MEDIActive
YOUTH
BALKANS

# Dallimi i Fakteve nga Trillimet:

## Mendimi Kritik

## Kundër

## Çrregullimit të Informacionit dhe Propagandës

Co-funded by
the European Union

Ky botim është prodhuar si pjesë e projektit **MEDIActive Youth: Informimi i Ballkanit**, mbështetur nga **Programi Erasmus+.**

Autorët e botimit janë anëtarë të ekipit ekspert nga OJQ-të partnere, të udhëhequr nga drejtuesi i ekipit Aleksandar Pavlović.

Konsorciumi i projektit përfshin gjashtë organizata, të listuara më poshtë:

**Centar za drustveno ekonomski razvoj**
Serbia, **Koordinator**

**Bosnian Representative Association for Valuable Opportunities**
Bosnja dhe Hercegovina

**Center for Intercultural Dialogue**
Maqedonia e Veriut

**Hrvatska edukacijska i razvojna mreza za evoluciju sporazumijevanja**
Kroacia

**Nevladino Udruzenje Prima**
Mali i Zi

**Përtej Barrierave**
Shqipëria

Co-funded by the European Union

*Klauzola e përgjegjësisë

Pikëpamjet dhe opinionet e shprehura janë vetëm të autorit(ëve) dhe nuk pasqyrojnë domosdoshmërisht ato të Bashkimit Evropian apo të Agjencisë Ekzekutive për Arsimin, Kulturën dhe Kulturën Evropiane (EACEA). As Bashkimi Evropian dhe as EACEA nuk mund të mbahen përgjegjës për to.

# Tabela e Përmbajtjes


Parathënie: Informimi i Ballkanit 04

1. Hyrje në Aftësinë për të Kuptuar Lajmet 07
2. Llojet e Medias: Tradicionale kundrejt Digjitale, Masive dhe Sociale 13
3. Roli i Algoritmeve dhe i Rrjeteve Sociale 17
4. Epoka Post së Vërtetës dhe Çrregullimi i Informacionit 22
5. Strategjitë efektive të kërkimit 32
6. Lajmet e Rreme, Dezinformimi dhe Keqinformimi 37
7. Kontrolli i Fakteve dhe Mjetet e Verifikimit 43
8. Foto dhe Video të Gjeneruara nga IA 47
9. Aktivizmi Mediatik i të Rinjve 52
10. Çfarë është Mendimi Kritik? 58
11. Aftësi dhe Mjete për Mendimin Kritik 63
12. Gabime në Arsyetim Logjik 68
13. Leximi Kritik i Mesazheve Mediatike 74
14. Analizimi i Artikujve të Lajmeve 79
15. Perspektiva Globale mbi Lajmet 84

## Parathënie: Informimi i Ballkanit

Qëllimi i këtij materiali mësimor është të ofrojë njohuri mbi edukimin mediatik, mendimin kritik, dhe aftësi për aktivizëm në media për punonjësit rinorë/trajnerët nga OJQ-të partnere, por gjithashtu edhe për publikun e gjerë. Pas përvetësimit të këtij materiali mësimor dhe kurrikulave përkatëse për secilën nga këto mësime, ata do të fuqizohen për të edukuar të rinjtë në fushat e edukimit mediatik dhe mendimit kritik. Përfaqësuesit e tyre kanë marrë gjithashtu pjesë më parë në një trajnim në Beograd, ku kanë përmirësuar aftësitë e tyre në të shkruar dhe kanë shkruar për Revistën Rinore Transnacionale (TYM).

Për temën e Projektit, së bashku zgjodhëm edukimin për lajmet, i cili është pjesë e edukimit mediatik dhe përfshin zotërimin e aftësive të mendimit kritik për të vlerësuar (ose gjykuar/analizuar) besueshmërinë dhe qëndrueshmërinë e lajmeve/informacionit. Të gjithë partnerët ranë dakord që kjo temë është thelbësore dhe shumë e përshtatshme për kohën, dhe se do të kishte rëndësi të madhe krijimi i përmbajtjes edukative në këtë fushë. Ne gjithashtu vlerësuam se është jetike të vazhdohet me ndërtimin e kapaciteteve të gazetarëve të rinj, të cilin CDER e ka zhvilluar prej vitesh (nëpërmjet projekteve E+), në mënyrë që, përmes aktivizmit mediatik, të rinjtë të mund të marrin pjesë aktive në proceset shoqërore dhe demokratike, me fokus të veçantë në Ballkan. Prandaj, vendosëm që temat e Projektit të jenë edukimi për lajmet, mendimi kritik dhe aktivizmi mediatik.

Përmes trajnimit fizik të mbajtur në Beograd, këtij materiali mësimor dhe aktiviteteve të tjera, pjesëmarrësit po zhvillojnë një gamë të gjerë njohurish dhe aftësish në fushën e edukimit për lajmet, mendimit kritik dhe aktivizmit mediatik. Ata po mësojnë: rreth edukimit për lajmet dhe rëndësisë së tyre për individin dhe shoqërinë; si kanë ndikuar media dhe gazetaria në shoqëri në epokën post-së vërtetës; si të njohin teknikat manipuluese mediatike; si të identifikojnë lajme të rreme, foto, përmbajtje video dhe llogari të rrjeteve sociale; çfarë është çrregullimi i informacionit dhe ndotja e informacionit; çfarë janë algoritmet, rrjedhja e lajmeve (news feeds), flluskat e filtruara dhe jehonat sociale (echo chambers); si të gjejnë burime të besueshme informacioni dhe si të kërkojnë në mënyrë efektive në internet si dhe shumë gjëra të tjera që do të përmirësojnë ndjeshëm cilësinë e të kuptuarit të lajmeve dhe përdorimit të rrjeteve sociale nga ana e tyre. Ata gjithashtu do të përmirësojnë mendimin e tyre kritik dhe aftësitë për të kuptuar, interpretuar dhe vlerësuar në mënyrë kritike përmbajtjen mediatike, si dhe aftësi praktike për të krijuar mesazhe mediatike – në veçanti për të shkruar tekste për media.

*Ky material mësimor përmban dy komponentë kryesorë.*

**Edukimi për Lajmet** Segmenti ofron njohuri dhe aftësi thelbësore mbi edukimin për lajmet dhe mendimin kritik, të nevojshme për të kuptuar median bashkëkohore dhe përmbajtjen mediatike, si dhe për të kuptuar dhe interpretuar mesazhet që marrim dhe dërgojmë përmes mediave masive. Pjesëmarrësit do të njihen dhe prezantohen me konceptet kyçe në fushën e medias dhe komunikimit, dhe do të fuqizohen e inkurajohen të kenë një qasje kritike, aktive si qytetarë dhe me përgjegjësi shoqërore ndaj shumëllojshmërisë mediatike sot.

Ky segment do të përfshijë temat e mëposhtme:

- kuptimi i **edukimit për lajmet**
- epoka post së vërtetës dhe **lajmet e rreme**
- çrregullimi i informacionit
- **roli i internetit dhe rrjeteve sociale** në ndotjen e informacionit
- **epoka e algoritmeve**

Ai gjithashtu mbulon disa fusha më të gjera të universit mediatik, si:
Llojet e Medias – Tradicionale kundrejt Asaj Sociale; Anshmëria në Media; "Lajmet" e Rreme dhe si t'i njohim ato (testi CRAP); Aktivizmi Mediatik i të Rinjve, i cili përfshin gjithashtu histori të shkurtra dhe frymëzuese dhe raste studimore për shembujt më ndikues të aktivizmit rinor në/përmes medias në vitet e fundit. Pjesëmarrësit do ta zbatojnë njohurinë e fituar përmes shkrimit të artikujve (të cilët më pas do të publikohen në TYM).

**Brenda Mendimit Kritik** Në kuadër të segmentit për Mendimin Kritik, lexuesit do të njihen në mënyrë të detajuar me konceptin e mendimit kritik dhe do ta praktikojnë atë në punën e tyre përmes shembujve dhe ushtrimeve. Pjesëmarrësit do të fitojnë një kuptim praktik se si mendimi kritik mund të ndihmojë studentët të zhvillojnë kompetenca të tilla si: autonomia, zgjidhja e problemeve, sfidimi i hipotezave të nënkuptuara ose perspektivave / pikëpamjeve të përfshira në përmbajtjen mediatike, tekstuale apo vizuale.

Pjesëmarrësit do të eksplorojnë në mënyrë aktive një sërë mjetesh të dobishme dhe falas, si përqendrimi në perspektivën e tregimtarit, identifikimi i hipotezave, qëndrimeve dhe pretendimeve të nënkuptuara në mesazhet mediatike, dhe përdorimi i pyetjeve themelore kritike si: Cilat janë pretendimet e nënkuptuara në një mesazh? Si i promovojnë format e ndryshme të medias (teksti, lajmet, ilustrimet, montazhi i videove…) pikëpamjet e caktuara? Cilat janë kufizimet e një perspektive të dhënë? Të menduarit jashtë kornizave, etj.
Ata gjithashtu do të hartojnë shembuj aktivitetesh që integrojnë në mënyrë efektive aftësitë e mendimit kritik.

Përveç kësaj, pjesëmarrësit do të mësojnë si të mendojnë në mënyrë kritike për lajmet (si të konsumojnë lajmet në mënyrë kritike), përmes prezantimeve dhe workshop-eve mbi temat e mëposhtme:

- **burimet e informacionit të besueshëm**
- **strategjitë efektive** të kërkimit dhe menaxhimi i filtrave
- mjetet dhe **teknikat e verifikimit**
- platformat dhe shërbimet për **kontrollin e fakteve**

Vëmendje e veçantë i kushtohet njohjes së pjesëmarrësve me Burimet e Hapura Edukative (OER) në fushën e edukimit për lajmet dhe mendimit kritik, të cilat ata mund t'i përdorin për të përmirësuar dhe ushtruar aftësitë e tyre të mendimit kritik.

Mësimi 1

# Hyrje në Edukimin për Lajmet

## PËRKUFIZIMI DHE FUSHA E EDUKIMIT PËR LAJMET

Edukimi për lajmet është aftësia për të analizuar në mënyrë kritike burimet e lajmeve, për të identifikuar anshmëritë dhe për të vlerësuar saktësinë e informacionit. Me shpërthimin e mediave digjitale dhe atyre sociale, lajmet tashmë arrijnë tek audienca menjëherë, por ky shpërndarje e shpejtë mund të kompromet ojë ndonjëherë cilësinë dhe besueshmërinë e informacionit. Edukimi për lajmet ndihmon njerëzit të dallojnë burimet e besueshme nga ato të pabesueshme, duke u mundësuar atyre të kuptojnë se cilët faktorë e bëjnë një burim të jetë i besueshëm.




Edukimi për lajmet, në fakt, shkon përtej **kontrollit të thjeshtë të fakteve**. Ai kërkon njohjen e llojeve të ndryshme të përmbajtjes së lajmeve, duke përfshirë lajmet e mirëfillta, editorialet, artikujt opiniativë dhe përmbajtjen e sponsorizuar. Të kuptuarit e këtyre dallimeve është thelbësor, pasi çdo lloj ka një qëllim unik. Për shembull, artikujt e opinionit paraqesin një këndvështrim të caktuar dhe kanë për qëllim të nxisin debat, ndërsa lajmet e mirëfillta janë zakonisht të dizajnuara për të transmetuar informacion faktik pa anshmëri personale.

Për më tepër, edukimi për lajmet i inkurajon lexuesit të shqyrtojnë motivet pas tregimeve mediatike. A është një pjesë e caktuar e lajmit e synuar për të informuar, bindur apo argëtuar? A ka prapa saj motive politike, tregtare apo ideologjike? Njohja e këtyre faktorëve të fshehur u mundëson lexuesve të vlerësojnë më mirë nëse informacioni që po marrin është i plotë, i saktë dhe i balancuar.

## ROLI I LAJMEVE NË SHOQËRI

Lajmet luajnë një rol themelor në formësimin e kuptimit publik dhe përfshirjes demokratike. Funksioni i tyre kryesor është të mbajnë qytetarët të informuar mbi ngjarjet dhe çështjet që ndikojnë në jetën e tyre, nga ato lokale deri te zhvillimet ndërkombëtare. Lajmet ofrojnë kontekst për marrjen e vendimeve në çështje qytetare dhe personale, si votimi, kujdesi shëndetësor dhe politikat publike, duke u dhënë individëve informacionin që u nevojitet për të vepruar në mënyrë të menduar dhe të përgjegjshme.




Në shoqëritë demokratike, lajmet shërbejnë si një mjet për llogaridhënie. Duke raportuar mbi veprimet e qeverisë, praktikat e korporatave dhe çështjet shoqërore, gazetarët i mbajnë institucionet e fuqishme përgjegjëse. Gazetaria hulumtuese, për shembull, ka zbuluar skandale të mëdha, korrupsion dhe abuzime, duke fuqizuar publikun të kërkojë ndryshim dhe drejtësi. Pa lajme, shumë çështje që prekin mirëqenien publike mund të mbeten të pavërejtura, duke lënë pushtetin pa kontroll dhe duke reduktuar transparencën.

Për më tepër, edukimi për lajmet kultivon konsum të përgjegjshëm të medias. Konsumatorët mësojnë jo vetëm të identifikojnë burimet e besueshme, por edhe të kuptojnë përgjegjësitë etike që lidhen me shpërndarjen e informacionit. Të jesh i edukuar mediatikisht do të thotë të njohësh rolin tënd në parandalimin e përhapjes së keqinformimit. Për shembull, para se të shpërndahet një artikull, duhet të merret parasysh nëse ai vjen nga një burim i besueshëm dhe të verifikohet informacioni. Kjo praktikë e vetërregullimit është thelbësore për ruajtjen e një shoqërie të informuar mirë dhe për uljen e ndikimit negativ që ka keqinformimi mbi opinionin publik.



## PSE ËSHTË I RËNDËSISHËM EDUKIMI PËR LAJMET

Në peizazhin mediatik të sotëm, nevoja për edukimin për lajmet është më urgjente se kurrë. Interneti ka demokratizuar informacionin, duke e bërë të mundur që pothuajse çdokush të prodhojë dhe të ndajë përmbajtje. Edhe pse kjo ka rritur aksesin në informacion, ajo ka krijuar gjithashtu një mjedis ku keqinformimi, propaganda dhe senzacionalizmi mund të lulëzojnë. Ky "***mbingarkim informativ***" e bën të vështirë dallimin midis informacionit të besueshëm dhe të pavërtetave apo narrativave të njëanshme.

***Keqinformimi*** dhe ***"lajmet e rreme"*** janë shqetësime serioze. Informacioni jo i vertetë përhapet me shpejtësi, veçanërisht në platformat e mediave sociale, shpesh duke nxitur frikë, zemërim dhe konfuzion. Informacioni i rremë rreth çështjeve kritike, si shëndeti publik, zgjedhjet dhe ndryshimet klimatike, mund të çojë në pasoja reale, duke ndikuar në mënyrën se si njerëzit marrin vendime dhe reagojnë ndaj ngjarjeve. Për shembull, gjatë pandemisë COVID-19, keqinformimi mbi virusin dhe vaksinat çoi në konfuzion, hezitim dhe, në disa raste, pasoja të dëmshme për shëndetin.

Edukimi për lajmet i pajis individët me aftësinë për të njohur dhe sfiduar narrativa të rreme. Kjo përfshin pyetje si: Kush e ka krijuar këtë përmbajtje? Cili është qëllimi i tij/saj? A është ky informacion i verifikuar nga burime të besueshme? Duke zhvilluar këto aftësi të mendimit kritik, edukimi për lajmet fuqizon njerëzit të marrin vendime të informuara të bazuara në informacion të saktë, në vend që të bien viktimë e keqinformimit.

Për më tepër, edukimi për lajmet kultivon konsum të përgjegjshëm të medias. Konsumatorët mësojnë jo vetëm të identifikojnë burimet e besueshme, por edhe të kuptojnë përgjegjësitë etike që lidhen me shpërndarjen e informacionit. Të jesh i edukuar mediatikisht do të thotë të njohësh rolin tënd në parandalimin e përhapjes së keqinformimit. Për shembull, para se të shpërndahet një artikull, duhet të merret parasysh nëse ai vjen nga një burim i besueshëm dhe të verifikohet informacioni. Kjo praktikë e vetërregullimit është thelbësore për të ruajtur një shoqëri të informuar mirë dhe për të reduktuar ndikimin negativ që ka keqinformimi mbi opinionin publik.

## Zbatime Praktike të Edukimit për Lajmet

Si ilustrim i mëtejshëm, këtu janë disa hapa praktikë për të zbatuar aftësitë e edukimit për lajmet në jetën e përditshme:

- **Verifikimi i Burimit:** Gjithmonë kontrolloni origjinën e një lajmi.

Burimet e besueshme zakonisht kanë një reputacion për saktësi dhe profesionalizëm, si gazetat e njohura, institucionet kërkimore dhe ekspertët e verifikuar. Faqet e lajmeve me reputacion të dyshimtë ose me agjenda të njëanshme kanë më pak gjasa të jenë të besueshme.

- **Krahasimi i Burimeve: Mos u mbështetni vetëm në një burim për lajme mbi tema të rëndësishme.**

Mos u mbështetni vetëm në një burim për lajme mbi tema të rëndësishme. Kontrolloni informacionin duke e krahasuar me media të tjera të besueshme për të konfirmuar vlefshmërinë e tij. Burimet e ndryshme ofrojnë një pamje më të plotë, veçanërisht për çështje komplekse.

- **Të Kuptuarit e Anshmërive**

***Duhet të pranoni se të gjitha mediat, edhe ato më të besueshmet, mund të kenë anshmëri në bazë të qëndrimeve editoriale ose audiencës që synojnë.*** Të qenit i vetëdijshëm për këto anshmëri ju ndihmon të interpretoni informacionin në mënyrë më objektive. Leximi nga një sërë burimesh me perspektiva të ndryshme ndihmon gjithashtu në zbutjen e paragjykimeve individuale.

- **Mjetet për Verifikimin e Fakteve: Përdorni faqet e internetit për kontrollin e fakteve**

Faktet që lexoni në rrjetet sociale mund të verifikohen lehtësisht duke përdorur Google Fact Checking ose duke vizituar faqen e internetit të International Fact Checking Network në Poynter. Videot mund të identifikohen dhe kontrollohen lehtë duke përdorur YouTube Dataviewer. Mund të përdorni gjithashtu Google Lens për të bërë një foto me telefonin tuaj dhe për të gjetur informacion të dobishëm duke e kërkuar imazhin në Google.Po ashtu, mund të kontrolloni informacionin tuaj përmes organizatave ose faqeve lokale të verifikimit të fakteve për të vërtetuar pretendimet e dyshimta. Këto platforma janë krijuar për të shqyrtuar vlefshmërinë e tregimeve dhe pretendimeve që qarkullojnë gjerësisht.

- **Shpërndarje me Kujdes**

Para se të shpërndani informacion në rrjetet sociale, merrni një moment për të verifikuar besueshmërinë e tij. Shpërndarja e menduar ndihmon në reduktimin e përhapjes së keqinformimit dhe krijon një komunitet më të informuar në internet.




Ndërsa lundrojmë në një peizazh mediatik gjithnjë e më kompleks, edukimi për lajmet është kthyer në një aftësi jetike. Ai u mundëson individëve jo vetëm të dallojnë cilësinë dhe besueshmërinë e lajmeve, por edhe të njohin rolin e fuqishëm që luajnë lajmet në formësimin e shoqërisë dhe opinionit publik. Duke kultivuar këto aftësi, nxënësit mund t'i qasen medias me një sy më kritik, duke i ndihmuar të bëhen konsumatorë dhe kontribues të përgjegjshëm në një shoqëri demokratike dhe të informuar.

## ***BURIME SHTESË***

- Një përmbledhje e Edukimit Mediatik (BE, 2008):

  *Përmbledhje e Trendeve të Përgjithshme në Edukimin Mediatik në BE gjatë Dekadave të Fundit*
- Deklarata e Grunwald mbi edukimin në media dhe informacion në epokën dixhitale
- *E miratuar unanimisht nga përfaqësuesit e 19 kombeve në Simpoziumin Ndërkombëtar të UNESCO-s për Edukimin Mediatik në vitin 1982 në Grunwald, Republika Federale e Gjermanisë.*
- UNESCO – Edukimi mediatik dhe humanizmi i ri:
- *Një libër mbi potencialin e edukimit mediatik për humanizim dhe nxitjen e humanizmit të ri, me qëllim promovimin e mirëkuptimit dhe respektit për diversitetin kulturor, inkurajimin e dialogut ndërkulturor dhe kapërcimin e efekteve çnjerëzore të teknologjisë së masës.*
- Edukimi mediatik i UNESCO-s: Një çantë për mësuesit, studentët, prindërit dhe profesionistët

  *Ofron një pamje komplekse dhe gjithëpërfshirëse të edukimit mediatik, duke përfshirë të gjitha format e medias, si ato të vjetrat ashtu edhe të rejat.*

Mësimi 2

# Llojet e Medias: Tradicionalja kundrejt Digjitales, Masivja dhe Socialja

## HYRJE

Evolucioni i shpejtë i platformave të ndryshme të komunikimit ka ndryshuar mënyrën se si njerëzit aksesojnë, shpërndajnë dhe ndërveprojnë me informacionin. Më parë, peizazhi mediatik ishte i dominuar nga platformat tradicionale si televizioni, radioja, gazetat dhe revistat. Sot, media është zhvilluar ndjeshëm përtej këtyre formave, duke përfshirë median digjitale dhe median sociale, të cilat pasqyrojnë një ndërthurje midis komunikimit tradicional masiv dhe formateve të reja, më dinamike. Intensiteti i zhvillimit teknologjik së bashku me globalizimin ka çuar në formimin e të ashtuquajturave **"Fshatra Globale"**, ku mediat elektronike i afrojnë njerëzit duke krijuar një komunitet të ndërthurur dhe të globalizuar (McLuhan, M. 1962).

**Media tradicionale** mbështetet në praktika të mirëpërcaktuara të gazetarisë dhe prodhimit, të cilat shpesh konsiderohen më të besueshme për shkak të mbikëqyrjes editoriale dhe qasjes më të strukturuar. Kjo është një formë komunikimi njëdrejtimëshe, ku mediat paraqesin informacion për publikun me ndërveprim të kufizuar dhe të menjëhershëm (McQuail, 2010).

Nga ana tjetër, **media digjitale** ka lindur me ngritjen e internetit, duke mundësuar një komunikim më interaktiv dhe më të shpejtë. Platformat digjitale lehtësojnë komunikimin dypalësh dhe angazhimin e drejtpërdrejtë me audiencën. Kjo është zhvilluar më tej në platformat e mediave sociale, ku përdoruesit mund të krijojnë dhe shpërndajnë përmbajtje, të komentojnë mbi postimet e të tjerëve dhe të përhapin informacion në mënyrë të shpejtë (Castells, 2010). Këto platforma ofrojnë një mënyrë të shpejtë për shpërndarjen e përmbajtjes, por kjo shpesh vjen me koston e besueshmërisë së informacionit, pasi standardet mbeten më të ulëta sesa në gazetarinë tradicionale. Kjo mund të kontribuojë në përhapjen e informacionit të rremë, prandaj është e rëndësishme të kontrollohet vërtetësia e informacionit dhe të bëhet hulumtim në sfond për të siguruar besueshmërinë dhe për të shmangur shpërndarjen e informacionit të pavërtetë.

*Çdo lloj i medias ka rolin e saj, ku format tradicionale shpesh konsiderohen më të besueshme për shkak të standardeve të tyre afatgjata, ndërsa media digjitale dhe ajo sociale dallohen për angazhimin e menjëhershëm. Ndërsa media vazhdon të evoluojë, të kuptuarit e këtyre dallimeve mbetet thelbësor për të kuptuar se si krijohet, shpërndahet dhe konsumohet informacioni në ditët e sotme.*

## LLOJET TRADICIONALE TE MEDIAS

Media tradicionale përcaktohet kryesisht nga komunikimi njëdrejtimësh, ku informacioni transmetohet drejt publikut pa mekanizma të drejtpërdrejtë reagimi, në kontrast me natyrën interaktive të medias digjitale. Ajo ka shërbyer si gur themeli i komunikimit masiv për shekuj me radhë dhe është e njohur për mënyrën e strukturuar të shpërndarjes së përmbajtjes.

**Media e Shtypur**

Kjo përfshin gazetat, revistat dhe botimet shkencore, të cilat kanë qenë qendra e shpërndarjes së informacionit dhe e debatit publik. Gazetat fokusohen në ngjarjet e përditshme, duke ofruar raportime të thelluara, analiza dhe perspektiva editoriale. Revistat ofrojnë përmbajtje të përshtatur për audienca specifike, duke mbuluar tema të ndryshme. Besueshmëria që lidhet me median e shtypur rrjedh nga mbështetja historike në integritetin gazetaresk dhe në një proces të plotë të verifikimit të fakteve (Schudson, 2001).

