**Tradicionālo un sociālo mediju skaidrojošā vārdnīca**

**Web-aukle** – sniedz iespēju ar interneta palīdzību vērot to, kas notiek mājās. Mamma arī no virtuves var redzēt, ko bērni dara istabā.

**Ekrāns** – tajā tu skaties multiplikācijas filmas. Savukārt interaktīvais ekrāns ir tāds ekrāns, ar kura palīdzību tu vari vadīt, piemēram, telefonu, nospiežot attiecīgu attēlu tieši uz ekrāna.

**Sociālie mediji** – cilvēki var dalīties ar informāciju, piemēram, par to, kā jūtas, ne tikai mutiski pastāstot to citiem, bet arī uzrakstot par to īpašās interneta vietnēs, ievietojot fotogrāfijas vai video. Tur to var redzēt uzreiz daudzi cilvēki, tostarp arī nepazīstami, un tas var būt bīstami. Pirms reģistrējies kādā sociālā medijā, palūdz, lai mamma un tētis tev vairāk pastāsta par uzvedības noteikumiem internetā. Tas tev palīdzēs izvairīties no nepatīkamiem starpgadījumiem.

**Personīgā informācija** – tā ir informācija, kas attiecas uz tevi un tavu ģimeni: jūsu adrese, kur un par ko strādā vecāki, kāds ir viņu darbalaiks, kas ietilpst tavā ģimenē, kur mājās glabājas nauda un dārglietas, cik bieži jūsu mājās ciemojas draugi un kas viņi ir. Nekad nepublicē dokumentu fotogrāfijas – ne savu, ne savu vecāku.

**Drošības sistēma** – nevienam nevajadzētu izpaust, kāda parole ir jūsu mājas signalizācijai, ja tāda ir. Cik slēdzeņu ir ārdurvīm, vai mājai ir apsardze un cikos apsargs dodas mājās. Ja kāds piepeši interesējas par šīm lietām, pastāsti par to vecākiem.

**Zinātniskā literatūra** – grāmatas un citi izdevumi, kurus zinātnieki raksta citiem zinātniekiem. Dažreiz tos grūti izprast arī pašiem zinātniekiem.

**Manipulācija ar apziņu** – reizēm var likt kādam ne tikai kaut ko izdarīt (piemēram, sakārtot istabu), bet arī panākt to, ka cilvēks sakārto istabu un ir pārliecināts, ka viņš to ir apņēmies pats, kaut gan viņa vietā to ir izdomājis kāds cits.

**Mīts** – lielākoties izdomāts stāsts vai leģenda, kas kļuvusi tik ierasta, ka daudzi to vairs neuzskata par izdomu.

**Vikipēdija** – populāra interneta enciklopēdija (liela skaidrojoša vārdnīca), kurā var atrast, ko nozīmē tas vai cits vārds. Tās rakstus sacer nevis speciālisti, bet vienkārši lietotāji, tāpēc tur var būt nejauši vai speciāli pieļautas kļūdas.

**Rediģēt enciklopēdiju** – tas nozīmē rakstīt tur kaut ko pašam, izlabot informāciju vai pierakstīt kaut ko klāt no jauna.

**Tradicionālie mediji (masu informācijas līdzekļi)** – drukātie mediji, t. i., avīzes un žurnāli, kā arī radio un televīzija (turklāt to var skatīties gan planšetē, gan vecmāmiņas dzīvojamā istabā).

**Jaunie mediji** – tie arī ir masu informācijas līdzekļi, tikai tos var skatīt lielākoties datorā, telefonā un planšetē, starp tiem gan trāpās arī tradicionālie mediji.

**Informācijas kanāls** – ar tā palīdzību mēs uzzinām jaunumus – izlasot (avīzē, žurnālā, telefonā vai datorā), dzirdot radio vai televīzijā, vai sociālais medijs internetā vai noskatoties – tas var būt ziņu portāls (tur stāsta par dažādiem notikumiem un cilvēkiem) vai televīzijā.

