



# SMM4WIN

**Social media marketing skills for fostering the inclusion and employability of young people with disabilities**

**Project KA205-AEF89D3BP**

*levads sociālajos medijos*



Pirms sākt darbu ar sociālajiem medijiem, ir lietderīgi iepazīstināt ar dažiem priekšstatiem par internetu un globālā tīmekļa attīstību.



Kopš 1989. gada beigām, kad to izveidoja Tims Berners-Lī, internets ir attīstījies četros galvenajos posmos (Choudhury, 2014), proti, dokumentu tīmeklī (Web 1.0), cilvēku tīmeklī (Web 2.0), datu tīmeklī (Web of Data). Web 3.0) un tagad arī lietu tīmeklis (Web 4.0).



## Galvenās atšķirības starp Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0

Web 1.0	Web 2.0	Web 3.0	Web 4.0
1996-2004	2002-2016	2006+	2014+
Tikai lasīšanai	Lasīšanai un rakstīšanai	Izpildāmais tīmeklis	Sadarbīgspējīgs tīmeklis
Links	Lietotāju līdzdalība un mijiedarbība	Saprotams saturs	Pilns pieslēgums
Tīmekļa vietnes	Sociālie tīkli	Semantisks tīmeklis	Lietu internets
Viena virziena	Divu virzienu	Daudzlietotāju, virtuāla vide	Daudzslāņu virtuālā vide
Statisks saturs	Dinamisks saturs	Izlūkošanas analīze	Izlūkošanas darbības



**Web 1.0** jeb “tikai lasāms tīmeklis” bija pasīvs, statisks un vienvirziena līdzeklis. To raksturoja spēcīga nošķirtība starp informācijas sniedzējiem un lietotājiem, kurus uzskatīja tikai par pasīviem informācijas saņēmējiem.

**Web 2.0** ieviesa mijiedarbību starp lietotājiem un starp lietotājiem un saturu. To raksturoja sociālo tīklu vietnes. Tīmekli ātri aizpildīja daudzas sociālās platformas (piemēram, Facebook, Twitter, YouTube, Instagram u.c.), kas sniedza parastajiem lietotājiem iespēju izveidot, augšupielādēt vai pārskatīt saturu.



**Web 3.0**, kas pazīstams arī kā semantiskais tīmeklis, raksturoja iezīmēšanas valodu, piemēram, Resource Definition Framework (RDF) izmantošana, lai programma padarītu datus lasāmus.

**Web 4.0** pamatā bija bezvadu komunikācija (mobilās ierīces vai datori), kas savieno cilvēkus un objektus, kā arī integrēja fizisko un virtuālo pasauli reāllaikā. Piemēram, autonomās automašīnas apvieno sensorus un programmatūru, lai kontrolētu, pārvietotos un vadītu transportlīdzekļus, un tādi uzņēmumi kā Google, Uber, Tesla un Nissan izstrādā pašbraukšanas tehnoloģijas. Jo īpaši Google izstrādāja prototipu, kurā ir integrēti lāzeri, radars, lieljaudas kameras un hidrolokatori.



## Web 2.0 elementi

- Wikis: vietnes, kas ļauj lietotājiem sniegt ieguldījumu, sadarboties un rediģēt vietnes saturu. Wikipedia ir viena no vecākajām un pazīstamākajām vietnēm, kuru pamatā ir viki.
- Programmatūras kā pakalpojuma (SaaS), tīmekļa lietotņu un mākoņdatošanas pieaugošā izplatība, nevis lokāli instalētas programmas un pakalpojumi.
- Mobilā skaitļošana, kas pazīstama arī kā nomaditāte, ir tendence lietotājiem izveidot savienojumu no jebkuras vietas. Šo tendenci veicina viedtālrunu, planšetdatoru un citu mobilo ierīču izplatība kopā ar viegli pieejamiem Wi-Fi tīkliem.
- Sajaukšana: tīmekļa lapas vai lietojumprogrammas, kurās ir integrēti papildu elementi no diviem vai vairākiem avotiem.