**Media Transmetuese**

Ajo përfshin televizionin dhe radion, të cilat shpërndajnë përmbajtje për audienca të gjera përmes programeve të rregulluara dhe të planifikuara. Televizioni dallohet për tërheqjen vizuale dhe për faktin se arrin grupe të ndryshme demografike me lajme, argëtim dhe programe edukative. Radioja ka mbetur një mjet ndikues për shpërndarjen e lajmeve lokale dhe për përditësime në kohë reale.

**Media e Jashtme**

Shpesh e quajtur reklamim jashtë shtëpisë, përfshin billboard-et, postera dhe reklamat në mjete transporti. Kjo formë është e krijuar për të arritur njerëzit në hapësira publike, duke maksimizuar kështu dukshmërinë dhe ekspozimin. Media e jashtme mbështetet shumë në ndikimin vizual dhe në mesazhe të shkurtra për të angazhuar një audiencë kalimtare (Taylor, 2010).



## MEDIA DIGJITALE

Media digjitale ka transformuar mënyrat se si krijohet, shpërndahet dhe konsumohet informacioni, duke thyer barrierat tradicionale dhe duke prezantuar një mjedis më interaktiv. Platformat digjitale karakterizohen nga varësia ndaj internetit, duke mundësuar shpërndarjen pothuajse të menjëhershme të informacionit dhe reagime nga audienca globale.

**Faqet e Internetit dhe Blogjet**
Faqet e internetit dhe blogjet përfaqësojnë një element themelor të medias digjitale, duke ofruar platforma për organizatat, mediat, bizneset dhe individët për të ndarë përmbajtje në formate vizuale, përfshirë artikuj, video dhe mjete interaktive. Faqet e internetit shërbejnë kryesisht si platforma zyrtare, ndërsa blogjet lejojnë një përmbajtje më personale dhe të bazuar në mendime.

**Rrjetet Sociale**
Rrjetet sociale si Facebook, Twitter, Instagram dhe LinkedIn e kanë riformësuar median digjitale duke u përqendruar në përmbajtje të krijuar nga përdoruesit dhe interaktivitet. Këto platforma inkurajojnë një kulturë pjesëmarrëse, ku përdoruesit janë njëkohësisht konsumatorë dhe krijues përmbajtjeje. Natyra virale e mediave sociale lejon përhapjen e shpejtë të informacionit, megjithatë kjo sjell sfida në lidhje me keqinformimin dhe saktësinë e përmbajtjes.

**Shërbimet për Shpërndarjen e Videove**
Shërbime si YouTube, Netflix dhe Twitch kanë rëndësi qendrore në median digjitale, duke ofruar përmbajtje të përshtatur sipas preferencave individuale të shikuesve. Platforma si YouTube lejojnë përdoruesit të ngarkojnë dhe shpërndajnë video mbi tema të ndryshme. Opsionet për transmetim të drejtpërdrejtë rrisin më tej ndërveprimin, duke mundësuar komente në kohë reale dhe duke krijuar një lidhje të drejtpërdrejtë midis krijuesve të përmbajtjes dhe shikuesve (Lotz, 2017).

**Media Interaktive**
Media interaktive përfshin mjete dhe platforma ku përdoruesit angazhohen në mënyrë aktive, si mjedise të realitetit virtual (VR), aplikacione të realitetit të shtuar (AR), dhe faqe interneti edukative interaktive. Kjo ofron përvoja të thella dhe gjithëpërfshirëse që shkojnë përtej konsumit pasiv të përmbajtjes. Lejon përdoruesit të formësojnë dhe të navigojnë përvojën e tyre. Kjo ka zbatim praktik në arsim, trajnim dhe argëtim, duke përdorur teknologji si VR për të simuluar skenarë të botës reale dhe për të ofruar një qasje më ndërvepruese ndaj të nxënit (Ryan, 2015).

## KRAHASIMI MIDIS MEDIAS TRADICIONALE DHE ASAJ DIGJITALE

Dallimet kryesore qëndrojnë në shtrirjen e audiencës, ndërveprimin, aksesin dhe besueshmërinë. Të dy llojet e medias luajnë një rol të rëndësishëm në komunikimin modern, edhe pse shërbejnë për funksione të ndryshme dhe synojnë audienca të ndryshme.

**Ndërveprimi me Audiencën**
Media tradicionale është e njohur për komunikimin njëdrejtimësh dhe aspektin e saj pasiv. Mekanizmat e reagimit, si letrat për redaktorin apo telefonatat në studio, janë më të ngadalta dhe shpesh të kufizuara në kontekste të caktuara.
Ndërsa media digjitale thekson komunikimin dypalësh, duke lejuar reagime të menjëhershme nga audienca përmes komenteve, shpërndarjeve, pëlqimeve dhe mesazheve direkte.

**Aksesueshmëria dhe Shtrirja**
Kufizimet gjeografike dhe kohore e bëjnë median tradicionale më pak të aksesueshme. Për shembull, programet televizive transmetohen në orare të caktuara dhe gazetat arrijnë kryesisht te publiku brenda një zone të caktuar.

**Personalizimi i Përmbajtjes**
Media tradicionale ofron përmbajtje të standardizuar me pak mundësi personalizimi. Media digjitale, nga ana tjetër, përdor algoritme për të përshtatur përmbajtjen sipas preferencave individuale të përdoruesit, bazuar në historikun e shfletimeve, ndërveprimet dhe të dhënat demografike. Ky nivel personalizimi tërheq përdoruesit, por gjithashtu mund të krijojë “dhoma jehone” (echo chambers), duke përforcuar qëndrimet ekzistuese dhe duke kufizuar ekspozimin ndaj perspektivave të ndryshme.

**Besueshmëria dhe Verifikimi i Fakteve**
Media tradicionale perceptohet si më e besueshme për shkak të standardeve të larta të kontrollit të cilësisë dhe proceseve të vendosura editoriale. Verifikimi i fakteve është një praktikë thelbësore, që siguron saktësinë përmes disa fazave të verifikimit para publikimit. Në të kundërt, media digjitale ka një besueshmëri më të luhatshme, pasi platformat digjitale lejojnë këdo të publikojë përmbajtje pa kontroll të rreptë. Kjo ndihmon në përhapjen e lajmeve të rreme në rrjetet sociale, prandaj iniciativat për kontrollin e fakteve janë të rëndësishme për të kundërshtuar keqinformimin, edhe pse përhapja e shpejtë e përmbajtjes së paverifikuar mbetet një sfidë (Graves, 2016).




## *BURIME SHTESË*

- McLuhan, M. (1962). Galaxy Gutenberg: Krijimi i njeriut tipografik
  *Një libër themelor që analizon ndikimet e medias masive, veçanërisht të shtypshkronjës, mbi kulturën evropiane dhe ndërgjegjen njerëzore.*

- Graves, L. (2016). Të vendosësh se çfarë është e vërtetë: Rritja e kontrollit të fakteve politike në gazetarinë amerikane
  *Përshkruan një histori tërheqëse dhe të drejtuar nga figura kyçe të lëvizjes për verifikimin e fakteve dhe evolucionin e saj të fundit nga blogosfera, duke reflektuar mbi riformësimin revolucionar të etikës dhe praktikës gazetareske.*

- Castells, M. (2010). Ngritja e Shoqërisë së Rrjetit
  *Një vëllim novator mbi ndikimin e epokës së informacionit në të gjitha aspektet e shoqërisë.*

- Schudson, M. (2001). Sociologjia e Lajmeve
  *Një rrëfim personal, i mprehtë dhe gjithëpërfshirës mbi median bashkëkohore të lajmeve.*

Mësimi 3

# Roli i Algoritmeve dhe i Rrjeteve Sociale

Sot, burimi kryesor i lajmeve dhe informacionit janë rrjetet sociale, veçanërisht për të rinjtë. Kjo do të thotë se si botuesit e lajmeve ashtu edhe konsumatorët janë të varur nga algoritmet që përcaktojnë plotësisht llojin e përmbajtjes që do t'u shfaqet konsumatorëve. Për botuesit e lajmeve, kjo nënkupton se ata duhet të përshtatin titujt, fotografitë dhe të gjithë artikullin sipas angazhimeve, klikimeve dhe shpërndarjeve në rrjetet sociale ku e postojnë përmbajtjen.

**Algoritmet e rrjeteve sociale** janë grupe llogaritjesh dhe rregullash që përdoren nga platformat për të përcaktuar cilën përmbajtje do të shohin përdoruesit në faqet e tyre. Thjeshtuar, sa më shumë kohë të kaloni duke parë një postim (foto, video, tekst, etj.), aq më shumë përmbajtje të ngjashme do të shfaqet në faqen tuaj. Nëse ndërveproni në çfarëdo forme me këtë përmbajtje (lexoni komentet, pëlqeni, komentoni, shpërndani ose e ruani), sasia e përmbajtjes së ngjashme që shfaqet do të rritet edhe më shumë. Kjo nuk kufizohet vetëm në një rrjet social. Nëse, për shembull, ndërveproni me një lloj të caktuar përmbajtjeje në Facebook, ka shumë gjasa që përmbajtje të ngjashme të shfaqen edhe në rrjetet e tjera sociale që përdorni. Platforma të caktuara përdorin informacionin që ju jepni në profilin tuaj për t'ju ofruar përmbajtje 'të përshtatshme' me lajme, bazuar në kombësinë, racën, moshën, vendbanimin, arsimimin, vendin e punës, etj. Çdo platformë e rrjeteve sociale monitoron vazhdimisht aktivitetin e përdoruesve për të përcaktuar se çfarë lloj përmbajtjeje do të ishte më interesante për ta. E gjitha me një qëllim, t'i bëjnë përdoruesit të kalojnë sa më shumë kohë në këto platforma.

Pra, çfarë do të thotë ky qëllim për shpërndarjen dhe promovimin e përmbajtjes së lajmeve?



Përdorimi i algoritmeve mund të tingëllojë tërheqës për disa, pasi ndihmon në renditjen më të lehtë të përmbajtjes. Megjithatë, algoritmet gjithashtu mund të përdoren për të kufizuar ose përjashtuar plotësisht opinione dhe informacion, nëse vlerësohet se një përmbajtje e tillë nuk është angazhuese për përdoruesit e synuar. Ato përdoren gjithashtu për të përcaktuar rendin dhe kohën kur përmbajtja u shfaqet përdoruesve. Kjo do të thotë se, zakonisht, informimi vetëm përmes rrjeteve sociale bën që një person të ketë një këndvështrim të njëanshëm dhe të kufizuar. Algoritmet ushqehen me paragjykimin konfirmues dhe krijojnë flluska filtri (filter bubbles), duke përforcuar modelet e sjelljes së përdoruesve dhe duke kufizuar mendimin kritik.

## SHEMBUJ NGA PRAKTIKA

**Zgjedhjet presidenciale në SHBA** janë zakonisht zgjedhjet më të ndjekura në botë. Ato janë aq të njohura saqë janë kryer studime mbi mënyrën se si qytetarët e vendeve të tjera do të votonin nëse do të ishin qytetarë amerikanë. Si rrjedhojë, ndikimi i algoritmeve në politikë zakonisht hulumtohet përmes këtyre zgjedhjeve dhe qytetarëve amerikanë.

Për shembull, studimet tregojnë se më shumë se gjysma e përdoruesve të **Facebook-ut** që janë hulumtuar shohin përmbajtje politike që përputhet me bindjet e tyre, ndërsa vetëm 14.7% e përdoruesve raportojnë se shohin rregullisht përmbajtje nga këndvështrime të kundërta (p.sh. liberalët që shohin përmbajtje konservatore ose anasjelltas). Për më tepër, kërkimet tregojnë se Twitter (tani i njohur si X) ndikoi ndjeshëm në uljen e votave që Donald Trump mori në zgjedhjet e viteve 2016 dhe 2020, për shkak të postimeve “liberale” që ndikuan votuesit me mendime të moderuara të mos votonin për të. Kjo tregon se rrjetet sociale mund të kenë një ndikim të rëndësishëm në rezultatet zgjedhore. Nëse marrim parasysh algoritmet dhe ndikimin e tyre në kufizimin e përmbajtjes që një përdorues sheh, lind pyetja nëse rrjetet sociale duhet të jenë më të kontrolluara në raportimin e lajmeve.

Për më tepër, algoritmet rrisin konsumimin e lajmeve të rreme. Meqenëse algoritmet bazohen në shënjestrimin e audiencës me përmbajtje për të cilën ata kanë treguar interes të lartë, kjo mund të çojë në një perceptim të shtrembëruar të realitetit dhe informacionit. Një shembull praktik u pa gjatë pandemisë COVID-19, me ndikim të madh të lajmeve të rreme rreth vaksinave dhe rritje të lëvizjes anti-vaksinim.

Shumica e informacionit që përdorej si “argumente të vlefshme” për të mbështetur qëndrime kundër vaksinave vinte nga rrjetet sociale dhe YouTube, dhe jo nga artikuj shkencorë të rishikuar nga kolegë. Mjafton të lexosh disa prej këtyre artikujve që algoritmet e çdo platforme të nisin të 'bombardojnë' përdoruesin me përmbajtje të ngjashme, me synimin për të tërhequr vëmendjen dhe për ta mbajtur atë sa më gjatë të angazhuar në internet.




## DIVERSIFIKIMI I KONSUMIT TË LAJMEVE

Për të shmangur efektet negative të lajmeve njëanshme, të cilat kryesisht shkaktohen nga algoritmet, siç u shpjegua më sipër, ekzistojnë disa hapa që duhen ndjekur. Para së gjithash, është e rëndësishme të theksohet se diversifikimi i konsumit të lajmeve nuk është i rëndësishëm vetëm për të marrë informacion të saktë, për të pasur burime të shumta lajmesh dhe për të lehtësuar verifikimin e saktësisë, por është gjithashtu shumë i rëndësishëm për shëndetin mendor të individit. Kur je vazhdimisht i rrethuar nga një lloj i vetëm lajmesh (veçanërisht nëse janë negative), kjo mund të ketë ndikim të rëndë në shëndetin mendor. Kërkimet tregojnë se konsumimi i lajmeve, sidomos i atyre sensacionaliste, mund të çojë në rritje të ndjeshmërisë ndaj ankthit, depresionit dhe prirjeve vetëvrasëse.
Kjo është arsyeja pse është e rëndësishme të theksohet se mund të bëni disa gjëra për të diversifikuar konsumimin tuaj të lajmeve:

- **Vlerësoni zakonet tuaja aktuale të konsumit të lajmeve dhe përdorimit të rrjeteve sociale.**
  Shikoni nëse po merrni informacionin dhe po lexoni lajmet vetëm nga ato që shfaqen në faqet tuaja (feeds). Shënoni temat që shfaqen më shpesh dhe shikoni nëse ekziston një model që tregon se kjo vjen si pasojë e algoritmeve.

- **Mendoni çfarë lloje lajmesh ekzistojnë.**
  Bisedoni me familjen dhe miqtë tuaj rreth zakoneve të tyre të konsumimit të medias. Shikoni nëse ata kanë zakone të ndryshme që mund t'ju ndihmojnë të diversifikoni edhe ju tuajat. Mund të bëni gjithashtu kërkime vetjake dhe të lexoni nga media që nuk ju shfaqet shpesh ose fare në faqet tuaja të informacionit.

- **Diversifikoni burimet tuaja.**
  Nuk ka asgjë të keqe nëse merrni informacionin tuaj nga rrjetet sociale. Por, të mbështetesh vetëm te rrjetet sociale për informacion nuk është e duhura. Përpiquni të diversifikoni burimet tuaja të informacionit, veçanërisht nëse arrini të gjeni burime që janë të sakta dhe që nuk kanë tendencë të shkruajnë lajme sensacionaliste vetëm për klikime dhe shpërndarje.

- **Kontrolloni besueshmërinë.**
  Zakonisht, disa media raportojnë për të njëjtin temë ose ngjarje. Nëse e gjeni veten të interesuar për një temë apo ngjarje të caktuar, përpiquni të lexoni për të nga burime të ndryshme, veçanërisht ato më të besueshme. Mbani mend: nëse vazhdoni të hapni artikuj që paraqesin vetëm një këndvështrim për çështjen, vetëm ato artikuj do t'ju shfaqen më pas. Ndonjëherë duhet të kërkoni vetë këndvështrimin e kundërt nëse dëshironi të keni një pasqyrë të saktë dhe të formoni një mendim të plotë mbi çështjen.

- **Sigurohuni që të jetë i dobishëm për ju.**
  Përpiquni të përqendroheni te lajmet që ju interesojnë, nga burime të besueshme. Lajmet sensacionale zakonisht shfaqen në rrjetet sociale sepse tërheqin më shumë klikime dhe shpërndarje, edhe nëse lexuesit nuk janë realisht të interesuar për temën. Prandaj, qëndroni brenda fushave tuaja të interesit dhe mbani parasysh nëse qëllimi i artikullit është t'ju informojë apo thjesht t'ju nxisë të klikoni dhe ta shpërndani më tej.

Ka disa pyetje që mund t'i bëni vetes (dhe të tjerëve) për të kontrolluar nëse po diversifikoni konsumimin tuaj të lajmeve:

- A po përdor një gamë të gjerë **burimesh të ndryshme**?
- A janë lajmet që po lexoj me të vërtetë **interesante** për mua?
- A jam i vetëdijshëm që, edhe pse lajmet e bujshme mund të jenë interesante, emocionuese ose irrituese, ato gjithashtu mund të jenë të rreme?
- A janë lajmet që po lexoj të mirë-hulumtuara, të besueshme dhe të mbështetura në burime legjitime?
- A po përdor aplikacione dhe botues të ndryshëm për të marrë lajmet?

Dhe, ndonjëherë, thjesht të duhet një pushim.



## ***BURIME SHTESË***

Algoritmet dhe lajmt cilësore

*Si mund të sigurohemi që algoritmet të identifikojnë dhe të promovojnë gazetarinë e pavarur dhe të bazuar në fakte?*

- Studimet zgjedhore 2020 zbulojnë fuqinë e algoritmeve të Facebook dhe Instagram

  *Kërkimi, i publikuar në revistat Science dhe Nature, është pjesë e projektit më gjithëpërfshirës shkencor deri më tani që shqyrton rolin e rrjeteve sociale në demokracinë amerikane.*
- Efekti i mediave sociale në zgjedhje: dëshmi nga Shtetet e Bashkuara

  *Studim elektronik mbi mënyrën se si rrjetet sociale ndikojnë në rezultatet e zgjedhjeve në Shtetet e Bashkuara.*
- Si algoritmi i lajmeve të Facebook-ut formon hezitimin e vaksinave të fëmijërisë

  *Për të ulur efektivitetin e keq(dez)informimit mbi vaksinat, është thelbësore të edukohet publiku mbi mënyrën se si algoritmet e rrjeteve sociale marrin vendime për shfaqjen e përmbajtjes në faqet e lajmeve.*

Mësimi 4

# Epoka Post së Vërtetës dhe Çrregullimi i Informacionit

## HYRJE

Në ditët e sotme, mediat dhe interneti janë të përmbytur me sasi të mëdha informacioni, i cili shpesh përfshin një sasi të konsiderueshme përmbajtjeje të rreme. Kjo mbingarkesë me informacion i vendos individët përpara sfidës për të dalluar atë që është e vërtetë nga ajo që është e rreme.

Pasojat e përhapjes së gjerë të keqinformimit mund të jenë të mëdha. Nëse një pjesë e konsiderueshme e popullsisë beson në informacione të pasakta, kjo mund të çojë në marrjen e vendimeve politike dhe shoqërore të bazuara në të pavërteta, duke dëmtuar mirëqenien e përgjithshme të komunitetit. Këto dinamika nënvizojnë rëndësinë kritike që ka informacioni i saktë në formësimin e politikave kolektive dhe zgjedhjeve individuale.

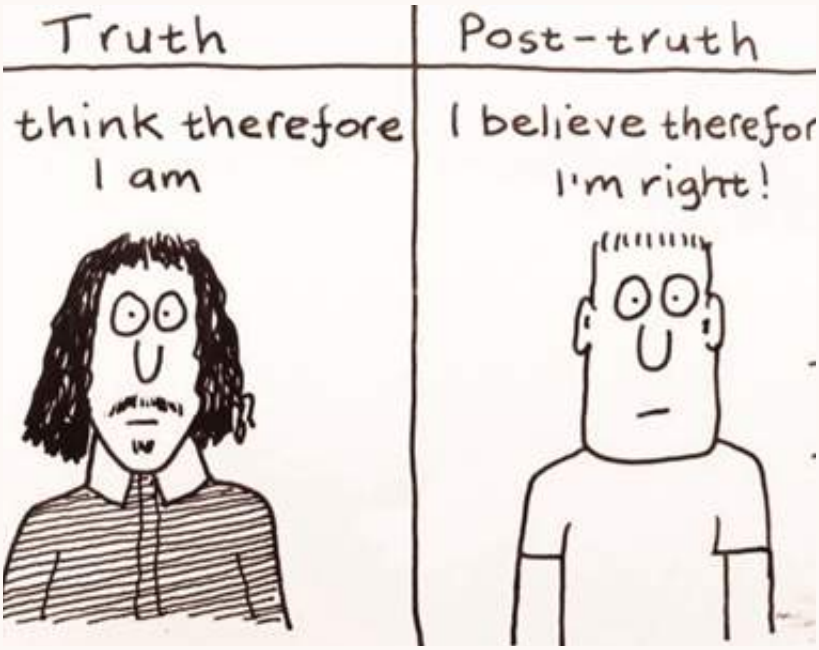
Për të luftuar në mënyrë efektive keqinformimin dhe dezinformimin, është thelbësore të kuptohen disa koncepte kyçe. Kjo përfshin të kuptuarit e mekanizmave përmes të cilëve njerëzit marrin informacion dhe formojnë opinionet dhe besimet e tyre. Gjithashtu, është e rëndësishme të analizohen mënyrat se si krijohet informacioni i rremë, si përhapet dhe pse është aq efektiv.

## POST-E VËRTETA

Njerëzit gjithnjë e më shumë i besojnë informacionit që u përshtatet ndjenjave dhe bindjeve të tyre personale, në vend që të kërkojnë dhe të pranojnë informacion që konsiderohet faktik dhe objektiv.

Post-e vërteta përkufizohet si një situatë në të cilën faktet objektive kanë më pak ndikim në formësimin e opinionit publik sesa thirrjet ndaj emocioneve dhe bindjeve personale.

Politikat post-së vërtetës lulëzojnë në një mjedis të polarizuar, ku “vetë ideja e së vërtetës ndahet në nocione si e vërteta ime kundrejt së vërtetës tënde”. Lajmet e rreme e thellojnë edhe më shumë polarizimin, shkaktojnë korrupsion dhe dëmtojnë “strukturën e demokracisë”. Me fjalë të tjera, ndarjet ekzistuese politike dhe shoqërore përforcohen nga lajmet e rreme.




## ÇRREGULLIMI I INFORMACIONIT

Termi "lajme të rreme" nuk e përfshin të gjithë spektrin e përmbajtjes mashtruese, pasi disa prej këtyre përmbajtjeve nuk janë domosdoshmërisht të rreme. Për të adresuar këtë kufizim, është prezantuar koncepti i "çrregullimit të informacionit", i cili pasqyron një fenomen kompleks, të karakterizuar nga nivele të ndryshme mashtrimi dhe dëmi. Ekziston ndotje e lehtë e informacionit, e cila është relativisht e padëmshme, dhe informacion në nivel të lartë, i cili është thellësisht mashtrues. Çrregullimi i informacionit ndahet në tre kategori kryesore.

- **Dezinformimi**

Dezinformimi është përmbajtje që është qëllimisht e rreme dhe shpërndahet me synimin për të shkaktuar dëm. Shembuj përfshijnë përmbajtje audio-vizuale të fabrikuara ose të manipuluara, teori konspirative apo thashetheme.




***Për shembull,*** *gjatë zgjedhjeve presidenciale franceze në vitin 2017, një thashethem u përhap në rrjetet sociale se Emmanuel Macron kishte një llogari të fshehtë offshore në Bahamas. Dokumente të ndryshme qarkulluan online, përfshirë kontratën me bankën (duke përfshirë nënshkrimin e Macron-it dhe informacionin e kontaktit të bankës), por të gjitha u vërtetuan si të fabrikuara. Qëllimi ishte të dekurajoheshin votuesit francezë që të votonin për Macron.*




Gjatë tre viteve të fundit, janë përhapur shumë keqinformime rreth luftës në Ukrainë. Artikull i Snopes *UKRAINE: New Crisis, Grimly Familiar Disinformation Trends* zbulon një sërë videosh të ripërdorura, meme fyese dhe teori konspirative që nxisin frikë, si forma të dezinformimit.

