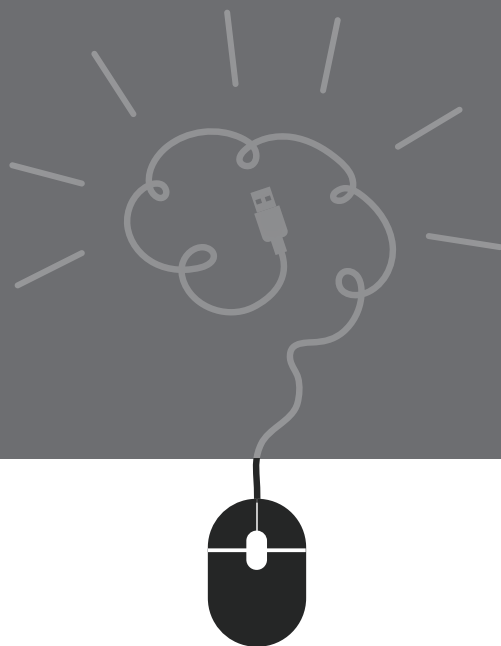


EDUKIMI PER MEDIAN DHE INFORMACIONIN: SFIDA DHE PERSPEKTIVA



EDUKIMI PER MEDIAN DHE INFORMACIONIN: SFIDA DHE PERSPEKTIVA



Tiranë, 2023

Ky botim përmban prezantimet e Konferencës “Edukimi mediatik në Shqipëri”, organizuar nga Instituti Shqiptar i Medias me mbështetjen financiare të Autoritetit të Mediave Audiovizive.

Përmbajtja e tij është përgjegjësi e autorëve dhe opinionet e shprehura në të nuk janë domosdoshmërisht opinione të Autoritetit të Mediave Audiovizive (AMA).

Redaktor: Agim Doksani

Kopertina dhe faqosja: Bujar Karoshi

ISBN: 978-9928-410-56-6

Botues:

TREGUESI I LËNDËS

EDUKIMI PËR MEDIAN DHE INFORMACIONIN NË ARSIMIN SHQIPTAR

Astrit Dautaj 5

EDUKIMI PËR MEDIAN DHE INFORMACIONIN NË ARSIMIN UNIVERSITAR: REFORMIMI I KURRIKULAVE PËR MËSUESIT E ARDHSHËM

Blerina Hamzallari 12

EDUKIMI MEDIATIK I STUDENTËVE TË GAZETARISË: E ARDHME PREMTUESE PËR PROFESIONALIZMIN E MEDIAS?

Erlis Çela 27

HARTIMI I NDËRHYRJEVE PËR EDUKIMIN PËR MEDIAN DHE INFORMACIONIN BAZUAR NË TË DHËNA EMPIRIKE

Blerjana Bino 35

EDUKIMI PËR MEDIAN DHE INFORMACIONIN NË KONTEKSTIN SHQIPTAR

Rrapo Zguri 42

PËRDORIMI I INTELIGJENCËS ARTIFICIALE NË MEDIA: MUNDËSITË DHE PROBLEMATIKAT

Emirjon Senja 52

PORTRETIZIMI I DIVERSITETIT NË MEDIA: SI E PËRMIRËSON EDUKIMI MEDIATIK?	
Valbona Sulçe Kolgeci	58
EDUKIMI PËR MEDIAN DHE INFORMACIONIN, ZGJEDHJE DHE ZGJIDHJE PËR HAPËSIRËN VIRTUALE	
Irena Myzeqari	65

EDUKIMI PËR MEDIAN DHE INFORMACIONIN NË ARSIMIN SHQIPTAR

Astrit Dautaj

Para së gjithash, është thelbësore të nënvizohet angazhimi për t’iu bashkuar nismës së Këshillit të Evropës, të shprehur në Strategjinë e re për arsimin, për periudhën 2024-2030, me titull “Fëmijët të parët: Arsimi për shoqërinë e sotme dhe të ardhme demokratike”, për rishikimin e misionit demokratik dhe qytetar të arsimit dhe vënies së këtij arsimi gjithnjë e më shumë në shërbim të një realiteti që ndryshon vazhdimisht në mënyrë dinamike.

Sot nuk shtrohet çështja e zgjedhjes së përparësisë ndërmjet zhvillimit të kompetencave për kulturë demokratike dhe kompetencave të tjera që bëjnë pjesë në 8 kompetencat kyç të Evropës, por e krijimit të një mjedisi mësimor që nxit, mbështet, zhvillon dhe pasuron arritjet arsimore në përgjithësi. Kjo kërkon që kompetencat për kulturë demokratike duhet dhe mund

të zhvillohen nga të gjithë mësuesit dhe përmes të gjitha kurrikulave lëndore. Kjo do të thotë që edukimi për qytetari demokratike duhet të jetë përparësi e politikës mbarë shkollore. Sigurisht, kjo do të jetë e efektshme vetëm nëse nxënësi, interesi i tij vendoset në qendër të gjithë qasjes.

Ideja e dytë që Ministrja e Arsimit theksoi lidhet me faktin që media dhe teknologjia ka hapur dhe do të hapë mundësi të reja për të rinjtë, duke sjellë edhe një dimension të ri në jetën e tyre, dimensionin e “të qenit online”, të cilin ata mund **ta kthejnë në një instrument njohjeje dhe vetëzhvillimi. Nga ana tjetër të qenit online ka shtuar** shumë edhe rreziqet me të cilat përballen dhe do të përballen fëmijët dhe të rinjtë gjatë rritjes së tyre.

Cila do të ishte zgjidhja? Si mund të përdorin fëmijët median dhe informacionin si instrument i fuqizimit të tyre intelektual dhe në të njëjtën kohë të mbrohen nga rreziqet që bart realiteti i të qenit online?

Ajo çfarë UNESCO dhe Këshilli i Evropës kanë parë si zgjidhje afatgjatë përfshin:

1. Zhvendosjen e **përparësisë** së arsimit nga politika për **mbrojtjen e fëmijëve** në qasjen që synon t’u garantojë atyre mundësinë **për të përfituar në mënyrë aktive nga mundësitë e botës online** dhe për të përdorur botën online **për t’u fuqizuar më tej**, përmes fitimit të njohurive, aftësive e qëndrimeve të nevojshme

për të jetuar një jetë të shëndetshme dhe të përgjegjshme në mjedisin online. Vetëm arsimi e siguron një qasje të tillë.

2. Kalimin nga përpjekjet më shumë të natyrës joformale, në **qasjen e strukturuar**, e cila synon t'u **garantojë** fëmijëve dhe të rinjve **mundësinë** e fitimit të kompetencave të nevojshme për t'u bërë qytetarë të shëndetshëm dhe të përgjegjshëm në mjedisin online, digjital.
3. Trajtimin e botës **online dhe offline si pjesë e një të tëre**, që shpërfill kufijtë fizikë, lokalë, rajonalë dhe kombëtarë dhe i shkrin ato në një realitet të vetëm.

Pikërisht, si përgjigje dhe në zbatim të një filozofie të tillë vjen edhe projekti i Edukimit për Median dhe Informacionin (EMI) për trajnimin e mësuesve, përmes bashkëpunimit të **ASCAP** me **Institutin Shqiptar të Medias (ISHM)** dhe me mbështetjen e MAS.

Kurrikula e EMI e UNESCO, e ofruar përmes ISHM, është një kurrikul model, tërësore, që përfshin të gjithë përbërësit e domosdoshëm që e bëjnë një kurrikul jo vetëm të synuar, por edhe të zbatueshme. Kurrikula e EMI përkthehet (dhe është planifikuar të bëhet e tillë) lehtësisht në një politikë kombëtare për edukimin për median dhe informacionin.

Kjo kurrikul, në mënyrë të veçantë, është hartuar duke pasur në mendje mësuesin dhe me synimin për t'u integruar në sistemin e zyrtar të formimit të tij. Mësuesit

e arsimuar në fushën e medias dhe të informacionit do të kenë mundësi më të mëdha për të fuqizuar veten dhe nxënësit në përpjekjet e tyre për të mësuar si të mësojnë, të mësojnë në mënyrë të pavarur dhe të mësojnë gjatë gjithë jetës

Cilat janë rrugët/dimensionet e integritit të edukimit për median dhe informacionin në procesin e mësimdhënies:

1. Media dhe informacioni si burim plotësues kurrikular
2. Media dhe informacioni si instrument për zhvillimin e aftësive të larta të të menduarit
3. Media dhe informacioni si mjet i shprehjes krijuese të ideve dhe qëndrimeve

Mësuesit e përfshirë në këtë projekt u trajnuan në këto tre dimensione

Cila është vlera e këtyre trajnimeve për mësuesit dhe për nxënësit?

1. **Së pari** është **përfshirja e mësuesve të të gjitha lëndëve**. Në këtë rast kemi jo vetëm realizimin e njërës prej kërkesave të strategjisë së KE për realizimin e edukimit për qytetari demokratike për të gjithë mësuesit, nga të gjithë mësuesit, në shërbim të kurrikulave të lëndëve të ndryshme, por kemi edhe një **model** të realizimit të këtij objekti.
2. **Së dyti**, mësuesit u trajnuan, bashkëpunuan në trajnim, planifikuan integrimin e medias dhe

informacionit në orët e tyre mësimore në lëndët e tyre, në bashkëpunim me 10 specialistët e ASCAP të përfshirë në projekt, të cilët në këtë rast shërbyen si **mentorë** dhe më pas u **vëzhguan** dhe u **vlerësuan** profesionalisht prej tyre. Edhe në këtë rast kemi një model trajnimi me vlera të shtuara në raport me shumë trajnime që kryhen më shumë si seanca informuese, gjë që ka shtuar alergjinë e mësuesve ndaj fjalës trajnim, të kuptuar si seancë që riciklon informacione të njohura.

3. **Së treti**, vlera kryesore e shtuar e këtij trajnimi ishin **arritjet e nxënësve** të përfshirë në këto orë mësimore, të cilët, identifikuan çështjet globale për t'i njohur më thellë përmes kërkimit (dimensioni i parë), identifikuan qëndrimet e ndryshme që lidhen me to (çështje kundërshtuese), zgjodhën qëndrimin e tyre (zhvillimi i aftësive të larta të të menduarit) të cilin e bënë të ditur përmes një posteri, broshure, fletëpalosje, pikturë, eseje etj. Në këtë rast mund të gjykojmë, bazuar në fakte konkrete, për vlerën e një trajnimi për përmirësimin e cilësisë së mësimdhënies, për ndërtimin e situatave cilësore të të mësuarit, në funksion të përmbushjes së të drejtës së nxënësit për arsim cilësor dhe të detyrimit të mësuesit për t'i dhënë atij më të mirën.

Pikërisht, këto arritje është mirë të bëhen të ditura e të shërbejnë si model për trajnimet e ardhshme.

E ardhmja ose një dimension i saj – Edukimi për Median dhe Informacionin dhe Inteligjenca Artificiale

Një ndër çështjet që në Konferencën e UNESCO, e mbajtur në mjediset e saj në Sarajevë, u trajtua si e rëndësishme në fushën e edukimit për median dhe informacionin është edhe ajo e lidhjes së saj me inteligjencën artificiale. Ku qëndron kjo lidhje?

- a. IA përfshin tri koncepte bazë: **Të dhëna, algoritëm** dhe **vendimmarrje**. Mbi bazën e të dhënave krijohen algoritmet, të cilat përdoren për të marrë vendime në fusha të caktuara të jetës dhe të veprimtarisë njerëzore.

Por, të dhëna të manipuluar, të njëanshme etj. krijojnë algoritme që nuk i shërbejnë qëllimit. Sigurisht, këto algoritme i shërbejnë qëllimit të manipuluesit të të dhënave, por jo të atij që merr vendimin mbi bazën e këtij algoritmi. Dhe, në këtë rast, humbet edhe pavarësia e njeriut në procesin e vendimmarrjes.

Përkëtë arsye KE dhe UNESCO esheh inteligjencën artificiale nën këndvështrimin e demokracisë, të të drejtave të njeriut dhe të shtetit të së drejtës. Ky këndvështrim u përfshi edhe në përparësitë e politikës arsimore në Shqipëri, e shprehur, si e tillë, në raportin e Kongresit të Arsimit. Ky këndvështrim kërkon që mësuesit dhe nxënësit

të aftësohen të kuptojnë dhe të shmangin rreziqet që shoqërojnë përdorimin e IA, veçanërisht në fushën e arsimit.

- b. EMI synon pikërisht aftësimin e nxënësve dhe të mësuesve për të krijuar modelet/algorithmet e tyre të menduarit dhe të vepruarit. Në thelb, kjo ka të bëjë me vetë kompetencat për jetën. Kompetenca është pikërisht zotësia për të përdorur njohuritë dhe aftësitë për të marrë vendimet e duhura, të mirinformuara e të mirë menduara për të zgjidhur problemet në interesin vetjak dhe shoqëror.

Kompetenca është pikënisja dhe pikëmbërritja e kurrikulës dhe e vetë arsimit. Dhe qëllimi i zhvillimit profesional i mësuesit dhe i politikës që do ta mundësojë është të vërë procesin e të mësuarit në shërbim të kompetencës, të kuptuar si zotësi për të përdorur njohuritë.

Kurrikula është një projekt. Mekanizmi që e garanton suksesin e saj, pra të mësuarit për kompetencë është ai i vlerësimit. Nxënësi mëson atë që vlerësohet. Nëse kërkohet kompetenca, do të mësojë kompetencën, duke detyruar edhe mësuesin të punojë në këtë drejtim. Ky është edhe ndryshimi që vihet re në vlerësimet e PISA. Ky duhet të jetë për mendimin tim edhe thelbi i ndërmarrjes së madhe të zhvillimit profesional të mësuesve në të ardhmen.