**Socioloģiskā aptauja** – var aptaujāt cilvēkus un uzzināt, ko viņi domā un kas viņiem patīk. Tamlīdzīgu aptauju var veikt ģimenē, klasesbiedru vidū un pat visā valstī (tiesa tad aptaujāti netiek visi, bet tikai daļa cilvēku, ko izraugās pēc speciālas formulas, tomēr atbilde ir tāda, it kā aptaujāti būtu visi).

**Reitings** – tās vai citas programmas, grāmatas vai pat multiplikācijas varoņu popularitāte. Ja klasē ir 20 bērnu un 15 no viņiem patīk „Sūklis Bobs”, bet 11 – „Auniņš Šons”, tad filmas „Sūklis Bobs” reitings ir augstāks, proti, tā ir populārāka.

**Falsificēt** – tas nozīmē viltot faktus, sagudrotas lietas uzdot par patiesām.

**Redaktors** – medija kolektīva vai redakcijas darbinieks. Viņš dod žurnālistiem uzdevumus un pārbauda padarīto.

**Reportieris** – redakcijas darbinieks žurnālists, kurš dodas uz notikuma vietu, apkopo informāciju un pēc tam sagatavo par to stāstu portālam, avīzei, radio vai televīzijai – vārdu sakot, medijiem.

**Tuvplāns** – tas ir tad, ja tu fotografē savu rotaļu sunīti tā, lai kadrā parādās tikai viņa purns un labi var izpētīt ūsas un acis, taču fotogrāfijā nav redzama ne istaba, ne arī suņa augums ar ķepām un asti.

**Kopplāns** – kad kadrā ir gan ķepas, gan aste, tāpat arī bļodiņa, ledusskapis un visa pārējā virtuve, bet, ja labi ieskatās, var redzēt arī sniegu aiz loga.

**Zinātnisks raksts** – atceries, mēs jau runājām par zinātnisko literatūru? Zinātiskie raksti (tādi kā stāsti par noteiktu tēmu, kas domāti zinātniekiem) tiek publicēti zinātniskajos izdevumos.

**Sižets** – šajā gadījumā tas ir dažu minūšu garš videostāsts par kādu notikumu vai cilvēku. To veido žurnālists, kurš saņēmis redaktora uzdevumu (žurnālisti reizēm strādā, arī nesaņemot uzdevumu no redaktora).

**Zinātniskās konferences un kongresi** – tās ir tādas vietas, kur zinātnieki satiekas, lai apspriestu savus zinātniskos darbus un paklausītos citu pētnieku priekšlasījumus.

**Tīmekļa vietnes izveidošana** – internetā var ne tikai lasīt un skatīties to, ko publicējuši citi, bet publicēties arī pašam. Piemēram, var izveidot lapu par tēmu, kas tevi interesē (piemēram, saldējumu), un citi varēs atrast un izlasīt, ko tu par saldējumu esi uzrakstījis.

**Treknraksts (bolds)** – teksts var būt vienmērīgs, ar līdzīgiem burtiem, bet reizēm atsevišķas teksta daļas var izcelt, pasvītrot, slīpināt (tas standartprogrammā tiek saukts par itāliku) vai tekstu padarīt treknāku. Lūk, tieši šāds „treknināts” teksta izcēlums tiek saukts par boldu.

**Preses relīze** – lai ieinteresētu redaktoru vai žurnālisu savā notikumā un lai tas parādītos medijos, var uzrakstīt preses relīzi un nosūtīt to redakcijai, žurnālistam vai ziņu aģentūrai.

**Ziņu aģentūra** – tā ir tāda aģentūra, kas apkopo stāstus par jaunākajiem notikumiem.

**Redakcija** – medija darbinieku grupa – tas var būt arī viens cilvēks – un vieta, kur viņi strādā.

**Pieteikums (anonss)** – kad stāsta par to, ko rādīs ziņu izlaidumā. Anonsā parasti nonāk vissvarīgākie un interesantākie notikumi no ziņu klāsta, kuri var pievērst skatītāju uzmanību. Aizkadrs – viss, kas nav ierakstīts kadrā, t. i., kas nav ierakstīts tā, lai runātājs būtu redzams ekrānā.