- **Keqinformimi**

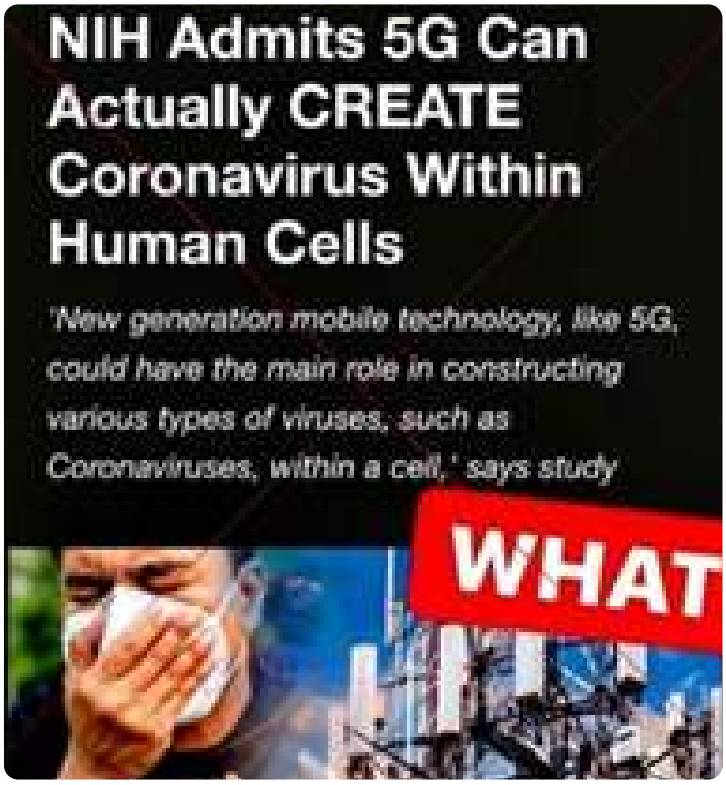
  Dezinformimi është përmbajtje që është qëllimisht e rreme dhe shpërndahet për të shkaktuar dëm. Shembuj përfshijnë përmbajtje audio-vizuale të fabrikuara ose të manipuluara, teori konspirative apo thashetheme. Keqinformimi ndodh kur përhapet informacion i rremë, por pa qëllim të keq. Kur dezinformimi shpërndahet nga një person që nuk është i vetëdijshëm se informacioni është i rremë apo i shtrembëruar, ai kthehet në keqinformim. Kjo përfshin tituj të pasaktë të fotografive, data të gabuara, statistika të shtrembëruara ose përkthime të pasakta.

***Shembull:*** *Në vitin 2017, tre oficerë të policisë franceze dhe një turist u qëlluan për vdekje nga një luftëtar i ISIS-it. Ditën pas këtij akti tragjik, një video e postuar nga Paul Golding, lideri i një organizate politike britanike të ekstremit të djathtë, pretendonte se myslimanët në Londër po festonin sulmin terrorist. Në fakt, videoja ishte postuar fillimisht në YouTube në vitin 2009 dhe tregonte një grup pakistanezësh që festonin fitoren e Pakistanit në një ndeshje kriketi.*



**Lidhja COVID-19 me "5G" (2020)**

Gjatë pandemisë COVID-19, u përhap keqinformimi se teknologjia 5G ishte përgjegjëse për përhapjen e virusit. Kjo teori e pabazuar shkaktoi panik dhe çoi në shkatërrimin e disa antenave të sinjalit celular. Shikoni artikullin e Associated Press për më shumë informacion. *Punim shkencor i diskreditуar pas pretendimeve të rreme në lidhjen COVID-5G*.



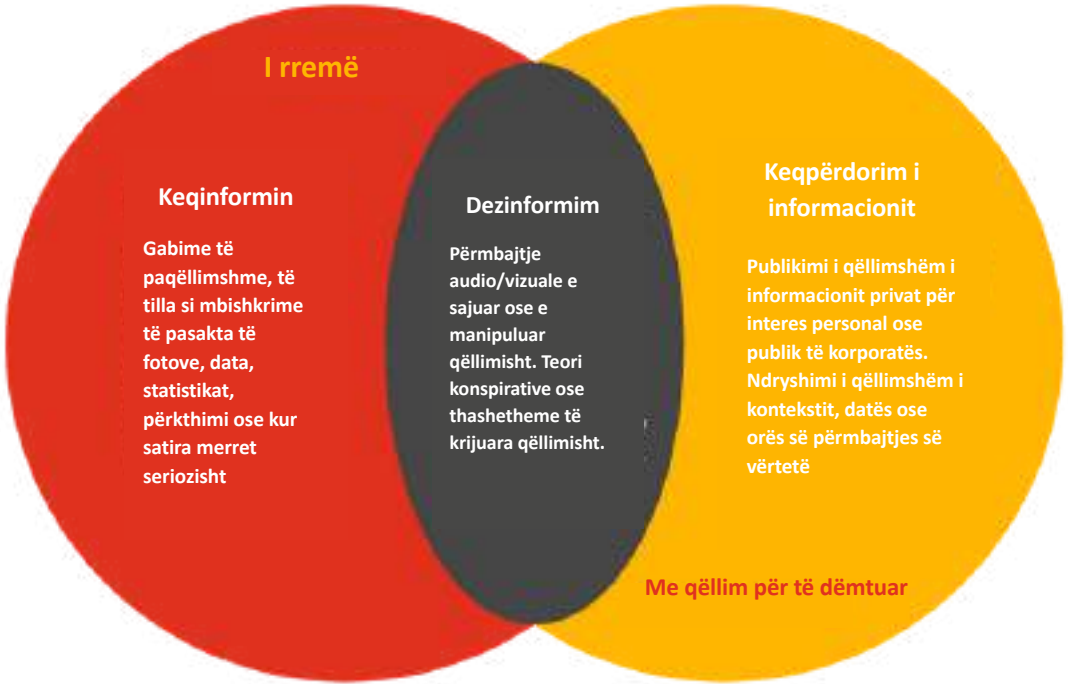

**Keqinformimi mbi Zgjedhjet në X (ish-Twitter)**

Në prag të Zgjedhjeve Presidenciale në SHBA për vitin 2024, pretendime të rreme rreth mashtrimit me votat dhe manipulimit të zgjedhjeve u përhapën gjerësisht në platformën X. Veçanërisht, postimet e Elon Musk që promovonin këtë keqinformim arritën mbi 2 miliardë shikime, duke ndikuar ndjeshëm në perceptimin e publikut dhe besimin në procesin zgjedhor. **Shikoni artikullin e Reuters mbi këtë temë për më shumë informacion.** *Musk and X are epicenter of US election misinformation, experts say.*


*Elon Musk (Source: Reuters)*

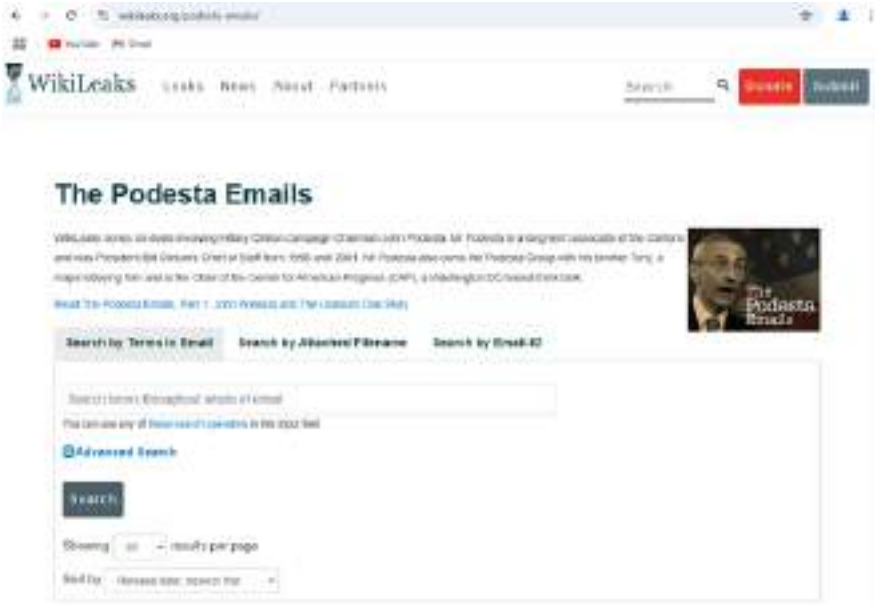
## Keqpërdorim i informacionit (Malinformim)

Keqpërdorim i informacionit nënkupton ndarjen e informacionit të vërtetë me synimin për të shkaktuar dëm, shpesh duke e nxjerrë në hapësirën publike informacionin që duhet të mbetej privat, ose përmes shtrembërimit dashakeq të informacionit të saktë, si konteksti, data apo koha.




**Burimi: Drafti i Parë, Udhëzuesi thelbësor për të kuptuar çrregullimin informativ, 2019**

***Shembull:*** *Në vitin 2016, llogaria e emailit e John Podesta-s, kreut të fushatës presidenciale të Hillary Clinton, u hakua dhe email-et e tij u publikuan nga Wikileaks. Podesta refuzoi të konfirmonte ose mohonte vërtetësinë e email-eve. Hetimi nga agjencitë amerikane të inteligjencës raportoi se nuk kishte prova për falsifikim. Shumica e email-eve pasqyronin komunikime të zakonshme të fushatës, megjithatë rrjedhja e tyre hodhi dritë mbi funksionimin e brendshëm të fushatës presidenciale.*




*Faqja e Wikileaks "The Podesta Emails" përmban një bazë të dhënash të kërkueshme mbi këtë rast.*

## LLOJET E ÇRREGULLIMIT TË INFORMACIONIT

### Përmbajtje e Manipuluar

Kjo ndodh kur përmbajtja e vërtetë manipulohet ose ndryshohet në një formë të caktuar, me qëllim për të mashtruar.




**Shembull:** Studentja Emma Gonzalez dhe tre bashkëmoshatarë të saj, të mbijetuar nga një sulm me armë në një shkollë në Florida, u fotografuan për të dalë në faqen e parë të revistës Teen Vogue, dhe revista krijoi një video ku Gonzalez shihet duke shqyer një tabelë shënjimi për armë.

Kjo video u ndryshua në mënyrë që të dukej sikur Gonzalez po griste Kushtetutën e Shteteve të Bashkuara.




### Përmbajtje e Fabrikuar

Kjo kategori përshkruan përmbajtje që nuk ka asnjë bazë faktike dhe është plotësisht e fabrikuar.

**Shembull:** Në vitin 2012, një video e postuar në YouTube nga përdoruesi MrNuclearCat tregonte një shqiponjë që zbriste, rrëmbente një foshnjë nga toka dhe më pas e linte të binte disa sekonda më vonë.

Videoja u krijua nga tre studentë të një kolegji dizajni në Montreal, si pjesë e një detyre kursi për të krijuar përmbajtje që mund të mashtrojë me sukses shikuesit.



## Deepfakes (Video të manipuluara në mënyrë artificiale)

Përmbajtjet e Fabrikuara përdoren për të krijuar video dhe audio të fabrikuara, duke krijuar përfaqësime bindëse, por të rreme të njerëzve.

## Përmbajtje të rreme

Informacion autentik i paraqitur jashtë kontekstit. Mund të marrë shumë forma, si për shembull përzgjedhja e një pjese të pjesshme nga një citat për të mbështetur një qëndrim, ose krijimi i statistikave që përforcojnë një pretendim të caktuar.

> ***Shembull:*** *Pretendimet se UNESCO e hoqi vendlindjen e Jezusit nga Lista e Trashëgimisë Botërore e lanë jashtë kontekstit faktin se vendi u hoq vetëm nga lista "në rrezik" për shkak të punimeve restauruese.*






## Kontekst i Rremë

Përmbajtje që është e vërtetë, por është riformuluar dhe shpërndarë me informacion të rremë kontekstual.

***Shembull:*** *Në vitin 2019, imazhe të mbeturinave në Hyde Park u lidhën gabimisht me një protestë kundër ngrohjes globale, megjithëse ngjarja nuk kishte asnjë lidhje me protestën.*




## Lidhje e Rreme

Është një teknikë e quajtur "clickbait", që përdoret për të tërhequr vëmendjen dhe për të nxitur klikime përmes titujve, pamjeve ose përshkrimeve tërheqëse, por shpesh mashtruese dhe sensacionaliste.

***Shembull:*** *Pretendimet për "shtëpi me 1 paund në Itali" shpesh lënë pa përmendur kostot e konsiderueshme të rinovimit (të detyrueshme), duke i mashtruar blerësit e mundshëm.*



## Përmbajtje e falsifikuar (Imposter Content)

Kjo kategori përshkruan imitimin e burimeve të vërteta. Për shembull, përdoret logoja e një marke të njohur ose emri i saj përkrah përmbajtjes së rreme.

> ***Shembull:*** *Një faqe interneti mashtruese që imitonte gazetën belge Le Soir pretendoi në mënyrë të rreme se fushata e Macron-it ishte financuar nga Arabia Saudite, duke përhapur keqinformim gjatë zgjedhjeve franceze të vitit 2017.*




## Teoritë Konspirative

Teoritë konspirative përpiqen të shpjegojnë ngjarje dhe rrethana të rëndësishme si veprime të qëllimshme dhe të këqija të njerëzve apo grupeve të fshehta dhe me ndikim të madh.

> ***Shembull:*** *Pretendime të pa verifikuara mbi origjinën e COVID-19 në një laborator kinez vazhduan të qarkullojnë, pavarësisht provave shkencore që i kundërshtonin këto teori.*



## Satira dhe Parodia

Në përgjithësi, satira dhe parodia në lajme nuk përfshihen në tipologjinë e çrregullimit të informacionit, pasi nuk kanë për qëllim të mashtrojnë apo të shkaktojnë dëm. Megjithatë, ato kanë potencialin të mashtrojnë njerëzit. Kur përmbajtja ndahet dhe rishpërndahet, konteksti origjinal mund të humbasë.

> ***Shembull:*** *Një artikull parodik që e shpallte Kim Jong-Un si "Burri më Seksi në Botë" në vitin 2012 u mor seriozisht nga disa media dhe u raportua si i vërtetë.*




## Adresimi i Çrregullimit të Informacionit

Të orientohesh në një mjedis të mbushur me keqinformim kërkon aftësi për mendim kritik, ndërsa luftimi i çrregullimit të informacionit kërkon një qasje të shumëanshme:

- **Edukimi –** Promovimi i edukimit mediatik për t'u ndihmuar studentëve të qasen në mënyrë kritike dhe të vlerësojnë përmbajtjen.
- **Rregullimi –** Platforma të ndryshme duhet të zbatojnë masa që reduktojnë përhapjen e keqinformimit.
- **Teknologjia –** Zhvillimi i mjeteve për të zbuluar dhe sinjalizuar përmbajtje të fabrikuar.

## PËRFUNDIM

Çrregullimi i informacionit paraqet sfida të mëdha në epokën digjitale. Duke kuptuar llojet dhe mekanizmat e tij, nxënësit mund të bëhen më të vetëdijshëm dhe të reduktojnë dëmet që shkaktohen nga përmbajtja e rreme. Prandaj, ndërsa përballemi me këto çështje çdo ditë, është e rëndësishme të kultivojmë mendimin kritik dhe edukimin mediatik.

## *BURIME SHTESË*

- Si të zbuloni dezinformimin në internet: Një udhëzues për njohjen e informacionit të rremë, mashtrues

- Kuptimi i çrregullimit të informacionit
  *Shqyrton kompleksitetin e ekosistemit tonë të ndotur të informacionit, duke theksuar rëndësinë e terminologjisë dhe përkufizimeve të sakta në adresimin e sfidave si dezinformimi, keqinformimi dhe malinformimi.*

- Lundrimi në një botë pas të vërtetës | Charles Sykes | TEDxOshkosh
- *Në këtë ligjëratë të shkurtër mbi epokën post-së vërtetës, gazetari Charles Sykes trajton pyetje të tilla si: A kanë më rëndësi faktet? A u interesojnë votuesve të pavërtetat? Cili është e ardhmja e demokracisë në një botë të "lajmeve të rreme"? Kur filloi çdo lajm që nuk na pëlqen të konsiderohet "lajm i rremë"? Si mund ta dimë kë të besojmë? Çfarë na ka ndodhur dhe çfarë mund të bëjmë për ta rregulluar këtë?*

Mësimi 5

# Strategjitë Efektive të Kërkimit

Interneti është si një bibliotekë gjigante, e mbushur me informacion për pothuajse çdo temë që mund të imagjinoni. Megjithatë, pavarësisht thellësisë së tij, gjetja e asaj që kërkoni mund të ndihet si kërkimi i një gjilpëre në kashtë. Të gjithëve na ka ndodhur që të shkruajmë një term kërkimi dhe të përfundojmë duke lëvizur faqe pas faqeje me rezultate që thjesht nuk janë të rëndësishme. Kjo mund të jetë shumë zhgënjyese, veçanërisht kur keni nevojë për informacion shpejt ose kur kërkoni diçka shumë specifike.

Për të përfituar sa më shumë nga ky mjet i fuqishëm, është e dobishme të mësoni disa teknika kyçe për kërkim efektiv dhe për t'u siguruar që informacioni që gjeni është i besueshëm. Përdorimi i fjalëve kyçe të sakta, aplikimi i operatorëve të kërkimit dhe të kuptuarit se si të filtroni dhe përpunoni rezultatet mund të bëjë një ndryshim të madh në cilësinë e informacionit që merrni. Të dish ku të kërkosh është vetëm një pjesë e ekuacionit. Verifikimi i burimeve, kontrollimi për paragjykime dhe krahasimi i detajeve janë hapa thelbësorë për t'u siguruar që nuk po gjeni thjesht informacion, por informacionin e duhur.

Me disa rregullime në zakonet tuaja të kërkimit, mund të transformoni atë që mund të duket si një përmbytje dërrmuese me të dhëna në një burim që vërtet mund ta përdorni në avantazhin tuaj. Qoftë si student, profesionist apo thjesht dikush me kuriozitet intelektual, të dish si të navigosh në mënyrë efektive në internet mund të të kursejë kohë, të përmirësojë të nxënit dhe madje të të ndihmojë të dallosh informacionin e rremë apo të njëanshëm para se ai të ndikojë në kuptimin tënd për një temë. Në një botë ku interneti është burimi ynë kryesor i informacionit, këto aftësi janë më të rëndësishme se kurrë më parë.
Në këtë mësim, do të shqyrtojmë tre strategji kryesore për të përmirësuar aftësitë tuaja të kërkimit.

- **Përdorimi i Fjalëve Kyçe dhe Operatorëve-**Mësoni si të rafinoni kërkimet duke përdorur fjalë dhe simbole të sakta.
- **Përdorimi i Mjeteve të Avancuara të Kërkimit-**Përdorni filtra dhe operatorë për të ngushtuar rezultatet në ato më të rëndësishmet dhe të përshtatshmet.
- **Verifikimi i Informacionit (Krahasimi i Burimeve)-**Kuptoni si të verifikoni faktet dhe të vlerësoni besueshmërinë e burimeve.




## PËRDORIMI I FJALËVE KYÇE DHE OPERATORËVE

Fjalët dhe frazat kyçe që përdorni gjatë një kërkimi mund të ndikojnë ndjeshëm në cilësinë e informacionit që gjeni. Fjalët kyçe ndihmojnë motorët e kërkimit të identifikojnë temat kryesore që kërkoni, ndërsa operatorët mund të shtojnë më shumë detaje ose të përjashtojnë informacionin e parëndësishëm.

***Disa shembuj të Fjalëve Kyçe Efektive:***

*Imagjinoni që po kërkoni mbi ndikimin e ndryshimeve klimatike në bujqësi. Nëse shkruani vetëm "ndryshimet klimatike", do të merrni miliona rezultate, shumë prej të cilave mund të mos kenë lidhje me bujqësinë. Duke shtuar fjalë kyçe më specifike, si "ndikimi i ndryshimeve klimatike në bujqësi", ju e ngushtoni kërkimin dhe merrni rezultate më të përshtatshme.*

## SI TË PËRDORNI OPERATORËT E KËRKIMIT

Operatorët janë simbole ose fjalë që mund t'i shtoni në kërkimin tuaj për të rafinuar rezultatet edhe më tej. Çdo paragraf shpjegon një operator kërkimi në një gjuhë të thjeshtë dhe me një shembull, duke e bërë më të lehtë për nxënësit të kuptojnë dhe të zbatojnë këto teknika në kërkimet e tyre.

### *Thonjëzat (" ")*

*Vendosni thonjëza rreth një fraze për të kërkuar përputhje të sakta.*
***Për shembull,** kërkimi për "ndikimi i ndryshimeve klimatike në bujqësi" do të kthejë vetëm rezultatet që përmbajnë saktësisht këtë frazë.*

### *Shenja e Minusit (-)*

*Vendosni një shenjë minus përpara një fjale për ta përjashtuar atë nga rezultatet tuaja. **Për shembull,** "ndryshimet klimatike bujqësia - ekonomia" do të përjashtojë faqet që fokusohen në ekonominë, duke ju lejuar të përqendroheni në ndikimet në bujqësi.*

### *Operatori OSE*

*Përdorni "OSE" për të përfshirë njërin term ose tjetrin.*
*Kërkimi për "ndryshimet klimatike OSE ngrohja globale" do të sjellë rezultate që diskutojnë njërin nga termat, duke e zgjeruar fushën tuaj të kërkimit. Përdorimi i këtyre operatorëve ju lejon të kontrolloni më mirë llojin e informacionit që merrni dhe të shmangni faqet që nuk janë të rëndësishme për temën tuaj.*

### *Përdorimi i Yllit (*) si Zëvendësues (Wildcard)*

*Ylli (*) mund të veprojë si një vendmbajtës për fjalët që mungojnë në kërkimin tuaj.*
*Është i dobishëm kur dëshironi variacione të një fraze ose kur nuk jeni të sigurt për formulimin e saktë.*

*Për shembull, nëse shkruani "ndikimi i * në klimë", do të merrni rezultate me fraza të ndryshme si "ndikimi i ndryshimeve klimatike", "ndikimi i politikave në klimë, etj. Ky operator është i dobishëm kur e dini vetëm një pjesë të frazës dhe ju nevojitet fleksibilitet për variacionet.*

## MJETET E AVANCUARA TË KËRKIMIT: SAKTËSI NË MAJË TË GISHTAVE

Kur strategjitë bazë të kërkimit nuk mjaftojnë, shumica e motorëve të kërkimit ofrojnë mjete të avancuara që ju ndihmojnë të kërkoni më thellë dhe të rafinoni rezultatet tuaja. Për shembull, opsionet e kërkimit të avancuar të Google ju lejojnë të filtroni rezultatet sipas gjuhës, rajonit dhe intervalit kohor veçanërisht të dobishme nëse jeni duke kërkuar për përditësimet më të fundit ose për burime nga vende të caktuara.




Gjithashtu, mund të kërkoni sipas llojit të dokumentit për të gjetur drejtpërdrejt PDF, dokumente Word ose prezantime PowerPoint – gjë që mund të kursejë shumë kohë kur keni nevojë për informacion të besueshëm dhe të detajuar. Këto mjete ofrojnë më shumë saktësi, duke ju lejuar të përqendroheni pikërisht në atë që ju nevojitet, pa pasur nevojë të kaloni pafund faqe të parëndësishme. Përdorimi i tyre në mënyrë efektive mund ta shndërrojë një kërkim bazë në një mjet të fuqishëm për të gjetur informacionin më të saktë dhe më të rëndësishëm të mundshëm.

Duke përdorur këto filtra, mund të shmangni shfletimin e faqeve të parëndësishme dhe të përqendroheni vetëm te përmbajtja që përputhet vërtet me nevojat tuaja. Qoftë nëse jeni duke kërkuar një studim të fundit, një raport nga një vend i caktuar apo një dokument PDF, mjetet e avancuara të kërkimit mund ta bëjnë kërkimin tuaj më të synuar dhe më efektiv.

## KRAHASIMI I INFORMACIONIT: ÇELËSI I BESUESHMËRISË

Një nga sfidat më të mëdha në botën e sotme të mbushur me informacion është sigurimi që ajo që gjeni të jetë e besueshme. Keqinformimi dhe paragjykimet janë të përhapura, prandaj është thelbësore të verifikoni faktet që hasni. Ky proces përfshin kontrollimin e informacionit nga burime të shumta për të siguruar përputhshmëri dhe saktësi.



