

Projekts IDCAP: Digitālo prasmju uzlabošana pieaugušajiem

Projekta numurs: 2018-1-PL01-KA204-051003



Kā dalīties internetā

Dalīšanās, izmantojot digitālās tehnoloģijas





levads.....	3
1. Dalīties ar informāciju internetā	3
2. Sociālie tīkli	4
3. Emuāri.....	7
3.1. Emuāra (bloga) elementi.....	10
4. Vikivietnes (Wiki).....	11
5. Forumi	13
6. Tūlītējās ziņojumapmaiņas lietotnes.....	14
6.1. Reģistrēšana tūlītējās ziņojumapmaiņas lietotnēs	17
Kopsavilkums	18
Bibliogrāfija.....	19

Ievads

Komunikācija ir būtisks cilvēka uzvedības elements, un, pateicoties internetam, ir parādījušies jauni saziņas veidi, kas pirms dažiem gadiem nebija iedomājami, it īpaši tādi, kas reāllaikā ļauj sazināties neatkarīgi no vietas vai attāluma, kā arī šie jaunie saziņas veidi ļauj dalīties ar informācijas daudzumu dažādos formātos, piemēram, ar tekstiem, videoklipiem, fotoattēliem, dažādiem rakstiem.

Šī iemesla dēļ šajā modulī ir izklāstīta informācija par populārākajiem saziņas veidiem internetā, lai dalītos ar visa veida informāciju, zināšanām, pieredzi, viedokļiem, sajūtām utt.

Šajā modulī sasniedzami šādi mērķi:

- Zināt dažādos instrumentus, veidus un pakalpojumus, ar kuru palīdzību var dalīties ar informāciju internetā.
- Atpazīt katra medija vai pakalpojuma raksturlielumus, kas paredzēti, lai dalītos ar informāciju internetā.
- Prast identificēt tūlītējās ziņojumapmaiņas lietojumprogrammas.

1. Dalīties ar informāciju internetā

Mūsdienās internetam ir liela nozīme cilvēku dzīvē, jo tas ļauj visiem lietotājiem izveidot un kopīgot saturu, kā arī komentēt šo un visu citu informāciju, ko varam atrast globālajā tīmeklī.

Pateicoties tam, ir mainījusies izpratne par cilvēka tuvo paziņu loku (tie indivīdi, ar kuriem personai ir tuvākas attiecības, ar kuriem persona ikdienā mijiedarbojas), līdz ar to mainot arī priekšstatu, ka šo loku galvenokārt veido ģimenes locekļi un kolēģi, jaunajā šī jēdziena izpratnē iekļaujot visus tos cilvēkus, ar kuriem dalām vai ar kuriem mums ir kopīgas intereses ar interneta starpniecību

(neatkarīgi no tā, vai tas attiecas uz vaļaspriekiem, darbu, gaumi vai pieredzi), tādējādi veidojot kopienas tīmeklī.

Šo kopienu izveidošanās ietekmē, sākot ar interneta parādīšanos, tika radīti dažādi pakalpojumi un lietojumprogrammas, kas lietotājiem ļauj dalīties ar informāciju saistībā ar kopīgām interesēm, pieredzi vai radīt jaunu informāciju, izmantojot tīmekli kā savienjošo elementu.

Tāpēc turpmāk mācību modulī tiks aplūkoti visbiežāk izmantotie pakalpojumi un platformas, kā arī to raksturojums un tipoloģijas, lai ar interneta starpniecību apmainītos ar informāciju neatkarīgi no tā, vai tie ir dokumenti, fotoattēli vai videoklipi.

2. Sociālie tīkli

Runājot par informācijas kopīgošanu internetā, ir svarīgi runāt par sociālajiem tīkliem, jo tie ir visspilgtākais piemērs tam, ko šis kopīgošanas process nozīmē, un tam, kā internets gadu gaitā ir attīstījies – no sākotnējas interneta izmantošanas tikai izziņas nolūkos līdz šim brīdim, kad internets ir kļuvis par cilvēku un viņu savstarpējas saziņas neatņemamu sastāvdaļu.

Sociālais tīkls ir tīmekļa vietne, kur reāllaikā iespējama saziņa starp dažādiem lietotājiem vienā un tajā pašā virtuālajā telpā, kur iespējams dalīties ar informāciju, fotoattēliem, videoklipiem vai mūziku, iesaistoties sarunā vai debatēs par kādu konkrētu tēmu.