EDUKIMI PËR MEDIAN DHE INFORMACIONIN NË ARSIMIN UNIVERSITAR: REFORMIMI I KURRIKULAVE PËR MËSUESIT E ARDHSHËM

Blerina Hamzallari

Roli i medias në shoqëri

Në studimet sociologjike dhe të disiplinave të tjera të shkencave shoqërore tradicionalisht janë referuar si shtylla institucionale shoqërore universale: familja, ekonomia, edukimi, feja dhe politika (Small, D. B., Bondarenko, D. M., Kowalewski, Stephen A., 2020). Analiza e institucioneve sociale pothuajse në çdo kohë është lidhur me të paktën dy kategorizime kryesore të kuptimit:

1. Institucionet si struktura sociale, në të cilat shprehen standardet e sjelljes bazuar në norma strukturore, që përcaktojnë të drejtat dhe detyrat

e individëve; rolet strukturore, që referojnë interesin ndaj statusit të marrëdhënieve dhe nivelit të angazhimit të individëve. Institucionet përfaqësojnë grupime njerëzish, të cilët ndajnë aktivitete komplekse për qëllime të përbashkëta.

2. Institucionet si njësi të përmbushjes së funksioneve shoqërore, ndër të cilat nënvizohet rëndësia e institucioneve si njësi përshtatjeje dhe nga ana tjetër, si mekanizma të kontrollit social. (Martin, T. W., 1968:101-102).

Transformimet shoqërore dhe zhvillimet teknologjike të shekullit të XXI, gjithnjë e më shumë po nxisin debatin shkencor rreth ndryshimeve funksionale dhe strukturore në shoqërinë bashkëkohore. Në këtë fluks zhvillimesh mendimi në shkencat sociale po përballlet me nevojën e rikonceptualizimit të kategorive të reformuara të strukturave sociale dhe rikonsiderimin e analizave strukturo-funksionale të institucioneve shoqërore. Integrimi i teknologjisë së avancuar në jetën shoqërore bashkëkohore ka krijuar premisat për revolucionarizimin e funksioneve dhe rolit të medias në shoqëri, tashmë konsideruar si institucione sociale të një rëndësie të veçantë me pushtet të diferencuar nga institucionet e tjera dhe me implikime të shumta.

Mediat e komunikimit masiv në vitet e fundit kanë marrë rol sundues në shoqëri, duke u bërë faktor ndikues në gjithë tërësitë e tjera institucionale. Në analizën e rolit të medias në shoqëri identifikohen një sërë funksionesh si: shoqërizimi, informimi, argëtimi, edukimi, shitja,

indoktrinimi, të cilat orientojnë dhe drejtojnë kuptimin tonë mbi veten, shoqërinë, identitetet, modelet e të menduarit dhe të sjelljes (Berger, A. A., 2012:15). Në këto kushte, të cilat na ballafaqojnë me realitete të njohura e të panjohura ndërveprimi, me rrjedhoja komplekse dhe shumëdimensionale është një kërkesë kritike ndërtimi i strategjive të qëndrueshme në përpjekje për të krijuar një mjedis ekologjik në kulturën mediatike. Dy drejtimet kryesore të kërkimit të sugjeruara në konfrontim të sfidave që na paraqet industria e kulturës mediatike janë: e para, ndërtimi i një fondi kërkimesh të kontekstualizuara, të cilat të drejtojnë marrëdhënien midis kërkimit dhe zhvillimeve në arsim (nga niveli më mikro i zhvillimit të kurrikulës deri te reforma makro), dhe niveli i dytë i veprimit të konsolidojë marrëdhënien e kërkimit me debatin e gjerë publik mbi kulturën mediatike (Sefton-Green, J., 2006:297).

Përgjegjësia e arsimit të lartë për edukimin mbi median dhe informacionin

Literatura dedikuar edukimit mbi median dhe informacionin u zhvillua në mënyrë të konsiderueshme në gjysmën e dytë të shekullit të XX, si një reagim ndaj ndikimit të mediave audio-vizuale të kohës. E vërteta është se asaj kohe, pavarësisht kohës që të rinjtë dhe të rejtat kalonin nën ndikimin e medias, materiali mediatik mbeti periferik në rutinën e burimeve të edukimit formal. Në këtë kontekst angazhimi i arsimit të lartë

ishte për të edukuar konsumimin e përgjegjshëm të produkteve mediatike audio-vizuale joakademike. (Pfeffer, Th. 2014:83).

Mjedisi i ndërveprimit, komunikimit social dhe komunikimit të dijes sot shfaqet shumë herë më dinamik dhe jokonvencional. Në kushtet e përdorimit masiv të internetit, digjitalizimit të shoqërisë dhe veçanërisht produkteve akademike, lind nevoja për edukimin mbi median dhe informacionin në një këndvështrim të ri. Aktorët e grupeve të interesit, që operojnë në arsimin e lartë në agjendat e tyre të zhvillimit për arsimin e lartë synojnë kërkim cilësor, mësimdhënie cilësore, të mësuar cilësor dhe mjedise cilësore të informimit. Arsimi i lartë shihet si një nga shkallët institucionale me rëndësi kritike në kontributin për të aftësuar studentët në identifikimin, menaxhimin dhe përdorimin e informacionit të sigurt për kërkim, vendimmarrje dhe zhvillim të vazhdueshëm profesional dhe njerëzor (Bruce, Ch, S., 1995:159). Nëpërmjet arsimit të lartë dhe trajtimit në kurrikulat e edukimit universitar mund të konsolidohet një përgjigje organizative e qëndrueshme në edukimin akademik mbi median dhe informacionin duke synuar nga njëra anë nxitjen e “konsumizmit kritik”, dhe nga ana tjetër, përmirësimin e përmbajtjes mediatike nëpërmjet aftësisë për përdorimin dhe krijimin e produkteve mediatike cilësore dhe të dobishme (Pfeffer, Th. 2014:91).

Në vitin 2014 edhe në Republikën e Shqipërisë ka hyrë në fuqi legjislacioni i komunikimeve elektronike i

bazuar në kuadrin rregullator të BE-së (2009). Bazuar në këtë kornizë grupet e interesit dhe politikëbërësit kanë punuar në përafrimin e politikave kombëtare të Teknologjisë së Informacionit dhe Komunikimit (TIK) me qëllimet dhe prioritetet e Agjendës Digjitale për Evropën (DAE) (EU, 2014). Në Strategjinë Kombëtare për Zhvillim dhe Integrim Evropian 2022–2030, në përputhje me rekomandimet e Parlamentit dhe Këshillit të Evropës për kompetencat themelore për të nxënit gjatë gjithë jetës, synohet nxitja e reformave kurrikulare në arsim në mënyrë që të kombinohet tradita e arsimit shqiptar me rrymat bashkëkohore të zhvillimit dhe elementët e ripërtërirë të shoqërisë (Strategjia Kombëtare për zhvillim dhe Integrim Evropian 2022–2030, 119). Institucionet e Arsimit të Lartë në Republikën e Shqipërisë, sidomos institucionet që ofrojnë programe studimi në mësuesi, në fokus të zhvillimeve të tyre kurrikulare lipset të konsiderojnë në mënyrë të kujdesshme kompetencat kyçe për të mësuarit gjatë gjithë jetës sipas kuadrit të ri për kompetencat kyçe për të mësuarit gjatë gjithë jetës të adoptuar nga Bashkimi Evropian në maj të vitit 2018 (EU, 2018). Një nga objektivat strategjike të arsimit 2021-2026 në Republikën e Shqipërisë synon digjitalizimin e arsimit, dhe që në mënyrë të integruar duhet të bashkëshoqërohet me alfabetizmin funksional digjital (Strategjia Kombëtare e Arsimit; 50).

Arsimi i lartë mund dhe duhet të jetë aleati kryesor lehtësues, ndihmues dhe zhvillues i disa prej objektivave

kryesorë të strategjisë ndërsektoriale “Agjenda digjitale e Shqipërisë 2022-2026”. Institucionet e arsimit të lartë nëpërmjet kapaciteteve të tyre mund të kontribuojnë në aftësimin për përdorimin e shërbimeve dhe produkteve digjitale, dhe njëherazi, të bëhen pararojë në zhvillimin e një mjedisi të digjitalizuar bazuar në vlera. Zhvillimi i teknologjisë dhe masmedia e komunikimit masiv në mënyrë permanente po parashtrojnë dilema dhe sfida të reja ligjore, etike dhe sociale. Roli i institucioneve të arsimit të lartë është i patjetërsueshëm në promovimin e inovacionit dhe njëherazi edukimin kritik ndaj mjedisit të komunikimit dhe ndërveprimit digjital duke nxitur respektin ndaj vlerave, parimeve etike, të drejtave themelore si dhe përgjegjshmërinë sociale, si tek përdoruesit edhe tek krijuesit e produktit dhe përmbajtjes digjitale (Agjenda digjitale e Shqipërisë 2022-2026, 19).

Programe studimi për mësuesi në Universitetin e Tiranës

Bazuar në strategjinë e zhvillimit të Universitetit të Tiranës 2018-2023, nëpërmjet programeve të studimit dhe mësimdhënies universitare synohet jo vetëm pajisja me njohuri të specializuara sipas disiplinave të studimit, por edhe nxitja e mendimit kritik e analitik ndërdisiplinor, nxitja e mendimit krijues dhe e aftësive të tjera të nevojshme për të përgatitur jo vetëm profesionistë të mirë, por edhe qytetarë të angazhuar në

shoqëri (Strategjia e zhvillimit të UT 2018-2023, 6). Për vitin akademik 2023-2024 në Universitetin e Tiranës ofrohen 185 programe studimi: 37 programe studimi të nivelit të parë “Bachelor”¹; 38 programe studimi të ciklit të dytë “Master profesional”²; 70 programe të ciklit të dytë të studimeve “Master i Shkencave” dhe 1 program studimi të integruar të ciklit të dytë në Drejtësi³, 39 programe studimi të ciklit të tretë prej të cilave 2 programe studimi në “Master ekzekutiv” dhe 37 programe studimi në doktoratë⁴.

Sikurse rezulton edhe në ***Tabelën 1***, në Universitetin e Tiranës ka 21 programe studimi të ciklit të parë “Bachelor”, të cilat sipas përcaktimeve të Vendimit Nr. 436, datë 3.6.2020 “Për përcaktimin e notës mesatare për pranimin e kandidatëve në programet e studimeve të ciklit të parë dhe në programet e integruara të studimeve të ciklit të dytë ose transferimin e studimeve në vitet e ndërmjetme të këtyre programeve, në Institucionet e Arsimit të Lartë, për vitin akademik 2020-2021 dhe 2021-2022 e në vijim”, konsiderohen programe të cilat japin akses në programet

¹ Web page i Universitetit të Tiranës: <https://unitir.edu.al/cikli-i-i-bachelor/>

² Web page i Universitetit të Tiranës: <https://unitir.edu.al/cikli-i-ii-master-profesional/>

³ Web page i Universitetit të Tiranës: <https://unitir.edu.al/cikli-i-ii-master-i-shkencave/>

⁴ Web page i Universitetit të Tiranës: <https://unitir.edu.al/cikli-i-iii/>

Tabela 1: Shpërndarja e programeve të studimit me akses në mësuesi në Universitetin e Tiranës

	Bachelor	Master i shkencave	Master Profesional	Diplomë e integruar e ciklit të dytë	Master ekzekutiv	Programe mësuesie Cikli I Cikli II Msc Cikli II MP
Fakulteti i Drejtësisë		3	4	1	1	
Fakulteti i Ekonomisë	4	12	10			
Fakulteti i gjuhëve të huaja	9	8	1			9/9 cikli I 5/8 cikli II MSc
Fakulteti i Historisë dhe i Filologjisë	5	8	7			3/5 cikli I 3/7 cikli II MP
Fakulteti i Shkencave të Natyrës	11	7	4			5/11 cikli I 5/17 cikli II Msc
Fakulteti i Shkencave Sociale	6	19	11			3/6 cikli I 1/19 cikli II Msc 1/11 cikli II MP
Instituti i Studimeve Europiane		3			1	
Filiali i UT-së Sarandë	2		1			1/2 cikli I

e ciklit të dytë “Master” në fushën e mësuesisë. Oferta e programeve të studimeve në UT për mësues vijon me programet e ciklit të dytë të studimeve për mësuesi, prej të cilave 11 programe studimi në “Master i Shkencave” për “Mësues në...” dhe 4 programe studimi në “Master profesional” për “Mësues në ...”.

Identifikimi i praktikave të mira mbi edukimin për median dhe informacionin në Fakultetin e Shkencave Sociale, Universiteti i Tiranës

Fakulteti i Shkencave Sociale (FSHS), si njësi kryesore e Universitetit të Tiranës me fokus të veçantë mbi dinamikën, format dhe ndikimet e ndryshimeve dhe transformimeve shoqërore, ka rolin kryesor në nxitjen e mendimit kritik, krijues, si dhe kërkimit sistematik mbi zhvillimet në institucionet e ndryshme sociale, përfshirë edhe median. Në përmbushje të misionit të vet, FSHS nëpërmjet ndërthurjes së mësimdhënies, me kërkimin dhe shërbimet synon të përgatisë specialistë të aftë, të pajisur me dije, aftësi dhe qëndrime që të mund të marrin vendime të përgjegjshme në një botë diverse dhe që ndryshon; qytetarë me një perspektivë globale që mendojnë në mënyrë kritike, kanë përgjegjësi sociale, që pranojnë diversitetin dhe synojnë ta ushtrojnë atë (Misioni FSHS⁵).

