



1. Atzīmē, vai apgalvojums ir patiess vai nepatiess!

	Apgalvojums	Patiess	Nepatiess
1.	Cilvēku savstarpējā komunikācija un informācijas apmaiņa laika gaitā nav mainījusies.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
2.	Par sociālajām ziņām uzskata tādas ziņas, ko sabiedrībai nodod caur tradicionālajiem medijiem.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
3.	Mūsdienās žurnālistu loma ir mainījusies.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.	Televīzijas raidījumus var skatīties jebkurā laikā.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.	Ziņas mobilajā telefonā tiek pielāgotas cilvēka aktivitātēm internetā.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.	Laikrakstu iegāde arī turpmāk būs cilvēka dzīves dabiska sastāvdaļa.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
7.	Cilvēkiem arī turpmāk pašiem būs jāmeklē nepieciešamā informācija.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

INFORMĀCIJAS UN KOMUNIKĀCIJAS NĀKOTNE

Dzīve ar internetu, viedierīci, mobilajām lietotnēm un sociālajiem tīkliem kļuvusi tikpat pašsaprotama kā svaigs gaiss vai ūdens. Taču tajā pašā laikā savstarpējā cilvēku komunikācija ir kļuvusi daudz sarežģītāka nekā agrāk. Mūsdienās cilvēki ik dienu saskaras ar pilnīgi jauniem savstarpējās saziņas un informācijas gūšanas veidiem.

Pirmā un dramatiskākā izmaiņa ir veids, kā cilvēki uzzina par pasaules notikumiem. Mūsdienās nereti uzskata, ka cilvēkam jābūt par visu informētam un viņš viegli var informēt arī citus. Komunikācijas zinātnieki šo parādību sauc par sociālajām ziņām (*social news*). Tās tiek translētas tieši no notikuma vietas, apejot tradicionālos mediju kanālus. Šādā veidā reportieris var būt ikviens. Ziņas vairs nav tikai žurnālistu sagatavota informācija, tās nāk no visiem un visurienes. Savukārt žurnālisti pārtop redaktori, kuri nevis ziņo jaunumus, bet tos tikai apkopo.

Mūsdienās cilvēks pats var izvēlēties, ko un kad skatīties televīzijā, viņam vairs nav jāpieslēdzas konkrētam televīzijas kanālam noteiktā laikā. Savukārt radoraidījumus aizstāj raidieraksti (*podcast*).

Tāpat arvien pamanāmāka kļūst tā saucamā mērķētā informācija (*targeted information*). Jau tagad ziņu straume ir personalizēta. Tā tiek piemērota tam, ko cilvēks internetā visbiežāk lasa vai dara, kur atrodas. Ikviens, visticamāk, ir saskāries ar situāciju, kad mobilais telefons piedāvā informāciju, kas saistīta ar atrašanās vietu. Piemēram, telefons uzrāda nevis visus restorānus pasaulē, bet gan tikai tos, kas ir tuvākajā apkārtnē.

Iešana pēc avīzes, sēdēšana pie televizora vai raudzīšanās datora monitorā ir pagātne. Informācija pie cilvēkiem atnāk pati, tā ir dabiska dzīves sastāvdaļa. Tomēr tas liek uzdot jautājumu, vai dažādi gadžeti, mobilās lietotnes un internets neizmainīs cilvēci līdz nepazīšanai un nelaupīs vērtības, ko uzskatām par klasiskām.

Bekdāls T. Informācijas vēsture un nākotne [tiešsaiste] [skatīts 12.01.2022.].

Pieejams: https://www.lu.lv/fileadmin/user_upload/lu_portal/terra/2009/nov-dec/multimediji.pdf



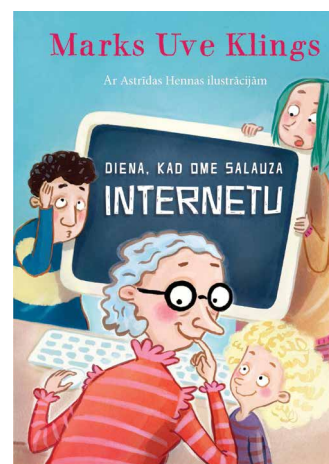
2. Ieraksti trūkstošā teksta fragmenta burtu!