Pateicoties tam, sociālajiem tīkliem ir augsta interaktivitātes pakāpe, kas sniedz iespēju praktiski neierobežoti un reāllaikā sazināties ar citiem, kas pirms dažiem gadiem ir ļāvis dažādam informatīvajam saturam izplatīties visā pasaulē ar neaptveramu ātrumu, sasniedzot dažādus cilvēkus - ne tikai akadēmiķus un zinātniekus, bet arī parastos lietotājus, ikvienu no mums.

Pēdējais minētais fakts ir viens no sociālo tīklu galvenajām priekšrocībām, jo sociālie tīkli pilda dažādas funkcijas:

- **Komunikācijas:** ļauj jums sazināties ar citiem lietotājiem vai uzņēmumiem uzreiz, nekavējoties, nodrošina divvirzienu komunikāciju, rezultātā nodrošinot arī raitu dialogu starp iesaistītajām pusēm.
- **Dalīšanās ar informāciju:** tā ir pamatfunkcija jebkurā sociālajā tīklā, kas tiek teicami nodrošināta, ļaujot nekavējoties apmainīties ar informāciju, kā arī reāllaikā to apspriest un atjaunināt.
- **Mārketinga:** sociālie tīkli ir veicinājuši to, kā uzņēmumi mūsdienās veido attiecības ar saviem klientiem (esošajiem un potenciālajiem), ņemot vērā, ka tie sniedz iespēju uzņēmumiem ar savu ekonomisko darbību un masveidā darīt zināmu savu mērķauditoriju, kā arī nodibināt ciešākas attiecības.
- **Izklaides:** protams, viena no sociālo tīklu funkcijām ir izklaides funkcija, un ne tikai priekš lietotājiem, kuri atjaunina informāciju par kādu tēmu sava prieka pēc, bet arī saistībā ar dažādām spēlēm, kas pieejamas sociālajos tīklos, kuru ietvaros nepieciešama cilvēku sadarbība, lai virzītos uz priekšu.

Domājot par sociālo tīklu klasifikāciju, jāņem vērā, ka faktori ir dažādi, uz kuriem pamatojoties var klasificēt sociālos tīklus, taču kopumā sociālos tīklus var iedalīt divos tipos :

- **Horizontālie sociālie tīkli:** tādi, kas apvieno lietotājus ar vairākām kopīgām interesēm ar nolūku vispārīgi iesaistīties dialogā par tām. Visplašāk pazīstamie šāda tipa sociālie tīkli ir:
 - **Facebook** : tas ir sociālais tīkls, kas izveidots 2004. gadā ar mērķi digitāli savienot gan tuvus, gan jebkur pasaulē esošus cilvēkus un ļaut ar tiem koplietot jebkāda veida informāciju - neatkarīgi no tā, vai

tas būtu dokuments, viedoklis, pieredze, fotoattēli vai videoklipi - privāti vai publiski.

- **Twitter** : Šis sociālais tīkls, kas izveidots 2006. gadā, ir vērsts uz īsiem un tiešiem ziņojumiem, jo katram ziņojumam ir ierobežots vārdu skaits, kam var pievienot arī saites, fotoattēlus un videoklipus, kas veicina faktu un ziņu publicēšanu norises brīdī. Tāpēc šis sociālais tīkls ir vērsts uz lietotāju informēšanu par svarīgākajiem notikumiem sabiedrībā kopumā vai kādas konkrētas personas ikdienas dzīvē.

- **Instagram** : Šis ir visstraujāk augošais sociālais tīkls, tāpēc tiek lēsts, ka drīz tas būs galvenais sociālais tīkls visā pasaulē. Tā panākumu galvenā atslēga ir iespēja publicēt gan šajā sociālajā tīklā, gan citos sociālajos tīklos fotoattēlus un videoklipus ar visdažādākajiem filtriem.

- **Vertikālie sociālie tīkli**: šie sociālie tīkli ir pretēji horizontālā tipa sociālajiem tīkliem, jo tie ir vērsti uz visu lietotāju interesi par konkrētu tēmu, iesaistot tos sarunās, tādējādi paplašinot tēmas. Uzskatāms piemērs šī tipa sociālajiem tīkliem ir:

- **LinkedIn**: sociālais tīkls, kas ir vērsts uz darba pasauli, kur informācija, ar ko dalās lietotāji, ir saistīta ar darbu, nodarbinātību. Šajā sociālajā tīklā varat sazināties ar tiem cilvēkiem un uzņēmumiem, kas saistīti ar jūsu darbu, dalīties pieredzē un viedokļos, kā arī publicēt savu mācību dzīvesgājuma aprakstu (CV) un meklēt darbu.

