



LATVIJAS UNIVERSITĀTE
SOCIĀLO ZINĀTŅU FAKULTĀTE

Medijpratība, informācijpratība, digitālā pratība, mediators

Guna Spurava

22.08.2018

Jelgava

MEDIJPRATĪBAS MĒRĶI

- Medijpartība: indivīda prasme piekļūt medijiem, tos lietot, analizēt, vērtēt un radīt.
- Medijpratības mērķis: palīdzēt indivīdam atpazīt un saprast to, kas ir medija ziņojuma autors un kāds ir ziņojuma nolūks.
- Medijpratību ietekmējoši faktori: (1) medijpratības vides (ārējie) faktori un (2) katra indivīda mediju lietošanas prasmes, pieredze un paradumi.



MEDIJPRATĪBAS VIDES FAKTORI: LATVIJAS MEDIJU BIZNESA SPECIFIKA

TRADICIONĀLO MEDIJU BIZNESĀ RAKSTURS

- Mediju biznesam piemīt **duāls raksturs**: tas darbojas *biznesa* segmentā nodrošinot reklāmas pārdošanu, kā arī *patērētāju* segmentā nodrošinot satura pieejamību auditorijai, kā arī mediju produktu (žurnāli, avīzes) pārdošanu.
- Reklāmas pārdošana tiek balstīta **zināšanās par auditorijas apjomu un tās struktūru** (dzimums, vecums, sociālekonomiskais statuss u.c. parametri).

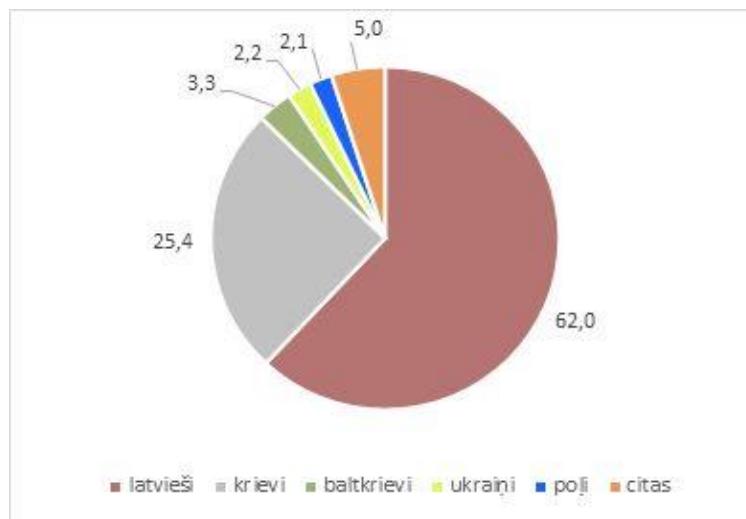
LATVIJAS MEDIJU BIZNESA SPECIFIKA

- Latvijas mediju biznesa vidi raksturo **niecīgs auditorijas potenciāls**, ko nosaka salīdzinoši nelielais iedzīvotāju skaits valstī.
- 2017. gada sākumā Latvijā dzīvoja **1 milj. 950 tūkst.** iedzīvotāju – par 18,8 tūkst. mazāk nekā pirms gada, liecina Centrālās statistikas pārvaldes (CSP) dati. Iedzīvotāju skaits 2016. gadā saruka par 0.97% (2015. gadā - 0,87%).
- Kopš **2010. gada sākuma iedzīvotāju skaits Latvijā samazinājies par 170 tūkst. jeb 8%**. Migrācijas dēļ Latvija zaudējusi 113 tūkst. un negatīva dabiskā pieauguma rezultātā – 57 tūkst. iedzīvotāju.

LATVIJAS MEDIJU BIZNESA SPECIFIKA

Latvijas mediju biznesa vidi raksturo auditorijas dalīšanās pēc latviešu un krievu valodas lietojuma.

Iedzīvotāju etniskais sastāvs Latvijā 2017. gada sākumā (procentos, CSP dati)

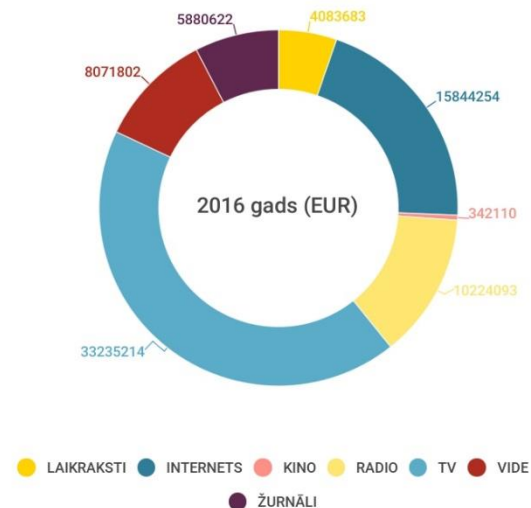


LATVIJAS REKLĀMAS TIRGUS

Latvijas reklāmas asociācijas dati

- **Latvijas mediju reklāmas tirgus apjoms 2016.gadā bija 77,6 miljoni eiro.**
- Lielāko mediju reklāmas tirgus daļu - **43% aizņem televīzija** ar 33,235 miljoniem eiro, **20% veido internets** ar 15,844 miljoniem eiro un **13% no mediju reklāmas tirgus ir radio** ar 10,224 miljoniem eiro. **Vides reklāmas aizņem 10% tirgus** ar 8,072 miljoniem eiro, **žurnāli - 8%** ar 5,881 miljoniem eiro, **laikraksti - 5%** ar 4,084 miljoniem eiro, savukārt kino tirgus daļa bija pielīdzināma 0% ar 342 110 eiro.
- Pēdējos gados **samazinās reklāmas apjoms tradicionālajos mediju kanālos** – laikrakstos un žurnālos. Notiek reklāmas investīciju pārdale par labu dažādām digitālajām platformām.
- Reklāmdevēju nauda **aizvien lielākos apjomos nonāk ārzemēs reģistrētajos medijos (Facebook, Google utt.)** kuriem arvien lielāku uzmanību un laiku velta Latvijā dzīvojošās un reklāmdevējus interesējošās auditorijas.

2016 gads (EUR)



TENDENCES MEDIJU PATĒRIŅĀ

Lejupslīdoša tendence drukāto mediju patēriņā:

- Izteikti **zaudēta interese par nacionālajiem laikrakstiem:** uzticības zaudēšana politizētam saturam; lasītāju pārorientēšanās uz digitālajiem ziņu kanāliem.
- **Mazinājusies reģionālo laikrakstu lietošana:** lasītāju migrācija, pārorientēšanās uz reģionālajiem interneta portāliem; Latvijas administratīvi teritoriālās reformas ietekme; pašvaldību bezmaksas izdevumu izplatība.
- Salīdzinoši noturīgāka, bet tomēr arvien retāka žurnālu lasīšana

TENDENCES MEDIJU PATĒRIŅĀ

- Salīdzinot ar drukājamiem medijiem, televīzijas pozīcijas ir daudz noturīgākas. Būtiska Krievijas televīzijas kanālu ietekme.
- Salīdzinoši stabilas arī radio pozīcijas.
- Pakāpeniski aug interneta lietotāju skaits: šobrīd 80% Latvijas iedzīvotāju ir sasniedzami internetā.