## Web 2.0 elementi

- Sociālie tīkli: uzņēmējdarbības un/vai sociālo kontaktu skaita paplašināšanas prakse, veidojot sakarus ar indivīdu starpniecību.
- Sadarbības centieni, kas pamatojas uz spēju sasniegt lielu dalībnieku skaitu un viņu kolektīvos resursus, piemēram, kolektīvā piegāde, kopfinansēšana un kolektīvās palīdzības testēšana.
- Lietotāju radīts saturs : rakstīšana, attēli, audio un video saturs, cita starpā, ir brīvi pieejams tiešsaistē, un to veido personas.
- Vienotie sakari (Unified Communications — UC): vairāku veidu zvanu un multivides/starpvides ziņojumu pārvaldības funkciju integrācija, ko kontrolē individuāls lietotājs gan biznesa, gan sociālajiem nolūkiem.
- Sociālā pārvaldīšana: kopīga satura kopīgošana, kas organizēta ap vienu vai vairākām konkrētām tēmām.





## Web 2.0 elementi

- Crowdsourcing, crowdfunding un crowdsourcing testēšana.
- Vienotie sakari (Unified Communications — UC): vairāku veidu zvanu un multivides/starpvides ziņojumu pārvaldības funkciju integrācija, ko kontrolē individuāls lietotājs gan biznesa, gan sociālajiem nolūkiem.



## 4.0 industrija

Pastāv plaša vienprātība, ka ir sākusies ceturtnā industriālā revolūcija.



## Četras industriālās revolūcijas

- Pirmajai industriālajai revolūcijai bija raksturīga ar ūdeni un tvaiku darbināmu mašīnu izmantošana un optimizētāku darbu formu ieviešana.
- Otro industriālo revolūciju raksturoja tērauda ieviešana un elektroenerģijas izmantošana rūpnīcās, kā arī jauni produktivitātes veidi.
- trešo industriālo revolūciju raksturoja arvien lielāka elektroniskās un digitālo tehnoloģiju informāciju rūpnīcās.
- ceturto industriālo revolūciju raksturoja augsts savstarpējās savienojamības līmenis, piekļuve reāllaika datiem un kiberfizisko sistēmu ieviešana.



## **Interneta pārlūkprogrammas un meklētājprogrammas**

Pārlūks ir programmatūra, kas tiek izmantota, lai piekļūtu internetam. Izmantojot pārlūkprogrammu, varat apmeklēt vietnes un veikt tajās darbības, piemēram, pieteikties, skatīt multividi, izveidot saites no vienas vietnes uz citu, apmeklēt vienu lapu no citas, drukāt, sūtīt un saņemt e-pastu, kā arī daudzas citas darbības.



## **Interneta pārlūkprogrammas un meklētājprogrammas**

Tirgū vizizplatītākās pārlūkprogrammu programmatūras ir: Microsoft Internet Explorer, Google Chrome, Mozilla Firefox, Apple Safari un Opera. Pārlūka pieejamība ir atkarīga no jūsu datorā izmantotās operētājsistēmas (piemēram, Microsoft Windows, Linux, Ubuntu, Mac OS, citas).



## **Tīmekļa lapa, vietne, tīmekļa serveris un meklētājprogramma**

- Tīmekļa lapa ir dokuments, ko var parādīt, izmantojot tīmekļa pārlūkprogrammu, piemēram, Firefox, Google Chrome, Opera vai Microsoft Internet Explorer, Safari.
- Vietne ir tīmekļa lapu kolekcija, kas ir sagrupētas un parasti dažādos veidos savienotas. Bieži tiek saukta par "tīmekļa vietni" vai vienkārši "vietni".
- Tīmekļa serveris ir dators, kas mitina vietni internetā.
- Meklētājprogramma ir tīmekļa pakalpojums, kas palīdz atrast tīmekļa lapas, piemēram, Google, Bing vai Yahoo. Meklētājprogrammām parasti var piekļūt, izmantojot tīmekļa pārlūkprogrammu (piemēram, varat veikt meklētājprogrammu meklēšanu tieši Firefox, Chrome u.c. adreses joslā) vai tīmekļa lapā (piemēram, bing.com vai duckduckgo.com).