Gjithmonë jepni përparësi burimeve të besueshme, siç janë revistat shkencore të rishikuara nga kolegë, botimet qeveritare dhe artikujt nga organizata të mirënjohura të lajmeve. Faqet akademike ose qeveritare (si .edu dhe .gov) janë veçanërisht të besueshme. Për më tepër, faqet që paraqesin informacion faktik me citime dhe burime janë më të besueshme se ato që ofrojnë vetëm opinione ose pretendime të pakontrolluara.

Gjatë verifikimit të fakteve, mbani mend se edhe burimet që duken të besueshme në pamje të parë duhet të kontrollohen. Nëse dy ose më shumë burime të besueshme e konfirmojnë të njëjtin informacion, mund të jeni më të sigurt në saktësinë e tij.Në një epokë të mbingarkesës me informacion, të dish si të kërkosh në mënyrë efektive mund të kursejë kohë të çmuar, të përmirësojë cilësinë e kërkimeve tuaja dhe të sigurojë që po mbështeteni në burime të sakta. Kur dini si të përdorni fjalët kyçe dhe operatorët e kërkimit, mund të filtroni shpejt rezultatet e parëndësishme dhe të përqendroheni te ajo që ka vërtet rëndësi.

Shtimi i mjeteve të avancuara të kërkimit  ju jep edhe më shumë saktësi, duke ju ndihmuar të synoni lloje të veçanta përmbajtjeje ose të ngushtoni kërkimin sipas datës, domenit ose llojit të dokumentit. Dhe duke krahasuar informacionin nga disa burime të besueshme, fitoni një pasqyrë më të plotë dhe më të qëndrueshme mbi temën që po kërkoni. Zotërimi i këtyre teknikave do ta bëjë navigimin në botën digjitale më të thjeshtë, më efikas dhe, mbi të gjitha, shumë më të besueshëm.

Sa herë që keni nevojë të kërkoni diçka online, këto strategji do t'ju ndihmojnë të kapërceni zhurmën dhe të përqendroheni te burimet e besueshme. Aftësitë efektive të kërkimit nuk janë të vlefshme vetëm për shkollën – ato janë mjete thelbësore për jetën e përditshme. Me praktikë, do të jeni në gjendje të gjeni informacion të besueshëm më shpejt, të kuptoni perspektiva të ndryshme dhe të merrni vendime më të informuara. Prandaj, herën tjetër që do të kërkoni diçka në internet, kujtoni këto këshilla dhe bëjeni kërkimin tuaj më të zgjuar, jo më të vështirë.

## *BURIME SHTESË*

Këshilla për kërkimin në internet | Si të kërkoni

*Kjo faqe paraqet këshillat dhe truket tona të preferuara për t'ju ndihmuar me kërkimet online – ekzistojnë disa mënyra për të përmirësuar teknikat e kërkimit.*

- Aftësitë e kërkimit në Web
  *Duke ndjekur disa këshilla bazë për kërkimin, do të mund të gjeni atë që kërkoni shpejt dhe me lehtësi.*
- Zbuloni pse thonjëzat mund të revolucionarizojnë rezultatet e kërkimit tuaj
  *Një artikull nga Tim Fisher mbi arsyen pse dhe si thonjëzat në kërkim ndihmojnë për të gjetur rezultate më të mira.*
- CRAAP test
  *Një mjet i dobishëm për t'u përdorur kur përpiqeni të vendosni nëse një faqe interneti është një burim i besueshëm dhe i vlefshëm. Testi CRAP shqyrton katër fusha kryesore: kohështrirjen (aktualitetin), besueshmërinë, autoritetin dhe qëllimin.*
- Si të verifikoni informacionin në internet – Këshilla për të gjetur burime të besueshme
  *Këshilla praktike për të identifikuar burime të besueshme. Këto strategji do t'ju ndihmojnë të navigoni më me efektivitet në detin e informacionit.*

Mësimi 6

# Lajme të Rreme: Dezinformim dhe Keqinformim

Në botën digjitale të sotme, të dallosh faktin nga trillimi është thelbësore. Në këtë mësim, do të mësoni si të identifikoni "lajmet e rreme" dhe të kuptoni dallimin midis dezinformimit dhe keqinformimit. Do të shohim shembuj konkretë dhe do të praktikojmë aftësi që ju ndihmojnë të dalloni informacionin mashtrues.

**Objektivat**

Në fund të këtij mësimi, do të jeni në gjendje të:

- Të përkufizoni **lajmet e rreme**, **dezinformimin** dhe **keqinformimin**.
- Të identifikoni shembuj të **dezinformimit** dhe **keqinformimit**.
- Të përdorni mjete praktike **për të verifikuar informacionin** dhe për të vlerësuar besueshmërinë e tij.

## PËRKUFIZIME DHE KONCEPTE KRYESORE

Një nga sfidat më të mëdha në botën e sotme të mbushur me informacion është sigurimi që informacioni që gjeni të jetë i besueshëm. Keqinformimi dhe paragjykimet janë të përhapura, prandaj është thelbësore të kontrolloni dhe të krahasoni faktet që hasni. Ky proces përfshin verifikimin e informacionit nga burime të shumta për të siguruar përputhshmëri dhe saktësi.

- **Lajme të Rreme-**Informacion i rremë i paraqitur si lajm, mund të përhapet përmes medias tradicionale ose rrjeteve sociale.
- **Dezinformim-**Informacion i rremë që krijohet qëllimisht për të mashtruar njerëzit.
- **Keqinformim-**Informacion i pasaktë që shpërndahet pa qëllim të keq, zakonisht si rezultat i një gabimi ose keqkuptimi.

> ***Shembull:***
> *Imagjinoni që shihni një postim në rrjete sociale që pretendon se një personazh i famshëm po heq dorë nga karriera për të nisur një biznes të ri në vendin tuaj. Nëse kjo është thjesht një thashethem i shpërndarë pa verifikim të fakteve, atëherë kemi të bëjmë me* ***keqinformim****. Por nëse dikush e ka krijuar këtë histori qëllimisht për të promovuar një produkt të palidhur, duke përdorur emrin e të famshmit, atëherë kemi të bëjmë me* ***dezinformim****.*




*Burimi: Bundesregierung.de*

## PSE KRIJOJNË DHE SHPËRNDAJNË NJERËZIT LAJME TË RREME?

Lajmet e rreme mund të përhapen për shumë arsye:

- **Fitim financiar:** Disa njerëz krijojnë lajme të rreme për të tërhequr klikime dhe për të fituar para nga reklamat.
- **Agjendë politike:** Dezinformimi mund të përdoret për të ndikuar opinionin publik ose për të manipuluar rezultatet e zgjedhjeve.
- **Argëtim ose humor:** Lajmet satirike ndonjëherë mund të ngatërrohen me lajme të vërteta nëse nuk janë të etiketuara qartë.

## AKTIVITET

Mendoni për një shembull të kohëve të fundit kur keni parë ose dëgjuar diçka që rezultoi të ishte e rreme. A u shpërnda me qëllim (dezinformim), apo ishte një gabim (keqinformim)? Cili mendoni se mund të ketë qenë qëllimi pas saj?

## IDENTIFIKIMI I DEZINFORMIMIT DHE KEQINFORMIMIT

Lajmet e rreme mund të jenë të vështira për t'u dalluar, sidomos kur janë krijuar për të ngjarë si lajme të besueshme. Ja disa shenja që mund t'ju ndihmojnë:

- **Burime të Dyshimta:** A vjen informacioni nga një burim i njohur dhe i besueshëm? A është nga një faqe që njihet për përhapjen e lajmeve sensacionaliste apo të ekzagjeruara?
- **Tituj të Ekzagjeruar:** Tituj si "Tronditëse!" ose "E pabesueshme!" shpesh përpiqen të tërheqin vëmendjen, por jo gjithmonë janë të besueshëm.
- **Gjuha Emocionale:** Artikujt që përpiqen t'ju bëjnë të ndiheni të zemëruar ose të frikësuar mund të jenë duke përdorur emocionin për të ndikuar në perceptimin tuaj.
- **Mungesa e Provave:** Lajmet e besueshme përmbajnë burime ose prova që mbështesin pretendimet e tyre. Nëse nuk ka prova, tregohuni të kujdesshëm.




*Burimi: Cornel University Library*

## RAST STUDIMOR

Merrni parasysh një shembull të kohëve të fundit nga rajoni: gjatë pandemisë, u përhapën gjerësisht thashetheme për kura mrekullibërëse kundër COVID-19. Shumë postime në rrjetet sociale pretendonin se ushqime apo suplemente të caktuara mund të "shëronin" COVID-19. Shpesh, këto pretendime ishin dezinformim, të krijuara nga individë që dëshironin të shisnin produkte të caktuara. Herë të tjera, ato ishin keqinformim, të shpërndara nga persona që besonin në kurë pa e verifikuar informacionin.

## MJETE PRAKTIKE PËR VERIFIKIMIN E INFORMACIONIT

Këto teknika të thjeshta mund t'ju ndihmojnë të kontrolloni nëse një informacion është i besueshëm:

**Faqe për Verifikimin e Fakteve**

- Faktograf (Kroaci) dhe Raskrinkavanje (Serbi) janë faqe të besueshme për verifikimin e fakteve që mund t'ju ndihmojnë të kontrolloni vërtetësinë e lajmeve dhe pretendimeve. Këto platforma janë anëtare të Rrjetit Ndërkombëtar të Verifikimit të Fakteve (IFCN), duke garantuar standarde të larta në punën e tyre.
- **Aktivitet**: Gjeni një histori aktuale online dhe përdorni njërën prej këtyre faqeve për të verifikuar nëse është e saktë. Çfarë thonë ato për këtë histori?

**Kërkim i Kundërt i Imazhit**

- Lajmet e rreme shpesh përdorin imazhe mashtruese. Mund të përdorni funksionin e Kërkimit të Kundërt të Imazhit të Google ose faqen TinEye për të kontrolluar nëse një imazh është ndryshuar ose përdorur jashtë kontekstit.
- ***Aktivitet**: Kërkoni një imazh që keni parë në një postim lajmi ose në rrjetet sociale.Ku tjetër shfaqet ai imazh?A është nga i njëjti event, apo është ripërdorur në një kontekst tjetër?*

**Verifikimi i Burimit**

- Kërkoni burimin origjinal të një informacioni. Nëse nuk mund të gjendet një burim i besueshëm, atëherë informacioni mund të mos jetë i besueshëm.
- ***Shembull:**Nëse një lajm për një figurë publike nuk ka asnjë deklaratë zyrtare ose lidhje me një media të njohur dhe të besueshme, tregohuni skeptik.*

## LISTA PËRFUNDIMTARE PËR TË IDENTIFIKUAR LAJMET E RREME

Para se të besoni apo të shpërndani ndonjë lajm online, pyesni veten:

- **Kush** është burimi i këtij informacioni?
- A po përpiqet **titulli** të më shokojë apo të më frikësojë?
- A mund ta gjej këtë lajm edhe në faqe të tjera të **besueshme**?
- A ka **burime** apo **prova** që mbështesin këto pretendime?
- A e kam **verifikuar informacionin** në një faqe të besueshme për kontrollin e fakteve?

Përdorimi i këtyre mjeteve dhe këshillave mund t'ju ndihmojë të bëheni një konsumator më kritik dhe më i përgjegjshëm i informacionit.

Kjo qasje do t'ju ndihmojë të dalloni lajmet e rreme, të kuptoni dallimin midis dezinformimit dhe keqinformimit, si dhe të mbroheni nga informacioni mashtrues në internet.

**Mbani mend: të jesh i informuar do të thotë të jesh kritik!**



## *Burime Shtesë*

- Lajme të rreme/Dezinformim: Si mund t'i identifikoni lajmet e rreme?

  *Udhëzuesi i Bibliotekës së Universitetit Northeastern paraqet metodën SIFT – Ndal, Hulumto burimin, Gjej mbulim më të mirë, Gjurmo pretendimet – për të ndihmuar individët të vlerësojnë në mënyrë kritike dhe të identifikojnë lajmet e rreme.*

- Njohuria është fuqi: Luftimi i dezinformimit, dezinformimit dhe lajmeve të padëshiruara

  *Udhëzuesi i Universitetit të Uashingtonit në St. Louis për identifikimin e lajmeve të rreme ofron strategji të tilla si: verifikimi i kredencialeve të autorëve, shqyrtimi i URL-ve për autentikim, kujdesi ndaj titujve sensacionalistë, krahasimi i informacionit me burime të shumta dhe përdorimi i kërkimit të kundërt të imazheve për të vlerësuar besueshmërinë e përmbajtjes së lajmeve.*

- Temat e nxehta: Lajme të rreme dhe dezinformata

  *Udhëzuesi i Universitetit të Maine për identifikimin e lajmeve të rreme ofron shtesa për shfletuesin dhe burime për verifikimin e fakteve që ndihmojnë përdoruesit të dallojnë keqinformimin në internet.*

- Validity, Credibility, Reliability

  *Udhëzuesi i Fakultetit Juridik të Universitetit Stanford mbi "Verifikimin e Burimeve" thekson rëndësinë e vlerësimit të vlefshmërisë, besueshmërisë dhe qëndrueshmërisë së materialeve kërkimore duke përdorur metoda si **5W**-të, **C.R.A.A.P., RADAR** dhe **SIFT**, duke marrë parasysh gjithashtu kontekstin dhe paragjykimet e mundshme të çdo burimi.*

Mësimi 7

# Mjete për Verifikimin e Fakteve dhe Informacionit

Në botën e sotme digjitale me ritëm të shpejtë, keqinformimi dhe dezinformimi përhapen shumë shpejt, gjë që e bën thelbësore zhvillimin e aftësive për verifikimin e fakteve dhe informacionit. Aftësia për të analizuar në mënyrë kritike lajmet dhe të dhënat është thelbësore për të gjithë ,nga gazetarët dhe edukatorët deri te përdoruesit e zakonshëm të mediave. Kjo njësi mbi verifikimin e fakteve dhe mjeteve përkatëse do të eksplorojë mjetet dhe burimet kryesore, teknikat efektive për verifikimin e burimeve si dhe gabimet e zakonshme që duhen shmangur gjatë këtij procesi.

## Mjete dhe Burime për Verifikimin e Fakteve

Janë zhvilluar mjete dhe platforma të ndryshme për të ndihmuar në verifikimin e fakteve, shumë prej të cilave janë falas dhe lehtësisht të aksesueshme. Këto burime janë krijuar për të verifikuar autenticitetin e lajmeve, imazheve dhe mediave të tjera:

- **Google Fact Check Explorer** – Ky mjet mbledh verifikime faktesh nga burime të besueshme në internet, duke i lejuar përdoruesit të kërkojnë për pretendime dhe të shohin se si janë vlerësuar ato.
- **Snopes** – Një nga faqet më të njohura për verifikimin e fakteve, e specializuar në zbërthimin e miteve, legjendave urbane dhe informacionit viral.
- **PolitiFact** – Ofron verifikim të detajuar të deklaratave politike, duke i vlerësuar ato me një "Matës të së Vërtetës" për të treguar sa të sakta janë.
- **FactCheck.org** – Një organizatë jofitimprurëse që ofron analiza të thelluara dhe demaskon pretendimet e rreme politike dhe të politikave publike.
- **TinEye** – Një mjet për kërkim të kundërt të imazheve që ndihmon në verifikimin e origjinës së një fotografie, i dobishëm për të identifikuar imazhe të manipuluara ose jashtë kontekstit.
- **InVID** – Një shtesë për shfletuesin që ndihmon në verifikimin e videove dhe imazheve nga rrjetet sociale, duke kontrolluar manipulimet, burimet origjinale dhe nëse media është mashtruese.

Këto mjete janë thelbësore në luftën kundër informacionit të rremë dhe ndihmojnë njerëzit të qëndrojnë të informuar me fakte. Njohja me këto platforma u mundëson përdoruesve të kryejnë verifikime të shpejta përpara se të ndajnë ose të mbështeten te një informacion.

## Teknika për Verifikimin e Burimeve dhe Informacionit

Përveç përdorimit të mjeteve të posaçme, ekzistojnë disa teknika që mund të përmirësojnë procesin e verifikimit të fakteve. Këto teknika mund të zbatohen për tekste, imazhe, video dhe forma të tjera të mediave:

**Krahasimi me burime të besueshme**
Gjithmonë verifikoni një pretendim duke konsultuar disa burime të besueshme. Burimet e besueshme përfshijnë media të njohura, revista shkencore të rishikuara dhe raporte zyrtare nga organizata të respektuara. Për shembull, nëse hasni një pretendim për një zbulim të ri mjekësor, konsultohuni me faqe si Organizata Botërore e Shëndetësisë (WHO) ose PubMed për të konfirmuar vërtetësinë e informacionit.

**Kërkimi i kundërt i imazheve**
Imazhet shpesh keqpërdoren ose nxirren nga konteksti për të mashtruar shikuesit. Duke përdorur mjete si Google Reverse Image Search, mund të gjurmoni një imazh deri te burimi i tij origjinal dhe të përcaktoni nëse është ndryshuar apo manipuluar.

**Kontrolli i metadatave**
Për verifikimin e videove ose imazheve, kontrollimi i metadatave (informacione si vendndodhja, koha dhe data e krijimit) mund të ndihmojë. FotoForensics, për shembull, mund të analizojë metadatat e një imazhi për të zbuluar ndryshime të mundshme.

**Vlerësimi i paragjykimeve dhe besueshmërisë së burimit**
Të kuptuarit e paragjykimeve ose reputacionit të një burimi është thelbësor. Faqe si Media Bias/Fact Check ofrojnë analiza mbi pirjen politike, historikun e raportimeve faktike dhe transparencën e një burimi. Kjo ju lejon të vlerësoni nëse një burim ka të ngjarë të paraqesë informacion të saktë apo nëse ai është shtrembëruar për shkak të paragjykimit.



## Gabime të Zakonshme në Verifikimin e Fakteve

Edhe pse verifikimi i fakteve është një aftësi e pazëvendësueshme, ekzistojnë disa gabime të zakonshme që njerëzit bëjnë gjatë këtij procesi. Të kuptuarit e këtyre gabimeve ndihmon në sigurimin e një vlerësimi më të saktë të informacionit:

**Paragjykimi konfirmues (Confirmation bias)**
Njerëzit shpesh kërkojnë informacion që mbështet bindjet e tyre ekzistuese — një fenomen i njohur si paragjykimi konfirmues. Për ta shmangur këtë, kërkoni në mënyrë aktive këndvështrime të kundërta dhe sfidoni supozimet tuaja.

**Mbështetja e tepruar në një burim të vetëm**
Të mbështetesh vetëm te një burim, edhe nëse është i besueshëm, mund të çojë në rezultate të paplota ose të pasakta. Gjithmonë kontrolloni informacionin nëpërmjet disa burimeve për të garantuar saktësinë.

**Keqinterpretimi i satirës ose parodisë**
Faqe të lajmeve satirike si The Onion ose The Borowitz Report krijojnë histori të ekzagjeruara ose të fabrikuara për qëllime humoristike. Verifikuesit e fakteve duhet të jenë të vetëdijshëm për këto burime për të mos i ngatërruar me lajme të vërteta.

**Injorimi i kontekstit**
Edhe informacioni faktik mund të jetë mashtrues nëse nxirret jashtë kontekstit. Gjithmonë merrni parasysh kontekstin më të gjerë në të cilin është bërë një deklaratë apo është paraqitur një statistikë. Për shembull, një raport mbi nivelin e krimeve mund të tingëllojë alarmues, por është e rëndësishme të kontrolloni mbi çfarë periudhe kohore dhe në çfarë rrethanash janë regjistruar ato të dhëna.

Në shekullin XXI, ku informacioni është gjithnjë e më i aksesueshëm, por shpesh i pasaktë, rëndësia e verifikimit të fakteve nuk mund të anashkalohet. Duke përdorur mjetet e duhura, duke zbatuar teknikat kritike dhe duke qenë të vetëdijshëm për gabimet e zakonshme, individët mund të zhvillojnë aftësi të forta në verifikimin e informacionit. Këto aftësi jo vetëm ndihmojnë në demaskimin e informacionit të rremë, por kontribuojnë edhe në ndërtimin e një shoqërie më të informuar dhe më të ndërgjegjshme.



## BURIME SHTESË

- Faqet e internetit për verifikimin e fakteve
  *Ky udhëzues kërkimor është përshtatur lirshëm nga një udhëzues i zhvilluar nga Qendra e Kërkimeve në Shkollën Pasuniversitare të Gazetarisë CUNY.*

- Mjetet që luftojnë dezinformimin në internet
  *Faqja e RAND Corporation **"Tools That Fight Disinformation Online"** ofron një bazë të dhënash të kërkueshme me 82 mjete të krijuara për të luftuar dezinformimin online, duke përfshirë zbulimin e botëve, vlerësimin e besueshmërisë dhe burime edukative.*
- Iniciativa Google News

  *Iniciativa Google News është një përpjekje globale nga Google me qëllim mbështetjen e gazetarisë dhe luftimin e përhapjes së keqinformimit. Ajo ofron burime, mjete dhe financime për të mbështetur organizatat e lajmeve, për të përmirësuar edukimin mediatik dhe për të nxitur zhvillimin e gazetarisë cilësore.*

### DO YOUR RESOURCES PASS THE C.R.A.P. TEST?

| | 0 Points | 1 Point | 2 points | 3 points |
|---|---|---|---|---|
| CURRENCY | ☐ No updates shown | ☐ Updates shown but long past | ☐ Updates shown<br>☐ Slightly dated | ☐ Regular, current updates |
| RELIABILITY | ☐ Inaccurate information<br>☐ Incomplete information | ☐ Amateur<br>☐ Borrows from other sources<br>☐ No citations<br>☐ No links to other resources | ☐ Passed some editorial control<br>☐ Largely borrows from other sources<br>☐ Some citations<br>☐ Some links to reliable resources | ☐ Scholarly<br>☐ Original<br>☐ Bibliography or citations provided<br>☐ Links to and from other reliable resources |
| AUTHORITY | ☐ No author<br>☐ No publisher | ☐ Author or group author<br>☐ No credentials<br>☐ No publisher<br>☐ No organizational support | ☐ Author or group author<br>☐ Publisher or organizational support | ☐ Expert author or expert group of authors<br>Credentials provided<br>☐ Reputable publisher or organization |
| PURPOSE | ☐ Unfairly biased*<br>☐ Holds an agenda | ☐ Some bias*<br>☐ More opinion than fact<br>☐ Unbalanced to a fault | ☐ Small biases*<br>☐ Shows some balance | ☐ Largely unbiased*<br>☐ No clear agenda<br>☐ May be balanced with multiple viewpoints |

- Your judgements in each of the categories are merely guidelines; ultimately, you have to take the whole into consideration.
- *Bias is in everything we read. Your job is to determine how much the bias influences the piece.

Inspired by UC Berkeley Library (www.lib.berkeley.edu/TeachingLib/Guides/Internet/Evaluate.html) and the work of Dianne McKenzie, 2013. (librarygrits.blogspot.com)



*Imazhi i gjeneruar nga IA "Pseudomnesia: The Electrician" që fitoi Konkursin Botëror të Fotografisë Sony*

## ZBËRTHIMI I PËRMBAJTJES SË GJENERUAR NGA IA

Me përhapjen gjithnjë e më të madhe të përmbajtjes së gjeneruar nga inteligjenca artificiale, është thelbësore të zhvillojmë aftësi për të identifikuar median sintetike. Ja disa elementë që duhet të kontrolloni:

**Mospërputhje në Detaje**

- Kërkoni parregullsi në tiparet e fytyrës, si për shembull sy jo simetrikë ose dhëmbë me formë të çuditshme.

- Kontrolloni për mospërputhje në sfond ose ndriçim që nuk ndjek rregullat natyrore të fizikës.

**Analizimi i Metadatave**

- Ekzaminoni metadatat e skedarit të imazhit ose videos për të marrë informacion mbi origjinën dhe historikun e përpunimit të tij.

**Mjete të Forensikës Digjitale**

- Përdorni programe të specializuara të krijuara për të zbuluar përmbajtje të manipuluar ose të gjeneruar nga inteligjenca artificiale.

**Analizë Kontekstuale**

- Merrni parasysh burimin dhe kontekstin e përmbajtjes. A vjen nga një burim i besueshëm? A përputhet me faktet e njohura?

**Modele për Zbulimin e Inteligjencës Artificiale**

- Përdorni mjete të fuqizuara nga inteligjenca artificiale që janë trajnuar posaçërisht për të identifikuar përmbajtje të gjeneruar nga IA.