- A jo piedzīvojumi tikai sākas
- B lasot šo grāmatu
- C pēkšņi paliek bez mūzikas
- D viņš nevar atrast piegādes adresi.
- E viņas brālis
- F interneta nav arī visā plašajā pasaulē

Atsauksme par grāmatu “Diena, kad ome salauza internetu”

Laikā, kad internets ir teju svarīgāks par gaisu, ko elpojam, vācu rakstnieks, mūziķis un satīriķis Marks Uve Klings uzrakstījis grāmatu par dzīvi, kuru pēkšņi nākas dzīvot bez interneta – “Diena, kad ome salauza internetu” (Signes Viškas tulkojums, Jāņa Rozes apgāds, 2021). Tas pazudis ne vien ģimenei, ar kuru mēs iepazīstamies, lasot grāmatu, bet **F**.

Stāsts ir šāds. Ir brīvlaiks. Ome ar opi atnākuši pieskatīt bērnus, kamēr vecāki ir darbā. Tā kā vecāki nav pateikuši, kuram kurš jāpieskata, mazā Tifānija drošības pēc pieskata omi. Viss arī sākas ar liktenīgajiem omes vārdiem: “Tas vairs neiet!” Viņa bija klikšķinājusi peli, un viss... interneta vairs nav. Tifānija pirmām kārtām grib zināt, kas tas tāds internets vispār ir. To skaidrot palīdz Maksis, **E**. Arī viņš, sēžot telefonā, drīz vien konstatē, ka internets vairs neiet. Pamazām iestājas krīze, un arī lielā māsa Luīze, kura savā istabā klausās savu mīļāko



grupu, **C**, jo nav interneta. Opis sakās, ka varētu salabot, bet nav paņēmis līdzī instrumentus...

Un tā šis jautrais stāsts pamazām apaug ar dažādiem notikumiem. Vēlāk arī vecāki atgriežas no darba, jo bez interneta savā jomā nevar strādāt. Šajā visā notikumā tiek iesaistīts arī picu zēns, kurš arīdzan bez interneta nav spējīgs strādāt, proti, **D**.

Lasītājs ar lielu interesi var sekot līdzī notikumiem, **A**, viens notikums seko nākamajam, brīžiem pārbagāti, vietām juceklīgi. Dažbrīd man šķita, ka grāmata tomēr ir nedaudz stiepta, bet prieku, ko guvu, **B**, tas nebūt nesabojā. Atliek vien sagaidīt, kad meita paaugsies, lai arī viņai šo jautro grāmatu varētu palasīt priekšā.

[Tiešsaiste] [skatīts 31.01.2022.].

Pieejams: <https://gramatasirmanilabakiedraugi.wordpress.com/2021/09/28/diena-kad-ome-salauza-internetu/>



LASIŠANA

3. Ieraksti katrai atbildei atbilstošu jautājumu!

- A Kāpēc cilvēki piedalās *Clubhouse* lietotnē?
- B Kas ir sociālo tīklu lietotne *Clubhouse*?
- C Ko var uzzināt sociālo tīklu lietotnē?
- D Kā iekļūt lietotnē?
- E Kā tu vari iesaistīties?

Kas ir sociālo tīklu lietotne *Clubhouse*?

Pasaulē un Latvijā strauju popularitāti iegūst jauna sociālo tīklu lietotne *Clubhouse*. Tā ir ekskluzīva un tikai ar ielūgumiem pieejama sociālo tīklu lietotne – konferences zvanu, sarunu radio un mājas ballīšu krustojums. Pamatā šai lietotnei ir audiotērēšana. Lietotāji var klausīties sarunas, intervijas un diskusijas starp interesantiem cilvēkiem par dažādām tēmām. *Clubhouse* sarunas nav ierakstāmas un nav iespēju noklausīties runāto vēlāk.