## Sociālie tīkli

Pēdējo divu desmitgažu laikā interneta izaugsme visās mūsdienu sabiedrības jomās ir bijusi iespaidīga. Digitālo mediju ietekme ir bijusi bezprecedenta. Interneta lietotāji vienlaikus var būt gan satura patērētāji, gan satura veidotāji, tieši uzrunājot lielu skaitu citu potenciālo lietotāju.



## Interneta anonimitāte

Vai internetā ir iespējams būt anonīmam? Vai var maskēt savu identitāti, izmantojot segvārdus, pseidonīmus un līdzīgus trikus?





## Anonīmie sociālie tīkli

Nesen anonīmie sociālie tīkli fiksēja īstu uzplaukumu. Lietotņu skaits, kas ļauj lietotājiem sūtīt ziņojumus, neatklājot savu īsto vārdu, ir palielinājies. Dažas no visbiežāk izmantotajām lietotnēm padara ziņojumu saturu redzamu visiem vai tikai ierobežotam lietotāju skaitam, piemēram, nosakot ģeogrāfiskus ierobežojumus.



## Lietotāju profili internet

Facebook ļauj lietotājiem izveidot savu profilu bez maksas, un pēc tam viņi var izveidot savienojumu ar dažādiem cilvēkiem, kuri ir sakārtoti četrās kategorijās: reģionā, koledžā, darbavietā un vidusskola, izmantojot meklētājprogrammu vai tīmekļa e-pasta kontu. Lietotāji var publicēt attēlus, videoklipus, multividi kopā ar citiem, un draugi var redzēt un komentēt katru ziņu. Privātums tiek saglabāts publicētajiem attēliem, piemēram, to var redzēt tikai draugi vai neviens nevar lejupielādēt attēlu un tā tālāk. Google+ ir vēl viena sociālā tīkla vietne, kurā lietotājs var publicēt attēlus ar vienu lietotāju vai grupām/kopienām.



## Sociālo mediju nozīme

Sociālajiem saziņas līdzekļiem ir izšķiroša nozīme cilvēku savienošanā un attiecību veidošanā, ne tikai ar galvenajiem ietekmētājiem un žurnālistiem, kas atspoguļo jūsu uzņēmuma nozari, bet arī sniedz lielisku iespēju izveidot klientu apkalpošanu, apkopojot informāciju, atbildot uz jautājumiem un uz klausot viņu atsauksmes.



## Sociālo mediju priekšrocības un trūkumi

Sociālie saziņas līdzekļi var būt noderīgs rīks uzņēmumiem, sniedzot priekšrocības, piemēram, piesaistot auditoriju un palielinot vietnes trafiku. Tomēr var būt arī trūkumi, tostarp nepieciešamie resursi un negatīvas atsauksmes.



## **Sociālo mediju priekšrocība**

Jūs sasniedzat lielu auditoriju.

Jums ir tieša saikne ar savu auditoriju.

Varat izveidot organisko saturu.

Jums ir piekļuve maksas reklamēšanas pakalpojumiem.

Jūs veidojat savu zīmolu.

Jūs virzāt trafiku uz savu vietni.

Varat novērtēt savu sniegumu.



## Sociālo mediju trūkumi

Sociālo tīklu trūkumi ir daudz dziļāki nekā privātums un drošība.

Sociālie mediji ir atvērts lauks, kurā ikviens var publicēt jebko par visu. Tas nozīmē, ka jūsu klātbūtne šeit neatšķiras no sevis pakļaušanas gan labajiem, gan sliktajiem cilvēkiem.

Sociālie mediji ir laikietilpīgi, jo tie var aizņemt daudz lietotāju laika tērzēšanai, attēlu apmaiņai utt.