3. Emuāri

Emuārs attiecas uz personīgo dienasgrāmatu, ko ir rakstījis viens vai vairāki autori un ko pastāvīgi atjaunina, izmantojot hronoloģiski sakārtotus ierakstus, lai pirmais parādītos visjaunākais ieraksts (augšpusē esošais).

Termins “emuārs (blogs)” ir saistīts ar vārdu “tīmekļa žurnāls” - vārdu, ko Džorns Bangers izdomāja 1997. gadā un kas tapa par to terminu, ko mēs visi labi zinām šodien. Šis vārds ir attīstījies, lai apzīmētu noteiktas emuāra (bloga) funkcijas, piemēram, "emuāra rakstīšana (blogošana)", kas attiecas uz rakstīšanu emuārā, vai "Emuāra autors (blogotājs)", kas ir persona, kas raksta emuāru (blogu).

Bet tas, kas emuāru (blogu) patiešām padara interesantu, ir iespēja mijiedarboties ar lietotājiem, jo katrā emuāra ziņā vai ierakstā lietotāji var sniegt komentārus un paust viedokļus, apmainīties idejām ar emuāra (bloga) autoru, kā rezultātā tiek nodrošināta abpusēja komunikācija. Tādējādi tiek izveidota lietotāju kopiena ar vienādām interesēm un viedokļiem.

Emuārs (blogs) ļauj savstarpēji savienot saturu, jo katrs ieraksts vai ziņa ir marķēta ar vienu, diviem vai vairākiem atslēgvārdiem, kas saistīti ar attiecīgā ieraksta vai ziņas saturu, tādējādi ļaujot kategorizēt šo saturu un sakārtot to atbilstoši konkrētai tēmai, kā arī tie var būt sasaistīti ar citiem emuāriem (blogiem), kas saistīti ar konkrētā emuāra (bloga) tēmu vai vienkārši emuāra (bloga) autoram ir atzīmēti interesējošo emuāru (blogu) sarakstā. Viena no emuāra (bloga) lielākajām priekšrocībām ir iespēja emuāra (bloga) autoram to rakstīt un veidot sava prieka pēc, lai reklamētu savu personīgo zīmolu, vai darīt to korporatīvā līmenī, lai veicinātu korporatīvā zīmola attīstību, kā arī pat lai pelnītu naudu iztikas nodrošināšanai.

Pateicoties iepriekš minētajam, emuārs (blogs) sniedz “siltuma un saiknes sajūtu” tik “aukstā” pasaulē, kāds var būt tīmeklis, tāpēc šim sociālā tīkla veidam ir tik daudz sekotāju.

Dažādi emuāru (blogu) veidi, kurus mēs varam atrast, ir:

- **Personīgais emuārs (blogs):** tāds emuārs (blogs), kurā autors dalās un stāsta savu personīgo pieredzi, stāstus un domas, parasti pirmajā personā. Šāda veida emuāri (blogi) ir īpaši piemēroti, lai uzsāktu darbību šī veida sociālajā tīklā, jo jums ir jāpastāsta tikai tas, kas ar jums notiek ikdienā tā, lai tas piesaistītu citu uzmanību. Gluži pretēji, ja Jūsu mērķis ir nopelnīt naudas līdzekļus iztikas nodrošināšanai šādā veidā, tas nav pats piemērotākais emuāra (bloga) veids, jo diez vai ar šādu emuāru (blogu) varēsiet nopelnīt naudu, kā arī ir maz šāda veida emuāru (blogu), kas būtu šādi triumfējuši.

Šis, visticamāk, ir vispopulārākais un visvieglāk atpazīstamākais emuāra (bloga) veids, jo tieši pateicoties šī veida emuāriem (blogiem) emuāri (blogi) kā tādi parādījās un izplatījās tīmeklī.

- **Profesionāls emuārs (blogs):** varētu teikt, ka šis emuāra (bloga) veids ir mūsu personīgā emuāra (bloga) nobriedušākā versija, jo ar šo emuāru (blogu) mēs plānojam veicināt savu atpazīstamību darba pasaulē, tāpēc ieraksti un ziņas būs orientētas uz sektoru, kurā mēs esam nodarbināti, kā arī mērķis ir attīstīt un paplašināt dzīvesgājuma aprakstu un pieredzi.