⁵ Web page i Fakultetit të Shkencave Sociale: https://fshs-ut.edu.al/?page_id=8327

Në një analizë të planeve mësimore të programeve të studimit “Bachelor” që të japin akses në programe të ciklit të dytë mësuesi sikurse janë: Sociologjia, Psikologjia dhe Filozofia, rezulton se:

- i - Kurrikula e programit të studimit “Bachelor” në “Sociologji”, e profilizuar dhe specializuar në formimin sociologjik dhe të nëndegëve të saj studimore, përmban dy lëndë, të cilat në mënyrë eksplicite, fokusohen tek media, komunikimi, teknologjia e informacionit dhe hapësira kibernetike. Në këtë program studimi zhvillohet në kategorinë e veprimtarive formuese karakterizuese të detyrueshme lënda “Sociologji e medias dhe komunikimit”, dhe në kategorinë e lëndëve me zgjedhje zhvillohet lënda “Sociologji e hapësirës kibernetike dhe teknologjisë”⁶. Në këtë program lajmet, ngjarjet, dukuritë, e përcjella mediatikisht, në mënyrë të vazhdueshme janë materiali i kontekstualizimit të analizave dhe interpretimeve sociologjike.
- ii - Kurrikula e programit të studimit “Bachelor” në “Psikologji”, një kurrikul e specializuar në teorinë dhe praktikën e profileve të studimeve psikologjike, nuk përmban modul ose lëndë mësimore të lidhur drejt për drejt me median

⁶ Web page i Fakultetit të Shkencave Sociale: <https://drive.google.com/file/d/16PZBZ0s62d3CcyjOCjnqDMtQcstwUSCt/view?usp=sharing>

dhe informacionin⁷. E megjithatë, në praktikën e mësimdhënies dhe orëve ushtrimore e seminareve, materiali mediatik është një nga furnizuesit kryesorë të rasteve të analizës dhe rasteve studimore.

- iii - Kurrikula e programit të studimit “Bachelor” në “Filozofi”, e inkuadruar në formim të mendimit filozofik edhe pse në planin mësimor të programit të studimit nuk ka lëndë me fokus të dedikuar medias dhe informacionit, ka tema të integruara mbi komunikimin dhe gjuhën në media në përmbajtjen e lëndës së formimit karakterizues “Filozofi gjuhe”⁸. Në praktikën e punës gjatë orëve të seminareve dhe diskutimeve, analizat filozofike shpesh drejtohen mbi ngjarjet e paraqitura nga media dhe forma e prezantimit të tyre.

Nga sa u identifikua më sipër rezulton se në Fakultetin e Shkencave Sociale ekzistojnë praktika të mira të edukimit mbi median dhe informacionin, duke ushqyer sensin krijues dhe kritik ndaj industrisë mediatike si pjesë e industrisë së kulturës dhe konsumit. Në këtë Fakultet ofrohet gjithashtu, programi i studimit të ciklit

⁷ Web page i Fakultetit të Shkencave Sociale: <https://drive.google.com/file/d/1MdKLeEPRUmboWYOzKdg0bXvd6migovOV/view?usp=sharing>

⁸ Web page i Fakultetit të Shkencave Sociale: <https://drive.google.com/file/d/1t-ov60vogHQH8nLFV28nm9BFfmOiruJp/view?usp=sharing>

të dytë “Master i shkencave” në “Mësues i Shkencave Sociale për Arsimin e Mesëm të Lartë”. Në këtë program studimi nuk ka një lëndë të dedikuar edukimit kritik mediatik, edhe pse në mënyrë të tërthortë, sikurse në praktikat e mira identifikuar më sipër, agjenda mediatike është pjesë e agjendës së diskutimeve dhe analizave kritike dhe argumentuese. Në këtë drejtim është e rëndësishme të theksohet se kurrikula e këtij programi studimi i është nënshtruar rishikimit dhe riorganizimit në përmbushje të kërkesave të përcaktuara në nenin 83 të ligjit Nr. 80/2015, datë 22.07.2015 “Për Arsimin e Lartë dhe Kërkimin Shkencor në Institucionet e Arsimit të Lartë në Republikën e Shqipërisë” me fokus përafrimin e përmbajtjes së programeve të studimit në fushën e mësuesisë të Institucioneve të Arsimit të Lartë. Në lëndët e planifikuara dhe miratuara në kurrikulën e re pas riorganizimit të profilit të gruplëndëve të shkencave sociale, në këtë program studimi do të ofrohet si lëndë me zgjedhje edhe lënda “Edukim për media dhe informacion”.

Konkluzione dhe sugjerime

Ky tekstsynoi të evidentojë rëndësinë e institucioneve të arsimit të lartë në krijimin e kapitalit social rinor të informuar dhe të drejtuar për të përdorur në mënyrë kritike dhe krijuese median dhe informacionin. Përballë faktit objektiv të zhvillimit të shpejtë dhe të pandalshëm të teknologjisë së informacionit, shoqëria nuk mund

të lerë pas dore rreziqet që bashkëshoqërojnë këto zhvillime. Në funksion të njohjes së rëndësisë së medias si institucion i një rëndësie kritike sociale në shoqërinë bashkëkohore, institucionet e arsimit të lartë mund dhe duhet të bëhen promotorë të përdorimit të informuar dhe kritik të medias. Në këtë tekst u identifikuan disa praktika të mira të Fakultetit të Shkencave Sociale dhe veçanërisht Departamentit të Sociologjisë në Universitetin e Tiranës. E megjithatë, sugjerohet që edhe njësi të tjera kryesore të Universitetit të Tiranës dhe Institucioneve të tjera të Arsimit të Lartë në vend, që ofrojnë profile studimi për mësuesi në shkencë shoqërore dhe humane të konsiderojnë në mënyrë racionale studimin në veprimtari formuese ndërdisiplinore ose karakterizuese, edhe faktorin social mediatik dhe të teknologjisë së informacionit. Në këtë mënyrë Institucionet e Arsimit të Lartë do të kontribuojnë në ofrimin e një shërbimi kombëtar në funksion të rritjes së përgjegjshmërisë sociale gjatë përdorimit të mediave dhe informacionit duke ndikuar pozitivisht treguesit e kohezionit social dhe strukturës së vlerave shoqërore, të cilat nëpërmjet programeve të formimit të mësuesve ju transmetohen brazave në mënyrë më të sigurt.

Literatura

- 1- Berger, A. A. (2012). *Media and Society: A Critical Perspective*. Third edition. USA: Rowman & Littlefield Publishers

- 2- Bruce, Ch, S. (1995) Information literacy: a framework for higher education, *The Australian Library Journal*, 44:3, 158-170, <https://doi.org/10.1080/00049670.1995.10755718>
- 3- European Union (2014). *Monitoring regulatory and market development for electronic communications and information society services in Enlargement Countries. Report 4*. https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=5045
- 4- European Union, "Council Recommendation of 22 May 2018 on key competences for lifelong learning (2018/C 189/01)," 2018. [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018H0604\(01\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018H0604(01))
- 5- Ligji Nr. 80/2015, datë 22.07.2015 "Për Arsimin e Lartë dhe Kërkimin Shkencor në Institucionet e Arsimit të Lartë në Republikën e Shqipërisë" <http://arsimi.gov.al/wp-content/uploads/2019/08/P%C3%ABrmbledhje-e-legjislacionit-p%C3%ABr-arsimin-e-lart%C3%AB-23-shtator-2020.pdf>
- 6- Martin, T. W. (1968). Social Institutions: A Reformulation of the Concept. *The Pacific Sociological Review*, 11(2), 100–109. <https://doi.org/10.2307/1388324>
- 7- Pfeffer, Th. (2014). "Academic media literacy and the role of universities," *Perspectives of Innovation in Economics and Business (PIEB)*, Prague Development Center, vol. 14(2), pages 83-93, May
- 8- Sefton-Green, J. (2006). Youth, Technology, and Media Cultures. *Review of Research in Education*, 30, 279–306. <http://www.jstor.org/stable/4129775>

- 9- Small, D. B., Bondarenko, D. M., Kowalewski, Stephen A. (2020). *The Evolution of Social Institutions: Interdisciplinary Perspectives*. Germany: Springer International Publishing.
- 10- Strategjia e zhvillimit të Universitetit të Tiranës 2018-2023 <https://unitir.edu.al/strategjia-e-zhvillimit-te-universitetit-te-tiranes-2018-2023/>
- 11- Strategjia Kombëtare e Arsimit 2021-2026. <https://arsimi.gov.al/wp-content/uploads/2021/05/Draft-Strategjia-per-Arsimin-2021-2026-1.pdf>
- 12- Strategjia Kombëtare për Zhvillim dhe Integrim Evropian 2022-2030 <https://qbz.gov.al/eli/vendim/2023/02/22/88>
- 13- Strategjia ndërsektoriale “Agjenda digjitale e Shqipërisë” dhe plani i veprimit 2022-2026. <https://akshi.gov.al/wp-content/uploads/2022/06/vendim-2022-06-01-370.pdf>
Vendimi Nr. 436, datë 3.6.2020 “Për përcaktimin e notës mesatare për pranimin e kandidatëve në programet e studimeve të ciklit të parë dhe në programet e integruara të studimeve të ciklit të dytë ose transferimin e studimeve në vitet e ndërmjetme të këtyre programeve, në Institucionet e Arsimit të Lartë, për vitin akademik 2020-2021 dhe 2021-2022 e në vijim”. <https://ualbania.al/theme/files/VKM%20p%C3%ABr%20p%C3%ABrcaktimin%20e%20kriterit%20t%C3%AB%20not%C3%ABs%20mesatare%20p%C3%ABr%20vitet%20akademike%202020-2021%20DHE%202021-2022.pdf>
- 15- Web page i Fakultetit të Shkencave Sociale: <https://fshs-ut.edu.al/>
- 16- Web page i Universitetit të Tiranës: <https://unitir.edu.al/programe-studimi/>

EDUKIMI MEDIATIK I STUDENTËVE TË GAZETARISË: E ARDHME PREMTUESE PËR PROFESIONALIZMIN E MEDIAS?

Erlis Çela

Sa herë që flitet për edukimin mbi median dhe informacionin (EMI) në mjediset gazetareske, ka një qasje deri diku indiferente duke mos e perceptuar këtë temë si diçka që duhet t'i interesojë medias dhe gazetarëve. Megjithatë në këndvështrimin e shumë studiuesve të fushës, këto qëndrime ndaj përpjekjeve për edukimin mediatik të audiencave, burojnë më tepër nga mospërfshirja e drejtpërdrejtë e këtyre aktorëve në këto përpjekje dhe nga mungesa e njohurisë rreth ndikimit që ka EMI mbi të ardhmen e gazetarisë. Nisur nga ky fakt është e rëndësishme që përfshirja e gazetarëve në fushën e edukimit për median dhe informacionin duhet të nisë shumë më herët se ata të jenë pjesë e tregut të punës.

Përfshirja e njohurive mbi EMI-in në kurrikulat e programeve universitare të gazetarisë përbën ndoshta hapin e parë për të zgjuar interesin e gazetarëve në këtë drejtim. Në epokën që jetojmë, ku media sociale, platformat digjitale dhe së fundit intelijenca artificiale po e mediatizojnë gjithmonë e më tepër jetën e njeriut, kufijtë e gazetarisë si profesion po ndryshojnë. Në këtë këndvështrim edhe funksionet e gazetarisë janë ridimensionuar në krahasim me funksionet e gazetarisë tradicionale, të epokës para internetit dhe medias sociale.

Nisur nga këto zhvillime, prej kohësh ka një vëmendje të shtuar mbi ndryshimet e nevojshme në kurrikulat e programeve të gazetarisë. Qasja e re që sugjerohet është ajo që u jep mundësi studentëve të kësaj fushe dhe profesionistëve të ardhshëm të medias, për ta parë audiencën si aktor kontribues dhe aktiv në procesin e prodhimit dhe shpërndarjes së informacionit. Audiencia ka dalë nga roli i saj pasiv, të cilën e kishte përgjatë sistemit të masmedias, duke u bërë pjesë e kulturës së re të botës online, e cila ofron më shumë autonomi për të ndikuar në krijimin dhe shpërndarjen e informacionit.

Ekziston tashmë një rrymë e mirëfilltë studimesh për ripërkufizimin e profesionit të gazetarit dhe funksioneve të gazetarisë si një domosdoshmëri për t'u përshtatur me realitetin e ri të platformave digjitale. Autorë të ndryshëm që mbështesin këtë rrymë, kanë hedhur idenë e rishikimit të "kufijve" profesionalë të gazetarisë.

Brenda këtij debati sa shkencor aq dhe profesional për ridimensionimin e funksioneve të gazetarisë dhe medias, ekziston dhe një çështje e rëndësishme që ka të bëjë me rolin gazetarëve në edukimin mediatik të audiencave.

Edukimi mbi median dhe informacionin realizohet nga aktorë të ndryshëm si institucionet publike, organizatat e shoqërisë civile, institucionet kërkimore dhe universitetet. Qasja e përgjithshme e këtyre aktorëve është ajo proteksioniste, duke u fokusuar në mbrojtjen e audiencave nga media dhe përmbajtjet e dëmshme të saj.