Mësimi 8

# Foto dhe Video të Gjeneruara nga Inteligjenca Artificiale

## HYRJE

Në vitet e fundit, inteligjenca artificiale (IA) ka bërë përparime të mëdha në fushën e krijimit të përmbajtjes vizuale. Imazhet dhe videot e gjeneruara nga IA janë bërë gjithnjë e më të sofistikuara, duke e bërë të vështirë dallimin mes përmbajtjes së krijuar nga njerëzit dhe asaj të krijuar nga makinat. Deri më sot, disa imazhe të krijuara nga IA kanë fituar edhe konkurse të rëndësishme fotografike; një video politike e rreme e krijuar nga IA dhe e shpërndarë së fundmi nga Elon Musk ka marrë mbi 130 milionë shikime; gjithashtu, IA mund të krijojë zëra që imitojnë figura publike si Scarlett Johansson apo edhe video për të mashtruar njerëz. Ky mësim eksploron procesin pas krijimit të imazheve dhe videove nga IA, shembuj të rëndësishëm të kësaj teknologjie në veprim, si dhe metodat për të dalluar përmbajtjen autentike nga ajo e gjeneruar nga IA.

## RASTE TË RËNDËSISHME TË MEDIAVE VIZUALE TË GJENERUARA NGA IA

Këtu janë katër raste të rëndësishme të imazheve dhe videove të rreme të krijuara nga inteligjenca artificiale (IA), së bashku me linke për artikuj që i diskutojnë ato:

### Video DeepFake në TikTok me Tom Cruise (2021)

Një seri videosh u shfaqën në TikTok ku paraqitej një DeepFake hiper-realiste e aktorit Tom Cruise. Këto video treguan nivelin e avancuar të teknologjisë DeepFake dhe ngritën shqetësime për potencialin e saj për keqpërdorim.

### Faqja "This Person Does Not Exist"

Edhe pse nuk është një rast specifik, kjo faqe interneti gjeneron një fytyrë të re të krijuar nga IA çdo herë që rifreskoni faqen, duke treguar se si IA mund të krijojë imazhe shumë realiste të njerëzve që në të vërtetë nuk ekzistojnë.

### Arti i Gjeneruar nga IA Fiton Konkurs (2022)

Një vepër arti e krijuar nga inteligjenca artificiale fitoi vendin e parë në një konkurs arti në panairin shtetëror të Kolorados, duke ndezur debate mbi natyrën e artit dhe kreativitetit në epokën e IA-së.

### Video e Rreme e Fushatës së Kamala Harris (2024)

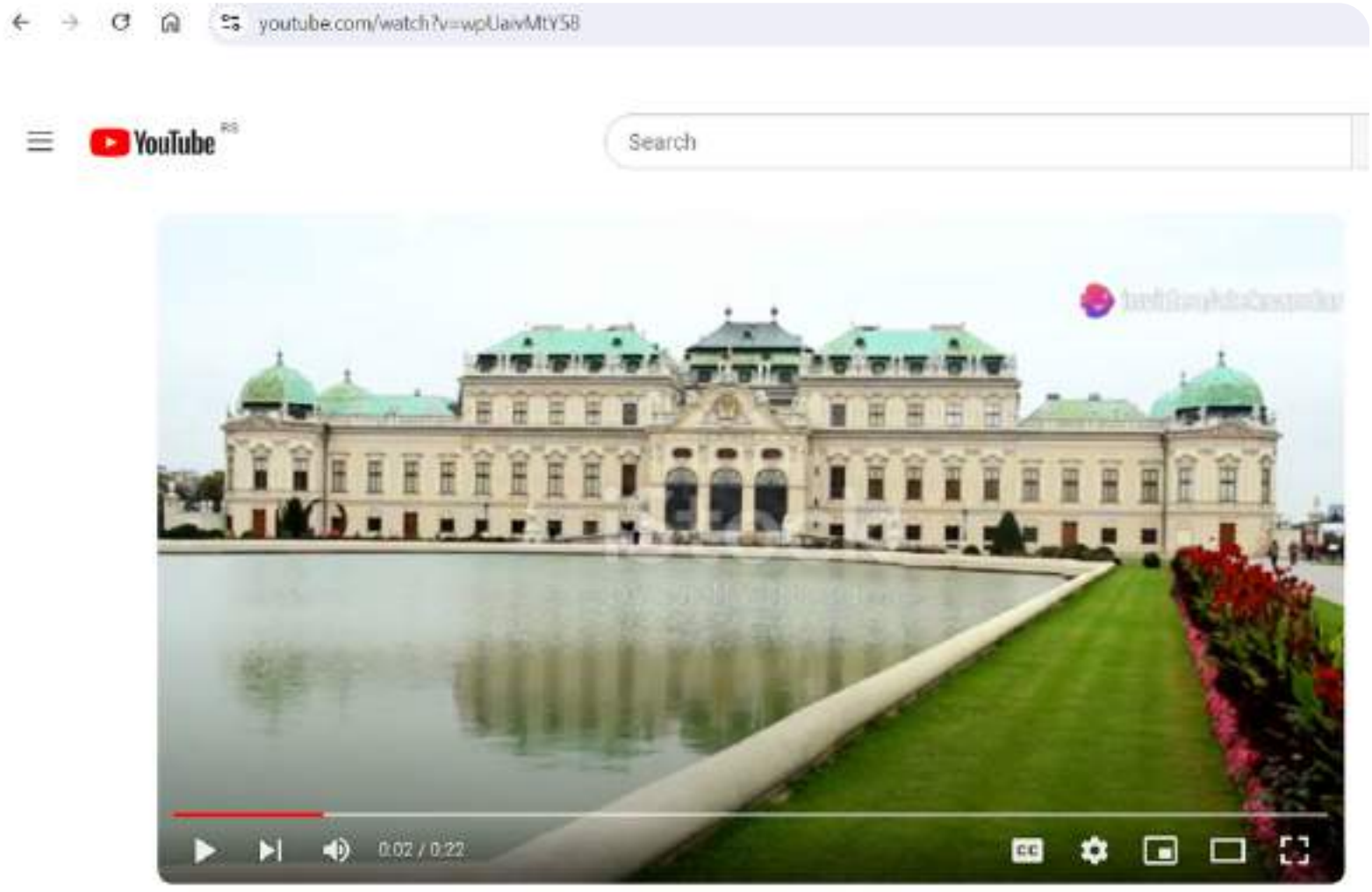
Në mesin e vitit 2024, u shfaq një video e rreme, e krijuar nga IA, që pretendohej të ishte pjesë e fushatës së kandidates për president të SHBA-së, Kamala Harris. Videoja tërhoqi 130 milionë shikime vetëm nga postimi i saj nga Elon Musk, pa e sqaruar qartë se ishte një falsifikim.

## Ilustrim



Foto në të djathtë është një imazh i gjeneruar nga inteligjenca artificiale që paraqet George Clooney dhe Wolfgang Amadeus Mozart duke pirë një milkshake vanilje së bashku në Pallatin Schönbrunn në Vjenë. Më poshtë gjendet gjithashtu një link për një video të rreme në YouTube mbi të njëjtin "ngjarje".

Të dyja janë përmbajtje të gjeneruara nga IA për qëllime edukative, për të shërbyer si ilustrim i aftësive kreative të inteligjencës artificiale. Clooney dhe Mozart, natyrisht, kurrë nuk janë takuar, pasi Mozart (1757–1791) vdiq 170 vjet përpara se Clooney të lindte (1961)!




Fake AI video - George Clooney Meets Mozart in Vienna! 2024 08 24

## MJETE TË RËNDËSISHME TË INTELIGJENCËS ARTIFICIALE

- DALL·E 2 nga OpenAI është i njohur për krijimin e imazheve shumë të detajuara dhe kreative nga përshkrime me tekst.
- Midjourney është bërë shumë i njohur për interpretimet artistike dhe aftësinë për të krijuar imazhe në stile të ndryshme.
- Stable Diffusion – një model me burim të hapur që ka demokratizuar krijimin e imazheve me inteligjencë artificiale.
- This Person Does Not Exist – një faqe interneti që tregon fytyra të gjeneruara nga IA, të padallueshme nga fotot reale.
- DeepFake Videos – Edhe pse nuk ka një burim të vetëm, termi "deepfake" është bërë shumë i njohur. Një shembull i famshëm është videoja deepfake e Tom Cruise në TikTok. (Artikull mbi videon deepfake të Tom Cruise)

Kujdes, fusha e përmbajtjes së krijuar nga IA po zhvillohet me shpejtësi, kështu që shembuj të rinj dhe më të avancuar po shfaqen vazhdimisht. Gjithmonë është një ide e mirë të kontrolloni burimet më të fundit për zhvillimet më të fundit në këtë fushë.

## ÇËSHTJE ETIKE DHE PASOJA TË MUNDSHME NË TË ARDHMEN

Rritja e përmbajtjes së gjeneruar nga inteligjenca artificiale ngre pyetje të rëndësishme etike:

- **E Drejta e Autorit dhe Pronësia**
  Kush i zotëron të drejtat mbi përmbajtjen e gjeneruar nga inteligjenca artificiale?
- **Keqinformimi**
  Si mund ta parandalojmë përhapjen e lajmeve të rreme dhe mediave të manipuluara?
- **Shqetësime për Privatësinë**
  Cilat janë pasojat e krijimit të imazheve ose videove realiste të personave realë pa pëlqimin e tyre?
- **Ndikimi në Industrinë Krijuese**
  Si do të ndikojë përmbajtja e gjeneruar nga inteligjenca artificiale te artistët, fotografët dhe profesionistët e tjerë krijues?

Ndërsa teknologjia vazhdon të përparojë, është e pritshme që përmbajtja e gjeneruar nga inteligjenca artificiale të bëhet edhe më e sofistikuar dhe më e përhapur. Kjo thekson rëndësinë e zhvillimit të aftësive për të menduar në mënyrë kritike dhe përdorimin e mjeteve teknologjike për të naviguar në një peizazh digjital gjithnjë e më kompleks.

## PËRFUNDIM

Imazhet dhe videot e gjeneruara nga inteligjenca artificiale përfaqësojnë një kryqëzim tërheqës mes teknologjisë dhe kreativitetit. Ndërsa ato ofrojnë mundësi emocionuese për artin, argëtimin dhe inovacionin, ato gjithashtu paraqesin sfida në lidhje me autenticitetin dhe përdorimin etik. Duke kuptuar se si krijohet kjo përmbajtje dhe duke mësuar të vlerësojmë në mënyrë kritike median digjitale, ne mund të vlerësojmë më mirë aftësitë e IA-së, ndërkohë që mbetemi vigjilentë ndaj keqpërdorimeve të mundshme.

## *BURIME SHTESË*

Disa burime online mund të ndihmojnë në verifikimin e autenticitetit të imazheve dhe videove:

- TinEye
  *Një motor kërkimi i kundërt për imazhe që mund të ndihmojë në gjetjen e burimit origjinal të një fotografie.*
- Google Reverse Image Search
  *E ngjashme me TinEye, kjo mund të gjurmojë origjinën dhe përdorimin e imazheve në të gjithë internetin.*
- FotoForensics
  *Një motor kërkimi i kundërt i imazheve që mund të ndihmojë në gjetjen e burimit origjinal të një imazhi.*
- Google Reverse Image Search
  *Ofron mjete për të analizuar përbërjen digjitale të imazheve me qëllim zbulimin e ndryshimeve apo manipulimeve.*
- Sensity
  *Specializohet në zbulimin e deepfake-ve dhe ofron burime për identifikimin e videove të gjeneruara nga inteligjenca artificiale.*

Mësimi 9

# Aktivizmi Mediatik i të Rinjve

Aktivizmi i të rinjve ka qenë një forcë e fuqishme për ndryshimin shoqëror gjatë gjithë historisë dhe në epokën moderne ka marrë forma të reja me shfaqjen e teknologjisë digjitale. Ky mësim ofron një përkufizim të shkurtër të aktivizmit të të rinjve, format kryesore të tij, shembuj kyç nga vitet e fundit, sfidat me të cilat përballet (veçanërisht në lidhje me teknologjinë dhe rrjetet sociale), si dhe rëndësinë e tij në shoqëri.

Për më tepër, mësimi diskuton gjetjet e fundit nga grupi ADMe në Vjenë, që tregojnë se rrjetet sociale përmirësojnë marrjen e vendimeve të informuara vetëm për individët me ndërgjegjësim të zhvilluar politik, mendim kritik dhe zotërim të mëparshëm të aftësive të medias tradicionale dhe kërkimit. Në përfundim, ndërsa rrjetet sociale ofrojnë mundësi të mëdha për aktivizmin e të rinjve, roli i tyre është me dy anë. Mësimi përmbyllet me diskutimin nëse aktivizmi në rrjete sociale mund të thellojë apo të pengojë ndërgjegjësimin tonë politik dhe informativ, dhe si të shfrytëzohet potenciali i tij i plotë përmes zotërimit jo vetëm të teknologjive të reja, por edhe të edukimit mediatik kritik dhe angazhimit aktiv.

## AKTIVIZMI I TË RINJVE: NJË PËRKUFIZIM DHE NDIKIMI I TIJ

Aktivizmi i të rinjve është pjesëmarrja aktive e të rinjve në përpjekje për të nxitur ndryshime shoqërore. Ai përfshin një gamë të gjerë aktivitetesh, duke përfshirë protesta, fushata ndërgjegjësimi, angazhim qytetar dhe vullnetarizëm. Edhe pse shpesh shoqërohet me demonstrata publike, aktivizmi i të rinjve përfshin edhe forma më të buta të përfshirjes, si nisma edukative dhe ndërtimi i aftësive për pjesëmarrje qytetare. Përkufizimi është zgjeruar me kalimin e kohës për të përfshirë qasje të ndryshme në drejtim të qytetarisë aktive.

Aktivizmi i të rinjve është jetik për përparimin e shoqërisë. Të rinjtë sjellin këndvështrime të freskëta, energji dhe përkushtim për adresimin e çështjeve sociale. Pjesëmarrja e tyre ndihmon në formësimin e lidershipit të së ardhmes dhe ruajtjen e pjesëmarrjes demokratike. Siç thekson studiuesi Ron Kassimir, gjendja e të rinjve ndikon drejtpërdrejt në aspiratat dhe sfidat e një shoqërie, duke nënvizuar rëndësinë e aktivizmit të tyre.Epoka digjitale ka transformuar aktivizmin e të rinjve duke ofruar mjete të reja për përfshirje, si rrjetet sociale. Megjithatë, ajo paraqet edhe sfida, si ruajtja e angazhimit afatgjatë, përballja me pabarazinë digjitale dhe mbikëqyrja nga autoritetet.

Pavarësisht këtyre pengesave, aktivistët e rinj vazhdojnë të shfrytëzojnë platformat digjitale për të amplifikuar zërin e tyre dhe për të nxitur ndryshimin. Si liderë të së ardhmes, është thelbësore që të rinjtë të përqafojnë aktivizmin, duke njohur potencialin e tij për të adresuar sfidat e shekullit XXI dhe për të ndërtuar një botë më të mirë për komunitetet e tyre dhe më gjerë.

## NDIKIMI I RRJETEVE SOCIALE NË FORMËSIMIN E BOTËS SONË

Rrjetet sociale luajnë një rol të rëndësishëm në formësimin e botës sonë një pohim i mbështetur mirë nga ngjarje reale në Mbretërinë e Bashkuar dhe SHBA: Brexit dhe fitorja elektorale e Donald Trump. Këto shembuj tregojnë se platformat e rrjeteve sociale janë kthyer në mjete thelbësore për të ndikuar opinionin publik dhe rezultatet politike.

Cambridge Analytica luajti një rol kyç si në referendumin për Brexit ashtu edhe në zgjedhjet e Donald Trump, duke përdorur të dhënat nga Facebook për të synuar votuesit e pavendosur apo të tërhequr nga procesi përmes fushatave shumë të personalizuara online. Strategjitë e tyre mobilizuan individë pasivë në votimin për Brexit dhe nxitën mosdaljen në votime të mbështetësve potencialë të Hillary Clinton në SHBA, duke ndikuar ndjeshëm në të dy rezultatet.




*Burimi: BBC. Më shumë informacion rreth këtij rasti jep një video e shkurter e prodhuar nga "BBC"*

Më së fundmi, roli i rrjeteve sociale në formësimin e narrativave politike u bë i dukshëm në përfshirjen e Elon Musk gjatë zgjedhjeve të fundit. Duke përdorur platformën e tij, X (dikur Twitter), Musk amplifikoi keqinformimin, përfshirë një video të falsifikuar rreth Kamala Harris, e cila mori midis 120 dhe 130 milionë shikimesh. Ndërsa Musk pretendoi se thjesht e kishte rishpërndarë videon, ai nuk e etiketoi qartë si të rreme, duke lënë shumë shikues të pavetëdijshëm për pasaktësinë e saj.

Këto raste theksojnë fuqinë e madhe që kanë rrjetet sociale në ndikimin e vendimeve mbi çështje të ndjeshme. Megjithatë, kjo nuk do të thotë se shoqëria ka hyrë në një distopi oruelliane, ku opinionet manipulohen me lehtësi.

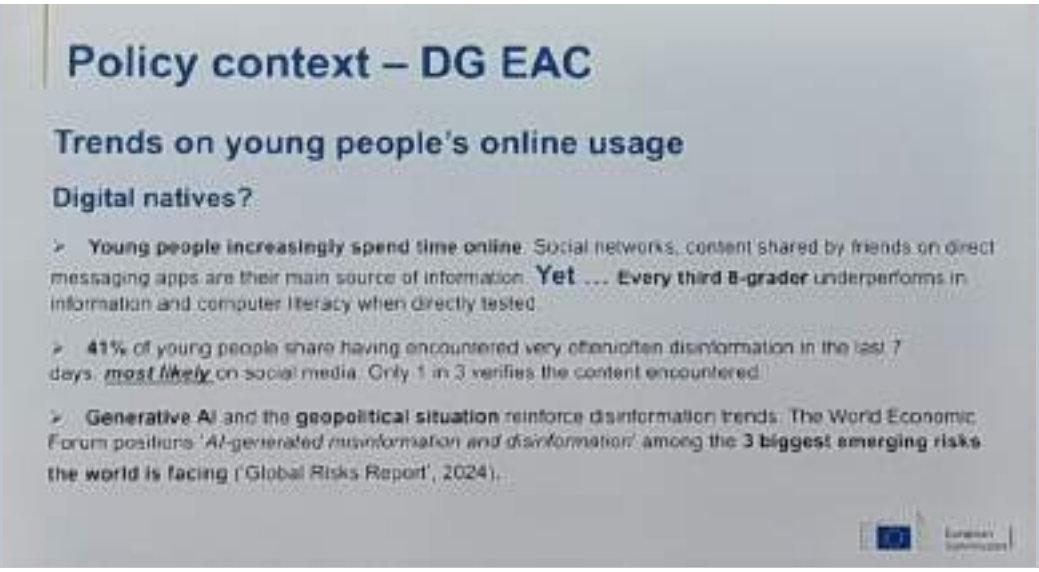
Bindjet e thella, si kundërshtimi ndaj dënimit me vdekje apo përkrahja për sistemet demokratike, mbeten rezistente ndaj ndikimit të jashtëm. Megjithatë, për tema të pavendosura apo kontraverse si preferencat zgjedhore apo politikat e shëndetit publik rrjetet sociale ofrojnë një hapësirë të gjerë për manipulim politik.

Përfundimi është i qartë: rrjetet sociale luajnë një rol të rëndësishëm në formësimin e opinionit publik dhe të peizazhit politik, edhe në demokracitë e konsoliduara. Kjo ngre pyetje kritike mbi përdorimin etik të këtyre platformave dhe nevojën për masa mbrojtëse që ta ruajnë diskursin publik nga manipulimi i padrejtë.

## AKTIVIZMI I TË RINJVE DHE RRJETET SOCIALE

Përhapja masive e rrjeteve sociale është një fenomen relativisht i ri, me platforma si **Facebook**, **YouTube** dhe **TikTok** që janë shfaqur gjatë dy dekadave të fundit. Kuptimi i plotë i ndikimeve të tyre afatgjata kërkon kohë, por disa modele tashmë janë të dukshme.

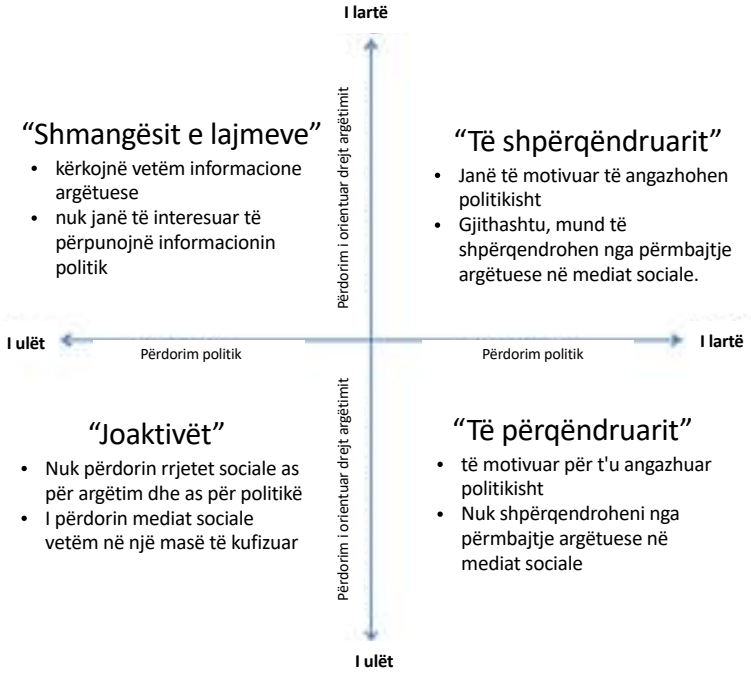
Një raport nga Komisioni Evropian thekson se të rinjtë tani kalojnë një pjesë të konsiderueshme të kohës online, duke u mbështetur në rrjetet sociale, veçanërisht platformat e mesazheve private si Instagram dhe Messenger, si burimi kryesor i lajmeve të tyre. Megjithatë, mbi ***40%*** e të rinjve ndeshen me lajme të rreme çdo ditë, dhe shumë pak prej tyre verifikojnë saktësinë e informacionit që marrin. Shumë të rinj kanë mungesë të edukimit mediatik, gjë që i bën të ndjeshëm ndaj keqinformimit dhe manipulimit.



Ky trend ka çuar disa në parashikime distopike: një shoqëri e përbërë nga individë politikisht apatikë, lehtësisht të manipulueshëm dhe të kontrolluar nga elitat përmes teknologjisë. Krahasimet historike nxjerrin në pah kontrastin me epoka të mëparshme të aktivizmit rinor, si lëvizjet për të drejtat civile apo protestat kundër luftës në vitet 1960. Kritikët argumentojnë se të rinjtë e sotëm janë më të përqendruar te vetja dhe më pak të angazhuar qytetarisht.

Të tjerë e kundërshtojnë këtë pikëpamje, duke sugjeruar se aktivizmi i të rinjve është evoluar. Në vend të pjesëmarrjes tradicionale, të rinjtë angazhohen përmes rrjeteve sociale, punës vullnetare dhe lëvizjeve jo tradicionale. Platforma si Facebook dhe Twitter ofrojnë mjete për aktivizëm, por ruajtja e angazhimit afatgjatë mbetet një sfidë. Ndërsa një pakicë e të rinjve shfrytëzon rrjetet sociale për të rritur ndërgjegjësimin politik, shumica bien në përdorim pasiv ose të përqendruar te argëtimi, gjë që kufizon ndikimin pozitiv.Platformat e rrjeteve sociale janë bërë mjete thelbësore për aktivizmin rinor, duke ofruar mundësi të paprecedenta për përfshirje qytetare dhe mobilizim politik. Megjithatë, efektiviteti i tyre mbetet subjekt i debatit. Studimet tregojnë se të rinjtë përdorin platforma si Facebook dhe Twitter për të lehtësuar aktivizmin, por ruajtja e motivimit dhe angazhimit afatgjatë vazhdon të jetë sfiduese.
Facebook dhe Twitter luajnë role të ndryshme në aktivizëm. Facebook shpesh shërben si një qendër për krijimin e grupeve të përkushtuara ndaj kauzave të caktuara. Megjithatë, ruajtja e interesit të anëtarëve me kalimin e kohës është e vështirë. Nga ana tjetër, Twitter nxit ndërveprim më të gjerë me përdoruesit që diskutojnë tema të ndryshme. Ky dinamizëm krijon përfshirje të menjëhershme, por nuk përkthehet gjithmonë në ndryshim të prekshëm, duke kufizuar aktivizmin në nivele simbolike apo sipërfaqësore.