Šī emuāra (bloga) mērķis ir veicināt sava personīgā zīmola attīstību - galu galā mēs visi esam nosacītā veidā “produkti” noteiktā vidē, īpaši darba vidē.

Īpaši svarīgi ir nodrošināt biežāku un lielāku publikāciju skaitu nekā personīgajā emuārā (blogā), kā arī piedāvāt kvalitatīvus pakalpojumus saviem “klientiem” (sekotājiem, apmeklētājiem).

- **Korporatīvais emuārs:** tas ir uzņēmuma izveidots emuārs (blogs), ar kura palīdzību uzņēmums vēlas izmantot emuāru (bloga) sniegto “cilvēciskā siltuma un saiknes sajūtu”, ko var radīt šāds emuārs (blogs), ļaujot

uzņēmumam izveidot ciešākas attiecības ar klientiem, lai tie kļūtu uzticīgi zīmolam, kā arī lai piesaistītu jaunus klientus.

Lai to izdarītu, šajos emuāros (blogos) tiek piedāvāta informācija par uzņēmumu, tā sasniegumiem, tiek sniegti padomi saistībā ar piedāvātajiem produktiem vai pārstāvēto nozari utt.

Kaut gan šāda veida blogi pašlaik nav ļoti izplatīti, kā arī emuāra (bloga) tēmas un ieraksti parasti nesniedz daudz iespējas klientiem, lai sniegtu savu viedokli.

- **DIY emuārs (dari pats):** Šis ir emuāra veids, kas pēdējos gados ir kļuvis populārs, jo cilvēki to izmanto, lai parādītu interneta vidē, kā veikt kāda veida praktisku nodarbi, piemēram, mācīties šūšanu, gatavot vai krāsot.

Šajā gadījumā monetizācijas jautājums ir vairāk saistīts ar izstrādājumu izgatavošanai nepieciešamo produktu pārdošanu, taču, tā kā šis emuāra (bloga) veids ir populārs, pastāv arī liela konkurence, lai piesaistītu sekotājus.

Emuāra (bloga) izveide mūsdienās nav sarežģīts process, jo internetā varat atrast daudz informācijas un pamācības saistībā ar sava emuāra (bloga) izveidi.

Bet vissvarīgākais šajā procesā ir zināt, kāda veida emuāru (blogu) vēlaties izveidot un kādi ir Jūsu mērķi saistībā ar šo emuāru (blogu), jo no tā būs atkarīgs, kāds šis emuārs (blogs) būs.

Otrs būtiskākais solis emuāra (bloga) izveidē ir izmantotās platformas izvēle, jo tās ir ļoti dažādas, ar atšķirīgiem raksturlielumiem un funkcionalitāti.

Dažas no populārākajām platformām:

- **WordPress:** pašlaik tā ir labākā vai vismaz viena no labākajām emuāru (blogu) izveides platformām, ņemot vērā tās pārvaldības vieglumu un ērtumu, labu pozicionēšanu saistībā ar meklētājprogrammām, labu klientu

apkalpošanu, kā arī tā ir pielāgojama mobilajām ierīcēm. Šī platforma ir pieejama bez maksas vietnē wordpress.com, kamēr par maksu tā pieejama wordpress.org, tāpēc esiet uzmanīgi.

- **Blogger:** tā ir Google izveidota platforma, lai veidotu emuārus (blogus) un tos glabātu mākonī, tāpēc par uzturēšanu nav jāmaksā. Šai platformai nav tik daudz funkciju un iespēju kā Wordpress, taču tā ir pilnībā bezmaksas, ērti lietojama, nav nepieciešamas priekšzināšanas, kā arī Jums ir piekļuve citiem Google pakalpojumiem.

- **Wix:** šī platforma sākotnēji tika radīta tīmekļa vietņu izveidei mākonī, taču tā ļauj arī vienkāršā veidā izveidot emuārus (blogus), izvēloties no dažādām veidnēm. Platforma ir pielāgota arī mobilajām ierīcēm, kā arī Jūs varat izvēlēties starp bezmaksas vai maksas versiju.

3.1. Emuāra (bloga) elementi

Emuāriem (blogiem) ir kopīga virkne elementu, kas tos atšķir no citiem tīmekļa pakalpojumiem, kā arī padara tos par kaut ko īpašu un pārsteidzošu lietotājiem, un šis aspekts ļauj tos apvienot vienā sfērā - tādā kā "blogsfera".