Ndërkohë, nëse duam që gazetarët dhe studentët e gazetarisë të përfshihen në përpjekjet e edukimit mediatik, kjo qasje proteksioniste mund të mos jetë e duhura. Duhet që aktorë të tillë si gazetarët, institucionet e medias dhe shkollat e gazetarisë ta shohin vetën si aktorë të dorës së parë në strategjinë e përgjithshme të edukimit mbi median dhe informacionin. Në këtë mënyrë mund të sigurohet që gazetarët dhe mediat të mos i perceptojnë përpjekjet për edukimin e audiencave si një angazhim kundër tyre. Puna mund të nisi nga informimi i studentëve të gazetarisë dhe gazetarëve profesionistë rreth përfitimeve që sjell EMI në punën tyre dhe të ardhmen e vetë medias.

Rritja e nivelit të edukimit mbi median dhe informacionin te audiencat sjell një sërë përfitimesh të cilat janë thuajse të domosdoshme për shoqëritë e sotme. Përfitimet nga një audiencë e mirë edukuar,

nuk lidhen vetëm me përballimin e dezinformacionit, fenomen i cili përbën një nga shqetësimet kryesore për shoqëritë e sotme.

Qytetari i informuar mbi mënyrën si funksionon media, procesin e prodhimit të lajmit, pronësia dhe çështje të tjera, ka mundësi të bëjë vlerësime bazuar në fakte dhe të marrë vendime të drejta. Njerëzit që zhvillojnë një kornizë të menduari kritik në kuptimin e mediave, kanë më shumë gjasa të kontrollojnë angazhimin e tyre me lajmin dhe informacionin në platformat digjitale.

Në përgjithësi ne jemi mësuar ta shohim edukimin mediatik si përpjekje të fokusuara te audience dhe përdoruesit e medias. Kjo qasje e përgjithshme e sheh EMI-n si një fushë ku aktorë jashtë medias angazhohen për të edukuar audiencën për median.

E parë nga ky këndvështrim duket sikur anashkalohej ideja se edhe gazetarët dhe studentët e gazetarisë kanë nevojë për këto njohuri. Përfshirja e gazetarëve dhe studentëve të gazetarisë në proceset e edukimit mbi median dhe informacionin, mund të sjellë përfitime të shumta për shoqërinë dhe për vetë median. Nëse në thelb EMI nënkupton nevojën për edukimin konsumatorin e produktit të medias, lind pyetja se kush më shumë se vetë media mund të jetë e interesuar për ta bërë këtë?

Edukimi mbi median dhe informacionin si qasje strategjike

Një qasje e dobishme në këtë drejtim mund të jetë prezantimi i EMI-t si një proces nxitës drejt zhvillimit dhe përmirësimit të vazhdueshëm të medias. Kjo përbën një qasje strategjike, sipas të cilës audiencat me njohuri të lartë mbi median dhe procesin e prodhimit përmbajtjes, krijojnë një presion pozitiv nga poshtë lart, që çon në rritjen e standardeve të medias dhe gazetarisë. Për rrjedhojë kemi të bëjmë me përfitime të dyanshme, si për shoqërinë ashtu edhe për vetë mediat dhe profesionistët e kësaj fushe.

Duke promovuar EMI-n, media mund të ndërtojë një marrëdhënie me audiencën, e cila çon në përmirësimin e cilësisë dhe rritjen e besimit në media. Në një farë mënyre gazetarët kontribuojnë në edukimin e konsumatorit, duke siguruar një perspektivë pozitive për industrinë ku ata bëjnë pjesë. Supozohet se kur audiencia të mësojë të vlerësojë standardet e cilësisë të vendosura nga gazetarët, ajo do të jetë në gjendje të zgjedhin gazetarinë cilësore. Në këtë mënyrë dhe kushtet për mundësimin e kësaj lloji gazetarie do të përmirësohen.

Sipas studiuesve të fushës ekzistojnë disa arsye se pse media dhe gazetarët duhet të përfshihen në mbështetjen e edukimit mbi median.

Së pari, industria e medias e sheh EMI-in si një strategji e mirë e marrëdhënie me publikun, e cila mund të ndikojë në adresimin e perceptimeve negative që

ekzistojnë për median në shoqëri. Retorika e ekstremist politik, si majtas dhe djathtas, shpesh akuzon median për njëanshmëri dhe manipulim të së vërtetës, duke kontribuar në përhapjen e mosbesimit të audiencave të media dhe gazetarët profesionistë. Në një situatë të tillë, EMI do të ndihmonte që më shumë njerëz të kuptonin si funksion media dhe sa e rëndësishme është ajo për shoqëritë demokratike.

Së dyti kontributi i medias dhe i gazetarëve profesionistë për edukimin mediatik të audiencave mund të shihet nga perspektiva e përgjegjësisë sociale. Media përmes angazhimit në këtë drejtim, ndikon në përmirësimin e imazhit të saj, si një industri e përgjegjshme ndaj shoqërisë. E parë nga kjo perspektive, përfshirja e gazetarëve të edukimin mediatik të qytetarëve, shihet si një detyrim moral ndaj shoqërisë ku ata bëjnë pjesë.

Së treti, edukimi mbi median dhe informacionin është zhvillim i audiencës. Kjo nënkupton edukimin e të rinjve për median dhe promovon vlerësimin kritik dhe profesional të përmbajtjes së medias.

Një model referues për përfshirjen e EMI-t në programet e gazetarisë

Njohuritë mbi EMI-n në kurrikulat e programeve të gazetarisë mund të integrohen duke patur parasysh promovimin e rolit parësor të gazetarëve në edukimin

mediatik të audiencave. Studiuesja finlandeze Maarit Jaakkola ofron një model me tre komponentë që detajon rolin e gazetarëve si edukues të audiencave. Ky model mund të shërbejë si një kornizë referuese për përfshirjen e EMI-it në kurrikulat e programeve të gazetarisë.

Komponenti i parë në këtë model është **“edukimi mediatik mbi gazetarinë”**, i cili përfshin aktivitete që synojnë informimin e audiencës për gazetarinë. Në këtë rast qëllimi i aktiviteteve edukative është të prodhojë informacion mbi gazetarinë dhe parimet e përgjithshme, si gjinitë e gazetarisë, kriteret e lajmeve ose etika e gazetarisë.

Komponenti i dytë është **“edukimi mediatik në gazetari”**. Në këtë rast kemi të bëjmë me një proces edukimi mediatik që merr formën e gazetarisë. E thënë ndryshe praktika gazetareske është përshtatur sipas standardeve pedagogjike për të arritur synime edukative. Gazetari merr rolin e një edukatori ose aktivisti, duke zbatuar mendimin e tij pedagogjik në produktet që ai prodhon dhe kryer një aktivitet të planifikuar edukativ. Si shembull mund të jepen përmbajtjet e prodhuara, të cilat ofrojnë një perspektivë kritike për rolin e medias dhe materiale që qartësojnë sfondin dhe kontekstin e ngjarjeve të pasqyruara nga media.

Ndërsa komponenti i tretë ka të bëjë me **“edukimin mediatik nëpërmjet gazetarisë”**. Në këtë rast gazetarët dhe media i japin audiencës një rol aktiv si prodhues ose bashkëprodhues të përmbajtjes. Qëllimi është që audienca të edukohet duke u përfshirë në aktivitete

gazetareske dhe duke u bërë pjesë integrale e prodhimit të përmbajtjes. Si shembull për këtë komponent mund të jepet mbështetja e medias dhe gazetarëve profesionistë për simulimin e redaksive të lajmeve në shkollat e sistemit parauniversitar. Në këtë mënyrë nxënësit që në moshë vogël marrin aftësi praktike për prodhimin e përmbajtjes, kuptojnë procesin e punës, si dhe rolin e gazetarëve. Një tjetër shembull është dhe hapësira që media i jep materialeve të prodhuara nga të rinjtë duke i përfshirë ato në ofertën e përmbajtjes që i ofrojnë audiencave.

Referenca

- Maarit Jaakkola, “Journalists as Media Educators: Journalistic Media Education as Inclusive Boundary Work”, *Journalism Practice*, 1265-1285, 2020
- Nozima Muratova, Alton Grizzle, Dilfuza Mirzakhmedova, “Edukimi për median dhe informacionin në gazetari: një manual për gazetarët dhe trajnuesit. Pedagogët e gazetarisë”, *Instituti Shqiptar i Medias*, Tiranë, 2022
- Kate Morris & Frances Yeoman “Teaching Future Journalists the News: The Role of Journalism Educators in the News Literacy Movement”, *Journalism Practice*, 1573-1590, 2021
- Lynn Schofield Clark, “Cultivating the media activist: How critical media literacy and critical service learning can reform journalism education”, *Journalism*, 885–903, 2013

HARTIMI I NDËRHYRJEVE PËR EDUKIMIN PËR MEDIAN DHE INFORMACIONIN BAZUAR NË TË DHËNA EMPIRIKE

Blerjana Bino

Edukimi për Median dhe Informacionin (EMI) është një fushë jetike që përgatit individët për të lundruar në shoqërinë e informacionit dhe në kushtet e zhvillimeve teknologjike të avancuara dhe të kudogjendura sikurse Interneti, digjitalizimi dhe tashmë Inteligjenca Artificiale. Në këtë tekst, do të shqyrtojmë si mund të hartohen ndërhyrjet efektive të EMI, duke u bazuar në të dhëna empirike. Artikulli nis me një parashtrim të kontekstit për të kuptuar rëndësinë e të dhënave dhe më pas kalon në hapa konkretë sesi mund të ndërtohen ndërhyrje EMI bazuar në të dhëna empirike, pse janë të rëndësishme, cilat janë sfidat dhe si mund të kapërcehen.

[UNESCO](#) e konsideron EMI-n një çështje të lidhur drejtpërdrejt me demokracinë duke nënvizuar se EMI duhet të kuptohet si pjesë e një tërësie që përfshin legjislacionin dhe reforma në media, arsim dhe fusha të tjera të rëndësishme - si pjesë e një strategjie për zhvillimin demokratik të shoqërisë.

[EMI](#) nënkupton një proces me përfitime afatgjatë, jo me zgjidhje afatshkurtër. Ky është një proces që përfshin shumë palë të ndryshme të interesuara në shoqëri (vendimmarrësit, institucionet arsimore, universitetet, shoqërinë civile dhe vetë mediat si edhe partnerët zhvillimore), dhe realizimi i ndërhyrjeve EMI kërkon një qasje shumëpalëshe, sistemike dhe bashkëpunim të gjerë mes palëve të interesuara si edhe me udhëheqjen politike proaktive ([qasjet në Europë](#)). Në kushtet e sotme është thelbësore që ndërhyrjet EMI të integrojnë edukimin formal dhe jo formal, të përqafojnë teknologjinë dhe digjitalizimin për metoda efektive të EMI-t dhe të përshtaten me kontekstet specifike social, kulturore, ekonomike dhe politike. Për këtë është e rëndësishme që këto ndërhyrje të informohen nga të dhënat empirike ([shembull studimi](#)).

Sipas [Këshillit të Europës](#) në epokën digjitale, përdorimi i gjerë i internetit dhe medias mund të krijojë përshtypjen se të gjithë janë bërë përdorues të medias dhe se digjitalizimi është i pranishëm kudo, përfshirë edhe në shkolla. Megjithatë, kjo përshtypje është e pasaktë, dhe shkollat janë një përjashtim i rëndësishëm.

Shkolla është vendi ku është thelbësore të trajnohen qytetarët e ardhshëm për të kuptuar, kritikuar dhe krijuar informacion duke përforcuar në mënyrë të vazhdueshëm mendimin kritik për qytetarë aktiv dhe të angazhuar. Ndërhyrjet për EMI duhet kështu të kenë parasysh hendekun mesa tyre që kanë akses dhe qasje në infrastrukturë digjitale dhe dija dhe atyre që mbeten pas. Ndaj është e rëndësishme të vlerësohen nevojat e grupeve të ndryshime shoqërore për të bërë të mundur ndërhyrje efektive EMI.

Hartimi i ndërhyrjeve për EMI bazuar në të dhëna empirike është një proces i rëndësishëm dhe i ndërlikuar që kërkon një qasje të detajuar dhe të matur sikurse ekspertizë, burime dhe infrastrukturë të nevojshme. EMI i bazuar tek të dhënat empirike do të thotë që ndërhyrjet EMI, strategjitë, kurrikula, përmbajtja dhe metodat duhet të bazohen në të dhëna empirike cilësore dhe sasiore qoftë në edukimin formal edhe atë joformal, si në qasjet sistemike ashtu edhe në ndërhyrje ad hoc me bazë projekti.

Hapi i parë në këtë proces të zhvillimit të ndërhyrjeve EMI bazuar tek të dhënat është mbledhja dhe analiza e të dhënave empirike. Kjo përfshin një kuptim të thellë të grupeve të synuara, duke përfshirë karakteristikat e tyre demografike, kulturore, social dhe edukative. Gjithashtu, është thelbësore të vlerësohen burimet dhe materialet e mëparshme të EMI-t për të identifikuar pikat e forta dhe të dobëta dhe për të ndërtuar më

pas qasje dhe ndërhyrje të përmirësuara. Kjo analizë ndihmon në krijimin e një baze të qëndrueshme nga e cila mund të ndërtohen ndërhyrjet.

Së dyti, të dhënat janë të rëndësishme për zhvillimin dhe përmirësimin e kurrikulës EMI në të gjithë nivelet arsimore. Përmbajtja dhe struktura e programit zhvillohen bazuar në gjetjet nga kërkimet akademike dhe praktike në fushën e EMI. Kjo praktikë mundëson që kurrikula të reflektojë mënyrat aktuale si të rinjtë mësojnë, i qasen teknologjisë, medias dhe informacionit. E lidhur ngushtë me këtë është edhe përdorimi i të dhënave për metodat dhe qasjet e mësimdhënies duke u siguruar kështu që metodat e përdorura janë efektive dhe i përgjigjen nevojave të grupeve të ndryshme.