Pranvera Arabe është një shembull i spikatur i mënyrës se si rrjetet sociale mund të nxisin aktivizmin e të rinjve. Duke filluar në vitin 2010, ky valë protestash dhe revolucionesh ndryshoi Lindjen e Mesme. Aktivistët e rinj përdorën platforma si Facebook, Twitter dhe YouTube për të organizuar demonstrata, për të rritur ndërgjegjësimin dhe për të shkëmbyer informacion në vende si Tunizia dhe Egjipti. Këto platforma shmangën censurën shtetërore, duke mundësuar mobilizimin masiv. Përpjekjet e qeverive për të bllokuar aksesin në internet si kufizimet në faqet e internetit në Tunizi dhe ndërprerja pesë-ditore e internetit në Egjipt vetëm sa forcuan vendosmërinë e protestuesve.
Megjithë këtë potencial, përdorimi i rrjeteve sociale ka kufizime të rëndësishme. Kërkimet nga grupi ADMe në Vjenë theksojnë se shumica e të rinjve i përdorin rrjetet sociale kryesisht për argëtim, dhe më pak për përmbajtje politike. Përdoruesit politikisht aktivë shpesh kanë tashmë një ndërgjegjësim të zhvilluar politik. Ndërsa pjesa më e madhe e të rinjve pa këtë bazë bien viktimë e algoritmeve që krijojnë “flluska filtruese” (filter bubbles), duke i kufizuar ata në informacion të ngushtë, të përsëritur dhe shpesh të njëanshëm.




*Një tipologji e përdoruesve bazuar në dy dimensione: përdorimi i rrjeteve sociale për qëllime argëtimi dhe përdorimi politik.*

Ky fenomen e vështirëson zhvillimin e mendimit kritik tek përdoruesit e rinj. Në vend që të nxisë angazhim të informuar, rrjetet sociale shpesh kontribuojnë në një kuptim sipërfaqësor dhe përhapje të keqinformimit. Vetëm ata që janë të pajisur me aftësi për të analizuar në mënyrë kritike dhe për të kërkuar burime të ndryshme informacioni mund të shfrytëzojnë rrjetet sociale për të mësuar në mënyrë kuptimplote. Për të tjerët, këto platforma mund të çojnë në prapambetje intelektuale, duke përforcuar pikëpamje të thjeshtuara dhe duke penguar zhvillimin e ndërgjegjes politike më të thelluar.

Ndikimi i përgjithshëm i rrjeteve sociale në aktivizmin e të rinjve është, pra, i përzier. Ndërsa këto mjete kanë potencialin për të transformuar përfshirjen qytetare, efektiviteti i tyre varet kryesisht nga njohuritë dhe aftësitë paraprake të përdoruesit. Analogia  Hilti e ilustron mirë këtë dinamikë: një mjet i fuqishëm mund të jetë efektiv vetëm nëse përdoruesi di ta përdorë. Për shumicën e të rinjve, që u mungon "trajnimi" apo përvoja e duhur, rrjetet sociale shpesh funksionojnë më shumë si pengesë sesa si mundësi për fuqizim politik.

Ndërsa rrjetet sociale ofrojnë mundësi të gjera për aktivizmin e të rinjve, roli i tyre është me dy tehe. Ato mund të thellojnë ndërgjegjen politike dhe informative për një pakicë përdoruesish të informuar, ose të kontribuojnë në izolim intelektual dhe sipërfaqësi për shumicën. Shfrytëzimi i potencialit të tyre të plotë kërkon jo vetëm akses në teknologji, por edhe edukim mediatik kritik dhe përfshirje aktive me perspektiva të ndryshme.

## *BURIME SHTESË*

Këtu janë disa shembuj përkatës të Aktivizmit Mediatik të të Rinjve, së bashku me lidhje konkrete që tregojnë se si të rinjtë kanë përdorur median, veçanërisht rrjetet sociale, për aktivizëm gjatë viteve të fundit:

- Pranvera Arabe dhe Mediat Sociale
  *Një përmbledhje mbi mënyrën se si u përdorën rrjetet sociale gjatë kryengritjeve të Pranverës Arabe.*
- Lëvizja Occupy Wall Street
  *Një artikull i gazetës The Guardian që shpjegon se si aktivistët e rinj përdorën rrjetet sociale për të organizuar dhe përhapur lëvizjen Occupy.*
- Black Lives Matter
  *Një artikull nga faqja e Pew Research Center që diskuton se si aktivistët e rinj kanë përdorur rrjetet sociale për të amplifikuar lëvizjen Black Lives Matter.*
- Aktivizmi për ndryshimet klimatike
  *Shpjegon se si aktivistë të rinj si Greta Thunberg kanë përdorur rrjetet sociale për të rritur ndërgjegjësimin rreth ndryshimeve klimatike.*
- #MeToo Movement
  *Analizon rolin e rrjeteve sociale në përhapjen e lëvizjes #MeToo, e cila u udhëhoq kryesisht nga aktivistë të rinj.*

Mësimi 10

# Çfarë është të menduarit kritik?

## TË MENDUARIT KRITIK: NJË AFTËSI THELBËSORE PËR EDUKIMIN MEDIATIK DHE SHOQËRINË DEMOKRATIKE.

Të menduarit kritik është një aftësi thelbësore për edukimin mediatik dhe në përgjithësi për të dalluar të vërtetën që përfshin aftësinë për të analizuar informacionin, për të vlerësuar provat dhe për të nxjerrë përfundime të arsyeshme. Prandaj, është thelbësor në një shoqëri teknokratike si e jona, ku ka aq shumë informacion dhe është e vështirë të dallohet se cilat janë të rreme dhe cilat janë të vërteta. Është gjithashtu një aftësi themelore në një shoqëri demokratike, e cila duhet të synojë të ofrojë argumente të balancuara për anëtarët e saj dhe t'i mundësojë ata të marrin vendime të informuara duke aplikuar arsyetimin, zgjedhjet, vendimet dhe përfundimet.

Të menduarit kritik është një proces i disiplinuar që kërkon angazhim aktiv me idetë, duke i lejuar individët të mendojnë qartë dhe racionalisht për atë që duhet të besojnë apo të bëjnë. Ky tekst eksploron origjinën e të menduarit kritik, figurat kyçe që kanë kontribuar në zhvillimin e tij, zbatimet praktike dhe rolin e tij jetik në shoqëri.

## ORIGJINA E TË MENDUARIT KRITIK: SOKRATI – "MAMIJA" E MENDIMIT KRITIK

Rrënjët e të menduarit kritik gjenden në qytetërimet e lashta, veçanërisht në Greqinë e Lashtë. Grekët e lashtë jetonin në qytet-shtete të ndara, të quajtura polis, dhe mund të thuhet se të menduarit kritik lindi në një prej tyre në Athinën e lashtë, nga shekulli V deri në shekullin III para erës sonë. Filozofë si Sokrati, **Platon** dhe **Aristoteli** hodhën themelet për kërkimin sistematik dhe mendimin racional. Sokrati ,mësuesi i Platonit, i cili nga ana e tij ishte mësuesi i **Aristotelit** mund të konsiderohet si ***"babai"*** i të menduarit kritik.Para Sokratit, grekët e lashtë kërkonin të vërtetat për botën nga poetët apo profetët e tyre, si **Homeri**, duke besuar se këta ishin të frymëzuar nga hyjnitë dhe mbanin çelësat e dijes. Sokrati pretendonte se e vërteta nuk është poetike, simbolike apo abstrakte, por se ajo mund të arrihet përmes një bisede racionale, ku përmes një dialogu me pyetje dhe përgjigje, tema ngushtohet gradualisht deri në nocionin më thelbësor të vërtetën.Me fjalë të tjera, **Sokrati** pretendonte se ai nuk e dinte të vërtetën paraprakisht, por kishte zhvilluar një model të arsyetimit racional, të cilin e quante "metoda e mamisë", ndoshta sepse ishte djali i një mamie. Ai besonte se e vërteta ndodhej tashmë në mendjen e njeriut dhe se duhej vetëm të nxirrej prej andej njësoj si një fëmijë që ndihmohet të lindë. Kjo është e njohur si Metoda Sokratike, një formë dialogu argumentues bashkëpunues që stimulon të menduarit kritik përmes pyetjeve dhe përgjigjeve, duke nxitur të menduar më të thellë dhe kuptim më të qartë.

Kjo metodë thekson rëndësinë e vënies në dyshim të supozimeve dhe kërkimit të qartësisë.
Edhe pse Sokrati nuk ka shkruar asgjë vetë, ne njohim mësimet e tij përmes dishepullit të tij, Platonit, pasi Sokrati është personazhi kryesor në disa nga dialogët e tij. Në një prej tyre, të quajtur Theaetetusi (shek. IV p.e.s.), Sokrati e përshkruan metodën e tij të "mamisë" në këtë mënyrë:



Koka prej mermeri e Sokratit në Luvër
(Shekulli I e.s.)

*"Arti im i mamisë në shumë aspekte është i ngjashëm me të tyren; por ndryshon në atë që unë kujdesem për burrat dhe jo për gratë, dhe kujdesem për shpirtrat e tyre kur ata janë 'në lindje', jo për trupat e tyre. Triumfi i artit tim qëndron në ekzaminimin e plotë të mendimeve që mendja e një të riu nxjerr në pah për të parë nëse ato janë të rreme dhe të pajeta, apo pjellore dhe të vërteta.*

*Përsëri, i ngjaj mamive në faktin që edhe unë jam 'i pafrytshëm në mençuri', dhe kritika që më bëhet shpesh se unë vetëm pyes të tjerët dhe nuk jam në gjendje të shprehem vetë për asnjë temë është plotësisht e drejtë. Arsyeja është se perëndia më ka detyruar të jem mami, por nuk më ka lejuar të lind vetë.*

*Unë vetë, pra, nuk jam veçanërisht i mençur, dhe nuk kam asgjë për të treguar që të jetë fryt i shpirtit tim. Por ata që bisedojnë me mua, disa fillimisht duken plotësisht të paditur; por me kalimin e kohës, nëse perëndia u është i favorshëm, ata bëjnë përparim të mahnitshëm dhe këtë jo vetëm sipas mendimit të tyre, por edhe të të tjerëve. Është fare e qartë se ata nuk kanë mësuar asgjë nga unë; zbulimet e shumta dhe të bukura që lindin, janë krejtësisht të tyret. Por për mua dhe për perëndinë, ata janë borxhlinj për 'lindjen' e atyre ideve."*

*(Theatetus 150b-150d, p 244)*

Gjatë **Rilindjes**, theksi mbi humanizmin nxiti zhvillimin e mëtejshëm të të menduarit kritik. Mendimtarë si ***Descartes*** dhe ***Locke*** prezantuan ide mbi skepticizmin dhe empirizmin, duke inkurajuar individët të vënë në dyshim të vërtetat e pranuara dhe të kërkojnë dijen përmes vëzhgimit dhe arsyes.

Gjatë periudhës së Iluminizmit, dolën në pah racionalizmi dhe kërkimi shkencor, të cilat e promovuan më tej të menduarit kritik si një bazë për ndërtimin e dijes.

Në ditët e sotme, figura si ***Edward de Bono*** kanë kontribuar në kuptimin e të menduarit kreativ dhe anësor, duke theksuar nevojën për të menduar përtej logjikës tradicionale për të zgjidhur probleme komplekse. Gjithashtu, mendimtarë si ***Daniel Kahneman*** dhe ***Richard Thaler*** kanë studiuar përdredhjet njohëse (cognitive biases) dhe proceset e vendimmarrjes, duke sqaruar aspektet psikologjike të të menduarit kritik.

## ZBATIME PRAKTIKE TË TË MENDUARIT KRITIK

Të menduarit kritik është i aplikueshëm në kontekste të ndryshme, përfshirë arsimin, biznesin, shëndetësinë, si dhe jetën e përditshme.
Në arsim, aftësitë për të menduar në mënyrë kritike i ndihmojnë studentët të analizojnë tekste, të vlerësojnë argumente dhe të zhvillojnë këndvështrimin e tyre mbi çështje komplekse. Për shembull, studentët mund të kritikojnë një ngjarje historike duke shqyrtuar pikëpamje të ndryshme, duke marrë parasysh provat dhe duke formuluar përfundime të argumentuara.

Në fushën e biznesit, të menduarit kritik është thelbësor për planifikimin strategjik dhe zgjidhjen e problemeve. Udhëheqësit e përdorin atë për të analizuar tendencat e tregut, për të vlerësuar rreziqet dhe për të marrë vendime të informuara që çojnë drejt suksesit të organizatës. Për shembull, një kompani që përballet me rënie të shitjeve mund të përdorë të menduarit kritik për të analizuar reagimet e klientëve, për të identifikuar problemet thelbësore dhe për të zhvilluar strategji efektive marketingu. Në shëndetësi, të menduarit kritik është thelbësor për diagnozën dhe planifikimin e trajtimit. Profesionistët mjekësorë duhet të vlerësojnë simptomat, të konsiderojnë kushte të ndryshme të mundshme dhe të përcaktojnë veprimin më të mirë. Për shembull, një mjek mund të analizojë historikun mjekësor të pacientit, të kryejë teste dhe të peshojë përfitimet dhe rreziqet e trajtimeve të ndryshme para se të japë një rekomandim.

## ROLI POLITIK I TË MENDUARIT KRITIK NË SHOQËRI

Të menduarit kritik luan një rol kyç në nxitjen e qytetarëve të informuar dhe të angazhuar. Në një shoqëri demokratike, është thelbësore që individët të vlerësojnë informacionin në mënyrë kritike veçanërisht në epokën e dezinformimit dhe zhvillimeve të shpejta teknologjike. Të menduarit kritik u jep qytetarëve fuqinë për të dalluar burimet e besueshme, për të analizuar argumentet politike dhe për të marrë vendime të informuara gjatë zgjedhjeve.

Për më tepër, të menduarit kritik kontribuon në përparimin shoqëror duke inkurajuar dialogun dhe mirëkuptimin. Ai nxit një mjedis ku perspektivat e ndryshme vlerësohen, duke lejuar zgjidhjen bashkëpunuese të problemeve. Për shembull, organizatat komunitare shpesh mbështeten në të menduarit kritik për të adresuar çështje sociale, duke përfshirë palët e interesuara në diskutime që çojnë në zgjidhje efektive.

## LOJRA DHE AKTIVITETET PËR ZHVILLIMIN E TË MENDUARIT KRITIK

- **Chess.com**

  Platformë online falas për të luajtur shah, që ndihmon në zhvillimin e të menduarit strategjik, parashikimit dhe planifikimit. Chess.com është një faqe interneti e dedikuar për shahun dhe miliona shahistë në mbarë botën që e duan këtë lojë. Është një vend për të treguar kush je, për të ndarë mendimet e tua, për të përmirësuar lojën tënde në shah dhe për të shijuar çdo aspekt të kësaj loje!

- **Parimi "The Talos"**

  Një lojë filozofike me pagesë, në vetën e parë, me puzzle, e vendosur në një botë kontradiktore me rrënoja të lashta dhe teknologji të avancuar. I ngarkuar nga krijuesi yt për të zgjidhur një seri puzzlesh gjithnjë e më komplekse, ti duhet të vendosësh nëse do të kesh besim, apo do të bësh pyetjet e vështira: Kush je ti? Cili është qëllimi yt? Dhe çfarë do të bësh në lidhje me këtë?

- **Spent**

  Një lojë online mbi varfërinë dhe pastrehësinë. Ajo u zhvillua nga agjencia e reklamave McKinney për klientin e tyre pro bono Urban Ministries of Durham, një organizatë jofitimprurëse në Durham, Karolina e Veriut, që ofron shërbime për njerëzit në varfëri.Spent bazohet në konceptin e buxhetimit dhe sfidave të ndryshme me të cilat përballet dikush në jetën e përditshme. Gjatë lojës, lojtari përballet me skenarë të vështirë dhe duhet të marrë vendime të rëndësishme që ndikojnë drejtpërdrejt në të ardhurat e tij (në lojë).

- **Numberdyslexia.com**

  Ofron një koleksion të mirë lojërash online për të përmirësuar aftësitë e të menduarit kritik, duke përfshirë edhe ato klasike si Sudoku, Tangram etj.

- **Brainstorm**

  Të menduarit kritik ka të bëjë me marrjen e vendimeve bazuar në vëzhgim analitik, dhe kjo lojë u mundëson individëve të shpalosin ide dhe të gjejnë përgjigje për pyetje sfiduese. Maksimumi katër lojtarë mund të bashkohen dhe të konkurrojnë me njëri-tjetrin për të përmbushur detyra dhe objektiva të vegjël përpara lojtarëve të tjerë. Lojtarët duhet të shtyjnë trurin e tyre në kufijtë maksimalë, gjë që do të thotë se kjo lojë do t'i stimulojë dhe do t'i ushtrojë aftësitë e të menduarit kritik.

## PËRFUNDIM

Në përfundim, të menduarit kritik është një aftësi thelbësore me rrënjë të thella historike dhe me ndikim të madh në zhvillimin personal dhe përparimin shoqëror. Duke kuptuar origjinën e tij, duke njohur mendimtarët ndikues dhe duke e zbatuar atë në kontekste të ndryshme, individët mund të përmirësojnë aftësinë për të menduar në mënyrë kritike dhe të kontribuojnë në mënyrë domethënëse në komunitetet e tyre. Pjesëmarrja në ushtrime të dizajnuara për të nxitur të menduarit kritik do t'i fuqizojë më tej si studentët ashtu edhe qytetarët për të përballuar kompleksitetet e jetës moderne.

## *BURIME SHTESË*

- 16 kurset më të mira falas në internet të të menduarit kritik
- *Nga universitete të ndryshme anembanë botësd*

- Të menduarit, të shpejtë dhe të ngadaltë
  *nga Daniel Kahneman*

- Argument Wars *(iCivics)*
  *Një lojë që angazhon lojtarët në ndërtimin e argumenteve për çështje reale të Gjykatës së Lartë.*
- 10 burimet kryesore në internet për të përmirësuar aftësitë tuaja të të menduarit kritik!

Mësimi 11

# Aftësitë dhe Mjetet e të Menduarit Kritik

## TË MENDUARIT KRITIK: AFTËSI DHE MJETE

Të menduarit kritik është një aftësi themelore dhe thelbësore për suksesin si në studime akademike, ashtu edhe në jetën profesionale. Ky kapitull shqyrton mjete dhe teknika të ndryshme që mund të përmirësojnë ndjeshëm aftësitë tuaja të të menduarit kritik, së bashku me ushtrime praktike dhe shembuj historikë për të ilustruar zbatimin e tyre.

## KUPTIMI I TË MENDUARIT KRITIK

Të menduarit kritik përfshin analizën dhe vlerësimin objektiv të informacionit për të formuar një gjykim të arsyetuar. Ai përfshin aftësi të tilla si:

- **Analiza**
- **Interpretimi**
- **Përfundimi (Inferenca)**
- **Shpjegimi**
- **Vetërregullimi**
- **Mendjehapësia**

Zhvillimi i këtyre aftësive ju mundëson të merrni vendime më të informuara, të zgjidhni probleme komplekse dhe të përfshiheni në diskutime domethënëse në fusha të ndryshme.

## MJETET PËR PËRMIRËSIMIN E TË MENDUARIT KRITIK

- **Metoda Sokratike**

  Emërtuar sipas filozofit të lashtë grek Sokratit, kjo metodë përfshin bërjen e pyetjeve thelbësore dhe nxitëse për të stimuluar të menduarit kritik dhe për të ndriçuar idetë. Ajo inkurajon eksplorimin më të thelluar të supozimeve dhe bindjeve.

  Shembull historik: Sokrati e përdori këtë metodë në Athinën e lashtë për të sfiduar bindjet e nxënësve të tij dhe për t'i nxitur ata të vënë në dyshim normat e vendosura, siç është dokumentuar në dialogët e Platonit.

- **Hartë e Mendjes**

  Harta e mendjes është një mjet vizual që ndihmon në organizimin dhe strukturimin e mendimeve, duke zbuluar lidhjet midis ideve dhe koncepteve.

  Link: Për një mjet interaktiv për krijimin e hartave mendore, vizitoni: MindMeister

- **Analiza SWOT**

  Analiza SWOT (Forcat, Dobësitë, Mundësitë, Kërcënimet) është një teknikë e planifikimit strategjik që përdoret për të vlerësuar një situatë apo propozim nga këndvështrime të ndryshme.

Shembull historik: NASA përdori analizën SWOT në vitet 1960 për të vlerësuar realizueshmërinë e programit Apollo për uljen në Hënë, duke i ndihmuar të identifikonin sfidat dhe mundësitë potenciale.

- **Teknika e Pesë Pse-ve**

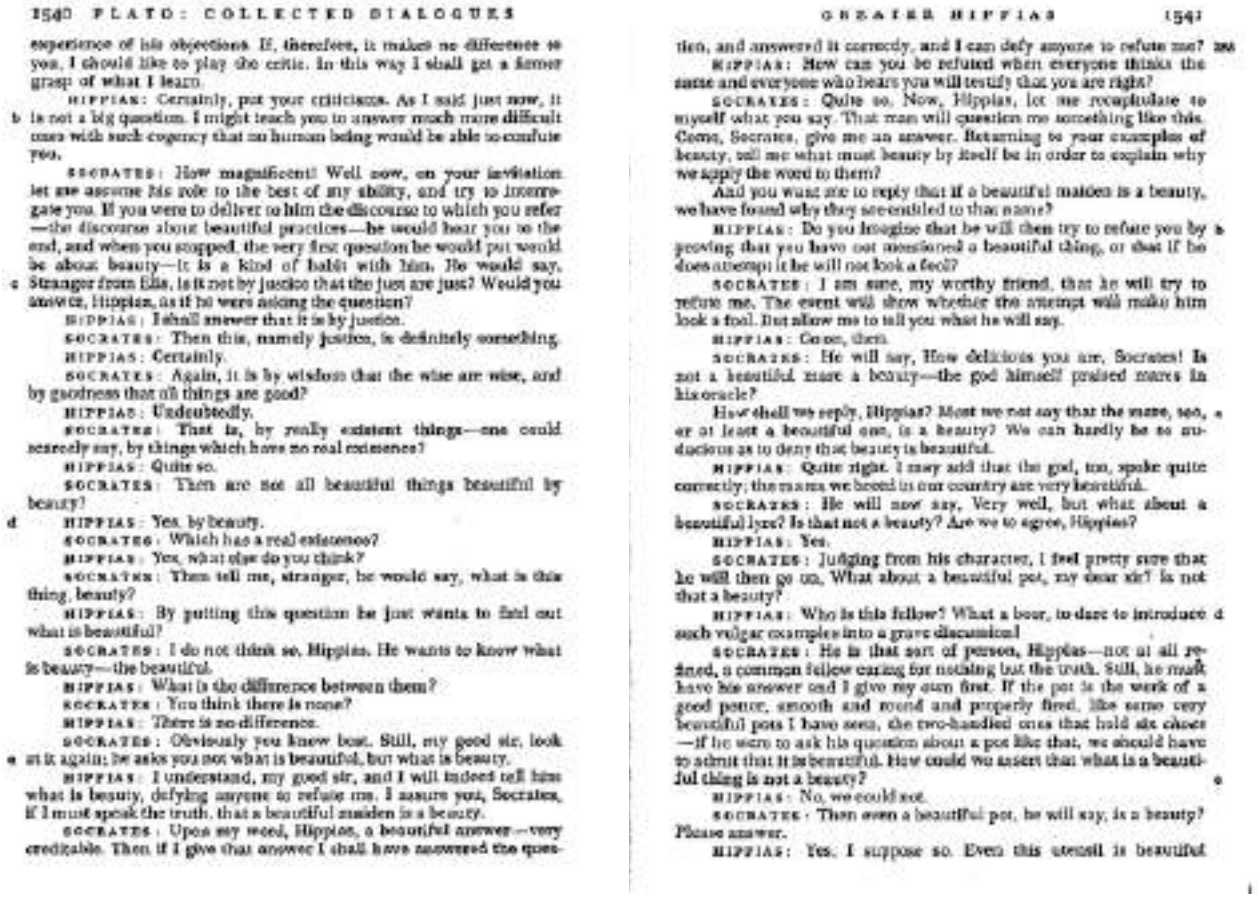
  Kjo teknikë pyetjesh të përsëritura ndihmon në identifikimin e shkakut rrënjësor të një problemi, duke bërë vazhdimisht pyetjen "Pse?"

Shembull historik: Sakichi Toyoda, themeluesi i Toyota Industries, e zhvilloi këtë teknikë në vitet 1930 për të përmirësuar proceset e prodhimit.

- **Hartëzimi i Argumentit**

  Hartëzimi i argumentit është një përfaqësim vizual i strukturës së një argumenti, duke treguar marrëdhëniet midis pretendimeve, provave dhe kundërshtimeve.