MEDIJU BIZNESA TRADICIONĀLAIS LINEĀRAIS MODELIS UN TĀ NORIETS.



- Šis modelis nodrošināja zināmu mediju industriju stabilitāti – paredzamību un prognozējamību. Bija iespējams precīzi aprēķināt izmaksas, prognozēt ieņēmumus, plānot naudas plūsmu un peļņu.
- Tehnoloģiju attīstības rezultātā ir izjaukti tradicionālie peļņas gūšanas modeļi mediju industrijām. Informācijas tehnoloģiju un ierīču attīstības temps ir bijis neticami straujš.
- Tehnoloģiju attīstībai ir divējāda – gan mediju industriju attīstību graužoša, gan veicinoša ietekme. Viens no lielākajiem izaicinājumiem – nespēja paredzēt, kuras no tehnoloģijām auditorija adaptēs.

MEDIJU BIZNESA JAUNAIS NELINEĀRAIS MODELIS UN TEHNOLOĢIJU ATTĪSTĪBAS KONSEKVENCES

- Jaunajam modelim piemīt nelineārs raksturs – patērētājs, mediju lietotājs var piekļūt vai pat ietekmēt jebkuru no mediju industrijas darbības posmiem: satura radīšanu, ražošanu, distribūciju un ekspozīciju.
- Patērētāji var piekļūt saturam un to patērēt **jebkurā vietā jebkurā laikā**, ar nosacījumu, **ja patērētājam ir piekļuve internetam un ja patērētājam ir pieejamas ierīces**, kas ļauj piekļūt internetam (daturs, planšetdaturs, viedtālrunis). Līdz ar to lineārā mediju industriju darbības ķēde ir izjaukta
- Jauno nelineāro modeli raksturo augsts interaktivitātes potenciāls, **nozīmīga loma lietotāju radītam saturam**. Auditorijas pārstāvjiem ir līdz šim nebijušas iespējas ietekmēt mediju saturu. Mediju lietotājs vairs nav tikai satura saņēmējs, bet arī tā radītājs. **Nozīmīgi pieaug auditorijas pārstāvja atbildība, vienlaikus pieaug riski.**

MEDIJU BIZNESA JAUNAIS NELINEĀRAIS MODELIS UN TEHNOLOĢIJU ATTĪSTĪBAS KONSEKVENCES

- Nozīmīga loma pilnīgi jauniem spēlētājiem - sociālajiem tīkliem, videoplatformām. Pieaug meklētāju (search) loma
- Mediju tirgus iegūst izteikti globālu raksturu.
- Rodas jaunas biznesa modeļu un peļņas gūšanas iespējas
- Pastiprinās digitālā plaisa starp dažādām paaudzēm un sabiedrības grupām gan tehnoloģiju, gan mediju satura patēriņā
- Sabiedrība it visur pasaulē kļūst arvien multikulturālāka
- Zūd robeža starp mediju patēriņu brīvajā un darba laikā, mājās un darbā

Rakstpratība

- ***Literacy*** – lasīt un rakstīt prasme - **rakstpratība**

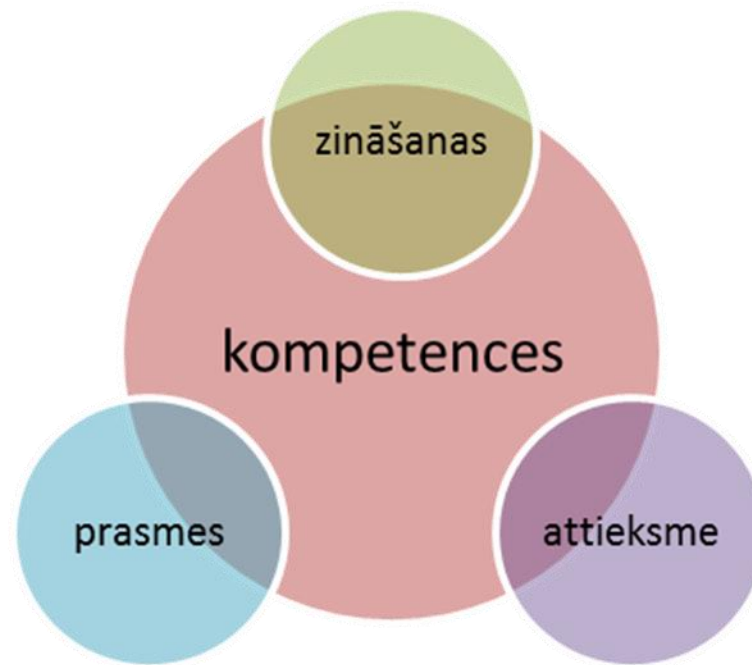
- <https://ritadebook.wordpress.com/2011/01/19/the-definitions-of-literacy/#more-199>

- Rakstpratība – «indivīda **spēja lasīt, rakstīt un runāt** [angļu] valodā, rēķināt un **prasme** risināt problēmas tā, lai funkcionētu darbavietā un sabiedrībā, lai sasniegtu savus mērķus un attīstītu savas zināšanas un potenciālu”.

- **Pratība**

Pratība

Pratība – **kompetenču** kopums



Informācijpratīgs cilvēks

Informācijpratīgs cilvēks spēj veikt šādas darbības ar informāciju:

- **atpazīt** savas **informācijas vajadzības**;
- atrast un novērtēt **kvalitatīvu informāciju**;
- **saglabāt un izgūt informāciju**;
- **efektīvi un ētiski lietot informāciju**;
- lietot informāciju, **lai radītu zināšanas un apmainītos ar tām**.

R. Kats (*Catts R.*) un Dž. Lau (*Lau J.*) (2008)

Medijpratība

- Kritiskās domāšanas prasmes
- Izpratne, kā mediju ziņas formē / veido kultūru un sabiedrību
- Izprast marketinga stratēģijas
- Saprast, kam mediju veidotājs vēlas, lai lasītājs / uztvērējs ticētu
- Atpazīt pārliecināšanas metodes
- Atpazīt melus, tendenciozitāti, dezinformāciju;
- Atklāt stāsta daļas, kas nav bijušas pateiktas
- Novērtēt mediju ziņas, pamatojoties uz savu pieredzi, prasmēm, pārliecību, vērtībām
- Radīt un izpaltīt ziņas caur savu mediju
- Aizstāvēt mediju tiesības

