

# Sabiedrības dažādu paaudžu informācijas uztvere digitālajā laikmetā un tai piemērotu socio-tehnoloģisku risinājumu izstrāde

Anda Arkliņa, Vidzemes Augstskolas maģistrantūras studiju programmas "Tūrisma stratēģiskā vadība" absolvente (anda.arklina@va.lv)  
Aigars Andersons, Vidzemes Augstskolas studiju programmas "Socio-tehnisku sistēmu modelēšana" doktorants (aigars.andersons@va.lv)  
Kristīne Grīnberga, Vidzemes Augstskolas maģistrantūras studiju programmas "Tūrisma stratēģiskā vadība" absolvente (kristine.grinberga@va.lv)

## Pētījuma mērķis un uzdevumi

### Pētījuma mērķis

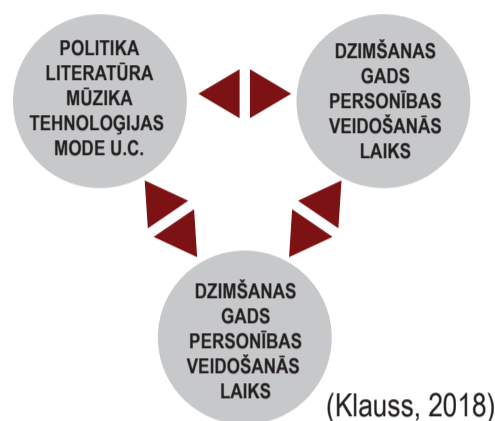
Noteikt dažādu sabiedrības paaudžu informācijas uztveres īpatnības un izstrādāt digitālajam laikmetam atbilstošus integrētus socio-tehniskus masu pasākumu nodrošinājuma modeļus un risinājumus plašākas sinerģijas veidošanai starp pētniecību un sabiedrību.

### Pētījuma uzdevumi:

- noskaidrot dažādu sabiedrības paaudžu klasifikāciju pēc to informācijas uztveres īpatnībām digitālajā laikmetā;
- izveidot digitālajās tehnoloģijās balstītus rīkus plašākai sabiedrības iesaistei dokumentārā mantojuma pētniecības rezultātu popularizēšanā;
- aprobēt izstrādātos tehnoloģiskos risinājumus plašākai sabiedrības iesaistei un sinerģijas veidošanai starp pētniecību un sabiedrības dažādām paaudzēm, veicot praktiskus testus.

## Pētījuma metodes un modeļi

### Paaudžu pētniecība



(Klauss, 2018)

## Pētījuma rezultāti

### 1 INTERNETS

Meklējot informāciju, vispirms tiek izmantots kāds no interneta piedāvātajiem meklētājiem (visbiežāk - Google). Informācija tiek meklēta dažādās valodās

### 2 ATTĒLI

Ļoti svarīgs aspekts informācijas iegūšanā ir augstas kvalitātes attēlu pieejamībai, jo tas var būt svarīgākais lēmumu pieņemšanā.

### 3 RADI, DRAUGI, PAZIŅAS

Pēc internetā pieejamo resursu izpētes, informācija tiek meklēta/apstiprināta pie radiem, draugiem un paziņām kā arī šeit tiek iegūti papildus padomi

### 4 SOCIĀLI MEDIJI

Svarīgi, lai meklētājs būtu atrodams arī kādā no lietotajiem sociālajiem medijiem vai par to būtu runājuši viedokļu līderi (attiecīgai mērķauditorijai).

(Arkliņa, 2020; Grīnberga, 2020; Andersons et al., 2019)

### paaudžu aspekti

### pētniecības

### teorētiskie

PAAUDZE ir indivīdu grupa, kuru ir ietekmējuši vieni un tie paši notikumi vienā laika intervālā.

Plaisu starp paaudzēm veido tehnoloģiju attīstība, atšķirīgas vērtības, attieksmes, jēdzienu lietošana, svešvalodu pielietojums.