  Link : Eksploroni hartëzimin e argumenteve me *Rationale*



154d PLATO: COLLECTED DIALOGUES

experience of his objections. If, therefore, it makes no difference to you, I should like to play the critic. In this way I shall get a firmer grasp of what I learn.

HIPPIAS: Certainly, put your criticisms. As I said just now, it b is not a big question. I might teach you to answer much more difficult ones with such cogency that no human being would be able to confute you.

SOCRATES: How magnificent! Well now, on your invitation let me assume his role to the best of my ability, and try to interrogate you. If you were to deliver to him the discourse to which you refer —the discourse about beautiful practices—he would hear you to the end, and when you stopped, the very first question he would put would be about beauty—it is a kind of habit with him. He would say, c Stranger from Elis, is it not by justice that the just are just? Would you answer, Hippias, as if he were asking the question?

HIPPIAS: I shall answer that it is by justice.

SOCRATES: Then this, namely justice, is definitely something.

HIPPIAS: Certainly.

SOCRATES: Again, it is by wisdom that the wise are wise, and by goodness that all things are good?

HIPPIAS: Undoubtedly.

SOCRATES: That is, by really existent things—one could scarcely say, by things which have no real existence?

HIPPIAS: Quite so.

SOCRATES: Then are not all beautiful things beautiful by beauty?

d HIPPIAS: Yes, by beauty.

SOCRATES: Which has a real existence?

HIPPIAS: Yes, what else do you think?

SOCRATES: Then tell me, stranger, he would say, what is this thing, beauty?

HIPPIAS: By putting this question he just wants to find out what is beautiful?

SOCRATES: I do not think so, Hippias. He wants to know what is beauty—the beautiful.

HIPPIAS: What is the difference between them?

SOCRATES: You think there is none?

HIPPIAS: There is no difference.

SOCRATES: Obviously you know best. Still, my good sir, look e at it again; he asks you not what is beautiful, but what is beauty.

HIPPIAS: I understand, my good sir, and I will indeed tell him what is beauty, defying anyone to refute me. I assure you, Socrates, if I must speak the truth, that a beautiful maiden is a beauty.

SOCRATES: Upon my word, Hippias, a beautiful answer—very creditable. Then if I give that answer I shall have answered the ques-

GREATER HIPPIAS 154e

tion, and answered it correctly, and I can defy anyone to refute me? 286

HIPPIAS: How can you be refuted when everyone thinks the same and everyone who hears you will testify that you are right?

SOCRATES: Quite so. Now, Hippias, let me recapitulate to myself what you say. That man will question me something like this. Come, Socrates, give me an answer. Returning to your examples of beauty, tell me what must beauty by itself be in order to explain why we apply the word to them?

And you want me to reply that if a beautiful maiden is a beauty, we have found why they are entitled to that name?

HIPPIAS: Do you imagine that he will then try to refute you by a proving that you have not mentioned a beautiful thing, or that if he does attempt it he will not look a fool?

SOCRATES: I am sure, my worthy friend, that he will try to refute me. The event will show whether the attempt will make him look a fool. But allow me to tell you what he will say.

HIPPIAS: Go on, then.

SOCRATES: He will say, How delicious you are, Socrates! Is not a beautiful mare a beauty—the god himself praised mares in his oracle?

How shall we reply, Hippias? Must we not say that the mare, too, e or at least a beautiful one, is a beauty? We can hardly be so audacious as to deny that beauty is beautiful.

HIPPIAS: Quite right. I may add that the god, too, spoke quite correctly; the mares we breed in our country are very beautiful.

SOCRATES: He will now say, Very well, but what about a beautiful lyre? Is that not a beauty? Are we to agree, Hippias?

HIPPIAS: Yes.

SOCRATES: Judging from his character, I feel pretty sure that he will then go on, What about a beautiful pot, my dear sir? Is not that a beauty?

HIPPIAS: Who is this fellow? What a boor, to dare to introduce d such vulgar examples into a grave discussion!

SOCRATES: He is that sort of person, Hippias—not at all refined, a common fellow caring for nothing but the truth. Still, he must have his answer and I give my own first. If the pot is the work of a good potter, smooth and round and properly fired, like some very beautiful pots I have seen, the two-handled ones that hold six choes —if he were to ask his question about a pot like that, we should have to admit that it is beautiful. How could we assert that what is a beautiful thing is not a beauty?

HIPPIAS: No, we could not.

SOCRATES: Then even a beautiful pot, he will say, is a beauty? Please answer.

HIPPIAS: Yes, I suppose so. Even this utensil is beautiful.

Një fragment nga libri i Platonit *On Beauty* (4 C. BCE, *full audio book*)
që ilustron modelin pyetje/përgjigje Sokratik

## ZBATIMI I MJETEVE TË TË MENDUARIT KRITIK

Për të përdorur në mënyrë efektive këto mjete, merrni parasysh hapat në vijim:

- Identifikoni problemin ose pyetjen në fjalë
- Mblidhni informacion përkatës nga burime të besueshme
- Zbatoni mjetet përkatëse të të menduarit kritik
- Analizoni dhe vlerësoni informacionin
- Nxirrni përfundime dhe merrni vendime
- Reflektoni mbi procesin dhe rezultatet

## SHEMBUJ HISTORIKË TË TË MENDUARIT KRITIK

- **Revolucioni Shkencor**
  Në shekujt XVI dhe XVII, shkencëtarë si Galileo Galilei dhe Isaac Newton sfiduan besimet e mbajtura prej kohësh mbi botën natyrore përmes vëzhgimit, eksperimentimit dhe arsyetimit logjik.

- **Iluminizmi**

  Filozofë si John Locke dhe Voltaire promovuan të menduarit racional dhe skepticizmin ndaj autoriteteve tradicionale në shekullin XVIII, duke ndikuar në reformat politike dhe shoqërore.

- **Projekti Manhattan**

  Gjatë Luftës së Dytë Botërore, shkencëtarët dhe inxhinierët zbatuan të menduarit kritik për të zgjidhur probleme komplekse në zhvillimin e bombës atomike, duke demonstruar fuqinë e zgjidhjes bashkëpunuese të problemeve.

## Ushtrime për të Forcuar Aftësitë e të Menduarit Kritik

- **Analizoni Median**
  Zgjidhni një artikull lajmesh dhe identifikoni modifikimet e mundshme (bias-et), vlerësoni besueshmërinë e burimeve, dhe dalloni faktet nga opinionet.

- **Zgjidhni Puzzle Logjike**
  Angazhohuni rregullisht me puzzle logjike dhe lojëra mendore për të përmirësuar aftësitë analitike dhe zgjidhjen e problemeve.

- **Klubi i Debatit**

  Bashkohuni ose nisni një klub debati për të ushtruar artikulimin e argumenteve, marrjen parasysh të perspektivave të ndryshme dhe përgjigjen ndaj kundërargumenteve.
- **Studime Ndërdisiplinore**

  Eksploroni lidhjet midis disiplinave të ndryshme akademike për të zgjeruar perspektivën tuaj dhe për të përmirësuar aftësinë për të menduar në mënyrë kritike në fusha të ndryshme.
- **Ditari Reflektues**

  Mbani një ditar për të reflektuar mbi proceset tuaja të të menduarit, marrjen e vendimeve dhe përdredhjet personale. Kjo praktikë nxit vetëdijen.

## PËRFUNDIM

Zhvillimi i aftësive të të menduarit kritik është një proces i vazhdueshëm që kërkon praktikë dhe përkushtim. Duke përfshirë këto mjete dhe ushtrime në jetën tuaj akademike dhe personale, mund të përmirësoni aftësinë për të analizuar informacionin, për të zgjidhur probleme dhe për të marrë vendime të informuara. Mos harroni se të menduarit kritik nuk ka të bëjë vetëm me gjetjen e përgjigjeve të sakta, por edhe me bëjmë pyetje të duhura dhe me qasje ndaj sfidave me një mendje të hapur dhe analitike.

Ndërsa vazhdoni të përmirësoni aftësitë tuaja të të menduarit kritik, do të vini re se ato bëhen të paçmuara për të orientuar kompleksitetet e studimeve akademike, përpjekjeve profesionale dhe jetës së përditshme.

## BURIME SHTESË

*Ja një bibliografi e shënjuar me 5 referenca kryesore që ofrojnë një përzierje të themeleve teorike, aplikimeve praktike dhe burimeve edukative lidhur me aftësitë dhe mjetet e të menduarit kritik. Ato ofrojnë një pikënisje të fortë për këdo që dëshiron të thellojë kuptimin e tij të të menduarit kritik ose t'i përfshijë këto aftësi në jetën akademike apo profesionale.*

- *Facione, P. A. (2020).* Të menduarit kritik: çfarë është dhe pse ka rëndësi. Vlerësimi i Insight

  *Ky punim themelor ofron një përmbledhje gjithëpërfshirëse të të menduarit kritik, aftësive të tij kryesore dhe rëndësisë së tij në arsim dhe në jetën e përditshme. Facione, një ekspert kryesor në këtë fushë, eksploron aftësitë njohëse dhe dispozitat që përbëjnë të menduarit kritik, duke e bërë atë një burim thelbësor për të kuptuar themelimin e kësaj aftësie kritikë.*
- *Paul, R., & Elder, L. (2019). Udhëzuesi në miniaturë për konceptet dhe mjetet e të menduarit kritik. Rowman & Littlefield*

  *Ky udhëzues i shkurtër ofron një qasje praktike për kuptimin dhe zbatimin e koncepteve të të menduarit kritik. Paul dhe Elder paraqesin një kornizë për të menduarin kritik, që përfshin elementë të mendimit, standarde intelektuale dhe cilësi intelektuale. Udhëzuesi ofron mjete dhe teknika të ndryshme për përmirësimin e aftësive të të menduarit kritik, duke e bërë atë të vlefshëm për studentët dhe mësuesit.*
- *Dwyer, C. P., Hogan, M. J., & Stewart, I. (2014).* Një kornizë e integruar e të menduarit kritik për shekullin e 21-të. Aftësitë e të menduarit dhe kreativiteti, *12, 43-52.*

  *Ky artikull akademik propozon një kornizë të integruar për të menduarin kritik, duke sintetizuar qasje të ndryshme teorike. Autorët diskutojnë proceset njohëse dhe metakognitive që përfshihen në të menduarin kritik dhe sugjerojnë strategji për zhvillimin e këtyre aftësive. Ky punim është veçanërisht i dobishëm për ata që janë të interesuar nga themelimet teorike të të menduarit kritik.*
- Foundation for Critical Thinking. *(n.d.). Komuniteti i mendimit kritik.*

  *Ky udhëzues i shkurtër ofron një qasje praktike për kuptimin dhe zbatimin e koncepteve të të menduarit kritik. Paul dhe Elder paraqesin një kornizë për të menduarin kritik, e cila përfshin elementë të mendimit, standarde intelektuale dhe cilësi intelektuale. Udhëzuesi ofron mjete dhe teknika të ndryshme për përmirësimin e aftësive të të menduarit kritik, duke e bërë atë të vlefshëm për studentët dhe mësuesit.*
- *Butterworth, J., & Thwaites, G. (2013). Aftësitë e të menduarit: Të menduarit kritik dhe zgjidhja e problemeve. Cambridge University Press.*

  *Ky libër mësimor ofron një qasje të strukturuar për zhvillimin e aftësive të të menduarit kritik dhe zgjidhjes së problemeve. Ai mbulon një gamë të gjerë temash, duke përfshirë analizimin e argumenteve, vlerësimin e provave dhe marrjen e vendimeve. Libri përfshin shumë ushtrime dhe shembuj nga jeta reale, duke e bërë atë një burim të shkëlqyer për zbatimin praktik të mjeteve të të menduarit kritik.*

Mësimi 12

# Gabime Logjike: Identifikoni dhe shmangni arsyetimet e gabuara

Gabime logjike janë gabime në arsyetim që minojnë vlefshmërinë e argumenteve, shpesh duke i bërë ato të duken bindëse, edhe pse i mungon baza logjike. Ato shpesh duken të bindshme sepse shfrytëzojnë apelat emocionale, paragjykimet shoqërore, ose logjikën e shtrembëruar.

Të kuptuarit e gabimeve logjike është një komponent kyç i të menduarit kritik, pasi u pajis individëve me aftësinë për të vlerësuar argumentet dhe për të dalluar arsyetimet e forta nga logjika e gabuar. Duke identifikuar gabime të zakonshme si sulmet ad hominem apo argumentet e 'njeriut prej farash', studentët mund të mësojnë të navigojnë retorikën bindëse dhe të shmangin bërjen si viktimë e pretendimeve të gabuara. Mësimi i gabimeve logjike kultivon disiplinën intelektuale, duke ndihmuar studentët të rimendojne supozimet, të kërkojnë prova dhe të mendojnë në mënyrë të pavarur. Për më tepër, kjo aftësi përmirëson shkathtësitë e komunikimit, duke i mundësuar ata të paraqesin qartë idetë e tyre dhe t'i mbrojnë ato në mënyrë efektive kundër kritikeve. Në një epokë të mbushur me keqinformim dhe debate të polarizuara, njohja e gabimeve logjike fuqizon studentët që të angazhohen në mënyrë të menduar me çështje komplekse dhe të marrin vendime të informuara. Kjo aftësi nuk është e domosdoshme vetëm për suksesin akademik, por edhe esenciale për pjesëmarrjen aktive në jetën qytetare. Mësimi i gabimeve logjike ndihmon në kulturimin e një brezi mendimtarësh të ndërgjegjshëm, reflektivë dhe përgjegjës.

## Gabime Logjike të Përbashkëta

- **Gabimi i Shtrembërimit të Argumentit**
  Shtrembërimi i argumentit të dikujt për ta bërë më të lehtë për t'u sulmuar.
  Shembull:"Je kundër eksplorimit të hapësirës? Atëherë qenke në rregull me injorimin e përparimit shkencor?"

- **Ad Hominem**
  Sulmimi i personit në vend të argumentit.
  Shembull: "Nuk mund t'i besosh mendimit të tij për ndryshimet klimatike, ai as nuk e ka mbaruar universitetin!"

- **Gabimi i Rrëshqitjes në Pjerrësi**
  Supozimi se një hap i vetëm do të çojë patjetër në një zinxhir ngjarjesh negative.
  Shembull:"Nëse lejojmë një dorëzim me vonesë, së shpejti askush nuk do t'i respektojë afatet."

- **Apeli ndaj Autoritetit**

  Supozimi se diçka është e vërtetë vetëm sepse e thotë një figurë autoritare.Shembull:"Ky produkt duhet të jetë i mrekullueshëm – një sportist i njohur e reklamoi!"

- **Dilemë e Rreme (Gabimi "O kjo, o ajo")**

  Paraqitja e vetëm dy mundësive, duke anashkaluar opsione të tjera dhe duke detyruar një zgjedhje tepër të thjeshtuara.Shembull: "O je me ne, o je kundër nesh."

- **Gabimi i Turmës**

  Supozimi se diçka është e vërtetë apo e mirë vetëm sepse është popullore ose e pranuar gjerësisht.Shembull: "Të gjithë po e blejnë këtë produkt, prandaj duhet të jetë më i miri."

- **Shqetësimi i Rremë / Largimi nga Tema**

  Prezantimi i një teme të parëndësishme për të larguar vëmendjen nga çështja kryesore. Shembull:"Pse të shqetësohemi për ndryshimet klimatike, kur ka njerëz që nuk kanë as bukë për të ngrënë?"

- **Gabimi i Nirvanës**

  Hedhja poshtë e një zgjidhjeje vetëm sepse nuk është e përsosur, duke injoruar faktin që ajo mund të jetë ende efektive. Shembull:"Pse të merremi me energjinë e rinovueshme? Ajo nuk mund t'i zëvendësojë plotësisht lëndët djegëse fosile menjëherë."

- **Apeli ndaj Risisë**

  Pretendimi se diçka është më e mirë vetëm sepse është e re ose inovative. Shembull:"Kjo dietë e re duhet të funksionojë më mirë ,sapo është zhvilluar këtë vit!"

- **Post Hoc Ergo Propter Hoc (Shkak i Rremë)**

  Supozimi se vetëm sepse një ngjarje ndodhi pas një tjetre, atëherë e para e shkaktoi të dytën. Shembull:"Fillova të mbaj këtë byzylyk dhe tani notat e mia janë përmirësuar ,duhet të më sjellë fat!"

- **Gabimi i Zgjedhjes së Mesme**

  Supozimi se kompromisi midis dy qëndrimeve duhet të jetë i saktë, pavarësisht nga provat. Shembull:"Disa thonë se Toka është e sheshtë, të tjerë thonë se është e rrumbullakët ,e vërteta duhet të jetë diku në mes."

- **Apeli ndaj Traditës**

  Argumentimi se diçka është më e mirë ose e saktë vetëm sepse gjithmonë është bërë ashtu. Shembull:"Ne gjithmonë e kemi mbajtur këtë aktivitet në natyrë; nuk mund ta ndryshojmë tani."

- **Gabimi i Përgjithësimit të Shpejtë**

  Nxjerrja e një përfundimi bazuar në prova të pamjaftueshme ose jo përfaqësuese. Shembull:"Takova dy turistë të pasjellshëm nga ai vend, do të thotë që të gjithë atje janë të pasjellshëm."

- **Gabimi i Rrethit në Arsyetim**

  Përdorimi i përfundimit si premisë, duke supozuar atë që po përpiqesh të vërtetosh. Shembull:"Jam i besueshëm sepse gjithmonë them të vërtetën."

- **Gabimi i Ndikimit Emocional**

  Përdorimi i apelit emocional në vend të logjikës për të bindur. Shembull:"Mendo për të gjithë fëmijët që vuajnë nga uria, a nuk dëshiron të dhurosh dicka sot?"

- **Gabimi i Rrethit të Mbyllur në Arsyetim**

  Supozimi i vërtetësisë së përfundimit brenda vetë argumentit. Shembull: "Ligji është i mirë sepse është ligj."

- **Gabimi "Edhe ti e ke bërë" / "Po ti vetë?"**

  Hedhja poshtë e kritikës duke theksuar hipokrizinë e kritikut. Shembull:"Thua që nuk duhet të shkruaj mesazhe gjatë ngasjes, por unë të pashë që e bëre javën e kaluar!"

- **Dykuptimësia në Argument**

  Përdorimi i gjuhës së dykuptimtë për të mashtruar ose për të shtrembëruar kuptimin. Shembull:"Shenja thotë 'Gjoba për parkim këtu', prandaj parkimi këtu qenka në rregull!"

- **Apeli ndaj Injorancës**

  Pretendimi se diçka është e vërtetë apo e gabuar vetëm sepse nuk është provuar e kundërta.Shembull: "Askush nuk ka provuar që alienët nuk ekzistojnë, prandaj ata duhet të jenë realë."

- **Gabimi i Përbërjes**

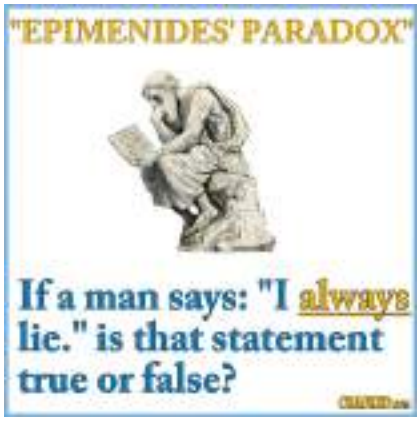
  Supozimi se ajo që është e vërtetë për pjesët, duhet të jetë e vërtetë edhe për tërësinë. Shembull:"Çdo lojtar në ekip është i shkëlqyer, prandaj ekipi duhet të jetë i pathyeshëm."

## Sofizmat dhe Paradokset

Sofizmat dhe paradokset, në thelb, janë enigma logjike ose intelektuale dhe kundërthënie që kanë ngacmuar mendjet e filozofëve, logjikën dhe shkencëtarët gjatë gjithë historisë. Këto janë probleme që krijojnë konfuzion dhe sfidojnë të menduarit konvencional.

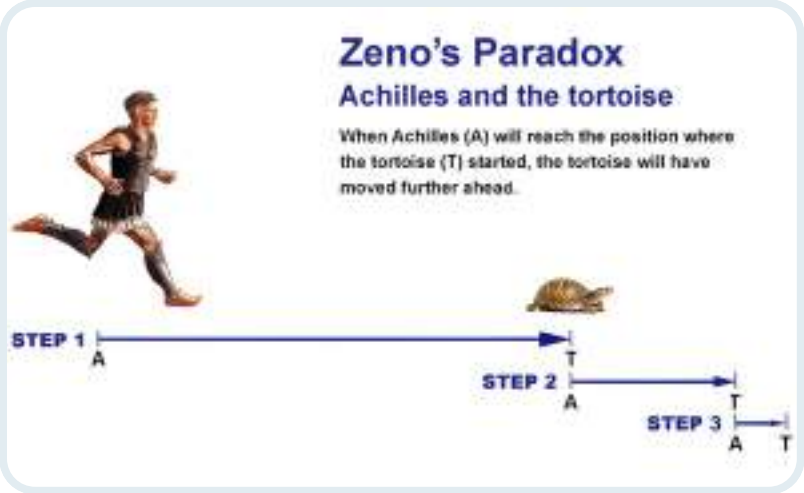
Termi paradoks vjen nga greqishtja, duke kombinuar para (kundër) dhe doxa (mendim apo besim). Një paradoks është një pohim ose grup pohimesh që çojnë në kundërthënie ose sfidojnë intuitën. Paradokset nxisin të menduarin kritik duke ekspozuar kufizimet e gjykimit njerëzor dhe të mjeteve të arsyetimit. Pavarësisht natyrës së tyre të ndërlikuar, paradokset shpesh kanë qenë nxitëse të përparimeve të mëdha intelektuale. Ato kanë kërkuar ndonjëherë zhvillimin e parimeve të reja matematikore ose ligjeve fizike për të zgjidhur përfundime që fillimisht dukeshin si "të papranueshme në mënyrë të dukshme".

Fjala sofizëm gjithashtu ka origjinë greke, duke ardhur nga fjala ***sophia*** (urtësi). Megjithatë, sofizmi mbart një konotacion negativ. Ai i referohet një argumenti mashtrues ose të rremë që është ndërtuar për të dhënë përshtypjen e epërsisë intelektuale ose për të mashtruar të tjerët. Sofizmat u ndërtuan nga sofistët në Greqinë e lashtë, emri i të cilëve gjithashtu rrjedh nga *sophia*. Ndërsa sofistët mund të interpretoheshin si "të urtët," reputacioni i tyre për dinakëri dhe manipulim i ka dhënë termit një kuptim më pak pozitiv – i ngjashëm me "mashtrues intelektualë." Këta individë ishin si magjistarë të fjalës, duke përdorur truke retorike dhe iluzione për të impresionuar apo mashtruar, ngjashëm me nxjerrjen e lepurit nga kapelja gjatë debateve.
Në përmbledhje, ndërsa paradokset sfidojnë intelektin dhe intuitën për të shtyrë kufijtë e dijes dhe të kuptimit, sofizmat shpesh shfrytëzojnë retorikën dhe arsyetimin për qëllime më pak fisnike, duke u përqendruar më shumë te paraqitja dhe bindja sesa te thelbi dhe e vërteta.
Një nga sofizmat më të hershëm dhe më të njohur është i ashtuquajturi **Paradoksi i Epimenidit.** Filozofi i lashtë grek Epimenidi krijoi një enigmë që thotë:




***"Të gjithë kretanët janë gënjeshtarë."***
***A është ky pohim i vërtetë apo jo?***
Nëse të gjithë kretanët gënjejnë dhe Epimenidi është vetë një kretan, atëherë pohimi i tij se të gjithë kretanët gënjejnë duhet të jetë i vërtetë. Por nëse kjo është e vërtetë, atëherë jo të gjithë kretanët janë gënjeshtarë,gjë që krijon një kundërthënie. Në të kundërt, nëse arrijmë në përfundimin se jo të gjithë kretanët gënjejnë dhe pohimi i tij është i pavërtetë, atëherë do të thotë që të gjithë kretanët gënjejnë ,gjë që përsëri e bën pohimin të vërtetë. Kjo krijon një rreth vicioz të arsyetimit, pa një zgjidhje përfundimtare.
Një tjetër filozof grek, Eubulidi, nga shekulli i IV para erës sonë, krijoi një paradoks edhe më provokues: **"Ajo që po them tani është një gënjeshtër."** Nëse pohimi është i vërtetë, atëherë ai duhet të jetë i pavërtetë. Por nëse është i pavërtetë, atëherë ai duhet të jetë i vërtetë, gjë që çon në një kundërthënie logjike.