Pieci medijpratības pamatprincipi

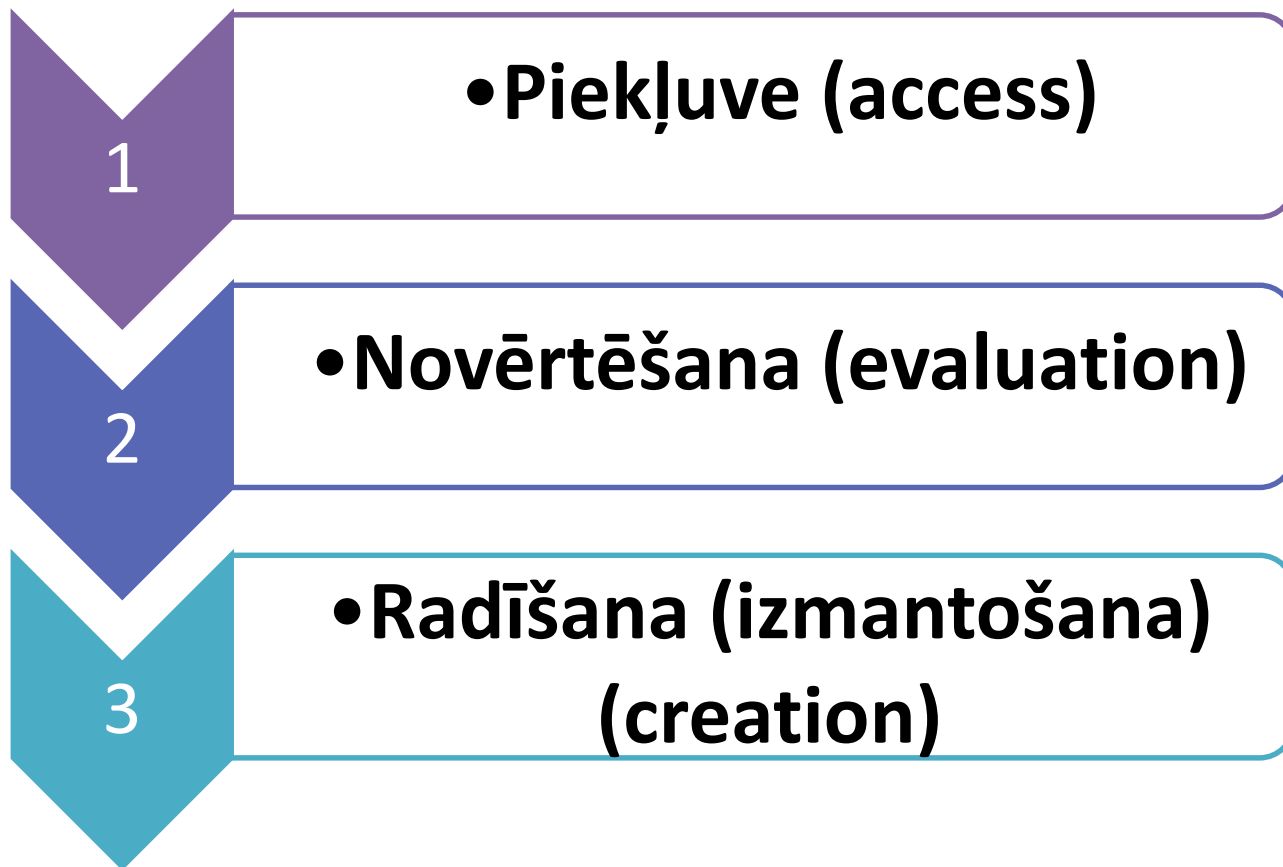
- Visi mediju **vēstījumi ir konstruēti**
- Mediju vēstījumi ir konstruēti izmantojot **radošu valodu**
- Dažādi cilvēki **izprot vienu vēstījumu atšķirīgi**
- Mediji iekļauj **vērtības un skatu punktus**
- Vairums mediju vēstījumu tiek veidoti, lai gūtu **labumu un/vai varu**

Mediju un informācijpratība

Mediju un informācijpratība ir kompetenču kopums, kas „dod iespēju iedzīvotājiem **piekļūt, iegūt, saprast, novērtēt un izmantot, kā arī radīt un apmainīties ar informāciju un mediju saturu visos formātos, izmantojot dažādus instrumentus, kritiskā, ētiskā un efektīvā veidā, lai piedalītos un iesaistītos personiskajā, profesionālajā un sabiedriskajā darbībā” (UNESCO, 2013, p. 29).**

Mediju un informācijpratība

UNESCO MIL (mediju un informācijpratība) komponenti:



Medijpratība un digitālā pratība

Digitālā pratība

1997. (P. Gilsters)

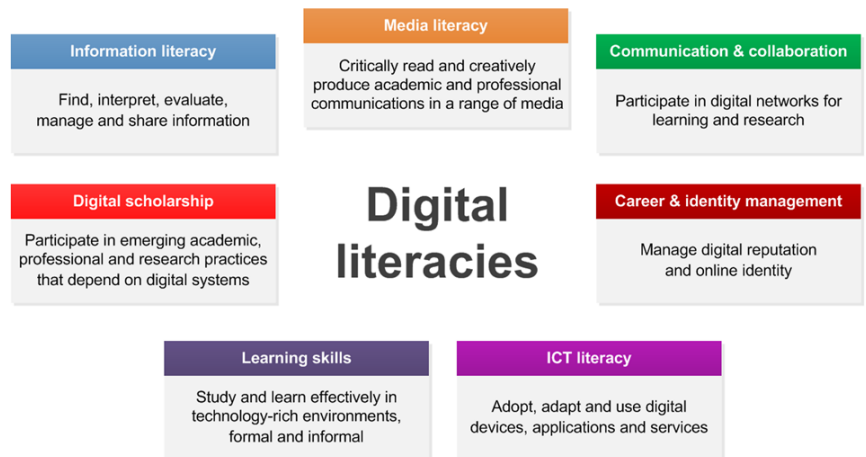
DP ir spējas lietot informācijas un komunikācijas **tehnoloģijas**, lai atrastu, novērtētu, radītu un komunicētu (apmainītos ar) informāciju, kam nepieciešamas **gan kognitīvās, gan tehniskās prasmes.**

(Amerikas bibliotēku asociācija)

Digitālā pratība


Tā ir saistīta ar citām pratībām:

- Informācijpratību
- Medijpratību
- Komunikācijas un sadarbības prasmēm
- Darba un identitātes pārvaldīšanu
- IKT pratību
- Mācīšanās prasmēm
- Digitālo pētniecību



Mediators

- **Mediācija - starpniecība** (*no latīņu valodas*)
 - **mediācija** — brīvprātīgas sadarbības process, kurā puses cenšas panākt savstarpēji pieņemamu vienošanos savu domstarpību atrisināšanai ar mediatora starpniecību (Mediācijas likums. LV).
- *Sociālā mediācija* mediju lietošanā
 - Izcelsme – *socializācijas* teorija (saistīts ar mediju socializēšanu (**komunikācija – mediji- sabiedrība**))
(piem., vecāki pārrauga bērnus TV lietošanā, lai aizsargātu bērnus no negatīvas ietekmes)
 - Socializācija** – process, kura gaitā indivīds apgūst savas sabiedrības sociālās normas un kultūru.