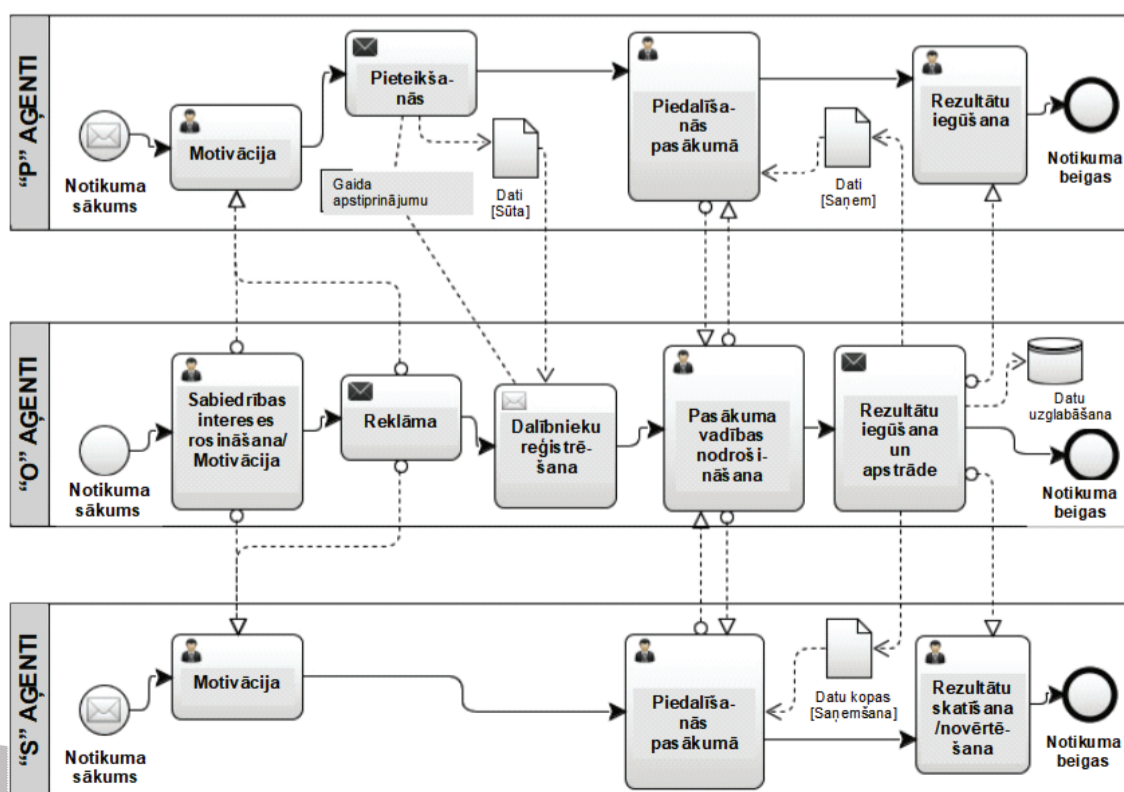


## Socio-tehnisku sistēmu modelēšana

Pētījuma rezultātu aprobācijas gaitā tika izmantota A. Andersona un S. Rittera izstrādātā zema un vidēja abstrakciju līmeņa, uz aģentiem balstīta integrētā socio-tehnisku sistēmu modeļa POS (Participants-Organizers-Spectators) struktūra sabiedrisko masu pasākumu nodrošināšanai. Šis modelis sevī ietver sociālo un tehnoloģisko aspektu integrētus risinājumus.

(Anderson & Ritter, 2015)

## Uz aģentiem balstītā integrētā "POS" socio-tehniskā modeļa aprobācijas shēma sabiedriskajos masu pasākumos:



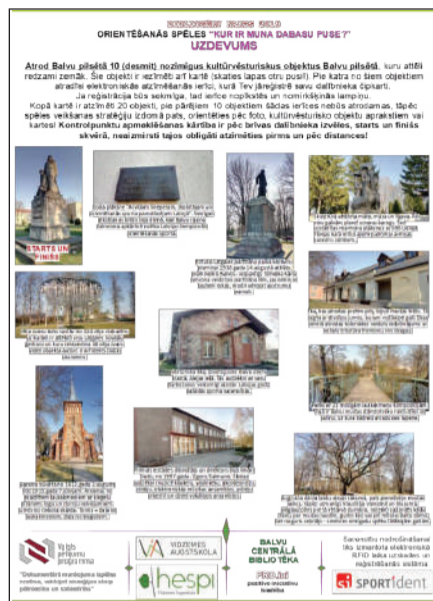
# Pētījuma gaitā realizēto aprobācijas pasākumu raksturojums:

## “BIBLIOTĒKU NAKTS” 2019 orientēšanās spēles afiša



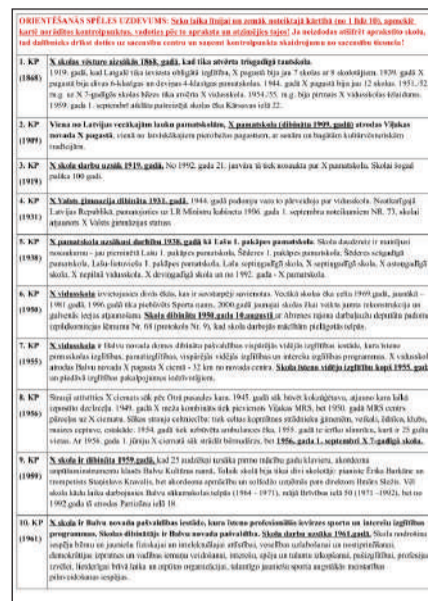
(pasākums īstenots 2019. gada 26. aprīlī)

## “BIBLIOTĒKU NAKTS” 2019 orientēšanās spēles uzdevuma apraksts



(pasākums īstenots 2019. gada 26. aprīlī)

## “GRĀMATU SVĒTKI” 2019 izglītojošās spēles uzdevuma apraksts ar atbildēm



(pasākums īstenots 2019. gada 18. oktobrī)

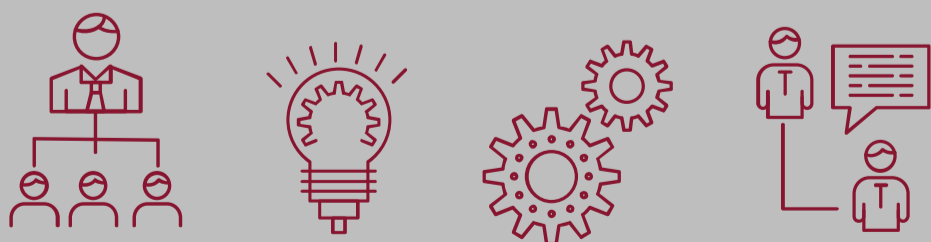
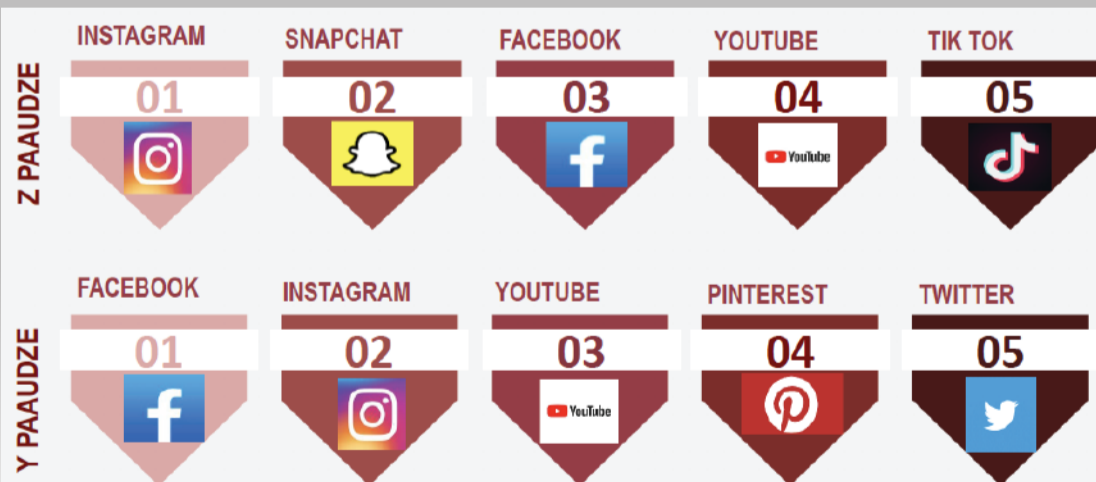
## Galvenie secinājumi