Duke qenë se ekosistemi i informacionit, mjedisi mediatik dhe zhvillimet teknologjike janë në ndryshim të vazhdueshëm dhe shumë të shpejt, është e rëndësishme që ndërhyrjet EMI të jenë relevante dhe të vlefshme. Një program i bazuar në të dhëna empirike do të integrojë vazhdimisht gjetjet e fundit të kërkimit në ndërhyrjet EMI për të mbetur relevant dhe efektiv, duke u përshtatur me zhvillimet e reja mediatike, në teknologji dhe ndryshime shoqërore ([shembull studimi](#)).

Një program EMI i bazuar në evidence shpesh përfshin mekanizma për vlerësimin e efektivitetit të vet. Kjo përfshin mbledhjen dhe analizën e të dhënave mbi se sa mirë programi përmbush qëllimet e tij arsimore, si p.sh., përmirësimin e aftësive të nxënësve për të vlerësuar në mënyrë kritike informacionin dhe burimet

mediatike. Monitorimi dhe vlerësimi i zbatimit të ndërhyrjeve dhe programeve EMI është i rëndësishëm për të siguruar përmirësimin e vazhdueshëm ([shembull studimi](#)). Kjo mund të përfshijë edhe mësimin përmes praktikave të mira apo shkëmbimit të përvojave me aktorë të tjerë. Gjithashtu, përmirësimi i ndërhyrjeve dhe programeve EMI kërkon edhe mbledhjen dhe analizën e përshtypjeve dhe reagimeve të grupeve të targetuara duke mundësuar kështu që EMI t'i përgjigjet nevojave dhe kërkesave specifike duke u bërë efektiv dhe i vlefshëm ([shembull studimi](#)). Kështu p.sh një [studim i fundit](#) tregon se vlerësimi i politikave arsimore për EMI kërkon vëmendje të veçantë, për të garantuar analizën e arritjeve apo mangësive, efektivitetit dhe kapacitetit për t'u përshtatur ndaj sfidave që dalin në ekosistemin mediatik. Kështu, qëllimi është të sigurohet informacion i përditësuar për krijimin e politikave, studimeve kërkimore dhe përmbajtjes kurrikulare në lidhje me EMI.

Përdorimi i të dhënave empirike në hartimin e ndërhyrjeve të EMI është kyç për disa arsye. Së pari, rritja e relevancës dhe efektivitetit përmes targetimit të nevojave specifike dhe përshtatjen me kontekstin. Të dhënat na ndihmojnë të kuptojmë nevojat, interesat dhe sfidat e audiencave që synojmë. Kjo siguron që ndërhyrjet të jenë të personalizuar dhe relevante për grupin e synuar. Analiza e të dhënave mund të zbulojë ndikimet kulturore dhe kontekstuale që duhet të merren parasysh, duke bërë ndërhyrjet më të pranueshme dhe

efektive për audienca të ndryshme. Së dyti, të dhënat mund të na ndihmojnë të identifikojmë cilat strategji të mëparshme kanë funksionuar mirë dhe cilat jo, duke na mundësuar të përmirësojmë praktikat aktuale.

Duke analizuar të dhënat, mund të përqendrohemi në elementet më të fuqishme të ndërhyrjeve dhe të shmangim ato që janë më pak efektive. Për më tepër, vendimet e bazuar në të dhëna ndihmojnë vendimmarrësit e ndërhyrjeve EMI të shmangim paragjykimet dhe supozimet subjektive, duke u përqendruar në fakte dhe të dhëna empirike. Të dhënat ofrojnë një bazë të qartë për vendime dhe ndihmojnë në dokumentimin e procesit të vendimmarrjes. Me të dhëna të sakta, është më e lehtë të vlerësohet efektiviteti i ndërhyrjeve dhe të raportohet për rezultatet e programeve EMI. Të dhënat mund të ndihmojnë në identifikimin e tendencave të reja dhe ndryshimeve në sjelljet e audiencave (grupeve të synuara), duke lejuar ndërhyrjet të evoluojnë dhe të përshtaten me kohën. Përdorimi i të dhënave mundëson një cikël të vazhdueshëm të vlerësimit dhe përmirësimit të ndërhyrjeve.

Megjithatë zhvillimi i ndërhyrjeve EMI bazuar në evidenca përballet me disa sfida të ndërlikuara. Këto sfida mund të përfshijnë mungesa e të dhënave të mjaftueshme për të bërë një analizë të thellë. Në rastin se të dhënat ekzistojnë, mund të jenë komplekse dhe të vështira për t'u analizuar, duke kërkuar ekspertizë të specializuar në statistikë dhe interpretim të të dhënave. Një sfidë tjetër është financimi dhe burimet. Programet

e EMI të bazuar në evidenca mund të kërkojnë një buxhet të konsiderueshëm për mbledhjen dhe analizën e të dhënave, zhvillimin e materialeve, dhe zbatimin e ndërhyrjeve. Ekspertët e kualifikuar dhe personeli i trajnuar janë jetikë për zbatimin efektiv, por kanë kosto dhe jo të gjitha institucionet kanë mundësi për ti mbuluar këto kosto.

Një sfidë tjetër është mungesa e aksesit në teknologji dhe Internet. Në zonat me qasje të kufizuar në teknologji dhe Internet, realizimi i programit të EMI mund të jetë i vështirë, p.sh shkolla që nuk janë të pajisura me laborator. Për aktorët që realizojnë ndërhyrje EMI të bazuar tek të dhënat duhet të kujdesen për ruajtjen e privatësisë dhe sigurisë së të dhënave të mbledhura, veçanërisht në epokën digjitale. Ndërsa qëllimi i EMI është të ndryshojë sjelljet dhe perceptimet, kjo ndodh shpesh në mënyrë graduale dhe mund të mos jetë e dukshme menjëherë. Se fundmi, rritja e ndërgjegjësimit dhe interesit për EMI është një sfidë.

Për kapërcimin e sfidave është e nevojshme një qasje sistemike në hartimin, zbatimin, vlerësimin dhe përmirësimin e programeve dhe ndërhyrjeve EMI të bazuar tek të dhënat. Kjo qasje sistemike dhe e qëndrueshme kërkon vullnetin politik dhe vendimmarrjen konkrete politikëbërëse të institucioneve përgjegjëse, mbështetje financiare të vazhdueshme, bashkëpunim shumëpalësh me shoqërinë civile, institucionet arsimore, donatorët dhe vetë median.

EDUKIMI PËR MEDIAN DHE INFORMACIONIN NË KONTEKSTIN SHQIPTAR

Rrapo Zguri

Një nga sloganet e politikës amerikane të viteve '30 të shekullit të kaluar ishte: “All politics is local” (e gjithë politika është lokale) duke nënkuptuar se politika para së gjithash ekziston dhe bazohet në një kontekst lokal. Kjo thënie vlen për shumë veprimtari apo fusha të dijes njerëzore dhe mes tyre vlen edhe për Edukimin për Median dhe Informacionin (EMI).

Edhe pse aktualisht shfaqet si një nevojë globale, zhvillimi i EMI nuk mund të realizohet me sukses pa marrë parasysh kontekstin lokal të vendit në të cilin realizohet. Kjo është e domosdoshme sidomos për vendet që janë në fillim të këtij procesi, siç është Shqipëria. Duke u përqendruar te dijet dhe aftësitë që lidhen me mediat dhe me informacionin, strategjia për zhvillimin e EMI duhet të marrë në konsideratë dhe të

bazohet tek gjendja dhe problemet specifike të tyre në një vend me demokraci të brishtë si Shqipëria.

Nga ky këndvështrim, ne nuk mund të huazojmë apo të aplikojmë “en-block” përvojën e vendeve të tjera, qoftë kjo përvoja e një vendi me nivelin më të lartë të EMI, siç është Finlanda.¹ EMI në këtë vend ka luksin të zhvillohet në kushtet e një media tërësisht të lirë, të pavarur dhe pluraliste, si dhe brenda një sistemi të konsoliduar të demokracisë liberale. Kolegët tanë finlandezë të fushës së EMI po merren aktualisht me Barometrin e Mediave për Fëmijët 0-8 vjeç, kurse ne kemi probleme shumë më themeltare me median dhe me informacionin.

Ndërkohë nga Gjermani vjen përvoja e një projekti të fushës së EMI që trajton aplikimin e gjuhës neutrale gjinore (*gender-neutral language*) në komunikimin publik në këtë vend, një temë kjo tepër e hershme për t’u trajtuar në shoqërinë shqiptare.

Shqipëria ka një kontekst që ndryshon jo vetëm nga ai i vendeve të zhvilluara por edhe nga konteksti i vendeve të rajonit. Për shembull, një nga problemet më të mëdha aktuale në Malin e Zi është ai i dezinformimit dhe propagandës 24-orëshe që vjen nga ekrani i kanaleve televizive serbe dhe që synon mohimin e identitetit etnik dhe shtetëror malazez. Nga ana tjetër vetë Serbia është kthyer në epiqendër të dezinformimit rus në Europë. Në ndryshim nga vendet e rajonit, Shqipëria nuk ka

¹ Shih Media Literacy Index 2022, Link: <https://www.osce.org/files/f/documents/0/4/534146.pdf>

problem kryesor dezinformimin apo propagandën që vjen nga jashtë (edhe pse risku mbete i lartë), por atë që vjen nga brenda dhe i drejtohet publikut të brendshëm.

Në këtë këndvështrim është e qartë se strategjia për zhvillimin e EMI në Shqipëri duhet të ketë prioritetet e veta sipas kontekstit mbizotërues aktual.

Bazuar në kërkimin shkencor në media dhe në informacionin masiv dhe në njohjen e realitetit shqiptar të kësaj fushe, mendoj se projektorët e EMI në Shqipëri duhet të përqendrohen në këto 4 aspekte:

1. Situata dhe e vërteta e mediave në Shqipëri.
2. Dezinformimi dhe propaganda që vjen nga shteti dhe nga politika.
3. Infodemia dhe epidemia e teorive konspirative.
4. Niveli i literacisë digjitale të publikut shqiptar

Këto aspekte përfaqësojnë edhe terrenin ku problemet që lidhen me median dhe me informacionin janë më të mëdha se në çdo aspekt tjetër dhe për këtë arsye fokusi i EMI do të duhet të përqendrohet pikërisht në to.

Situata dhe e vërteta e mediave në Shqipëri.

Edhe pse kanë kaluar mbi 30 vjet që nga koha e lindjes së mediave të para të lira dhe pluraliste në Shqipëri, gjendja e mediave masive mbetet problematike. Teksa pritej që ato të thëllonin pavarësinë e tyre nga politika, nga interesat e pronarëve apo nga faktorë të tjerë jashtë-

mediatikë, në fakt ka ndodhur e kundërta. Mediat janë thelluar në këto varësi. Agjenda e tyre sa vjen e largohet nga interesat e publikut, duke i shërbyer thjesht dhe vetëm interesave të elitës drejtuese të vendit, qoftë kjo elitë politike, shtetërore, mediatike, apo ekonomike. Përgjegjshmëria publike është zbehur së tepërmi dhe shërbimi ndaj pushtetit të radhës është kthyer në një “modus vivendi” për shumicën e mediave kryesore në vend. Realisht nga “watch dog” të interesave publike, mediat kryesore janë kthyer në një “lap dog” të qeverisë së radhës, me qëllim që të gjenerojnë përfitime apo favore nga qeveria për bizneset apo aferat e tjera jashtë-mediatike.

Ky lloj pragmatizmi i pashëndetshëm për shoqërinë dhe demokracinë ka sjellë një varësi totale dhe flagrante të mediave nga ana e interesave të pronarëve, ka degraduar cilësinë e përmbajtjes mediatike, ka goditur rëndë themelet e gazetarisë, karritur vetë-censurimin tek profesionistët e fushës dhe si rrjedhojë kanë sjellë edhe humbjen e besimit të publikut te mediat. Tashmë mund të thuhet se jemi në një moment kur po kristalizohet një lloj tradhtie e mediave ndaj publikut. Jemi në një situatë të ngjashme me raportin mes pushtetit dhe klasës punëtore gjatë komunizmit, ku edhe pse pretendohet që pushteti të ishte i klasës punëtore, në fakt kjo e fundit kishte vetëm çelësat e kashtës. Aktualisht mediat kanë lënë në shërbim të interesit publik të njëjtët çelësa.

Shqetësuese mbeten në realitetin e mediave edhe niveli i lartë i polarizimit, i politizimit dhe i opinionizimit.

Nëse para 15 vitesh kishte vetëm 3 emisione të tipit “talk show” ku opinionistët shfaqnin opinionet e tyre rreth zhvillimeve të ndryshme në vend, aktualisht mund të kemi një mesatare prej rreth 3 emisionesh të tilla për secilën nga kanalet televizive në vend. Dhjetërafishimi i këtij numri ka sjellë dhjetërafishim apo qindrafishim të nivelit të opinionizimit të shoqërisë. Tashmë shumica e njerëzve flasin me gjuhën e opinionistëve tërësisht të varur dhe përdorin argumentet e tyre kur diskutojnë në rrethe të ngushta apo të gjera për çështjet që e shqetësojnë shoqërinë.

Aspekte të tjera që mbeten për t’u ndriçuar për publikun janë ato të financimit të mediave, të përdorimit të tyre si një kanal për zhvatjen e parave të njerëzve përmes reklamave të fshehta të padeklaruara si të tilla apo përmes reklamave të hapura, kultivimi i kulturës së telebingos, fetishizimi i parazitizmit dhe i luksit, eskortizimi i mediave, etj.