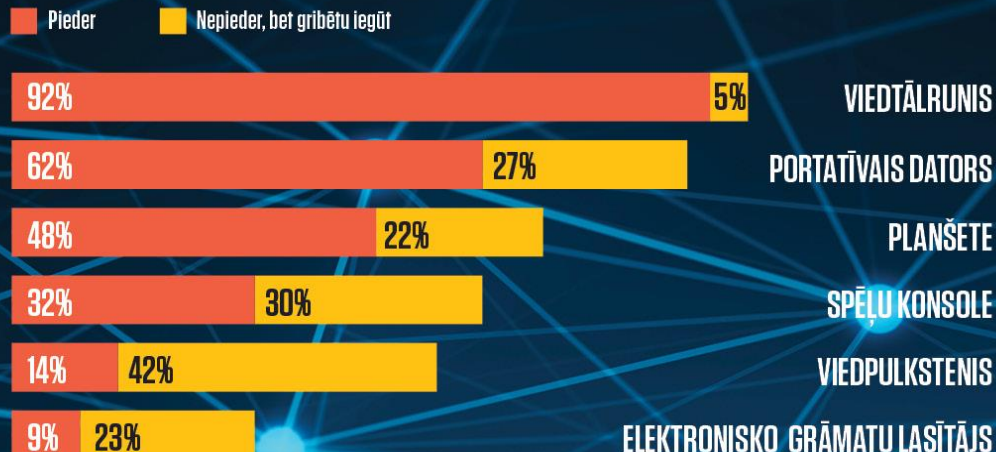


**Digitālā realitāte: izaicinājumi
jaunās paaudzes medijpratībā
interneta vidē**

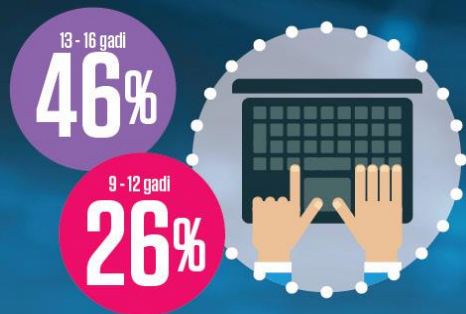
KĀDAS IERĪCES PIEDER UN LIETO?

Kas no minētā tev pieder un ko tu vēlētos iegūt personiskā lietošanā? (%)

Visi respondenti vecumā no 9 līdz 16 gadiem, n=1203



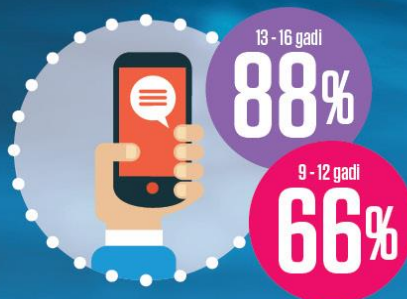
INTERNETU DATORĀ LIETO KATRU DIENU



VISBIEŽĀK IZMANTO:

- lai lejupielādētu (53%) un skatītos (49%) filmas
- nosūtītu e-pastus (52%)
- meklētu mācībām nepieciešamo informāciju internetā (46%)
- spēlētu spēles internetā (44%)

INTERNETU VIEDTĀLRUNĪ LIETO KATRU DIENU



VISBIEŽĀK IZMANTO:

- ziņu sūtīšanai dažādās saziņas platformās (77%)
- sociālo portālu apmeklēšanai (70%)
- lai klausītos (68%) un lejupielādētu (61%) mūziku
- lai apstrādātu un izvietotu fotoattēlus internetā (60%)
- lai skatītos video internetā (56%)

INTERNETU PLAŅŠETDATORĀ LIETO KATRU DIENU



Internetu planšet datoros bērni un pusaudži Latvijā izmanto ievērojami retāk nekā telefonos un datoros

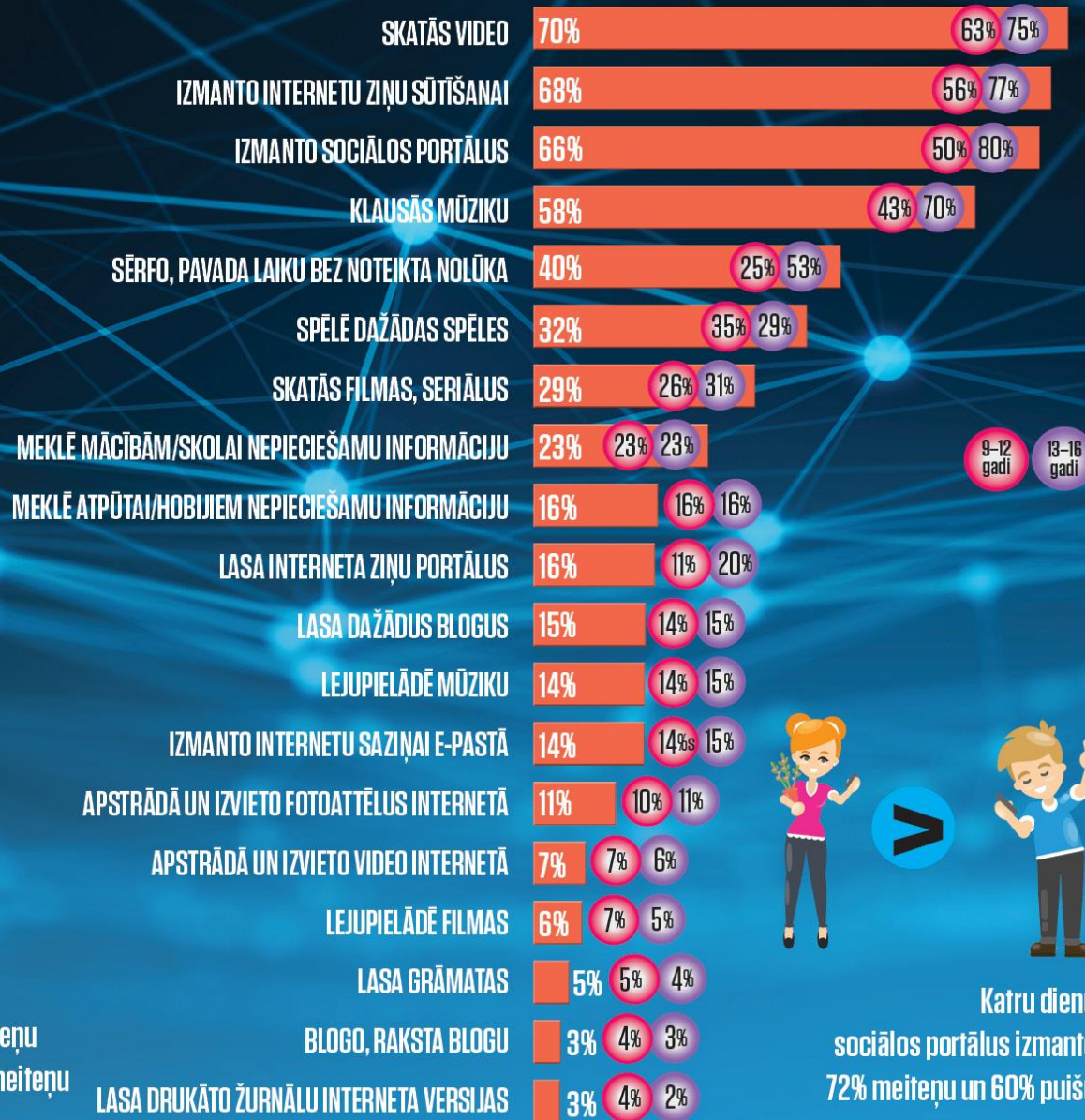
KO JAUNĀ PAAUDZE DARA INTERNETĀ?

■ cik % respondentu
vecumā no 9 līdz 16 gadiem
katru dienu...



