teljes egészében a felhasználó kontrollja alatt áll.
- 25.A valós idejű kommunikáció hátránya lehet, hogy nincs idő a válaszok átgondolására, ami félreértésekhez vezethet.
- 26.A digitális tudatosság csupán technikai ismeretekre korlátozódik, például szoftverhasználatra vagy jelszókezelésre.
- 27.A tartalommegosztás során az információ felett elveszítjük a kontrollt, különösen akkor, ha nem állítunk be megfelelő jogosultságokat.
- 28.A posztolási kényszer azt is jelentheti, hogy a felhasználó csak akkor érzi értékesnek magát, ha rendszeresen visszajelzést kap másoktól.
- 29.A túlzott posztolás egyértelműen csak a figyelemfelkeltést szolgálja, és nem lehet például stresszkezelési stratégia.

- 30.A közösségi médiában kapott elismerések hatása az önértékelésre elhanyagolható, mivel nem számítanak valós visszacsatolásnak.
- 31.A digitális énkép olyan pszichológiai konstrukció, amelyben gyakran idealizált vagy torzított jellemvonások dominálnak.
- 32.A tetszésnyilvánítások (pl. lájk) gyakorisága nem feltétlenül tükrözi a tartalom valós értékét vagy tartalmasságát.
- 33.A virtuális valóság teljesen kiszorítja az érzékszervi valóságot, így hosszú távon a való világ kevésbé érzékelhetővé válik.
- 34.Az influenszerek véleményformáló ereje jelentős társadalmi és gazdasági folyamatokra is kihatással lehet, például vásárlási trendekre.
- 35.A nyílt világú játékok célja, hogy a játékos szigorúan meghatározott feladatokat teljesítsen a lehető legrövidebb idő alatt.
- 36.Az alkalmazáson belüli vásárlások pszichológiája gyakran kis, impulzív döntésekre épül, nem pedig tudatos pénzügyi tervezésre.
- 37.A digitális lábnyom kiterjedése idővel csökken, mivel az adatok automatikusan törlődnek, ha a felhasználó nem aktív.
- 38.A videómegosztó oldalak algoritmusai képesek befolyásolni a tartalomfogyasztási szokásokat anélkül, hogy ezt a felhasználó észrevenné.
- 39.A virtuális közösségek gyakran erősebb identitásérzetet képesek nyújtani, mint a valós, földrajzi alapú közösségek.
- 40.Az e-ügyintézés hatékonysága nemcsak technikai kérdés, hanem függ az állampolgárok digitális kompetenciáitól is.

3. teszt sor (41–60)

- 41.Az e-hulladék újrahasznosítása során az anyagok homogén volta miatt az újrahasználat technológiailag egyszerű és költséghatékony.
- 42.A szelektív hulladékgyűjtés az információs társadalom egyik válasza a digitális eszközhasználatból származó környezeti terhelésre.
- 43.A képernyőfüggőség kizárólag a gyermekeket érinti, a felnőttekre és idősekre nem jellemző.
- 44.A közösségi média-függőség pszichológiai háttere gyakran hasonló az egyéb viselkedési függőségekhez, például a szerencsejátékhoz.

- 45.A digitális tudatosság kiterjed arra is, hogy felismerjük a technológiai eszközökkel való kapcsolataink érzelmi hatásait.
- 46.Az online fotómegosztás soha nem járhat személyiségi jogi következményekkel, mivel az interneten közzétett képek közkincsnek számítanak.
- 47.A posztolási kényszer hátterében gyakran mélyebb önbizalomhiány, visszaigazolás iránti vágy húzódik meg.
- 48.A digitális énkép torzulása független a közösségi média használatától, mert kizárólag genetikai vagy neveltetési okokra vezethető vissza.
- 49.A tetszésnyilvánítások torz képet adhatnak a tartalom valódi értékéről, mivel a népszerűség gyakran formai, nem tartalmi szempontokon alapul.
- 50.A filterbuborék jelensége hosszú távon hozzájárulhat a társadalmi polarizáció növekedéséhez.
- 51.Az algoritmusok által irányított tartalommegjelenítés teljesen mentes bármiféle emberi beavatkozástól vagy célzott manipulációtól.
- 52.A valós idejű kommunikáció egyik veszélye, hogy a gyors reakciók megakadályozzák a reflektív, átgondolt választást.
- 53.A GPX fájlok kizárólag marketingcélokra használatosak, túrázók és sportolók nem alkalmazzák őket.
- 54.A GPS alapú alkalmazások nemcsak navigációra, hanem adatgyűjtésre, mozgásminták elemzésére is alkalmasak.
- 55.A felhőszolgáltatások igénybevétele csökkenti az adatbiztonságot, mivel minden adat automatikusan nyilvános lesz.
- 56.A titkosítás akkor is hasznos lehet, ha az eszközt fizikailag ellopják, mivel megnehezíti az adatok visszafejtését.
- 57.Az ipari kémkedés elsősorban állami titkok kiszivárogtatásáról szól, nem jellemző a piaci szereplők közötti adatlopás.
- 58.Az online banki rendszerek védelme nemcsak a jelszavakon, hanem a többfaktoros hitelesítésen is alapulhat.
- 59.A mesterjelszavak használata lehetőséget ad arra, hogy egyetlen gyenge jelszóval minden adatot elérhetővé tegyünk.