Šos elementus var vispārīgi klasificēt divos līmeņos: virspusējā līmenī, kur tiek atspoguļoti tie elementi, kas saistīti ar emuāra (bloga) struktūru un tā izkārtojumu, tāpat kā emuāra (bloga) attēls, kas tiek parādīts lietotājiem; un padziļinātā līmenī, kas vērsts uz dažāda veida satura tipiem, ko mēs varam atrast emuārā (blogā), kā arī saistībā ar saturisko sasaisti.

Virspusējā līmenī:

- **Galvene:** šeit tiek attēlots emuāra (bloga) nosaukums.
- **Galvenā daļa:** tā atrodas zem galvenes un ir vissvarīgākā emuāra (bloga) daļa, jo tajā ieraksti un komentāri parādās hronoloģiskā secībā.

- **Sānu izvēlne:** tā atrodas emuāra (bloga) malā un ļauj ātri pārvietoties starp emuāra (bloga) ierakstiem, kā arī saistībā ar ierakstu tematiku un publicēšanas datumiem.
- **Emuāra (bloga) kājene:** tā ir vieta, kur tiek apkopota informācija par serveri un izmantoto veidni, kā arī citi dati, ko autors vēlas norādīt.

Padziļinātajā līmenī:

- **Saturs:** tas saistīts ar emuāra (bloga) autora mērķiem, to var attēlot dažādos veidos - gan kā tekstu, fotoattēlu vai video formātā. Jauns saturs, kas tiek pievienots, tiek saukts par ierakstu vai tādu ierakstu, kam vienmēr tiek pievienots publicēšanas datums, nosaukums un atbilstošais saturs.
- **Komentāri:** tas ir neatņemams emuāru (blogu) elements, kā arī tas ir elements, kas emuārus (blogus) padarīja populārus, jo tas ļauj iesaistīties arī citiem lietotājiem, ne tikai emuāra (bloga) autoram, tādējādi atklājot viedokļus, papildinot informāciju, kā arī sniedz iespēju uzsākt debates, bagātinot abu pušu pieredzi.
- **Saites:** šis elements ļauj izveidot saites, kas saistītas ar konkrētiem ierakstiem, lai varētu uz ierakstiem atsaukties, vienlaikus ļaujot savienot savu emuāru (blogu) ar citiem emuāriem (blogiem), kas veicina "blogsferas" attīstību.

4. Vikivietnes (Wiki)

Termins "Wiki" radies no Havaju valodas un nozīmē "ātri", un Vards Kuninghams pirmo reizi to izmantoja 1995. gadā, lai atsauktos uz tīmekļa vietnēm, kuru saturu var rediģēt vairāki lietotāji no jebkuras vietas pasaulē. Konkrētāk - tā ir uz sadarbību vērsta un veidota tīmekļa vietne, kurā dažādi lietotāji var pievienot, rediģēt un pat dzēst saturu.

Vislabāk zināmais šāda veida pakalpojuma piemērs ir "Vikipēdija" (Wikipedia) – tīmekļa vietne, kurā iekļauta bezmaksas un atvērta enciklopēdija, kuru 2001. gadā izveidoja Džimijs Velšs un Lerijs Sendžers, kuras ietvaros lietotāji izveido un atjaunina saturu.

Šis pakalpojums tiek plaši izmantots izglītības sfērā, jo tas ļauj veidot saturu, sadarbojoties skolotājiem un skolēniem, kā arī ļauj izveidot glosārijus, dalīties viedokļos un pieredzē, kā arī izveidot ar izglītību saistītus materiālus un rakstītus tekstus. Tādā veidā skolēni un skolotāji var būt līdzatbildīgi dažādu projektu īstenošanā.

Lai gan tie var šķist vienādi, emuāri (blogi) un vikivietnes (wiki) ir atšķirīgi, jo, kamēr emuāram (blogam) parasti ir tikai viens autors un lietotāju komentāri, vikivietnēs (wikis) visi lietotāji ir autori, tiem ir vienāds tiesību līmenis. Turklāt vikivietnēs (wikis) ieraksti netiek kārtoti hronoloģiskā secībā, kā arī uz tiem var būt norādītas saites gan iekšēji, gan ārēji (iekšējās, ārējās saites).