Katru dienu:

- skatās dažādus video 79% puīšu 60% meiteņu
- spēlē spēles internetā 45% puīšu un 18% meiteņu
- sazinās e-pastā 18% puīšu un 10% meiteņu



Katru dienu
sociālos portālus izmanto
72% meiteņu un 60% puīšu

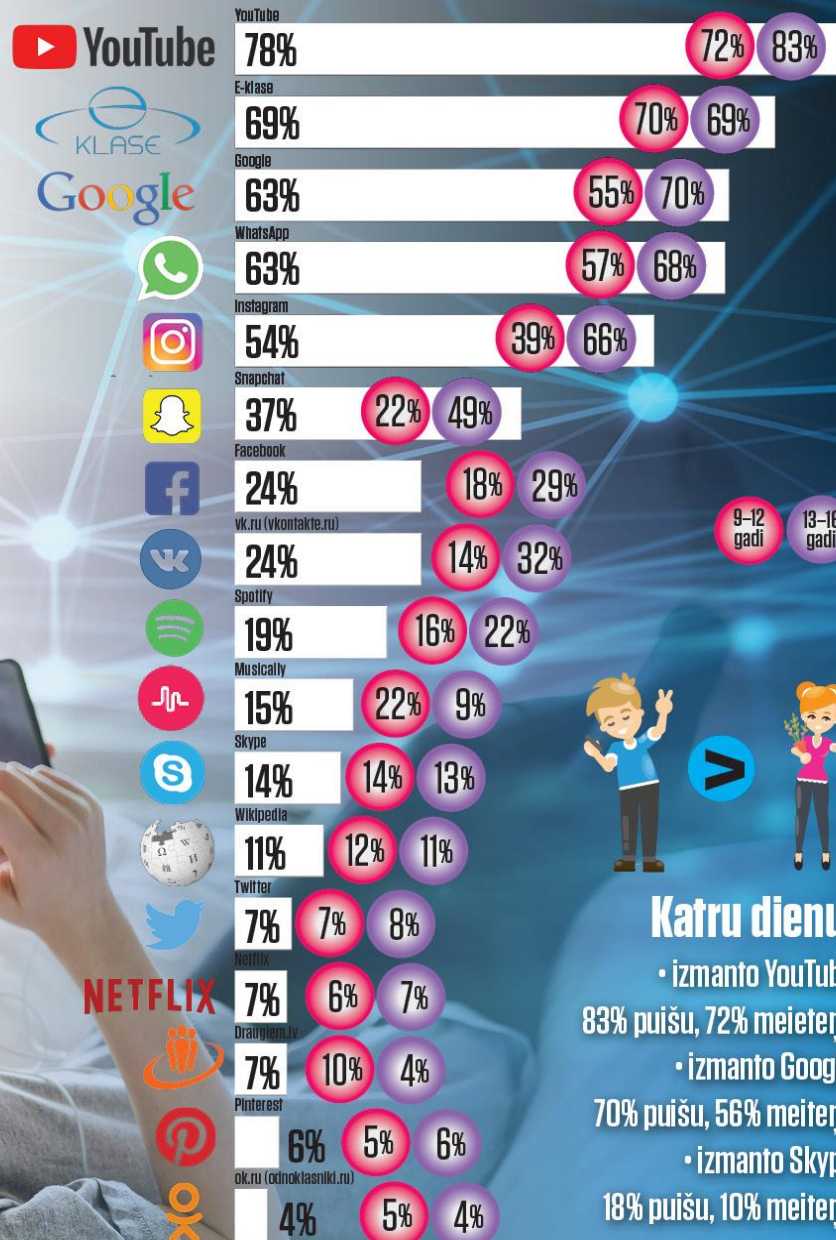
KĀDAS PLATFORMAS IZMANTO?

cik % respondentu vecumā no 9 līdz 16 gadiem katru dienu izmanto šādas interneta vietnes, sociālos portālus, saziņas platformas...



Katru dienu:

- izmanto Instagram 60% meiteņu un 47% puīšu
- izmanto Snapchat 46% meiteņu un 28% puīšu
- izmanto Musical.ly 22% meiteņu un 9% puīšu

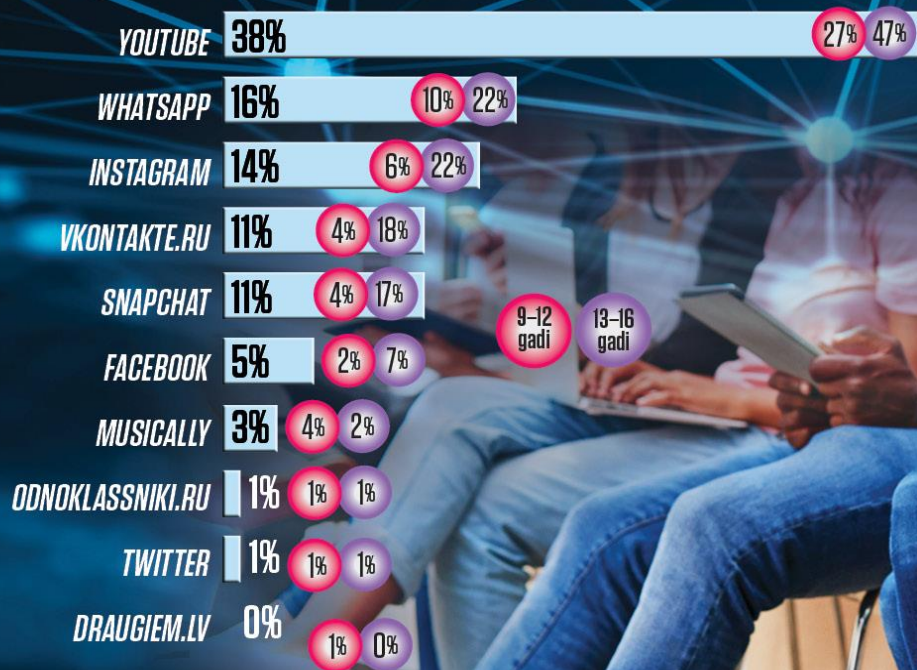


Katru dienu:

- izmanto YouTube 83% puīšu, 72% meiteņu
- izmanto Google 70% puīšu, 56% meiteņu
- izmanto Skype 18% puīšu, 10% meiteņu

PLATFORMU IZMANTOŠANAS ILGUMS

■ Cik % respondentu vecumā no 9-16 gadiem platformās pavada **3 STUNDAS DIENĀ UN ILGĀK?**



Puiši vairāk laika pavada YouTube, meitenes – sociālajos portālos



Vairāk kā 3 stundas dienā:
• YouTube pavada 41% puišu un 35% meiteņu

!!! Būtiskas atšķirības respondentiem, kuri ģimenē pamatā sarunājas latviešu valodā no tiem, kuri sarunājas krievu un citās valodās

Vairāk kā 3 stundas dienā

WhatsApp pavada **21%** latviešu un **8%** citās valodās runājošo

Instagram pavada **17%** latviešu un **9%** citās valodās runājošo

Snapchat pavada **13%** latviešu un **7%** citās valodās runājošo

Vkontakte.ru pavada **2%** latviešu un **30%** citās valodās runājošo

- WhatsApp pavada 21% meiteņu un 12% puišu
- Instagram pavada 21% meiteņu un 8% puišu
- Snapchat pavada 16% meiteņu un 6% puišu
- vkontakte.ru pavada 14% meiteņu un 9% puišu



Vairāk kā 3 stundas dienā:



■ cik % respondentu vecumā no 9 līdz 16 gadiem katru dienu portālā YouTube skatās šādus video...

