

Si ta bëjmë tërheqës edukimin mediatik për grupmosha të ndryshme

Valbona Sulçe Kolgeci

Në vitin 2017, Aleksis ishte vetëm 8 vjeç kur u ul para televizorit me prindërit e tij të ndiqte një kronikë televizive të “Fiks fare”, programit popullor të Top Channel, ndërtuar sipas modelit të gazetarisë investigative italiane. Diçka e pazakontë për një fëmijë të asaj moshe, por ai u shpjegoi se donte të shihte nëse kronika e kishte emrin e gazetarit dhe kameramanit. Sipas tij, një teta që u kishte vajtur në shkollë atë ditë u kishte treguar se nëse kronika nuk e ka emrin e gazetarit, ajo nuk është e vërtetë.

Ky është një episod që ma tregoi mamaja e Aleksit më pas, por më ka mbetur në mend si shembull i qartë se çfarë ndodh kur fëmijët fillojnë të mësojnë rreth medias. Ishin fillimet e mia si trajnere e edukimit mediatik, një vendim pak i guximshëm duke qenë se nisma ishte krejt personale dhe vullnetare, nisur nga përhapja e pandalshme e dezinformacionit në rrjet. Më herët atë vit, kisha mbajtur një orë të hapur me nxënësit e shkollës “Skënder Çaçi” Ditën e Lirisë së Shtypit më 3 maj dhe kisha vënë re të njëjtin interesim të fëmijëve për tema të tilla.

Tani që kanë kaluar tre vjet nga ajo përvojë dhe kurrikula e trajnimit ka marrë një formë më të plotë, falë edhe pjesëmarrjes në Trajnimin e Trajnerëve nga Instituti i Shqiptar Medias, mund të nxjerrim disa përfundime rreth mënyrës sesi grupe të ndryshme i qasen edukimit mediatik.

Fëmijët

Duket një mision i pamundur, por nëse mbajmë parasysh teoritë e zhvillimit të fëmijës që deri në periudhën deri në 7 vjeç formon shprehinë thelbësore, atëherë edukimi mbi mediat, bëhet i domosdoshëm. Xhovani Sartori, një studiues i njohur italian thotë se brezi i sotëm është Homo Videns, duke theksuar rolin që ka media pamore në zhvillimin tërësor të fëmijës. Përrallat, filmat vizatimorë, por edhe reklamat, veprojnë ndryshe në trurin e një fëmije 3 vjeç sesa në një 10-vjeçar. Gjithmonë duke qenë afër interesave të fëmijës në atë moshë mund të ndërtohen module të thjeshta që t’i ndihmojnë fëmijët t’i lexojnë mesazhet e medias për atë që janë dhe jo atë që duken. Mos tingëllon pak e tepruar analizë mediatike që 5 vjeç? Jo, nëse bëhet në formatin e duhur. Që do të thotë loja. Pra, duke ndërtuar lojëra me personazhe mediatike, i shtyjmë fëmijët të sfidojnë stereotipat dhe klisjet dhe të krijojnë personazhet e tyre.

Adoleshentët

Gjatë periudhës së pandemisë, kur terreni për përhapjen e infove të rreme ishte i mbarsur rrezikshëm, pata mundësinë të trajnoja online rreth 50 nxënës të klasave të nënta dhe vitet e para të gjimnazit në disa shkolla të Tiranës, si pjesë e një projekti nga ISHM . Edhe pse kisha një lloj pritshmërie për nivelin e tyre të njohurive rreth medias, ose më mirë të themi mungesës së njohurive, ajo që zbulova ishte shqetësuese: nxënës 14-15-vjeçarë që nuk kishin dëgjuar ndonjëherë për burimet, datën e publikimit, algoritmet, profilet false, megjithëse shpenzojnë kohën më të madhe të tyre nëpër ekranet e celularëve apo kompjuterëve. Në mungesë të këtyre njohurive, ata i shpërndanin ato me lehtësi pa qenë të vetëdijshëm për rolin që kishin në përhapjen e dezinformacionit. Zbulova gjithashtu se neglizhenca në trajtimin e të

rinjve si audiencë për lajmet, i kishte bërë ata më të brishtë ndaj grackave për klikime dhe dezinformacion. Kur diskutuam tema aktuale si pandemia ose mësimi online, vëmendja e tyre ishte e plotë.