**Pīle** – par pīli sauc ne tikai putnu, bet arī izdomātu notikumu. Pasviest pīli – tas nozīmē aizsūtīt žurnālistus pa viltus pēdām, piedāvāt tiem nepatiesu informāciju, uzdodot to par īstu.

**Iniciatīva** – kad tu piedāvā draugiem kaut ko paspēlēt kopā, tu izrādi iniciatīvu. Tu kaut ko uzsāc. Bet reizēm iniciatīva var nākt no citiem, piemēram, vecmāmiņa var piedāvāt vest tevi uz keramikas pulciņu – tad tā ir viņas iniciatīva.

**Profils** – sociālajos medijos viens un tas pats cilvēks var piereģistrēties ar dažādiem vārdiem, un vienam cilvēkam var būt arī vairākas pastkastītes. Turklāt viņš var rakstīt gan pieauguša cilvēka, gan mazas meitenītes vārdā. Tādas rīcības (rakstīt mazas meitenītes vārdā u. c.) ētiskums un pat likumiskums ir visnotaļ apšaubāms.

**Kopīgot** – no angļu vārda share – ‘dalīties’. Tā sauc procesu, kad internetā, piemēram, sociālajos medijos, dalās ar kaut ko svarīgu un interesantu. Tad šis ieraksts vai fotogrāfija kļūst redzama arī taviem draugiem.

**Like (“laikot”)** – no angļu vārda like – ‘patīk’. Interneta lietotājs zem teksta vai attēla var ielikt simbolu, kas parāda viņa emocijas – vai kaut kas patīk, vai, gluži otrādi, rada nepatiku vai sarūgtinājumu.

**Ietagot –** tags ir tāda kā virtuāla pavadzīme, ko var piestiprināt pie publicētā paziņojuma. Piemēram, ar simboliņu # var atzīmēt pazīstamus un nepazīstamus cilvēkus vai ierakstīt kādu parādību.

Ampluā – tas ir tēls, jauns ampluā – jauns tēls, neparasts šim cilvēkam. Piemēram, ja aktieris visu laiku spēlējis labo varoņu lomas un piepeši kādā filmā tēlo ļaundari.

**Propaganda** – paziņojumi, kas tiek radīti tāpēc, lai ietekmētu cilvēku viedokli un uzvedību. Piemēram, ja aktieris visu laiku spēlējis labo varoņu lomas un piepeši kādā filmā tēlo ļaundari.

**Propaganda** – paziņojumi, kas tiek radīti tāpēc, lai ietekmētu cilvēku viedokli un uzvedību. Piemēram, veselīga dzīvesveida propaganda aicina nodarboties ar sportu un neēst pār mēru daudz saldumu.

**Sabiedrisko attiecību notikums** – īpaši sarīkots notikums, kura uzdevums ir pievērst uzmanību, tostarp arī žurnālistu uzmanību. Šad tad lieto apzīmējumu PR no angļu valodas public relations, sabiedriskas attiecības. Bet žurnālisti pēc tam savos rakstos un programmās stāsta par to, ko redzējuši.

**Cenzūra** – tas ir tad, ja kāds mēģina kontrolēt informāciju, piemēram, kāds valdnieks aizliedz žurnālistiem rakstīt par sevi netīkamas lietas, pat ja šādai kritikai ir pamats.

**Žurnālistika** – viss, ko žurnālisti kopā dara, tiek saukts par žurnālistiku. Celtnieki nodarbojas ar celtniecību, savukārt žurnālisti – ar žurnālistiku.

**Ēters** – par ēteru sauc to, ko rāda televīzijā vai raido. Ēterā (proti, tagad ekrānā) var būt gan multiplikācijas vai kino filma, gan ziņas.

**Publikācija** – tas, kas tiek publicēts medijos arī internetā (t. i., publiski), piemēram, rakstu avīzē arī var saukt par publikāciju.