97%

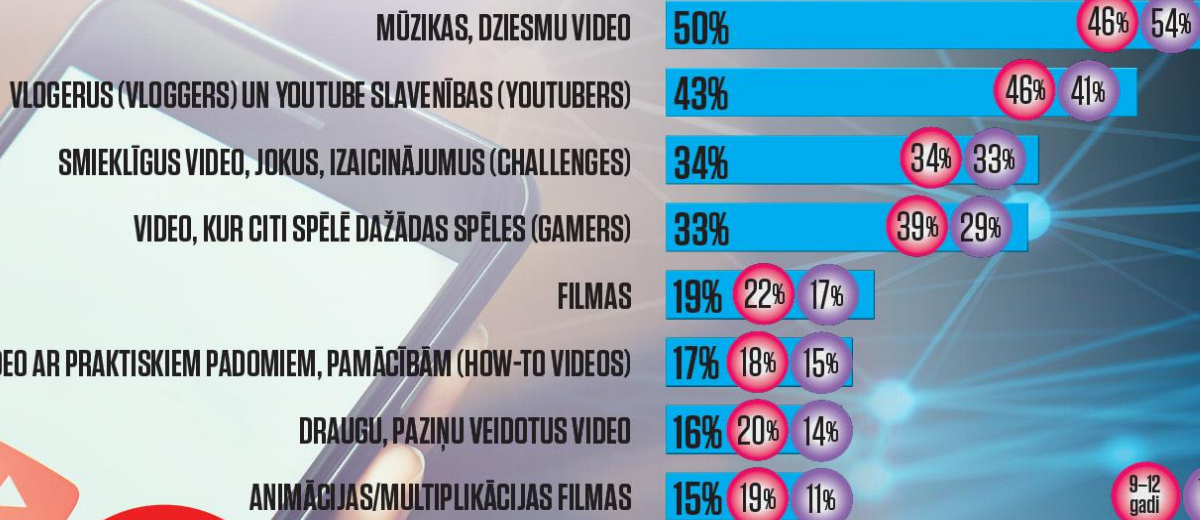
mēdz vispār izmantot YouTube

Piektā daļa respondentu (19%) lieto YouTube vairāk nekā

5!!! stundas dienā

78%

izmanto YouTube KATRU DIENU



Puiši skatās YouTube vairāk kā meitenes

YouTube slavenības (Vlogers & YouTubers):
katru dienu skatās

48% 38%

Smieklīgus video, jokus, izaicinājumus (Challenges):
katru dienu skatās

42% 26%

Kā citi spēlē spēles (Gamers):
katru dienu skatās

49% 17%

Ziņu nosūtīšana interneta platformās

mēdz vispār izmantot internetu ziņu nosūtīšanai

92%

68%



internetu ziņu nosūtīšanai izmanto katru dienu



!!! Skype katru dienu lieto tikai 14%

mēdz vispār izmantot WhatsApp

86%



63%

izmanto WhatsApp katru dienu

16%

respondentu norādījuši, ka WhatsApp izmanto vairāk nekā trīs stundas dienā

■ kādiem mērķiem respondenti vecumā no 13 līdz 16 gadiem lieto platformu WhatsApp?



Sociālo portālu lietošana



Instagram vispār izmanto **73%** respondentu
Katru dienu izmanto **54%** respondentu
14% respondentu Instagram izmanto vairāk kā **trīs stundas** dienā



Snapchat izmanto **57%** respondentu
Katru dienu izmanto **37%** respondentu
11% respondentu lieto Snapchat vairāk kā **trīs stundas** dienā



Facebook izmanto **69%** respondentu
!!! Tikai **24%** respondentu Facebook izmanto katru dienu



draugiem.lv izmanto **41%** respondentu
Tikai 7% respondentu draugiem.lv lieto katru dienu



vk.com izmanto **34%** respondentu

Respondenti, kuri mājās pamatā sarunājas krievu valodā, tas ir populārākais sociālais portāls – vispār izmanto **72%** mērķauditorijas pārstāvju, **57%** – katru dienu **30%** bērnu un pusaudžu, kuri mājās sarunājas pamatā krievu valodā, vk.com izmanto vairāk kā **trīs stundas dienā**



89%

vispār mēdz lietot sociālos portālus



Sociālos portālus lieto katru dienu

66%



■ kādiem mērķiem respondenti vecumā no 13 līdz 16 gadiem izmanto



Instagram

meitenes katru dienu izmanto vairāk kā puši

LAI DALĪTOS AR FOTOGRĀFIJĀM UN VIDEO, KUROŠ REDZAMS PATS RESPONDENTS

60%

LAI DALĪTOS AR FOTOGRĀFIJĀM UN VIDEO, KO VEIDOJIS PATS RESPONDENTS

51%

LAI UZZINĀTU, KO DARA SLAVENĪBAS, SABIEDRĪBĀ POPULĀRI CILVĒKI

50%

LAI ZINĀTU, KO DARA DRAUGI UN PAZIŅAS

47%

LAI UZZINĀTU, KĀDI CILVĒKI PAR MANI INTERESĒJAS

45%

LAI SNIĒGTU INFORMĀCIJU CITIEM PAR SEVI

43%

LAI IZKLAIDĒTOS, LABI PAVADĪTU LAIKU

41%

LAI KOMUNICĒTU AR DRAUGIEM UN PAZIŅĀM

36%

LAI RADOŠI IZPAUSTOS

35%

LAI ATRASTU JAUNUS DRAUGUS, IEPAŽĪTOS INTERNETĀ

35%

LAI UZZINĀTU CITU CILVĒKU VIEDOKĻUS

34%

LAI KĻŪTU POPULĀRS

33%

LAI IZTEIKTU SAVU VIEDOKLI

31%

LAI UZZINĀTU JAUNĀKĀS ZINĀS, AKTUALITĀTES

30%



60%

47%



Ko saka respondenti:

“es vienkārši kaut ko nobildēju, tad uzlaboju un ielieku, parasti vienkārši kaut kādus dabasskatu lieku, ļoti reti, bet dažreiz skatos uz konkrētiem cilvēkiem, ko viņi ielikuši”

vecākie bērni katru dienu izmanto vairāk kā jaunākie

13 - 16 gadi
66%

9 - 12 gadi
39%



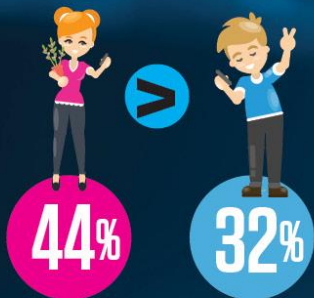
ZIŅU IEGUVES AVOTI

Cik % respondentu ziņas PAR NOTIKUMIEM LATVIJĀ un PASAULĒ iegūst šādos kanālos?