Kā iekļūt lietotnē?

Clubhouse pieejams tikai ar ielūgumiem vai kāda apstiprinājumu no iekšienes. Ja lietotnē ir pierēģistrējis kāds draugs vai paziņa, vienkārši jāpalūdz, lai uz tālruni nosūta ielūgumu. Otrs veids – lietotni var lejupielādēt un pierēģistrēties.

Ko var uzzināt sociālo tīklu lietotnē?

Diskusijas ir ļoti dažādas, piemēram, par vegānisko dzīvesveidu, zaļo domāšanu, biznesu, izglītību, par sekotāju piesaisti *Instagram* un digitālā satura autoru aktivitātēm. Līdz šim garākā saruna *Clubhouse* turpinājusies 12 dienas. Mainījušies runātāji un moderatori, bet visu šo laiku istaba bijusi aktīva.

Kā tu vari iesaistīties?

Te nav absolūti nekādas iespējas veidot atgriezenisko saiti. Nevar komentēt, spiest *like*, reaģēt uz kāda sacīto, uzdot jautājumus vai kā citādi komunicēt, izņemot tad, ja esi pacēlis roku un istabas izveidotājs ir apstiprinājis dalību.

Kāpēc cilvēki piedalās Clubhouse lietotnē?

Clubhouse ir citāds. Tas ir kas pavisam jauns un atšķirīgs no pārējiem sociālajiem tīkliem. Tie, kas noguruši no glamūrīgā vizuālā satura pārējos tīklos, sāks lietot *Clubhouse*. Tas, protams, motivēs satura veidotājus – jo vairāk lietotāju, jo vairāk jaunu interesanta satura veidotāju.

Vai ir sākusies *Clubhouse* ēra? Komentē digitālā mārketinga speciālists Artūrs Mednis [tiešsaiste] [skatīts 13.01.2022].

Pieejams: <https://www.santa.lv/raksts/ieva/vai-ir-sakusies-clubhouse-era-komente-digitala-marketinga-specialists-arturs-mednis-40416/>

Attēls ilustrācijai: <https://bootcamp.uxdesign.cc/why-clubhouse-could-become-the-most-important-place-on-the-internet-9e096a6a681d>



4. Atzīmē pareizo atbildi!

1.	Sociālajos tīklos ievietotā informācija ne vienmēr ir	<input type="checkbox"/> interesanta. <input type="checkbox"/> riskanta. <input checked="" type="checkbox"/> uzticama.
2.	Skolēni internetā publicētās informācijas patiesīgumu vispirms pārbauda pie	<input type="checkbox"/> vienaudžiem. <input type="checkbox"/> skolotājiem. <input checked="" type="checkbox"/> vecākiem.
3.	Pārspīlētus virsrakstus izmanto, lai	<input type="checkbox"/> iegūtu ticamību. <input checked="" type="checkbox"/> ziņu pamanītu. <input type="checkbox"/> ziņu pārbaudītu.

4.	Ziņas publicēšanas datumam	<input type="checkbox"/> nav nozīmes. <input checked="" type="checkbox"/> ir nozīme. <input type="checkbox"/> nav jāparādās.
5.	Uzticami informācijas avoti ir	<input type="checkbox"/> sociālie tīkli. <input checked="" type="checkbox"/> oficiālās tīmekļa vietnes. <input type="checkbox"/> dažādi kanāli.
6.	Fanu mājaslapu publicētā informācija ir	<input checked="" type="checkbox"/> neoficiāla. <input type="checkbox"/> oficiāla. <input type="checkbox"/> ticama.
7.	Nepatiesu informāciju nedrīkst	<input checked="" type="checkbox"/> izplatīt tālāk. <input type="checkbox"/> izplatīt administrācijai. <input type="checkbox"/> lasīt.