Interneta platformām un sociālajiem medijiem digitālajā laikmetā ir īpaši liela nozīme jauniešu vidū, lai gūtu nepieciešamo informāciju, un ar to dalītos un komunicētu ar citiem indivīdiem un grupām.

Z paaudze sociālajos medijos vairāk seko viedokļa līderiem, rada savu saturu, kā arī gūst jaunas idejas, seko līdz saviem draugiem un paziņām, komunicējot, galvenokārt, vizuālā formā, ar fotogrāfijām un attēliem.

Y paaudze vairāk seko slavenībām, dalās ar dažāda veida saturu, kā arī izmanto sociālos tīklus un Interneta platformas atsauksmju iegūšanai, bet ar citiem komunicē, galvenokārt, ar rakstveida ziņām.

Dažādu paaudžu sociālo tīklu lietošanas prioritātes atšķiras:



## Identificētie dažādu paaudžu digitālās nevienlīdzības un citi riski:

- kopienās, kurās ir mazs nacionālajā valodā runājošo un rakstošo skaits, palielinās digitālā satura veidošanas atpalcība un kopienām, kurās ir liels runājošo un rakstošo skaits, kuri kopā spēj radīt lielu jauna satura apjomu;

- šobrīd aktīvi notiek dažādu paaudžu segregācija pēc digitālo kompetenču līmeņa atšķirībām, jo, piemēram, klusā paaudze var pat vairst nesaprast Y un Z paaudžu pārstāvju rakstīto digitālajā vidē;

- “lielo” (angļu, ķīniešu, spāņu) valodu dominance interneta vidē būtiski samazina globālo kultūras un mākslas daudzveidību, jo lielākā daļa kultūrvēsturisko vērtību tiek radīta tieši dzimtajā valodā.

Sabiedrības un pētniecības sinerģijas palielināšanai ļoti pozitīvus rezultātus sniedz “partizānu mārketinga” metodes, proti, specifisku pētījumu rezultātu popularizācijas pasākumu integrācija dažāda veida esošajos masu sabiedriskajos pasākumos, veidojot multiplicējošo efektu.

## Izmantotie avoti

Andersons, A., Bushati, J., Swan, J. (2019). Communication over Internet and Languages. Presentation notes at 26th “Nordic Intercultural (NIC) scientific-practical conference. Valmiera, 2019.

Andersons, A., Ritter, S. (2015). Integrated ICT system to increase physical activity in schools: agent-oriented modeling approach. *Procedia Computer Science*, 77, 119-125.

Arklīņa, A. (2020). Jauniešu motivācija apmeklēt aizsargājamās dabas teritorijas. Ziemeļvidzemes biosfēras rezervāta piemērs. Maģistradarbs. Vidzemes Augstskola, Valmiera.

Grīnberga, K. (2020). Dabas un kultūras mantojuma komunikācijas izaicinājumi un risinājumi Z paaudzei Ziemeļvidzemes biosfēras rezervātā. Maģistra darbs. Vidzemes Augstskola, Valmiera.

Klauss, K. (2018). X, Y, Z paaudzes. Pieejams: [https://www.vid.gov.lv/sites/default/files/4\\_x\\_y\\_z\\_paaudzes.pdf](https://www.vid.gov.lv/sites/default/files/4_x_y_z_paaudzes.pdf) (aplūk. 15.06.2019.).

Robinson, T., M. (2017). The Generations. Pieejams: <https://www.careerplanner.com/Career-Articles/Generations.cfm> (aplūk. 17.06.2019).