Gjetja e temave që u interesojnë atyre, e bën edukimin për media më tërheqës për këtë grupmoshë, por ai ka më tepër rezultat kur i sfidon me prodhimin e diçkaje nga vetë ata. Të rinjtë kanë dëshirë të sfidohen, të vihen në provë. Jepuni këtë mundësi dhe do të shihni sesi qelizat gri fillojnë e aktivizohen në diçka me kuptim. T'i bësh pjesëmarrës të diçkaje më të madhe sesa vaniteti i konsumit të programeve televizive virale në internet përballë së cilës ndihen të pafuqishëm të reagojnë, është një metodë shumë e mirë e rrënjosjes së koncepteve mbi median. Grupi i të rinjve dhe të rejave të Laboratorit të Medias së Të rinjve "Youth Media Lab Albania", një tjetër projekt i mbështetur nga ISHM, është një shembull i qartë i kësaj. 10 të rinj e të reja të zonës së Kombinatit ndoqën një kurs 6 javor trajnimit mbi konceptet bazë të shkrimit dhe raportimit të lajmit, ku u përfshinë njohuri mbi burimet, informacionin, fotografinë, kamerën, montazhin, temat dhe etikën e gazetarisë. Duke ndjekur modelin e një mini-redaksie, të rinjtë zgjedhën vetë 4 tema për t'u trajtuar si kronika televizive, diskutuan burimet ku do të mbështeteshin, bënë planin e xhirimeve dhe intervistuan personazhet e zgjedhur nga ata, lexuan tekstin dhe bënë montazhin. Në këtë mënyrë zbuluan vetë rëndësinë e afateve, disiplinën në ndjekjen e hapave, marrëdhëniet me burimet, verifikimin e deklaratave, të drejtën e autorit dhe shumë elementë të tjerë që i kishin cekur gjatë leksioneve. Produktet e tyre të para janë tashmë në kanalën YouTube, nuk janë të përsosura, por janë një mënyrë shumë e mirë për t'i nxitur të rinjtë të merren me median dhe lajmin.

Studentët e gazetarisë dhe medias

Nga vetë natyra e profilit studimor, ti mendon se studentët e gazetarisë janë pjesa më e ditur përse i takon çështjeve të dezinformimit, por në fakt nuk është ashtu. Trajnimet që kemi kryer në disa fakultete gazetarie treguan se produktet mediatike veprojnë njësoj si tek studentët e gazetarisë dhe çdo dege tjetër, sa kohë ata nuk kanë njohuri për median. Teknikat e fact-checking duhet të normalizohen në jetën e përditshme para se të bëhen normë e profesionit. Shembujt nga jeta e përditshme dhe rastet më të famshme të *fake news* i bëjnë studentët kureshtarë për të kuptuar sa thellë mund të shkojë verifikimi i fakteve. Siç ishte p.sh. edhe një ngjarje e freskët kur mediat ranë pre e një personazhi fals që hiqej si e motra e të vrarit Klodian Rasha, në protestat që u organizuan në kujtim të tij para Kryeministrit. Studentët kuptuan se vetëm një verifikim i vogël me familjen e të ndjerit do të shmangte gjithë atë zallamahi që u krijua me vajzën mitomane.

Edhe pjesa e njohjes së teknologjisë dhe programeve kompjuterike apo app-eve që bëjnë verifikim është një mënyrë për të tërhequr studentët në këtë fushë. Për disa studentë, verifikimi i fakteve mund të kthehet në një profesion më vete, duke zgjeruar mundësitë për punësim.