Sociālajās lietotnēs ir neierobežotas iespējas sazināties ar līdzīgi domājošiem cilvēkiem no visas pasaules, apmainīties ar informāciju par kopīgām interesēm, sekot līdz draugu, paziņu, kā arī digitālā satura autoru internetā ievietotajam saturam. Tomēr šāda zibenīga un neierobežota informācijas apmaiņa ietver arī riskus, kas saistīti ar informācijas kvalitāti un uzticamību.

Lai padarītu interneta telpu pēc iespējas uzticamāku un ierobežotu viltus informācijas izplatīšanos, ir svarīgi attīstīt paradumu pārbaudīt izlasīto, pirms dalīties ar informāciju tālāk. Nesen pētījumā ir secināts, ka vairāk nekā puse skolēnu skolā nav mācījušies, kā pārbaudīt informācijas patiesumu. Tikai katram trešajam pusaudzim Latvijā ir ieradums pārbaudīt informāciju, pirms viņš ar to dalās interneta vidē. Kā primāro informācijas avotu bērni min vecākus.

Vispirms jāpievērš uzmanība virsrakstam – cik tas izklausās ticams. Bieži vien pārspīlēti apgalvojumi un šokējoši virsraksti tiek izmantoti, lai panāktu, ka cilvēki ziņu pamana. Svarīgi saprast, kāda ir ziņas tēma. Ja virsraksts ar to nesakrīt, tas ir pirmais signāls, ka informācija jāpārbauda. Nozīmīgs ir arī informācijas ievietošanas datums un tas, vai šī informācija ir aktuāla arī šodien. Svarīgi pārbaudīt, kas ir persona, kas ziņu publicējusi.

Ja informācija ir par notikumiem pasaulē (piemēram, ziņas, politika, klimats, zinātne) – noteikti informācija jāpārbauda oficiālajās mājaslapās. Svarīgi ir salīdzināt sociālajos tīklos pieejamo informāciju ar vairāku uzticamu mediju ziņu sižetiem vai rakstiem dažādos informācijas kanālos – TV, radio, laikrakstos, interneta ziņu portālos.

Ja informācija ir par kādu mūzikas albumu, video spēli vai grāmatu, kas drīzumā iznāks, tad arī tā vienmēr jāpārbauda šo pakalpojumu sniedzēju oficiālajās mājaslapās un sociālo tīklu kontos. Jāatceras, ka fanu lapās informācija nav oficiāla un reizēm var sagādāt vilšanos.

Ja pārbaudītā informācija izrādās nepatiesa, nekādā gadījumā nedrīkst dalīties ar šo informāciju tālāk. Par viltus ziņu būtu jāziņo sociālo tīklu administrācijai, lai arī citi lietotāji uz to neuzķertos. Mūsu pretrunīgajā un dinamiskajā laikmetā svarīgi lasīt un izmantot tikai oficiālus un uzticamus informācijas avotus.

Infografika. Ieteikumi informācijas pārbaudīšanai internetā [tiešsaiste] [skatīts 14.01.2022.]. Pieejams: <https://drossinternets.lv/lv/materials/download/ieteikumi-informācijas-parbaudei>



KLAUSĪŠANĀS

5. Klausies tekstu un izvēlies atbilstošo vārdu!

1. Tehnoloģijas ietekmē arī komandu / sacensību / sporta pasauli.
2. Sporta sacensības ir kļuvušas godīgākas / akurātākas / precīzākas.
3. Mūsdienās rezultātus var fiksēt līdz minūšu / sekunžu / stundu tūkstošdaļām un milimetriem precīzi.
4. Mūsdienās rezultāti un citi dati tiek ievākti / savākti / novākti automātiski.
5. Dažreiz trenerus var aizstāt aplikācijas, kas analizē / motivē / piedāvā individuālas treniņu programmas.
6. Dažus cilvēkus var / spēj / veic motivēt tikai treneris.
7. Nākotnē fizisko aktivitāšu datus izmantos viedierīcē / medicīnā / ārstniecībā.
8. Viedierīces var motivēt sasniegt labākus / gudrākus / sportiskākus rezultātus.