Vikivietnes (wiki) raksturlielumi ir šādi:

- Informācijas tūlītēja publicēšana, izmantojot tikai tīmekļa pārlūkprogrammu.
- Piekļuves kontrole un rediģēšanas atļaujas.
- To lietotāju reģistrācija, kuri rediģē informāciju vikivietnē (wiki).
- Piekļuve versijām pirms pēdējās modificēšanas, kā arī to atjaunošana.
- Iespēja augšupielādēt un saglabāt dokumentus un dažāda tipa failus.
- Saite uz ārējām lapām.

5. Forumi

Foruma koncepcija radusies senajā Romā, kur cilvēki pulcējās noteiktā vietā, ārpus konkrētas telpas sienām, lai runātu par un apspriestu noteiktu tēmu.

Šī ideja par tikšanos, lai runātu par konkrētu tēmu, joprojām ir aktuāla arī mūsdienās - gan klātienē, lai, piemēram, satiktu kādu noteiktu cilvēku grupu konkrētā ēkā, gan virtuāli, kad cilvēki pievienojas konkrētai tīmekļa vietai, lai apspriestu kādu tēmu. Parasti forumu pārvalda moderators - gan klātienē, kur moderators koncentrējas uz runāšanas secības ievērošanu, gan virtuāli, kur viņš spēj apturēt iejaukšanos vai uzlikt veto kādam dalībniekam.

Atšķirībā no forumiem klātienē formātā, kur cilvēki var fiziski redzēt Jūs, Jūsu izteiksmes veidu un toni, interneta forumos ir svarīgi, lai jūsu profils būtu pietiekami detalizēti izveidots, jo tas ir tas tēls, ko citi redzēs un ar ko Jūs identificēs, kas arī var sniegt Jums dažādas priekšrocības, piemēram :

- Veicināt citu uzticību.
- Varat veicināt sava zīmola atpazīstamību savā nozarē.
- Varat uzklaut lietotāju viedokļus, kas saistīti ar jūsu nozari.
- Varat apzināt konkurentus.
- Varat sekot līdzi jaunumiem.
- Varat kontaktēties ar ietekmīgiem cilvēkiem.

Var izšķirt trīs veidu forumus:

- **Publiskis forums:** visi lietotāji var piedalīties bez reģistrēšanās, tas ir - visi var lasīt un nosūtīt ziņojumus.
- **Aizsargāts forums:** ziņojumus var nosūtīt tikai reģistrētie lietotāji, tāpēc, lai piedalītos debatēs, ir jāreģistrējas.

- **Privāts forums:** to izveido administrators, tāpēc tieši viņam ir tiesības akceptētu debašu dalībniekus - bez administratora atļaujas Jūs nevarat iekļūt forumā.

6. Tūlītējās ziņojumapmaiņas lietotnes

Interneta ziņojumapmaiņa, ko parasti dēvē par tūlītējo ziņojumapmaiņu, ir, kā norāda tās nosaukums, divu vai vairāku cilvēku spēja sazināties reāllaikā, izmantojot jaunākās tehnoloģijas.

Viens no uzskatāmākajiem šīs reāllaika komunikācijas piemēriem ir e-pasts, kas, kā tika apskatīts vienā no iepriekšējiem moduļiem, ir iemantojis lielu popularitāti un kļuvis par neatņemamu instrumentu cilvēka darba un ikdienas dzīvē.

Tomēr e-pasts nav vienīgais ziņojumapmaiņas līdzeklis internetā, ir daudz citu lietotņu un lietojumprogrammu, kas pilda šo funkciju. Turklāt dažas no šīm lietotnēm pēdējos gados ir sasniegušas sabiedrībā tik lielu popularitātes un atpazīstamības līmeni, ka mūsdienās nav iedomājams tas, ka cilvēks šīs lietotnes varētu neizmantot ikdienas darbā.

- **WhatsApp** : Šī lietotne tika izstrādāta 2009. gadā ar mērķi ļaut lietotājam sūtīt ziņojumus un kopīgot statusu. Turklāt laika gaitā lietotne tika uzlabota, lai kopīgotu attēlus, videoklipus, kontaktinformāciju un pat kādas vietas vai konkrētas personas atrašanās vietu.

Ņemot vērā tās lielo popularitāti un izplatību sabiedrībā (kā vienai no pirmajām mobilajām lietotnēm tūlītējai ziņojumapmaiņai), 2014. gadā to iegādājās uzņēmums Facebook .