60.A digitális lábnyom visszafordítható folyamat, ha a felhasználó törli a fiókjait, akkor minden adat automatikusan eltűnik az internetről.

4. teszt sor (61–80)

- 61.Az internetes megfigyelés kizárólag a bűnözés visszaszorítását szolgálja, és semmilyen formában nem érinti az egyének magánéletét.
- 62.A digitális világban való túlzott jelenlét olyan pszichoszociális tüneteket okozhat, mint az izoláció, szorongás vagy identitásválság.
- 63.A hamis biztonságérzet egyik oka, hogy a felhasználók gyakran félreértik a „biztonságos kapcsolat” (HTTPS) jelentését.
- 64.A posztolás és az önkifejezés kizárólag pozitív hatású, mivel segíti az egyén kreativitásának kibontakozását és önbizalmának növelését.
- 65.A közösségi médiában kialakult elismeréskultúra (pl. lájkok) hosszú távon torzíthatja a valódi értékítéletet és kapcsolati mintákat.
- 66.A virtuális közösségek kizárólag játszótársaságokként működnek, nincs bennük érzelmi támogatás vagy identitásformáló erő.
- 67.A videómegosztó platformokon működő ajánlórendszerek a felhasználó viselkedéséből tanulva személyre szabják a megjelenített tartalmat.
- 68.Az e-állampolgárság fogalma csak az online ügyintézés lehetőségét jelenti, semmilyen egyéb funkciót nem foglal magába.
- 69.A digitális önkifejezés egyformán hatékony minden korosztály számára, mivel az internetes tartalmak célcsoportfüggetlenek.
- 70.A személyes adatokat kezelő cégek jogszerűen használhatják az adatokat marketingcélra akkor is, ha a felhasználó ehhez nem járult hozzá.
- 71.A valós idejű kommunikáció előnye, hogy lehetőséget nyújt az azonnali visszacsatolásra, ami növeli a hatékonyságot és elköteleződést.
- 72.A filterbuborék hatása abban is megmutatkozhat, hogy a felhasználó úgy érzi: mindenki egyetért vele, miközben ez nem igaz.
- 73.Az online identitáslopás kizárólag pénzügyi károkat okozhat, de erkölcsi vagy kapcsolati következményei nincsenek.
- 74.Az algoritmusok működésének átláthatatlansága komoly kihívást jelent a digitális médiaetika és az információs szabadság szempontjából.

- 75.A közösségi média használata teljesen biztonságos, ha az adatvédelmi beállításokat egyszer beállítottuk, és nem változtatunk rajta.
 - 76.A digitális valóságban gyakran keveredik a privát és a nyilvános szféra, ami identitásbeli zavarokat okozhat.
 - 77.A tartalommegosztás során a fájl mérete és formátuma jogi szempontból mindig fontosabb, mint annak tartalma.
 - 78.Az e-világ fogalma nemcsak technikai környezetet, hanem társadalmi, jogi és pszichológiai változásokat is magában foglal.
 - 79.A közösségi média-függőség kialakulásában nincs szerepe az agyi jutalmazó rendszernek, csupán a társadalmi elvárásoknak.
 - 80.A hamis információk terjesztése egyaránt lehet tudatos manipuláció és átgondolatlan továbbítás is.
-