Në një prerje më të thellë brenda grupit të studentëve, mund të dallojmë ata të Arteve apo profesionistët e ardhshëm të medias që studiojnë në shkollën e filmi. Për shkak të mungesës së njohurive rreth medias dhe stereotipave gjinore, ata e kanë shumë të vështirë të dallojnë në produktet e tyre nuanca të seksizmit, që shkon nga objektifikimi i trupit të gruas deri tek seksualizimi i hapur i tyre. Projekti me AWA- Shoqatën e Grave në Audiovizual "Teknologji të reja, mendësi të vjetra" na dha mundësinë të bisedonim me studentët e dramës në Akademinë e Arteve rreth nocioneve të tilla si seksizëm apo stereotipizim, pasi në art, liria për t'u shprehur vepron ndryshe nga media. Megjithatë, nëse ky diskutim do të bëhej më herët, pra që në shkollë të mesme apo dhe atë bazë, do të kishim kursyer kohë dhe energji për të bindur një artist të ri të aplikojë norma joseksiste në median e vet. Duke filluar nga tekstet e

këngëve p.sh, të cilat dukshëm janë seksiste. Një dëshmi shumë e mirë e efekteve të një brezi të edukuar mediatikisht përkundrejt një brezi që pranon pa bërë zë gjithë çka i vjen nën petkun e lirisë artistike, është nisma shumë e bukur e studentëve të UT të Prishtinës kundër teksteve seksiste me titull “Nuk jam teksti yt”. Edhe për këtë grup, teoria mund të tingëllojë pak e mërzitshme, po nëse e konkretizon me shembuj të jetës së përditshme si foto/imazhet/tekstet e këngëve, e pakta ke hapur një debat dhe e shumta ke nxitur të reagojnë me ankesa të Këshilli i Ankesave në AMA apo deri dhe bojkotimin e tyre.

Mësimdhënësit

Në turneun e bisedave mbi seksizmin në media në Universitete, morën pjesë edhe disa mësimdhënësit, lektorë apo pedagogë të shkencave të komunikimit, megjithëse jo si grup më vete. Nga gatishmëria dhe mikpritja që na kanë bërë në klasat e tyre, mund të arrihet në përfundimin se mësimdhënësit janë të hapur dhe të etur për të diskutuar për tema të tilla dhe të gatshëm të fusin në kurrikulën e tyre edukimin mediatik. U nevojitet vetëm një trajnim formal për temat kryesore në MIL, sipas një metodologjie të pranuar botërisht si ajo e UNESCO-s dhe mund të ecin vetë në pasurimin e saj.

Aktivistët e shoqërisë civile

Janë një grup që po bëhen gjithnjë e më të rëndësishëm në ndërmjetësimin e njohurive për edukim mediatik. Edhe më herët, ky grup ka qenë i interesuar për teknika të komunikimit me audiencat, por kur kornizohen nën ombrellën e edukimit mediatik, njohuritë bëhen më të qëndrueshme dhe roli i tyre më i rëndësishëm. Edhe për ta, pjesa e ndërtimit të historive nëpërmjet mediave mbetet më e parapëlqyera, përveç ndërtimit të aftësive tek të rinjtë dhe grupet e marginalizuara për të dalluar keqinformimin, diskriminimin apo dhe seksizmin në media.



Kjo rubrikë është prodhuar me ndihmën financiare të Bashkimit Europian. Përgjegjësia e vetme për përmbajtjen e këtij dokumenti është e Institutit Shqiptar të Medias dhe në asnjë rrethanë nuk mund të konsiderohet se reflekton pozicionin e Bashkimit Europian.



The regional program “Media for Citizens – Citizens for the media: Strengthening the Capacity of NGOs for the Development of Media and Information Literacy in the Western Balkans” is implemented with the support of the European Union by partner organizations Mediacentar Sarajevo, Albanian Media Institute, Macedonian Institute for Media, Montenegrin Media Institute, Novi Sad School of Journalism, Peace Institute, SEENPM .