Galvenā WhatsApp funkcionalitāte:

- WhatsApp ir bezmaksas lietotne, kas pieejama Play Store (viedtālruniem ar Android operētājsistēmu) un App Store (viedtālruniem ar iOS operētājsistēmu).
- Lietotnē nav iekļautas reklāmas, tas ir – netiek rādītas nekāda veida reklāmas lietotnes izmantošanas laikā.
- Tā kā lietotnē nav iekļautas reklāmas, tā savā darbībā ir ātrāka nekā citas, jo nav jāielādē šāda veida (reklāmas) saturs.
- Ziņojumi tiek šifrēti, lai tos varētu izlasīt tikai saņēmējs.
- Var uzzināt ziņojuma statusu, tas ir - vai ziņojums ir veiksmīgi nosūtīts, sasniedzis galamērķi vai izlasīts/neizlasīts.
- **Hangouts** : Hangouts ir starpplatformu ziņojumapmaiņas rīks, ko piedāvā Google, un viena no tā galvenajām priekšrocībām ir tā, ka tas ļauj Jums veikt gan individuālas, gan grupas videokonferences. Var klasificēt divus dažādus Hangouts veidus:
 - **Privātas videokonferences**, kurās var piedalīties ne vairāk kā 10 dalībnieki.
 - **Tiešraides videokonferences**, izmantojot platformu YouTube, kas ļauj sasniegt neierobežotu cilvēku skaitu.

2019. gada februārī Google paziņoja par jaunu rīku, kas vērsts uz uzņēmumu darbības atvieglošanu. Šis rīks ir Hangouts Chat (tērzētava) - tas ir tūlītējās ziņojumapmaiņas rīks, kas vērsts uz to, lai palīdzētu lielām cilvēku grupām veiksmīgi noslēgt projektus.

Hangouts Chat (tērzētavas) galvenās funkcijas ir šādas :

- Piedāvā virtuālas tērzētavas daļas jeb “istabas” ar ietilpību līdz 8000 cilvēkiem.

- Ne visi dalībnieki ir cilvēki, ir arī tērzēšanas roboti.
- Roboti var izpildīt pavēles, kuras tiem tiek dotas.
- Pieejams tikai G Suite lietotājiem.
- **Telegram:** tā ir 2013. gadā izstrādāta tūlītējās ziņojumapmaiņas lietotne, kuras mērķis bija atņemt dominējošo lomu lietotnei WhatsApp tirgū. Lai gan WhatsApp lietotāju skaits ievērojami pārsniedz Telegram lietotāju skaitu, lietotne Telegram pamazām gūst arvien lielāku popularitāti, piedāvājot WhatsApp lietotnei ļoti līdzīgus pakalpojumus un funkcijas, kā arī paplašinot dažās no piedāvātajām funkcijām.

Tā kā Telegram nodrošina gandrīz tādu pašu funkcionalitāti kā WhatsApp, zemāk izdalītas atšķirības par labu Telegram lietotnei:

- **Ierīces:** Telegram var lietot jebkurā ierīcē neatkarīgi no tā, vai tas ir viedtālrunis, planšetdators vai personālais dators, savukārt WhatsApp nav izstrādāts darbam ar datoru. Tādēļ WhatsApp ir izveidojis tīmekļa versiju darbam Jūsu datorā, tomēr, lai varētu izmantot šo pakalpojumu, mobilajā tālrunī ir jābūt aktīvam šīs lietotnes lietotāja kontam.
- **Interneta patēriņš:** lai gan abas lietotnes patērē mazu interneta apjomu (gandrīz nenozīmīgu), Telegram interneta apjoma patēriņš ir gandrīz uz pusi mazāks nekā WhatsApp.
- **Grupas:** abas lietotnes (gan Telegram, gan WhatsApp) piedāvā iespēju izveidot lietotnē grupas, tomēr šo grupu limits starp abām lietotnēm ievērojami atšķiras. Lietotnē WhatsApp iespējams izveidot grupas līdz aptuveni 250 cilvēkiem, savukārt lietotnē Telegram šo robežu ir daudz augstāka - līdz pat 200 000 cilvēkiem.

- **Drošība:** jau iepriekš ir uzsvērts lieliskais programmēšanas darbs WhatsApp lietotnes kontekstā, taču Telegram ir iespēja automātiski dzēst sarunas vai slepeno tērzēšanu.