KLAUSĪŠANĀS

6. Klausies dialogu un atzīmē, vai apgalvojums ir patiess vai nepatiess!

	Apgalvojums	Patiess	Nepatiess
1.	Aptaujas mērķis bija noskaidrot ierobežojumus sociālajos tīklos.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
2.	Aptaujā piedalījās dažāda vecuma pilsētu un lauku iedzīvotāji.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.	Pandēmijas periodā cilvēki sociālajos tīklos pavada vairāk laika nekā pirms noteiktajiem ierobežojumiem.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.	Cilvēkus ļoti interesē informācija par būvniecību un biznesu.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
5.	Aptaujā noskaidroja, ka cilvēki sociālajos tīklos ne vien izklaidējas, bet arī iegūst izglītojošas idejas.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.	Aptaujas organizators Andis nav sociālajos tīklos.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>



KLAUSĪŠANĀS

7. Klausies dialogu! Kuram pieder šie izteicieni? Ieraksti vārdus vai vārdu savienojumus atbilstošajā stabiņā!

Tekstam jābūt īsam un kodolīgam

Tas nevar būt

Nu lūk, te tā ir

Norādi vēstules tematu vai tēmu

Pieklājīgi un etiķetei atbilstoši

Lietišķa sarakste

Skolotājas teiktais	Skolēna teiktais
Tekstam jābūt īsam un kodolīgam	Tas nevar būt
Norādi vēstules tematu vai tēmu	Nu lūk, te tā ir
Lietišķa sarakste	Pieklājīgi un etiķetei atbilstoši

8. Ieraksti atbilstošos darbības vārdus!

ievieto, pavada, var, zaudē, radās, uzticas, rakstīja, pārsteigs

1. Pasaulē populārā mobilā lietotne *TikTok* **radās** Ķīnā 2016. gadā.
2. Vēl pirms 20 gadiem vēstules pārsvarā **rakstīja** ar roku.
3. Viens lietotājs dažādos sociālajos tīklos ik dienu **pavada** 54 minūtes.
4. Pētījumi rāda, ka jaunieši arvien biežāk **uzticas** digitālā satura autoriem.
5. Lietotnē **var** atrast visdažādākos video katrai gaumei.
6. Pakāpeniski tradicionālie mediji **zaudē** savu nozīmi.
7. Mobilie telefoni jau pavisam drīz lietotājus **pārsteigs** ar jaunu dizainu un funkcijām.
8. Daudzi cilvēki savos sociālo tīklu profilos **ievieto** fotogrāfijas.

9. Izvēlies atbilstošo darbības vārdu!

1. Kādreiz vienīgais attālinātās saziņas veids bija vēstule, kura līdz adresātam **ceļoja** / **pārceļoja** / **izceļoja** vairākas stundas vai pat dienas.
2. Mūsdienās ar moderno tehnoloģiju palīdzību saziņa **iztieks** / **notieks** / **satieks** vienā mirklī.
3. Pirmo tālruni pasaulē **izgudroja** / **sagudroja** / **pārgudroja** Aleksandrs Bells.
4. Jaunieši dažreiz **nobauda** / **izbauda** / **pārbauda**, vai publicētajai informācijai var uzticēties.
5. Es rakstu blogu, jo tā **satīstu** / **attīstu** / **iztīstu** savu rakstītprasmi.
6. Mani draugi man **sasūtīja** / **uzsūtīja** / **atsūtīja** apsveikuma kartīti.
7. Sociālajos tīklos cilvēki **nodalās** / **sadalās** / **dalās** ar dažādām bildēm.
8. Mūsdienās modinātāja funkciju arvien biežāk **pilda** / **sapilda** / **uzpilda** viedtālrunis.