Visi respondenti vecumā no 9 līdz 16 gadiem, n=1203



Ziņas par notikumiem Latvijā televīzijā skatās vairāk meitenes kā puīši



Kultūras ministrija

Cik % respondentu ziņas PAR NOTIKUMIEM LATVIJĀ un PASAULĒ iegūst kanālos INTERNETĀ?

Respondenti vecumā no 13-16 gadiem, n=655



Jaunākās ziņas par notikumiem Latvijā visbiežāk tiek uzziņātas portālā **delfi.lv** 35%, daudz retāk: portālos **tvnet.lv** 12% un **apollo.lv** 11%



25% atzīst, ka viņus **neinteresē** ziņas par notikumiem Latvijā

Ko saka respondenti:

Meitene, 15 gadi: *Ja es aizeju pie omas, viņai parasti skan ziņas fonā, vismaz tur es aptuveni dzirdu, kas notiek. Parasti, ja ir kaut kas tāds, kas mani kaut nedaudz interesē vai izskatās kaut kādā veidā, tāpat uzziņu.*

Meitene, 14 gadi: *Es īpaši ziņas neskatos. No rītiem, kad mamma skatās Panorāmu, es dažreiz tā drusku paklausos līdzī. Un vēl mamma katru rītu klausās radio, tad es kaut ko mazliet dzirdu. Bet es kā kuru reizi, un bieži ir tā, ka tētis vai mamma paši pastāsta, ka kaut kas interesants noticis vai kaut kas tāds...*

Meitene, 16 gadi: *Es par jaunumiem Latvijā praktiski neko nezinu. Tikai to, ja es e-klasē gribu ieregistrēties profilā, tad tur sākumā ir kaut kādi raksti. Un, ja es tur, bišķiņ paskatoties, ieraugu kaut ko interesantu, tad es uzspiežu. Bet tā es īsti par Latvijas ziņām neinteresējos.*

Puīsis, 16 gadi: *... Bet televīzija pelna ar ziņām. Zinas parāda, un tad ir tā, ka... par to, kas notiek, summa ir iepriekš bijusi [sarunāta]. Tev jāpasaka tas un tas, un tas, un, ja tu esi pateicis to, viņi iemaksās to naudu. Bet viņi to naudas līdzsvaru tā, lai iznāktu visiem. Daži vairāk, daži mazāk.*



LATVIJAS UNIVERSITĀTES
SOCIĀLO ZINĀTŅU FAKULTĀTE

VECĀKU IESAISTĪŠANĀS

Ko saka respondenti:

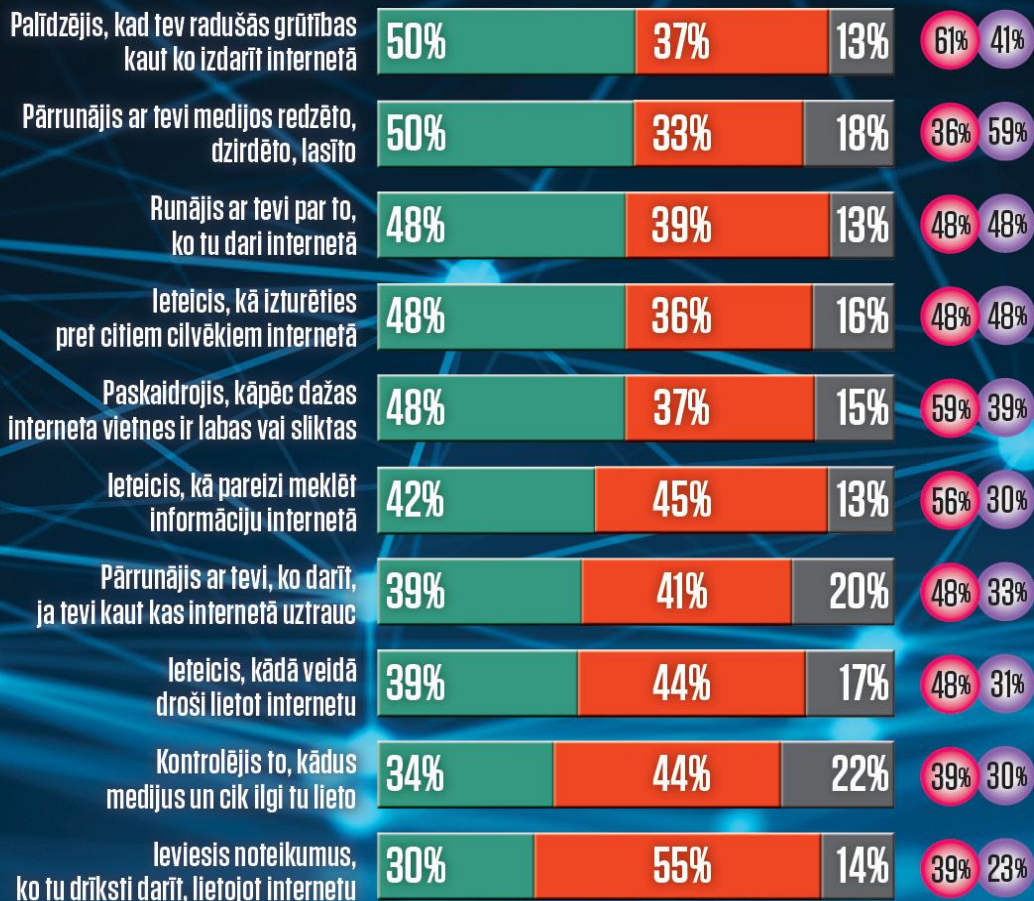
Puisis, 15 gadi: *Mani vecāki tagad arī ir sākuši lietot, piemēram, feisbuku un whatsappu. Instagramu nē... Mammai nepatīk pārāk dalīties ar bildēm internetā publiski. Viņa nesaprot, kā tas darbojas. Ka to, ka visi var redzēt, var nomainīt tā, ka tikai tie, kas tev seko, redz. Un tētis vienkārši nezina, kas tas tāds ir.*

Puisis, 9 gadi: *Dažreiz es arī, kad man ir mājasdarbi, tad es gribu, lai man palīdz Google un es ierakstu to, ko man vajag. Piemēram, "rudens augi", tad es ierakstu un tad bieži vien neko neatrodu, bet tad, kad mamma atnāk un palīdz man, tad viņa vienmēr atrod.*

Vai bērnu vecāki ir kādreiz darījuši kaut ko no minētā? (%)

Visi respondenti vecumā no 9 līdz 16 gadiem, n=1203

■ Jā ■ Nē ■ Nezinu, neatceros



Athilde "Jā"

9-12 gadi 13-16 gadi

!!! **Piektā daļa**
19% bērnu vecumā no 9-12 gadiem
grib, lai vecāki **interesējas vairāk**
par to, ko viņi dara internetā