Në emër të parasë mediat, krahas interesit publik, po braktisin edhe interesin kombëtar, si në rastin e përmbytjes së ekraneve me telenovela turke, të cilat janë pjesë e fushatës së neo-otomanizimit të shoqërisë shqiptare, këtë herë jo përmes armëve, por përmes instrumenteve të “qasjes së butë” kulturore. Ndërkohë në periferitë e mediave, në disa portale surrogat janë ndeshur edhe shenjat e mercenarizimit të gazetarisë përmes botimit apo shkrimit të artikujve në interes të aktorëve të tretë në vend, siç janë Kina dhe Rusia.

Edukimi mediatik duhet t'i shërbejë pikërisht këtij diagnostikimi të “pushtetit të katërt”, në mënyrë që të krijojë një publik të informuar, i cili, vetëm duke qenë i tillë do të jetë në gjendje që t'iu bëjë presion mediave për t'u përmirësuar dhe për t'iu rikthyer misionit të tyre publik. Për mendimin tim, “vetingu” më i mirë që mund t'ju bëhet mediave, është pikërisht përhapja dhe zhvillimi i edukimit mediatik në radhët e publikut të gjerë.

Dezinformimi dhe propaganda që vjen nga shteti dhe nga politika.

Siç e theksuam edhe më sipër, dezinformimi dhe propaganda që prodhohen brenda vendit dhe që synojnë publikun e brendshëm, përfaqësojnë llojin kryesor të dezinformimit dhe propagandës në vend. Ato gjenerohen më së shumti nga vetë shteti, i cili në vend që të ishte pjesë e zgjidhjes së këtij problemi është në fakt pjesë e problemit.

Lloji kryesor i propagandës dhe i dezinformimit në vend është ai që gjenerohet nga zyrat e marrëdhënieve publike (anglisht – public relations, shkurt PR) të qeverisë, të institucioneve qendrore apo lokale të shtetit dhe të partive politike. Numri i përgjithshëm i punonjësve që punojnë në këto zyra dalëngadalë po e kalon numrin e gazetarëve në vend, duke u kthyer në një armatë të përpunimit dhe manipulimit të informacionit dhe të opinionit publik. Se me çfarë merren zyrat e PR,

mjafton të risjellim në kujtesë rrëfimin e “babait” të marrëdhënieve publike Edward Bernays disa dekada më parë: “Kur u ktheva në Shtetet e Bashkuara [nga Lufta e Parë Botërore], vendosa që përderisa propaganda mund të përdorej për luftë, sigurisht që ajo mund të përdorej edhe për paqe. “Propaganda” u bë një fjalë e keqe..., kështu që ajo që unë bëra ishte të përpiqesha të gjeja disa fjalë të tjera, kështu që gjetëm fjalët “marrëdhënie me publikun”. Cory Wimberly, është edhe më i drejtpërdrejtë në përgjigje të pyetjes së mësipërme: “propaganda nuk ndryshon nga marrëdhëniet me publikun, përveçse në emërtimin e saj”.

Edhe pse i tillë, aktiviteti i PR është i pranishëm në të gjitha vendet demokratike perëndimore sot. Por ai ndjek kanalet e veta në komunikimin me publikun. Problemi fillon pikërisht atëherë kur zyrat e PR përdorin mediat masive si kanale për të përhapur mesazhet dhe përmbajtjen e tyre. Aktualisht mjaft nga lajmet në tekst, video apo audio që shfaqen në mediat shqiptare kanë si burim zyrat e PR. Në shumicën e tyre përmbajtjet e PR nuk identifikohen si të tilla nga redaksitë e mediave dhe nuk vendoset asnjë shënim për shikuesit apo lexuesit që lajmi është prodhuar nga zyrat e PR. Kjo situatë bën që mediat, nga mjete informimi të kthehen në mjete propagande dhe dezinformimi.

Duke hedhur dritë në këtë aspekt të mediave dhe të informacionit, EMI do t’i bëjë më të vetëdijshëm dhe më vigjilent pjesëtarët e publikut dhe do t’i aftësojë ata që të dallojnë përmbajtjen e krijuar nga profesionistët

e mediave nga ajo që prodhohet dhe shpërndahet prej zyrave të PR, si dhe të reagojnë masivisht ndaj kësaj dukurie të dëmshme për demokracinë dhe informimin në vend.

Infodemia dhe epidemia e teorive konspirative

Çdo të diel, prej rreth dy vitesh në ekranin e një televizioni kombëtar shfaqet përpara publikut një person kontraversal i cili promovon teorinë konspirative të radhës me lirinë më të plotë për ta bërë këtë përpara një audience masive. Disa prej këtyre teorive kanë cenuar edhe shëndetin publik përmes propagandës së mos-pranimit të vaksinave ndaj Covid 19. Sikur të mos mjaftonte kjo, të njëjtit person i hapet një dritare edhe më e madhe në një ekran tjetër duke i vënë në dispozicion atij një emision të plotë televiziv.

Mjafton vetëm ky rast për të provuar që tashmë teoritë konspirative nuk janë thjesht shfaqje sporadike në media. Ato janë shndërruar tashmë në pjesë të sistemit të mediave në Shqipëri, duke e deformuar rëndë atë.

Jo rastësisht Shqipëria rezulton në vendin e parë në Ballkan për shkallën e “infektimit” nga teoritë konspirative. Një studim serioz provon se 59,4 % e shqiptarëve besojnë tek të gjitha teoritë konspirative në lidhje me pandeminë.² Kjo hedh dritë mbi shkallën

² <https://biepag.eu/wp-content/uploads/2021/07/Conspiracies-and-COVID19-in-the-Balkan-English-2.pdf>

e ndikimit të këtyre teorive dhe konfirmon simptomat e qarta të infodemisë.

EMI i ka të gjitha kapacitetet jo vetëm për të ndriçuar, por edhe për të ndalur apo minimizuar përhapjen e këtij spektri të dëmshëm informativ.

Niveli i literacisë digjitale të publikut shqiptar

Statistikat krahasuese të Eurostat për të gjitha vendet evropiane zbuluan se, në vitin 2019, vetëm 21 për qind e shqiptarëve të moshës 16 deri në 74 vjeç kishin njohuri digjitale bazë.³ Kjo ishte përqindja më e ulët midis vendeve evropiane. Edhe pse gjatë këtyre 3 viteve të fundit ka patur disa zhvillime pozitive, sërish pozicionimi mund të jetë i njëjtë edhe për këtë vit, për shkak se progresi është shumë i ngadaltë.

Ky nivel i ulët i literacisë digjitale e bën Shqipërinë një terren shumë të favorshëm për dezinformimin dhe propagandën që vjen nga hapësira digjitale dhe ajo virtuale. Përdoruesit në Shqipëri peshkohen lehtësisht nga *click baits* apo nga *fake news*, ndërkohë që nuk ia kanë idenë për ekzistencën e formave më të sofistikuara të manipulimit të informacionit online, siç janë ato të *deep fake* apo të inteligjencës artificiale. Një informim i limituar paraqitet edhe në lidhje me algoritmet dhe

³ <https://albaniandailynews.com/news/digital-literacy-indicator-in-albania-lowest-in-europe>

logjikën e funksionimit të tyre. Ka boshllëqe edhe në njohjen e aplikacioneve apo të praktikave të kontrollit dhe të verifikimit të fakteve online si dhe për realitetin e *filter bubbles* apo *echo chambers*. Kjo ka sjellë situatën kur përdoruesit aktualisht janë më shumë të përdorur prej mediave sociale se sa i përdorin ato.

EMI e ka edhe këtë dimension të pajisjes me njohuritë dhe aftësitë digjitale më të fundit dhe përhapja e tij është mënyra më e mirë për ngritjen e nivelit të literacisë digjitale tek publiku i gjerë dhe përdoruesit në Shqipëri.

Përshkrimi i mësipërm i situatës së mediave dhe të informacionit në katër aspektet më të rëndësishme të tyre sjell një panoramë të rëndësishme të kontekstit shqiptar mbi të cilin do të duhet të mbështeten nismat për përhapjen dhe zhvillimin e EMI në Shqipëri. Marrja në konsideratë e këtij konteksti jep garanci për një edukim mediatik efektiv dhe të shpejtë. Në të kundërt injorimi i këtij konteksti do të sillte rezultate të pakonsiderueshme të EMI ose, në parashikimin më të keq, edhe dështim të tij.

PËRDORIMI I INTELIGJENCËS ARTIFICIALE NË MEDIA: MUNDËSITË DHE PROBLEMATIKAT

Emirjon Senja

Dy dekadat e fundit janë karakterizuar nga ndryshime të mëdha dhe të vrullshme në industrinë e medias me internetin që po shërben si platformë mbi të cilën ndërtohen thuajse të gjitha sistemet që kanë të bëjnë me mbledhjen, prodhimin, raportimin e lajmit, të ruajtjes së të dhënave si edhe zgjerimin e madh të kapaciteteve për menaxhimin dhe filtrimin e tyre.

Një nga efektet më të dukshme të këtyre ndryshimeve është se përmbajtja mediatike tani konsumohet kryesisht përmes kanaleve online, ndërkohë që zhvillimet teknologjike vazhdojnë të ndikojnë në mënyrën se si ajo shpërndahet dhe konsumohet.

Po ashtu, së fundmi vërehet një përdorim masiv edhe i algoritmeve, të cilët nën orientimin e sistemeve

inteligjente tashmë janë shumë më efektive në mbledhjen, menaxhimin e të dhënave dhe filtrimin e audiencës sa i përket mediave, pra në aspektin e prodhimit, por edhe në personalizimin e informacionit kur bëhet fjalë për konsumin e informacionit.

Aktualisht, kompanitë mediatike kanë në kohë reale një profil të audiencës së tyre përmes treguesve që kanë të bëjnë me çfarë po shikohet/ lexohet tani; nga cila hapësirë gjeografike; cila grupmoshë apo gjini po frekuenton median apo një përmbajtje të caktuar.

Këto janë të dhëna bazë, por nëse thellohet edhe më tepër, çdo menaxher i medias mund të shfrytëzojë të dhëna në kohë reale edhe për të targetuar audiencën e tij jo vetëm sipas gjinisë, moshës apo hapësirës gjeografike, por edhe sipas tematikave që do vizitori të lexojë apo shikojë.

Janë tashmë të mirënjohura praktikatat e targetimit sipas sjelljes online, siç mund të merren si shembull sugjerimet që bëjnë rrjetet sociale për të parë apo ndërvepruar me “X” apo “Y” përmbajtje vetëm për shkak se je një individ, i cili plotëson të paktën njërin nga kriteret që ka vendosur menaxheri i medias apo kompanive reklamuese që të targetohesh.

Këto sisteme janë bërë tepër të fuqishme tashmë sa shumë studiues po shprehin shqetësimet në lidhje me faktin se “A jemi ne që orientojmë tani sugjerimet e algoritmeve përmes sjelljes tonë online apo janë algoritmet që na diktojnë se çfarë duhet të konsumojmë?”

AI në administrimin e informacionit dhe prodhimin e lajmit

Si një teknologji relativisht e re, por me një zhvillim të vrullshëm gjatë viteve të fundit, me një vlerë tregu 196 miliard dollarë në 2023, e cila pritet të arrijë në 1.8 trilion dollarë në 2030¹, Inteligjenca Artificiale ka së pari nevojën për t'u përkufizuar, gjë që Komisioni European ka mundur ta bëjë vetëm në vitin 2018.

Sipas KE, *AI i referohet sistemeve që shfaqin sjellje inteligjente që ndër marrin veprime, deri diku autonome, për të arritur qëllime specifike*². Të tjerë e përkufizojnë AI si sisteme që kopjojnë sjelljen njerëzore, të cilët veprojnë duke përpunuar të dhëna me qëllim nxjerrjen e një rezultati të caktuar. ***Në çdo rast, AI ka nevojë për një referencë që të veprojë, e cila është sjellja njerëzore.***

Po a mundet AI të ndihmojë mediat në procesin e prodhimit të informacionit duke zëvendësuar kështu gazetarët?

Në vitin 2014 në Los Angeles Times u publikua një lajm me këtë tekst: **Një tërmet me magnitudë 4.4 të shkallës Rihter goditi Kaliforninë jugore.** Ishte lajmi

¹ <https://www.bloomberg.com/press-releases/2023-07-03/artificial-intelligence-market-to-hit-1-811-75-billion-by-2030-grand-view-research-inc>

² [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2020/641547/EPRS_STU\(2020\)641547_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2020/641547/EPRS_STU(2020)641547_EN.pdf)

i parë i prodhuar në mënyrë autonome nga AI.

Që prej asaj dite, “*robotët reporterë*” kanë prodhuar miliona histori për tematika të ndryshme duke bërë që shumë të spekulojnë se ka ardhur koha që këto sisteme të zëvendësojnë gazetarët.

Eksperienca e viteve të fundit ka treguar se AI dhe teknologjitë e lidhura me të do të kenë një ndikim transformues në industrinë mediatike, sa i përket prodhimit të automatizuar të përmbajtjes, qofshin këto lajme apo përmbajtje argëtuese, por kufizimet që kanë (ende) këto teknologji, sugjerojnë se aftësia për të krijuar përmbajtje në mënyrë të pavarur prej tyre, është një histori që i përket ndoshta të ardhmes afatmesme.

Sepse, ndryshe nga industri të tilla si prodhimi apo transporti, ku proceset e punës përbëhen nga veprime të përsëritura, që janë lehtësisht të aplikueshme edhe nga teknologjitë e AI të shpikura deri më tani, në industrinë e medias nevojiten procese të tjera, siç janë gjykimi, interpretimi, kreativiteti apo komunikimi, cilësi në të cilat njerëzit vijnë të prijnë në raport me sistemet AI.