10. Atzīmē atstāstījuma izteiksmes teikumus!

1.	Interneta izmantošanai esot gan vairākas priekšrocības, gan trūkumi.	<input checked="" type="checkbox"/>
2.	Internets ir izcilākais izgudrojums komunikācijas jomā.	<input type="checkbox"/>
3.	Sociālie tīkli palīdz sazināties ar radiem, draugiem un kolēģiem.	<input type="checkbox"/>
4.	Pagājušajā gadā cilvēki visvairāk esot izmantojuši lietotni Facebook.	<input checked="" type="checkbox"/>
5.	Tu esot rakstījis blogu par jaunākajām grāmatām.	<input checked="" type="checkbox"/>
6.	Mūsdienās strauji izplatoties e-komercija jeb preču pārdošana un pirkšana internetā.	<input checked="" type="checkbox"/>
7.	E-komercijā visstraujāk augošo nozaru vidū pirmo vietu gadu no gada ieņem ceļošana.	<input type="checkbox"/>
8.	Pēc kursu pabeigšanas viņš zināšot, kā rakstīt emuārus.	<input checked="" type="checkbox"/>

11. Ieraksti atbilstošo decimāldaļskaitļa burtu!

1.	Trešdaļa jeb trīsdesmit četri, komats, četri procenti jauniešu internetā saskaras ar nepatiesu informāciju.	B	A ½ jeb 49,6%
2.	Sešdesmit divi, komats, vienpadsmit procenti jauniešu pārbauda internetā publicēto informāciju, pirms ar to dalās tālāk.	D	B 1/3 jeb 34,4%
3.	Gandrīz puse jeb četrdesmit deviņi, komats, seši procenti jauniešu uzticas digitālā satura autoriem.	A	C ½ jeb 49,7%
4.	Gandrīz puse jeb četrdesmit deviņi, komats, septiņi procenti jauniešu ir aktīvi sociālo tīklu lietotāji.	C	D 62,11%

12. Lasi vēstules un ieraksti atbilstošo vārdu! Vairāki vārdi ir lieki.

Jūsu, Tev, tevi, Tevi, čau, Čau, sveiki, Sveiki, Jūsu, jūsu, Tu, jums, Jūs

Čau _____, Tom !

Kā **Tev** _____ iet? Man iet labi. Gribēju **Tevi** _____ uzaicināt uz kino. Šodien kinoteātrī rāda franču filmu "Spēle". Ja **Tu** _____ neiebilsti, tad uzaicināšu arī Līgu.

Viņai patīk franču kino.

Gaidu atbildi!

Sveiki _____, Emīl un Guna!

Priecājos par **jūsu** _____ sasniegumiem mācībās. Novēlu **jums** _____ abiem vēl skaistākus un lielākus panākumus arī turpmāk!

Jūsu _____ skolotāja Liepiņa

Godātais klient,

Servisa uzlabošanas nolūkos mums ir svarīgs **Jūsu** _____ viedoklis, tāpēc lūdzam atbildēt uz dažiem jautājumiem, kas prasīs tikai dažas minūtes.

Priecāsimies, ja **Jūs** _____ veltīsiet laiku, lai sniegtu savu vērtējumu. Atbildes gaidīsim līdz 16.01.2022.

SIA "Rīgas namu pārvaldnieks"

Juridiskā adrese: Aleksandra Čaka iela 42, Rīga, LV-1011

abc

GRAMATIKA/
VALODAS
LIETOJUMS

13. No dotajiem vārdiem veido salikteņus un ieraksti tos teikumos!

Viedais	tālrunis
Dators	programma
Radio	signāls
Dators	tīkls
Dators	vīruss
Viedā	karte

1. **Viedkarte** _____ – plastmasas karte ar iebūvētu atmiņu un mikroprocesoru, ko izmanto lietotāju identificēšanai un naudas pārvedumiem.
2. **Viedtālrunis** _____ – mobilais telefons, kas papildināts ar datoram līdzīgu funkcionalitāti.
3. **Datorvīruss** _____ – programma, kas spēj pati pārkopēties un izplatīties no datora uz datoru, tā lietotājam par to neko nezinot.
4. **Datorprogramma** _____ – kodēta instrukciju, norāžu sistēma datora darbības nodrošināšanai.
5. **Radiosignāls** _____ – elektromagnētiskas svārstības, ko uztver dažādas ierīces.
6. **Datortīkls** _____ – internets, tīkls datu apmaiņai.