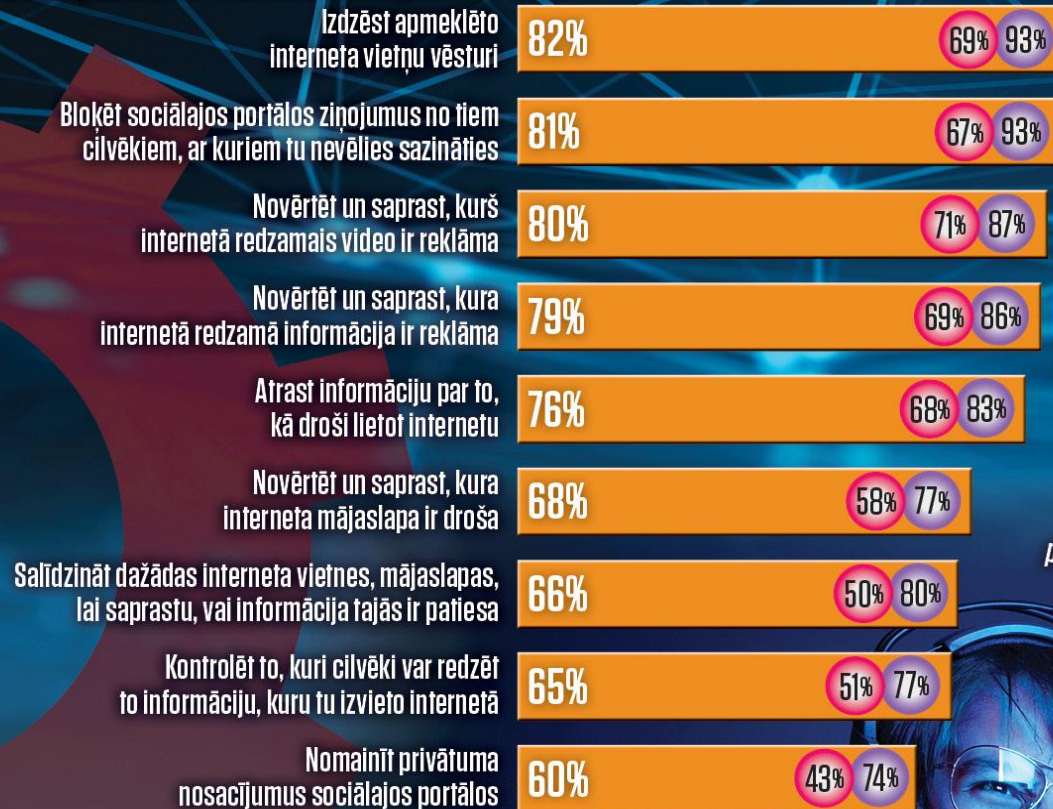
!!! **9%** no pušiem vecumā no 9-16 gadiem saka,
ka vecāki **NEKO NEZINA** par to, ko viņi dara internetā

PAŠVĒRTĒJUMS PRASMĒM INTERNĒTĀ

Kuras no minētajām darbībām bērni un pusaudži prot veikt internetā? (%)

Visi respondenti vecumā no 9 līdz 16 gadiem, n=1203

9-12 gadi 13-16 gadi



Vairāk to bērnu, kas ģimenē runā latviešu valodā (**63%**) kā to, kas runā krievu vai citās valodās (**54%**) uzskata, ka prot nomainīt privātuma nosacījumus sociālajos portālos.

Internetā nepieciešamās prasmes tiek apgūtas pašmācības ceļā:

Meitene, 14 gadi: *Es iemācījos pašmācībā, pati meklēju, pati daru... No jūtība videoklipiem var apgūt, jo tur ir visādas pamācības, "do it yourself" un tamlīdzīgas, tur viss kaut kas ir.*

Meitene, 16 gadi: *Mums to [par sociālo portālu darbības pamatprincipiem] skolā nav ne stāstījuši, ne mācījuši. Mums tā kā bija informātika no piektās līdz laikam septītajai klasei, vai arī līdz astotajai... bet tur īsti nemāca tādas sociālu mediju lietas, tur vienkārši vispārībā izmanto tādas lietas kā wordu un ekseli un tā...*


Puisis, 15 gadi: *Skolā mums pārāk daudz par to nav mācījuši. Datorikā tikai varbūt kaut kādus ekselus un powerpointus māca...ar sociālajiem portāliem es pats mācos, skolā to nē, mācos lietošanas procesā. Internetā, cik tur tās mājaslapas parasti parāda.*





Vairāk puīšu (**73%**) kā meiteņu (**64%**) uzskata, ka prot novērtēt un saprast, kura interneta mājaslapa ir droša.

KO PUSAUDŽI GRIB VAIRĀK APGŪT SKOLĀ?


DROŠĪBA INTERNETĀ


 **Puisis, 16 gadi:** *Līdz šim tas tā īpaši nav mācīts, par drošību man neviens nekur nemācīja. Mums mācīja tikai sataisīt poverpointā visādas lapas, uzdeva visādus tur... Par drošību internetā vairāk vajag mācīt, kā izmantot vietnes, lai nedabū vīrusus, tā, lai neuzhakotu cilvēkus.*


 **Meitene, 16 gadi:** *Es domāju, ka vispār par drošību internetā vajadzētu mācīt. It kā jau ir pašsaprotami viss, un es domāju, jaunieši vairs tam nepievērš uzmanību, tāpēc to vajag mācīt.*

 **Meitene, 16 gadi:** *Vispār drošība internetā, tas jau pirmajā kārtā. Jāmāca vienkārši arī, kā pareizi izmantot un vispār pastāstīt par tām sekām, kas ir visur. Tas, ka viss, ko dara, paliek internetā, un vajag padomāt, pirms kaut ko liek... Man tā šķiet, ka vajadzētu maziem bērniem tieši mācīt, jo tagad ļoti agrā vecumā sāk izmantot. Jo viss, ko tu dari internetā, tas paliek internetā. Un, ja vienkārši kaut kādas mulķības tur septiņos, astoņos gados sataisa, tad kāds varētu to atrast arī kādreiz.*

PERSONISKĀS INFORMĀCIJAS DROŠA IZPLATĪŠANA

 **Puisis, 15 gadi:** *Bet vajadzētu mācīt arī to, kas no tās informācijas, ko tu atstāj, tiek nodots visai pasaulei. Kas ir saglabāts tajos serveros. Piemēram, ja tu iepērcies internetā, viņi saglabā kredītkartes.*

 **Meitene, 15 gadi:** *Skolā vajadzētu pabrīdināt par tādām drošības lietām: neliec neko tādu, ko negribētu, lai visi zina; nedalies ne ar ko tādu, kas tevī var aizskart un ko tu negribi, lai visi zina; neuzticies visiem cilvēkiem, ko tu redzi.*

 **Meitene, 16 gadi:** *Vajadzētu mācīt par drošību internetā, par to, ka mēs nedrīkstam informāciju izpaust. Lai gan to māca, bet vajag vairāk, jo tagad tas ir aizgājis ļoti tālu internetā.*

 **Meitene, 14 gadi:** *Viņiem vajadzētu mācīt par to, kā izmantot vispār visas sociālās programmas. Ko tu viņās vari likt iekšā, ko nevari, ko tu vari stāstīt, ko nevari. Un varbūt arī kaut ko vairāk, lai viņi zinātu vispār, kas pasaulē notiek, lai viņi lasītu ziņas un sevi paši attīstītu. Nepavadīt tik daudz laika, vienkārši kaut ko bezjēgā skatoties... To varētu mācīt sociālajās ziņībās. Mazākās klasēs tā varētu būt arī informātika. Un varbūt arī angļu valoda.*