Përmbajtja e profilizuar

Sa më sipër, në zhvillimin aktual që kanë sistemet AI, ato do t’i shërbejnë më shumë medias në drejtimin e profilizimit të përmbajtjes. Përmirësimet e ardhshme në AI kanë potencialin për të ndryshuar thellësisht këtë proces si për mirë ashtu edhe për keq.

Industria e medias mund të prodhojë përmbajtje pafund, por është procesi i filtrimit dhe përshtatjes për audiencën të caktuar që i bën të dëshirueshme apo të nevojshme këto produkte për konsumatorët.

Deri më tani, kjo përzgjedhje është bërë në mënyrë mekanike nga njerëzit, ndërsa sistemet AI e kanë automatizuar duke targetuar vetë audiencat përmes algoritmeve gjë që ka sjellë përmirësime të dukshme sa i përket shpërndarjes për mediat, por edhe sfida të mëdha në lidhje me informimin cilësor të audiencës.

Rreziku i parë lidhet me faktin se jo gjithnjë audiencën pëlqen atë që i duhet, dhe tjetri, edhe më i madh, ka të bëjë me mundësinë e manipulimit të sistemeve nga qeveritë apo korporatat për të orientuar audiencat që të bëjnë zgjedhjet e dëshiruara prej tyre kur marrin pjesë në një vendimarrje politike apo kur vendosin të blejnë një produkt apo shërbim.

AI, motorët e kërkimit dhe paragjykimet

Në fakt, problemi me median sot nuk ka të bëjë me pamundësinë për t'i dhënë audiencës atë që dëshiron, gjë që e mëson siç thamë më sipër në kohë reale, por me faktin se ajo që do shumica të konsumojë nuk përputhet domosdoshmërisht me atë që në të vërtetë është e mirë për shoqërinë.

Kemi shembuj të shumtë sot në mediat vendase apo të huaja ku audiencat pëlqejnë emisionet ku marrin pjesë

konspiracionistë që thonë se bota është e sheshtë apo se shenjat e bardha që lenë avionët gjatë fluturimit në fakt janë përbërje kimike për shpërndarje sëmundjesh, por sa i shërben kjo të mirës publike në vetvete?

Rreziku thelbësor në një të ardhme të medias të drejtuar nga AI është që algoritmet të perfeksionohen në drejtim të ushqimit të këtyre shijeve me pasoja katastrofike për shoqërinë.

Nga ana tjetër, vetë motorët e kërkimit por edhe sistemet AI, të cilat krahas të dhënave të hedhura manualisht i referohen edhe përmbajtjes aktuale në rrjet, shpesh herë dalin në përfundime të cilat përforcojnë stereotipat duke keqorientuar audiencat.

Kjo është një ndër sfidat më të mëdha të momentit sa i përket sistemeve AI pasi është thujse e pamundur për të rishikuar sasinë kolosale të informacionit që gjendet online.

Prandaj, në rastet e verifikimit të lajmeve por edhe prodhimit të informacionit që kërkon analizë, gjykim dhe interpretim, do të vijojë të jetë nevoja për qenien njerëzore, të paktën në një të ardhme afatmesme.

PORTRETIZIMI I DIVERSITETIT NË MEDIA: SI E PËRMIRËSON EDUKIMI MEDIATIK?

Valbona Sulçe Kolgeci

Nëse futesh sot në OpenAI dhe i kërkon të portretizojë një grua, një infermiere apo një CEO, gjasat janë që do të lërë jashtë shumë nga diversiteti i shoqërisë. Gratë janë të gjitha me tipare të bardha, infermieret janë figura me stetoskop dhe gjithmonë gra, dhe CEO-t janë burra pothuaj të gjithë të bardhë. Kjo do të thotë që kemi një problem me diversitetin në media, sepse IA e merr informacionin database-n nga ajo që gjendet në rrjet.

Entuziastët e edukimit mediatik ku bëj pjesë dhe unë mendojnë se mund të zgjidhet çështja e mospërfaqësimit duke edukuar audiencat. Madje jo vetëm mendojnë, por kemi prova për këtë. Do të rendis tri prej tyre.

Joseph Erba, një profesor i asociuar për komunikimin strategjik në universitetin e Kansasit në SHBA kreu para dy vitesh një eksperiment social me 700 persona

të bardhë lidhur me lajmet rreth sportit, drogave dhe mirëqenies. Gjysmës së grupit iu ofrua kontekst shtesë për lajmin si p.sh rrethanat në të cilat kishte ndodhur ngjarja, gjysmës tjetër jo. Profesori vuri re se gjysma që kishte më shumë informacion rreth lajmit, pra kontekst, kishte më pak stereotipa për komunitetin e afro-amerikanëve dhe latinëve që shfaqeshin të asociuar me këto lajme. Për të, kjo është prova se edukimi mediatik i personave luan rol në ngulitjen ose shkallmimin e stereotipave.

Edukimi mediatik na mëson etapat e ndërtimit të produktit mediatik, mënyrën se si stereotipat dhe klisjetë ndërfiten në ndërtimin e lajmeve, na mëson për agenda setting dhe qëllimet e operatoreve mediatike, por gjithashtu edhe institucionet që mbajnë të përgjegjshme mediat e licencuara nga shteti. Në pamje të parë duket sikur publiku ka pak fuqi që të ndërhyjë në media, sikur ajo është jashtë kontrollit të tij sa kohë nuk merr pjesë në fabrikimin e lajmeve apo të përmbajtjes mediatike. Kjo do të ishte e vërtetë nëse edukimi mediatik do të ndalej vetëm këtu, pra do të na mësonte truket e medias dhe do të ekspozonte një botë deri dje të ndaluar për masat. Por edukimi mediatik ka gjithashtu edhe një komponent shumë të rëndësishëm që është krijimi i përmbajtjes mediatike, por që nuk përdoret sa duhet ose anashkalohet në luftimin e përmbajtjeve të dëmshme.

Sot ne kemi më shumë mundësi të krijojmë një alternative ndaj mediave jo përfaqësuese. Shikoni shpërthimin e podcaste-ve si forma e re e komunikimit

mediatik. Shumica e njerëzve nuk janë gazetarë me profesion, por ata janë blogere, ndikues, sepse teknologjia u ka mundësuar një platformë ku ata të shprehin veten. Dhe kjo po përqafohet nga grupe të marginalizuara deri dje që po krijojnë media e veta. Sot gjen podcaste feministe, podcaste filozofike, podcaste të minoriteteve dhe faqe interneti mediash lokale që i përgjigjen nevojave të një komuniteti të caktuar.

Nga ana tjetër, rritja e edukimit mediatik ka sjellë më shumë reagim nga publiku lidhur me përmbajtjet joetike në media. Do t'ju sjell një shembull nga fushata për edukimin mediatik lidhur me seksizmin në media, që AMA ndërmori 3 vite të shkuara, edhe me ndihmën e Institutit të Medias. Para se të zhvillonim forumet, nxënësit e shkollave të mesme ndiqnin në masë programe si Përputhen, që u kthyen në fenomen kombëtar. Ata nuk e dinin kush ishte AMA dhe ku mund të ankoheshin nëse ndiheshin të cenuar në dinjitetin e tyre si djem dhe vajza, po sidomos si vajza. Pas forumeve tona në Krujë, Kukës dhe Patos, krijuam një mase të vogël njerëzish që do të konsumonin në mënyrë kritike programe të tilla. Por ligji ende nuk kishte parashikuar klauzola për seksizmin në media, ndaj kur ligji hyri në fuqi, në prill të këtij viti, kishim më shumë mbështetje në ankesat tona për portretizimin e grave në media, sidomos në raste si ato të dhunës me bazë gjinore. Ne dy raste kemi paraqitur ankesë dhe, në njërin, ia kemi dalë mbanë duke u kërkuar televizioneve të korrigjojnë shkeljen brenda 30 ditësh. Edukimi mediatik ndihmon

të dallojmë narrativat diskriminuese ose poshtëruese, si dhe të kërkojmë korrigjimin e tyre aty ku vepron ligji. Edukimi mediatic u jep një sens përkatësie audiencave pavarësisht se ku ndodhen ato, pasi duke qenë se ndihen të papërfaqësuar, këto audiencë bëhen bashkë në kërkimin e rrugëve për të ndikuar mbi sistemin mediatic nga jashtë.

Dhe këtu vijmë në një element tjetër që nxjerr krye sa herë flitet për rregullimin e medias sociale. Unë jam e mendimit që edukimi mediatic është zgjidhja, jo rregullimi ligjor, i cili mund të përdoret nesër për censurë. Nëse do të kemi persona të edukuar mediaticisht, ata do të jenë në gjendje t'u bëjnë ballë sulmeve duke raportuar në platformat përkatëse gjuhën seksiste, raciste, të urrejtjes etj. Platformat e mëdha si Fcb, Instagram apo X kanë politika përse u takon këtyre çështjeve dhe çdokush e ka provuar që nëse bën Report një faqe, mbi bazën e diskriminimit, ata marrin masa. Por dikush duhet t'i vërë në lëvizje, dhe edukimi mediatic ndihmon për këtë. Sepse të mëson cilat janë mënyrat e formimit të përmbajtjes edhe në mediat sociale. Të mëson edhe sesi të mbrohesh nga sulmet online, të përmirëson aftësitë vetjake digjitale dhe sërish të jep fuqi mbi përmbajtjen. Nuk ndihesh jashtë kontrollit nëse di se si funksionon media.

Por ne duhet të nxitojmë. Nëse më parë edukimi mediatic shihej si një nga opsionet për të forcuar rolin e publikut në krijimin e përmbajtjeve mediatike, tani është kthyer në domosdoshmëri. Sepse, për fat të keq,

teknologjia dhe edukimi mbi to lëvizin me shpejtësi kryekëput të ndryshme dhe ndërsa ne flasim, teknologjia po projekton njeriun e së ardhmes. Edukimi mbi median nuk mund të jetë më pronë e disa individëve, pasi nuk e kemi më luksin për këtë. Edukimi mbi median dhe informacionin duhet të zhvillohet me të njëjtën shpejtësi me të tjerët.

Ky ishte mesazhi që u dha edhe në konferencën Trust në Londër, këtë vit, në një panel të rëndësishëm me profesionistë dhe ekspertë të nivelit të OKB, lidhur me inteligjencën artificiale. U tha aty që nuk u duhet lënë më në dorë vetëm kompanive Hi-Tech të përcaktojnë axhendën e digjitalizimit. U bë thirrje që publiku të marrë në dorë fatet e veta dhe të jetë një përdorues i vetëdijshëm i këtyre platformave, duke shmangur rreziqet dhe duke vendosur rregulla loje. Si? Duke mësuar më shumë mbi IA dhe këtë e bën edukimi mediatik. Nëse ne edukohemi mediatikisht, do të kuptojmë siç tha një filozof i njohur që IA nuk është as inteligjente, as artificiale. Sepse atë e bëjnë njerëzit, dhe një robot nuk mundet të jetë me inteligjent se mendja e njeriut që e ka shpikur atë thjesht nga bashkimi mekanik i copave. Ia është një motor kërkimi shumë i mirë që kursen kohë dhe energji, po nuk krijon dot diçka të re, origjinale. Atë e bëjnë njerëzit. IA u përdor në rastin e studimit të 2 milionë artikuj nga NY Times dhe FOX në Amerikë, 690 mijë prej të cilave ishin të shoqëruar me imazhe. Në këtë rast IA ishte ndihmuese në grumbullimin e të dhënave për profesionet stereotipike sepse në këta artikuj shumica

e afroamerikanëve dilnin në profesionin e punonjësit të postës, kurse gratë si sekretare.

Nuk është vonë që të bëjmë gjërat siç duhen, duke mësuar nga gabimet e se shkuarës. Epoka e mediave sociale na kapi të papërgatitur në kuptimin që nuk ishim mësuar të kishim kaq shumë informacion kaq shumë platforma që të jepnin iluzionin e lirisë. Ne humbëm shumë kohë duke luajtur me këtë lodër të re, duke eksperimentuar dhe duke thelluar gabimet. Derisa ne e morëm veten, dëmi ishte bërë. Dhe kur flas për marrje të vetes e kam fjalën për nismat rregulluese që kanë filluar në vende të ndryshme të botës për këtë industri. Edukimi mediatik ishte një nga mënyrat sesi mund t'i kundërviheshim këtij shpërthimi dhe shumë vende e kanë bërë. Ne jemi ende mbrapa, por mund të rikuperojmë.

Nukka më kohë për të pyetur a duhet edukimi mediatik në shkolla, duhet vendosur si lëndë e detyrueshme, kapacitetet janë, tekste kemi, trajnerë po ashtu. Duhet të shohim një hap me larg dhe të përpiqemi t'i paraprijmë kësaj që po vjen.

Për ta mbyllur, shumë njerëz u befasuan kur në një tv shqiptar u shfaq një folëse virtuale që jepte lajmet. Disa e mirëpritën, disa e kritikuan po edhe kjo mbeti në kufijtë e 'çudia me e madhe tri ditë zgjat'. Në një workshop në Madrid takova një gazetar portugez i cili u prezantua si minoritet. Me thënë të drejtën fillova të vras mendjen cilat ishin minoritetet në Portugali dhe ai s'më la të mendohesha shumë. Tha I'm black. Pavarësisht se

unë u mundova ta kaloj me të qeshur duke i thënë edhe
unë jam black duke iu referuar ngjyrës së lëkurës në
krahasim me vendet skandinave, ai e sqaroi me shumë
delikatesë se i përkiste komunitetit të zezakëve që
erdhën si skllevër në Portugali gjatë epokës kolonialiste.
Ishte 1 ndër 3 spikerët e lajmeve në tv portugeze që i
përkiste këtij komuniteti edhe pse me një histori të
lashtë autoktone në vend. Ndihej pakicë edhe pse
kishte shekuj që kishte ardhur në Portugali po shoqëria
portugeze ende nuk është gati të bënte një diskutim të
tillë, ose me saktë e mohonte atë si problem. Dhe këto
janë çështje që nuk i zgjidh intelijenca artificiale. E
cila, siç e thamë, nuk është as artificiale, as inteligjente.
Na takon ne që të bëjmë zgjedhjen e duhur dhe zgjedhja
e duhur është edukimi mediatik.