6.1. Reģistrēšana tūlītējās ziņojumapmaiņas lietotnēs

Vienkāršā veidā var definēt, ka tūlītējās ziņojumapmaiņas lietotnes funkcionē šādi:

- Vispirms pierakstieties tūlītējās ziņojumapmaiņas lietotnē, kuru izmantosiet, tāpēc nāksies ievadīt lietotājvārdu un paroli. Parasti viedtālrunī sesija vienmēr paliks atvērta, tāpēc Jums nebūs jāievada paroli katru reizi, kad atvērsiet lietotni.
- Programma izveidos savienojumu ar serveri, izmantojot interneta savienojumu un konkrētu pašas lietotnes protokolu.
- Minētais serveris noteiks Jūsu identitāti.
- Tiks izveidots ieraksts, izmantojot Jūsu savienojumu un kontaktu sarakstu.
- Izmantojot šo reģistrācijas procesu, serveris var noteikt, kad Jūsu kontaktpersonas izmanto lietotni, un “ziņot” par šo situāciju lietotnei, kas pārsūtīs Jums šo informāciju, parasti izmantojot statusa paziņojumu - "tiešsaistē".
- Tāpat Jūsu kontaktpersonas zinās, kad esat izveidojis savienojumu ar lietotni (kad esat tiešsaistē) un kad neesat.
- Turklāt šis ieraksts ļauj serverim noteikt Jūsu un attiecīgi kontaktpersonu IP adresi, tādējādi, rakstot ziņojumu kādam no savām kontaktpersonām, lietotne “zina”, kur nosūtīt šo ziņojumu.

Kopsavilkums

Šajā modulī ir apskatīta informācija par dažādām platformām, lietotnēm vai pakalpojumiem, lai dalītos ar informāciju internetā, starp kuriem izceļas sociālie tīkli, kas tiek definēti kā vietne, kuras ietvaros iespējama saziņa reāllaikā starp dažādiem lietotājiem vienā un tajā pašā virtuālajā telpā, apmainoties ar informāciju, fotogrāfijām, video vai audio failiem, iesaistoties sarunā vai debatēs par kādu tēmu.

No otras puses - internetā ir emuāri (personīgās dienasgrāmatas), kuros varat dalīties ar informāciju par kādu konkrētu tēmu, piemēram, savu personīgo dzīvi, darbu, pārtiku, mākslu utt.

Kā arī Vikivietnes (wiki) un forumi – vikivietnes (wiki) ir vietnes, kurās daudzi cilvēki var augšupielādēt saturu, labākais piemērs šim ir Vikipēdija (Wikipedia), savukārt forumi ir vietnes, kas vērstas uz dalīšanos ar viedokļiem un to apspriešanu.

Visbeidzot, ir tūlītējās ziņojumapmaiņas lietotnes, kas ļauj diviem vai vairāk cilvēkiem sazināties reāllaikā, izmantojot viedtālruņus un jaunākās tehnoloģijas, neatkarīgi no attāluma, kas abus cilvēkus šķir. Populārākās no tām ir WhatsApp, Telegram, Google Hangouts.

Bibliografía

- Anderson, P. (2007). *Entienda la Web 2.0 y sus principales servicios*. Eduteka: <http://eduteka.icesi.edu.co/articulos/Web20Intro>
- Cajal, M. (2017). *Qué es una red social: Tipos de redes sociales y para qué sirven*. Mabel Cajal, Marketing y turismo digital: <https://www.mabelcajal.com/2017/06/que-es-una-red-social-tipos-redes-sociales-para-que-sirven.html/>
- Rosillo Polo, A. (n.d.). *¿Qué son las redes sociales? ¿Para qué sirven? Funcionalidad e historia*. Ángel Rosillo Pollo: <https://www.angelrp.com/que-son-las-redes-sociales/>
- Gómez Salazar, A. (2009). *Foros de discusión en línea*. Universidad Icesi: <http://www.icesi.edu.co/blogs/egatic/2009/03/20/foros-de-discusion-en-linea/>
- Enrech, N. (2016). *Los foros: qué son, para qué sirven y como utilizarlos*. Enosocialmedia: <https://enosocialmedia.com/2016/04/18/los-foros-que-son-para-que-sirven-y-como-utilizarlos/>
- Lopez, B. (2019). *¿Qué es un Blog? La guía completa*. Ciudadano 2.0: <https://www.ciudadano2cero.com/que-es-un-blog/>
- Trabajo nómada (n.d.) *Tipos de Blogs en Internet ¿Con cuál te quedas?*: <https://trabajonomada.com/tipos-de-blog/>
- Euroresidentes (n.d.) *Partes y estructura de un Blog*: <https://www.euroresidentes.com/Blogs/Bitacoras/partes-blogs.htm>