EDUKIMI PËR MEDIAN DHE INFORMACIONIN, ZGJEDHJE DHE ZGJIDHJE PËR HAPËSIRËN VIRTUALE

Irena Myzeqari

Entuziazmi fillestar që lindi prej lulëzimit të platformave të rrjeteve sociale, ka kohë që ia ka lënë vendin një pezmatimi të përgjithshëm, i cili duket t'i ketë rrënjët tek shpejtësia e paimagjinueshme e ndryshimit dhe efekteve të gjithanshme të *Metaverse* në jetët tona. Momentalisht rrjetet sociale janë kthyer në një arenë ku mund të gjesh dhe mund të përballesh me gjithçka; emocione që u flasin ekstremeve, opinione që sjellin ndasi, grupe që fragmentarizojnë dhe thyejnë besimin tek publikja etj, duke i dhënë jetë kështu një konfuzioni të përgjithshëm, i cili i miksuar me fakte të gënjeshtërtë, përkthehet në manipulim të përgjithshëm të masave.

Në këtë atmosfere sfiduese, lind nevoja për analiza të qenësishme, nga të cilat mund të kuptojmë më mirë shkaqet dhe pasojat e fenomenit e më pas të përpiqemi të ofrojmë zgjedhje konstruktive, të cilat mund të na aftësojnë për një shfrytëzim më të mirë dhe më të dobishëm të të gjithë potencialit që vjen prej realitetit virtual. Nisur nga kjo, ky shkrim synon të ofrojë një prognozë, duke riktheksuar edhe njëherë idenë se edukimi cilësor mbi median dhe informacionin rrit ndjeshëm aftësinë tonë për të zgjedhur, dalluar dhe analizuar në mënyrë kritike çdo gjë që ndodh dhe prodhohet rreth nesh.

Çfarë po ndodh online?

#Trend: Dezinformacioni është ulur këmbëkryq!

Aty ku njerëzit kërkojnë informacionin, po aty ndeshen edhe me dezinformacionin. Falë zhvillimit të inteligjencës artificiale, si Chat GPT apo Midjourney, fake news dhe dezinformacioni janë lehtësisht të dizenjueshëm në përputhje me karakteristikat e çdo faqeje online. Asnjë platformë sot nuk është imune ndaj këtyre sulmeve dhe falë taktikave inovative, një *reels* me fakte të rreme, i bërë qëllimisht për të dëmtuar ndokënd apo shumëkënd, bën shumë shpejt xhiron e rrjetit.

Më shumë se sa me përmbajtjen, sot luhet me formën e shpërndarjes së mesazheve, duke i krijuar mundësi të pafundme gjeneruesve të shpërndajnë çfarëdo

lloj ideje apo argumenti sa hap e mbyll sytë. Videot e shkurtra në Tik-Tok, memet në Instagram apo materiale të manipuluar audio-vizuale në Facebook, janë vetëm disa nga shembujt e asaj ç'ka gjejmë sot rëndom online, duke na e vështirësuar tej mase vlerësimin skrupuloz të informacionit që konsumojmë, i cili na targeton në të gjitha aspektet e jetës sonë, qofshin ato politike, social-ekonomike, deri tek ato etiko-estetike.

Peshën e rëndë të këtyre “sulmeve” nuk duket se e mbajnë mbi supe vetëm audiencat e fragmentarizuara. Përballë tyre qëndron media tradicionale, e cila gjendet e dyzuar midis detyrës së saj për informim dhe “tundimit” për të ndjekur trendin që imponohet nga rrjeti, duke u bërë në këtë mënyrë pjesë e zullumit ideor ku po notojmë të gjithë. Ndërkohë që e keqja është zgjedhje e lehtë, e para kërkon prej medias një reflektim, sa etik aq edhe sistematik, mbi rolin e saj dhe të informacionit në shoqërinë e sotme, për të kuptuar se si “të munden të këqijtë” në këtë betejë shumëdimensionale.

#Trend: Besimi i bërë copash!

E gjithë kakofonia e prodhuar online duket të ketë pasur një rezultat të vetëm, mungesën e përgjithshme të besimit. Hedhja dhe gjetja e të gjitha përgjigjeve në realitetin virtual, duket të ketë bërë copash besimin si shtyllë integrale sociale, krisje e cila zbret thellë deri te besimi në njerëz, në institucione, besimi te proceset dhe sistemet, si edhe te secili qëndrim normativ që shoqëritë kanë ushqyer ndër vitet e ekzistencës së tyre.

Ndërkohë që po bëhet përherë e më e vështirë të kuptohet se kush qëndron pas gjithë kësaj klime mosbesimi, ajo që na intereson ne, janë simptomat e prodhuara sociale, të cilat shfaqen në formën e qëndrimeve polarizuese dhe ekstremizmit ideologjik, pasivitetit dhe mbi ngarkesës sociale për reagim, frikës dhe urrejtës ndaj tjetrit dhe në fund dyshimi i shtuar dhe depresioni mbi kuptimin tone ekzistencial. Nën efektin e algoritmeve, *bubble filter-i* personal bëhet kaq izolues, e për rrjedhojë gjithë elementet e përmendura më sipër, amplifikohen aq shumë, duke e bërë fare të lehtë që secili prej nesh të marrë vendime duke u bazuar veç tek ato të vërteta të çala që mund të gjejë brenda universit të tij mikroskopik social.

Për Sinan Aral, autor i librit “The Hype Machine”,...sa më shumë që të ndeshemi me lajme të pavërteta, aq më shumë do të priremi t’i besojmë ato. Ai e quan ndryshe efekti i “të vërtetës iluzive”, e cila nuk është gjë tjetër veçse konfirmimi i asaj çka tanimë ne dimë për rreth nesh. Thënë kjo, teoritë globale konspirative të bazuara në urrejtje dhe ekstremizëm, apo dezinformacioni i vijueshëm ndaj grave apo ndaj grupeve minoritare, nuk janë gjë tjetër veçse shembuj konkretë të narrativave të kontrolluara, të cilat janë rrënjosur aq thellë në masat e gjera, aq sa media, megjithë përpjekjet e saj për t’u fokusuar tek sistemet dhe përmbajtja cilësore, nuk po arrin të ofrojë një narrativë të re alternative, të ndërtuar në një gjuhë më empatike dhe që çliron palët nga pozicionet e tyre vetizoluese.

A mund të jetë EMI ilaçi çudibërës?

Në morinë e aftësive që i nevojiten njeriut modern për të lundruar në një botë fluturake, ambigje dhe sfiduese, edukimi për median dhe informacionin, si edhe aftësia për të bërë kërkimet e duhura online, duket të jenë ato më të kërkuarat për të mbijetuar, si në sferën personale ashtu edhe në atë profesionale.

EMI është një proces i rëndësishëm jo vetëm për leximin e mesazheve komunikative, por edhe për prodhimin e tyre, ndaj ai përfshin disa hapa si analizën, vlerësimin dhe grupimin e të dhënave për të ndarë informacione të sakta dhe relevante. Ndërkaq aftësia për të bërë kërkimet e duhura online, ka të bëjë me strategji të mirëplanifikuara nga individët, të cilat mund t'i mundësojnë atyre të ruhen nga informacionet e pavlera dhe të arrijnë të dallojnë faktet e vërteta nga përmbajtjet problematike, të cilat gjenden kollaj në botën virtuale. Të dyja këto aftësi i bashkon ideja e të kërkuarit të informacionit cilësor dhe të të zhvilluarit të mendimit kritik, të cilat u mundësojnë individëve një qasje të re ontologjike dhe epistemologjike përballë medias, duke i lejuar ata të luajnë një rol më aktiv në atë çka prodhohet dhe shpërndahet në hapësirën publike.

Studimet e fundit e bëra në fushën e medias dhe komunikimit kanë arritur në konkluzionin se një nga mënyrat më të mira për të hedhur dritë mbi problemet me të cilat haset shoqëria në hapësirën virtuale dhe

veçanërisht në platformat sociale, është fuqizimi i audiencave me anë të Edukimit për Median dhe Informacionin, aftësi e cila mund të ndikojë ndjeshëm në mënyrën se si ne i përdorim këto platforma. Në morinë e elementeve me të cilët EMI mund të na asistojë, janë veçanërisht relevante tri aspekte, të cilat kanë të bëjnë me:

- Vlerësimin kritik të përmbajtjes
- Pranimin e perspektivave personale
- Fuqizimin dhe pjesëmarrjen aktive qytetare

Aspekti i parë i inkurajon përdoruesit të vlerësojnë në mënyrë kritike informacionin me të cilin ndeshen në mediat sociale. Studimet pohojnë se përdoruesit me aftësi të mirëzhvilluar të EMI-t, kanë më shumë gjasa të ngrenë pikëpyetje për vlerën dhe vërtetësinë e përmbajtjes që po konsumojnë, duke u ulur ndjeshëm shanset që ata të bëjnë sharë një informacion apo të ndjekin një faqe apo influencer që nuk i plotëson këto kushte.

Individët me aftësi të kultivuara të EMI-t, janë të vetëdijshëm se shumëçka nga ajo që konsumojnë online, konfirmon perspektivat e tyre personale në lidhje me shumë çështje, përfshirë këtu ato politike, kulturore dhe sociale. Ndaj, ata janë shumë të kujdesshëm për të kuptuar sesi qëndrimet personale, mund t'i pengojnë nga të parit e argumenteve dhe fakteve, të cilat jo gjithmonë shkojnë për shtat me qëndrimet, besimet dhe sjelljet e tyre. Është pikërisht EMI, që u lehtëson

atyre përballjen me të kundërtën, duke zhvilluar tek ata aftësinë për t'u angazhuar në diskutime kuptimplota me të *Tjerët* e ndryshëm

Së fundmi, EMI i aftëson individët të bëhen kontribues cilësorë në hapësirën virtuale. Një nga arsyet e entuziazmit që përmendëm në fillim, lidhej pikërisht me faktin se individët mund të gjejnë online një hapësirë, ku mund të ndajnë shqetësimet e tyre, duke krijuar ligjërime alternative, të cilat rrisin ndjeshëm cilësinë e ligjërimit publik. Si rrjedhojë e kësaj, gjeneruesit e përmbajtjes, të cilët njohin dhe praktikojnë EMI-n, do të jenë në gjendje të luajnë një rol pozitiv në formësimin dhe suksesin e komuniteteve virtuale.

E vërteta është se sot nuk mund të mendojmë dot një botë pa EMI-n. Në një periudhë ku mospërputhjet ideologjike dhe kuptimore duket të shtohen dita-ditës, është jetike pajisja e individëve me aftësi për të dalluar të vërtetën nga moria e opinioneve që gumëzhijnë online, të cilat duket të kenë krijuar një tymnajë gri, ku po bëhet e vështirë marrja e vendimeve, të cilat e çojnë shoqërinë drejt zhvillimit të qëndrueshëm. EMI është një betejë e cila na bashkon të gjithëve, sepse informacioni cilësor nuk i duhet vetëm individëve, por të gjithë aktorëve dhe faktorëve që kontribuojnë në çuarjen përpara të shoqërisë sonë.

Autorët

MSc. **Astrit Dautaj**, Shefi i Sektorit të Zhvillimit të Kurrikulave, Agjencia për Sigurimin e Cilësisë në Arsimin Parauniversitar

Dr. **Blerina Hamzallari**, Përgjegjëse e Departamentit të Sociologjisë, Fakulteti i Shkencave Sociale, Universiteti i Tiranës

Dr. **Erlis Çela**, Përgjegjës i Departamentit të Shkencave të Komunikimit, Kolegji Universitar Bedër

Dr. **Blerjana Bino**, Themeluese dhe Drejtore Ekzekutive, Qendra Shkencë dhe Inovacion për Zhvillim (Sci-Dev)

Dr. **Rrapo Zguri**, Pedagog, Departamenti i Gazetarisë dhe Komunikimit, Fakulteti Histori-Filologji, Universiteti i Tiranës

MSc. **Emirjon Senja**, Gazetar/Lektor i Komunikimit

MA. **Valbona Sulçe-Kolgeci**, Gazetare dhe studiuese e medias

Dr. **Irena Myzeqari**, Lektore e Komunikimit, Universiteti European i Tiranës

CIP Katalogimi në botim BK Tiranë

Instituti Shqiptar i Medias

Edukimi per median dhe informacionin : sfida dhe
perspektiva / Instituti Shqiptar i Medias ; Astrit Dautaj,
Blerina Hamzallari, Erlis Cela, Blerjana Bino, Rrapo Zguri,
Emirjon Senja, Valbona Sulce-Kolgeci, Irena Myzeqari ; red.
Agim Doksani . - Tiranë : Instituti Shqiptar i Medias, 2023.
74 f. ; 14x20.5 cm

ISBN 9789928410566

1.Masmedia 2.Komunikimi 3.Edukimi

37 .035 :659.3 (081)

ISBN: 978-9928-410-56-6



9 789928 410566 >