Përveç Epimenidit dhe Eubulidit, ndoshta filozofi grek më i famshëm për paradokset e tij është Zenoni i Eleas (nga Mykonosi), disa prej të cilave mbeten të njohura edhe sot, si "Açili dhe breshka". Në këtë paradoks, Açili garon me një breshkë, duke i dhënë asaj një avantazh prej 100 metrash. Nëse breshka lëviz dhjetë herë më ngadalë se Açili, dhe Açili përgjysmon distancën mes tyre çdo 10 sekonda, breshka vazhdon të ecë pak nga pak në secilin interval. Açili afrohet gjithnjë e më shumë, por në teori nuk e kap kurrë, pasi gjithmonë ka një distancë sado të vogël për të mbuluar.




*Burimi: [Giuseppe Gori]*

Një paradoks i ngjashëm është "Shigjeta" e Zenonit:

Nëse çdo gjë që zë hapësirë në një moment të caktuar është e palëvizshme, dhe një objekt në lëvizje zë po ashtu një vend në çdo çast të vetëm, atëherë një shigjetë në fluturim duhet të jetë e palëvizshme.

Meqë ajo nuk mund të jetë në dy vende njëkohësisht dhe koha është e pandashme pafundësisht, atëherë teorikisht shigjeta nuk arrin kurrë në objektivin e saj.



Së fundi, le të përmendim një paradoks të njohur që sfidon fizikën moderne: të ashtuquajturin Paradoksi i Binjakëve.
Imagjinoni dy binjakë, njëri prej të cilëve niset në një udhëtim kozmik me një anije hapësinore, ndërsa tjetri qëndron në Tokë.
Për shkak se koha është relative, për binjakun që udhëton në anijen hapësinore me një shpejtësi afër shpejtësisë së dritës, koha ngadalësohet.

Kështu, kur binjaku udhëtar kthehet në Tokë pas 20 vitesh, ai do të duket ndjeshëm më i ri se binjaku që ka qëndruar në Tokë. Për binjakun udhëtar mund të kenë kaluar vetëm rreth 10 vite, ndërsa për binjakun tjetër në Tokë kanë kaluar 20 vite. Sado e çuditshme që të tingëllojë, ky rezultat është plotësisht në përputhje me teorinë e relativitetit!

## PSE BIE PRE E GABIMEVE LOGJIKE?

Ne biem pre e gabimeve logjike për shkak të paragjykimeve njohëse (kognitive) dhe ndikimeve emocionale që shtrembërojnë arsyetimin tonë.
Paragjykimet njohëse, si për shembull paragjykimi i konfirmimit (confirmation bias), na shtyjnë të favorizojmë informacionin që përputhet me bindjet tona ekzistuese, duke injoruar provat që i kundërshtojnë ato, gjë që i bën argumentet e gabuara të duken bindëse.
Për më tepër, varësia jonë nga shkurtoret mendore (heuristics) për të përpunuar informacione komplekse me shpejtësi mund të çojë në thjeshtime të tepruara dhe gabime në gjykim.
Ndikimet emocionale, si frika, zemërimi ose entuziazmi, mjegullojnë të menduarit tonë duke anashkaluar analizën racionale në favor të reagimeve impulsive. Presionet sociale, si dëshira për t'u përshtatur apo për të fituar aprovimin e të tjerëve, gjithashtu luajnë rol, duke na bërë më të prirur të pranojmë argumente të njohura, por të gabuara.
Për më tepër, gabimet logjike shpesh shfrytëzojnë gjuhë bindëse ose boshllëqe në njohuritë tona, duke e bërë më të vështirë zbulimin e gabimeve.
Të kuptuarit e këtyre prirjeve është thelbësor për të qenë në gjendje t'i dallojmë dhe t'u rezistojmë gabimeve logjike, duke mundësuar vendimmarrje më të qartë, të arsyeshme dhe të pavarur.

## *BURIME SHTESË*

- Ju nuk duhet të përdorni gabime logjike
  *Një faqe interneti e dobishme me postera, karta dhe informacione mbi gabimet logjike.*
- Your Bias Is
  *Një faqe interneti me postera dhe informacione mbi paragjykimet njohëse (kognitive).*
- PRECOBIAS
  *Burime pedagogjike: një projekt që përmban plane mësimore mbi të menduarit kritik dhe paragjykimet njohëse.*

Mësimi 13

# Leximi Kritik i Mesazheve Mediatike

Në një botë ku media është kudo, është thelbësore të dimë si të lexojmë mesazhet mediatike në mënyrë kritike. Qoftë lajme, rrjete sociale, reklama apo argëtim, mesazhet janë krijuar për të informuar, bindur apo edhe manipuluar. Ky mësim do t'ju ndihmojë të zhvilloni aftësi për të kuptuar motivet pas mesazheve mediatike, për të njohur paragjykimet dhe për të vlerësuar besueshmërinë e informacionit.

**Objektivat**

Në përfundim të këtij mësimi, ju do të jeni në gjendje të:

- **Të njihni shenjat e zakonshme** të paragjykimit, manipulimit dhe informacionit të pabesueshëm në mesazhet mediatike.
- **Të identifikoni dhe vlerësoni besueshmërinë** e burimeve të ndryshme mediatike duke analizuar qëllimin, gjuhën dhe besueshmërinë e burimit.
- **Të përdorni mjete praktike,** si faqet e verifikimit të fakteve dhe kërkimi i kundërt i imazheve, për të verifikuar informacionin dhe për të vlerësuar saktësinë e tij para se ta ndani.

## ÇFARË DO TË THOTË TË LEXOSH MEDIAN NË MËNYRË KRITIKE?

Leximi kritik i medias përfshin:

- **Identifikimi i paragjykimeve:** Mesazhet mediatike shpesh pasqyrojnë pikëpamjet dhe prioritetet e individëve ose organizatave që i kanë krijuar ato.

- **Vlerësimi i besueshmërisë së burimit:** Jo të gjitha burimet mediatike janë po aq të besueshme. Të dish cilat burime të besosh dhe cilat të vësh në dyshim është thelbësore.

- **Njohja e qëllimit:** Pyet veten pse është krijuar mesazhi. A synon të informojë, të argëtojë, të shesë apo të bindë?

1-Të gjitha mesazhet janë ndërtuar në një mënyrë të caktuar - të strukturuara
2- Mesazhet mediatike krijohen duke përdorur një gjuhë krijuese në një mënyrë specifike dhe unike.
3- Njerëz të ndryshëm i kuptojnë mesazhet mediatike ndryshe
4- Mediat përmbajnë në vetvete vlera dhe pikëpamje për botën
5- Mesazhet mediatike janë krijuar për pushtet dhe/ose fitim

## TË KUPTUARIT E PARAGJYKIMIT DHE AXHENDËS

Të gjitha mesazhet mediatike kanë një këndvështrim. Të kuptuarit e qëllimit dhe paragjykimit pas tyre ju ndihmon të shihni pamjen e plotë.

### Aktivitet: Krahasoni Mbulimin Mediatik

- **Gjeni dy artikuj** nga burime të ndryshme për të njëjtën temë, si për shembull një ngjarje sportive të fundit ose një lajm ndërkombëtar.

- **Analizoni:** Shikoni fjalët që përdoren në secilin artikull. A ka ndryshime në tonin e përdorur? Për shembull, një artikull mund të fokusohet te aspektet pozitive, ndërsa tjetri te pikat negative.

- **Diskutoni:** Bisedoni se si këto dallime mund të ndikojnë në mendimin e lexuesit. Cili mund të jetë qëllimi i secilit artikull?

  *Shembull: Supozoni që një raport nga një gazetë rajonale e përshkruan një politikë ekonomike në mënyrë pozitive, ndërsa një tjetër e kritikon atë. Fjalët që përdorin – si "e suksesshme" kundrejt "problematike" – mund të zbulojnë paragjykimet e tyre.*

## Identifikimi i Burimeve të Besueshme

Jo të gjitha burimet ofrojnë informacion të saktë. Disa mund të ekzagjerojnë ose të paraqesin informacionin në mënyrë që të shtyjnë përpara një axhendë të caktuar. Të dish si të vlerësosh besueshmërinë e një burimi është thelbësore.

- **Kërkoni Burime Autoritative:** Burimet e besueshme shpesh vijnë nga media të njohura, ekspertë apo organizata qeveritare. Në Ballkan, burime si gazetat e njohura apo organizatat rajonale për verifikimin e fakteve, si Faktograf (Kroaci) ose Raskrinkavanje (Serbi), mund të ndihmojnë në verifikimin e informacionit.
- **Kontrolloni për Shenja Paralajmëruese:** Sensacionalizmi, mungesa e informacionit të qartë për autorin, ose përdorimi i tepërt i gjuhës emocionale mund të jenë shenja paralajmëruese të përmbajtjes së pabesueshme.

### Aktivitet: Ushtrim për Analizën e Burimeve

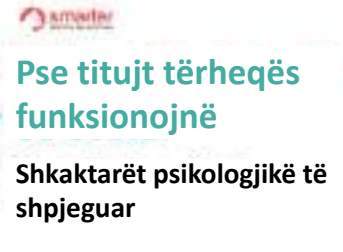
- **Zgjidhni një artikull lajmi** nga një burim i besuar dhe një tjetër nga një faqe interneti e panjohur ose nga rrjetet sociale.
- **Vlerësoni:** Kërkoni për elementët e mëposhtëm në secilin artikull si informacione të qarta për autorin, burime të besueshme të cituara,gjuhë neutrale dhe data të qarta botimi.
- **Diskutoni:** Si ndikojnë këta faktorë në besimin tuaj ndaj secilit artikull?

## ZBULIMI I TITUJVE TËRHEQËS (CLICKBAIT) DHE GJUHËS MANIPULUESE

Clickbait përdor tituj të ekzagjeruar ose mashtrues për të tërhequr vëmendjen, shpesh duke vënë theksin te shoku sesa te saktësia.

*Shembuj të Clickbait-it (Titujve tërheqës):*
*"Nuk do ta besoni çfarë tha ky politikan!"*
*"Kjo truk e thjeshtë do t'jua ndryshojë jetën!"*



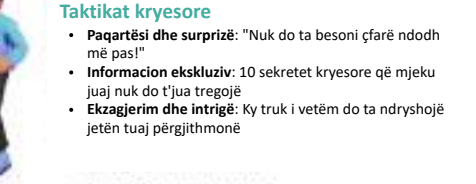


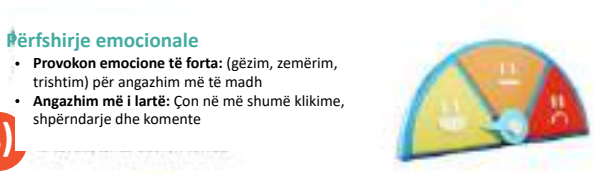

### Si të Njohësh Clickbait-in (Titujt Mashtrues)

- **Gjuhë e ekzagjeruar:** Kërkoni për fraza si "tronditëse," "e pabesueshme," ose "nuk do ta merrni me mend."
- **Nxitës emocionalë:** Nëse titulli përpiqet t'ju bëjë të ndiheni të tronditur apo të zemëruar, mund të jetë një clickbait.
- **Tituj të paqartë :** Titujt e mirë mediatikë tregojnë qartë për çfarë bëhet fjalë në artikull.





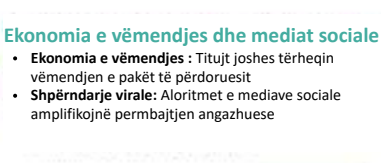



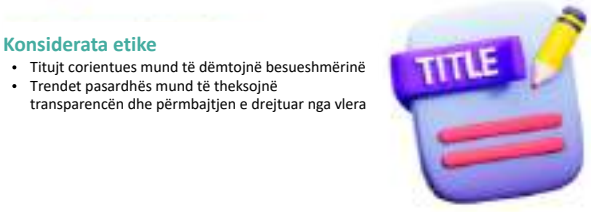




**Aktivitet: Identifiko një Clickbait (Titull corientues)**

- **Shikoni një listë** me tituj artikujsh dhe vendosni cilët prej tyre ka gjasa të jenë clickbait (tituj tërheqës).
- **Diskutoni:**Si mund të ndikojë një titull clickbait në perceptimin e dikujt për një temë?






### Zbatim: Analizimi i një Shembulli nga Jeta e Përditshme

Zgjidhni një postim në rrjetet sociale ose një artikull për një temë të përfolur. Analizojeni duke iu përgjigjur këtyre pyetjeve:

Suksesi i titujve tërheqës qëndron në shfrytëzimin e kuriozitetit, manipulimit emocional dhe sistemit të shpërblimit të trurit për të tërhequr audiencën.

- **Kush e ka krijuar përmbajtjen** dhe cili mund të jetë qëllimi i tyre?
- Çfarë gjuhe dhe **pamjesh vizuale** përdoren për të formuar mesazhin?
- Cilat **këndvështrime** janë përfshirë dhe cilat janë lënë jashtë?

*Shembull:*
*Shikoni një postim nga një influencer që promovon një produkt.*
*A është influencuesi transparent për sponsorizimin?*
*Çfarë gjuhe apo imazhesh përdoren për ta bërë produktin të duket tërheqës?*

## LISTA E KONTROLLIT PËR LEXIM KRITIK TË MEDIAS

Për t'ju ndihmuar në jetën e përditshme, përdorni këtë listë sa herë që lexoni apo shikoni media:

- Kontrolloni **burimin** dhe autorin: A është ky një burim i besueshëm?
- Identifikoni **qëllimin**: A synon të informojë, të argëtojë, të shesë apo të bindë?
- Kujdes me **nxitësit emocionalë**: A përpiqet të ju bëjë të ndiheni të zemëruar apo të habitur?
- Kërkoni për **këndvështrime** të munguar: A ka ndonjë anë të historisë që nuk është treguar?
- **Verifikoni** informacionin: Përdorni një faqe për verifikimin e fakteve ose kërkoni artikuj shtesë për të njëjtën temë.

## PËRFUNDIM

Leximi kritik është një aftësi që ju lejon të orientoheni me kujdes dhe pavarësi në peizazhin mediatik. Duke kuptuar qëllimin dhe këndvështrimin pas mesazheve, do të jeni më të përgatitur për të marrë vendime të informuara dhe për të shmangur manipulimin.

## *BURIME SHTESË*

- Si të lexoni lajmet politike në mënyrën e duhur
  *Ky artikull nga revista Glamour ofron këshilla praktike nga ekspertë për mënyrën se si të konsumoni lajmet politike në mënyrë kritike, duke theksuar rëndësinë e krahasimit të burimeve të shumta dhe njohjen e nxitësve emocionalë në media.*

- Leximi i teksteve mediatike
  *Një vështrim më i afërt mbi tekstet mediatike në përgjithësi dhe mbi konceptet kyçe që qëndrojnë në themel të gjithë edukimit për mediat. Sa herë që një produkt mediatik lexohet, diskutohet apo prodhohet, disa aspekte të koncepteve kyçe – ndërtimi, teksti, audienca dhe prodhimi – duhet të merren parasysh.*
- ”"Strategjitë për Analizimin Kritik të Mesazheve të Medias" nga Fiveable" by Fiveable
  *Mësoni të vlerësoni supozimet, të vlerësoni provat dhe të merrni parasysh këndvështrime alternative kur shqyrtoni mesazhet mediatike.*
- Strategjia e BBC për Literaturën Mediatike
  *Një dokument i shkurtër se si të analizohet dhe vlerësohet në mënyrë kritike përmbajtja mediatike, i përshtatshëm për nxënësit e të gjitha moshave.*

Mësimi 14

# Analizimi i Artikujve të Lajmeve

Sot, njerëzit janë të rrethuar nga shumë lajme, të lidhura me një mori temash që i interesojnë. Megjithatë, është shumë e rëndësishme, sidomos për temat e ndjeshme, të jemi në gjendje t'i lexojmë dhe t'i kuptojmë ato në mënyrë të duhur. Për këtë qëllim, është thelbësore që njerëzit të kenë aftësitë për të zbuluar saktësinë dhe relevancën e burimit dhe të tekstit, si dhe për të lexuar dhe analizuar kritikisht përmbajtjen e artikullit. Këto aftësi janë të nevojshme sepse përpunimi i informacionit është baza për veprimet e mëtejshme të njerëzve, sidomos për çështjet për të cilat ata po lexojnë.

Duke folur për leximin kritik, mund të përcaktohet si një mënyrë aktive e të lexuarit. Ajo është një angazhim më i thellë dhe më kompleks me një tekst. Leximi kritik është një proces i analizës, interpretimit dhe, ndonjëherë, vlerësimit. Kur ne lexojmë në mënyrë kritike, përdorim aftësitë tona për të menduar kritikisht për të pyetur si tekstin ashtu edhe leximin tonë të tij." (Duncan)
Për këtë qëllim, është e rëndësishme të merret parasysh se si është strukturuar artikulli i lajmit; cili është burimi që po e ndan artikullin e lajmit; çfarë nga informacionet e ndara janë relevante dhe të konfirmuara dhe cili prej informacioneve është mendim i dikujt.

Prandaj, ky tekst ofron informacion të shkurtër mbi strukturën e artikullit të lajmit, elementët e artikullit, relevancën e burimit dhe provat dhe dallimin midis mendimeve dhe fakteve.

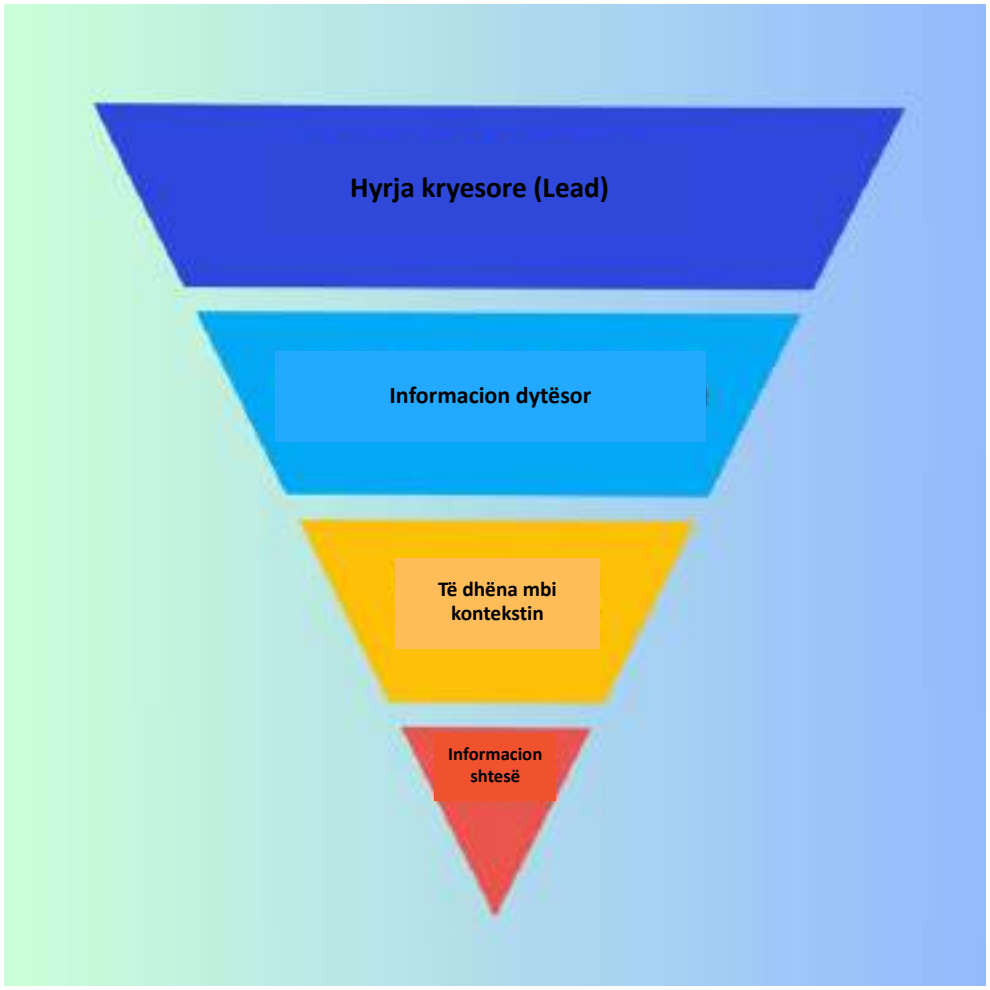
## STRUKTURA DHE ELEMENTËT E NJË ARTIKULLI LAJMI

Ka mundësi të ndryshme strukturore që mund të përdoren për zhvillimin dhe shkrimin e një artikulli ,lajmi të rëndësishëm dhe gjithëpërfshirës.

Megjithatë, sot, struktura më e zakonshme dhe më e njohur e artikujve të lajmeve është ajo që quhet "piramida e kundërt". Struktura e piramidës së kundërt paraqet kompozimin e lajmit nga informacioni më i rëndësishëm deri te ai më pak i rëndësishëm (shih Universiteti i Hull 2024; Telg & Lundy 2015.)
Kjo strukturë përdoret kryesisht për të tërhequr menjëherë vëmendjen dhe fokusin e lexuesit dhe për të siguruar vazhdimisht informacion shtesë që do të sqarojë tërë tekstin e lajmit.

Struktura e **piramidës së kundërt të lajmit** shpjegohet si më poshtë:

- Piramida e kundërt fillon me paragrafin kryesor, i cili është i njohur si "lead" ose "lede". Ky paragraf është i shkurtër dhe përfshin informacionin më të rëndësishëm rreth lajmit dhe pikën kryesore të historisë;
- Paragrafi tjetër është informacioni dytësor. Ky informacion përfshin përshkrimin e mëtejshëm të paragrafit lead me statistika shtesë dhe të dhëna të tjera relevante;
- Pjesa tjetër e piramidës përmban informacionin e pas backgroundit. Këtu janë përfshirë të gjitha ngjarjet dhe rrethanat që kanë çuar në pikën ose ngjarjen kryesore të lajmit;
- Si pjesa e fundit është informacioni shtesë. Këto janë të gjitha informacionet që mbështesin historinë kryesore dhe që nuk ishin shpjeguar më parë.




Të gjitha pjesët e mësipërme të piramidës së kundërt gjithashtu përmbajnë disa elementë të cilëve duhet t'u japin përgjigje.

Kjo strukturë e shkrimit të lajmeve duhet të përgjigjet për “**pesë W-të dhe një H**” (shih Bazat e Shkrimit të Lajmeve).(*Who? What? When? Where? Why? How?*)

Këto janë pyetje që lajmi duhet t'u japë përgjigjet për të ofruar informacionin e plotë lidhur me temën/ngjarjen.

Më saktësisht, artikulli i lajmit duhet të ofrojë përgjigjet për:

**Kush? Çfarë? Kur? Ku? Pse? Si?**

Disa autorë që merren me këto çështje konsiderojnë se në pjesën kryesore të piramidës duhet të ofrohet informacioni më i rëndësishëm lidhur me artikullin dhe të ndiqet me informacionin dytësor.

Në përgjithësi, artikulli i lajmit, për të qenë relevant, duhet të ndjekë strukturën e caktuar të paraqitjes së informacionit duke theksuar informacionin më të rëndësishëm që në fillim dhe duke shtuar të gjitha burimet relevante që duhet të pasojnë. Këto fakte që pasojnë janë shumë të rëndësishme dhe kontribuojnë në leximin kritik të lexuesve, duke u ofruar atyre faktet që do t'u shërbejnë për shqyrtimin më të thelluar të të dhënave të paraqitura në artikullin e lajmit.




## VLERËSIMI I BURIMEVE DHE PROVAVE

Lajmet e rreme janë bërë më të shpeshta sot dhe është e nevojshme të lexojmë kritikisht për të shmangur shpërndarjen e këtij informacioni në mënyrë të gjerë ose për të vepruar në përputhje me të. Prandaj, aftësia për të zbuluar burimet relevante të provave është thelbësore.

Lajmet e rreme janë bërë më të shpeshta sot dhe është e nevojshme të lexojmë kritikisht për të shmangur shpërndarjen e këtij informacioni në mënyrë të gjerë ose për të vepruar në përputhje me të. Prandaj, aftësia për të zbuluar burimet relevante të provave është thelbësore.

Një nga mënyrat për të zbuluar dhe vlerësuar burimin dhe provat e vërteta është **mekanizmi SIFT**, i krijuar nga Mike Caufield (shih: Vlerësimi i Burimeve të Lajmeve).

**SIFT është një shkurtim i:**
**Stop**

**Investigate** the Source

**Find** better coverage

**Trace** claims, quotes and media to the original context

(Ndalo,Hetoni Burimin,Gjeni mbulim më të mirë,Gjurmoni pretendimet, citimet dhe mediat në kontekstin origjinal)

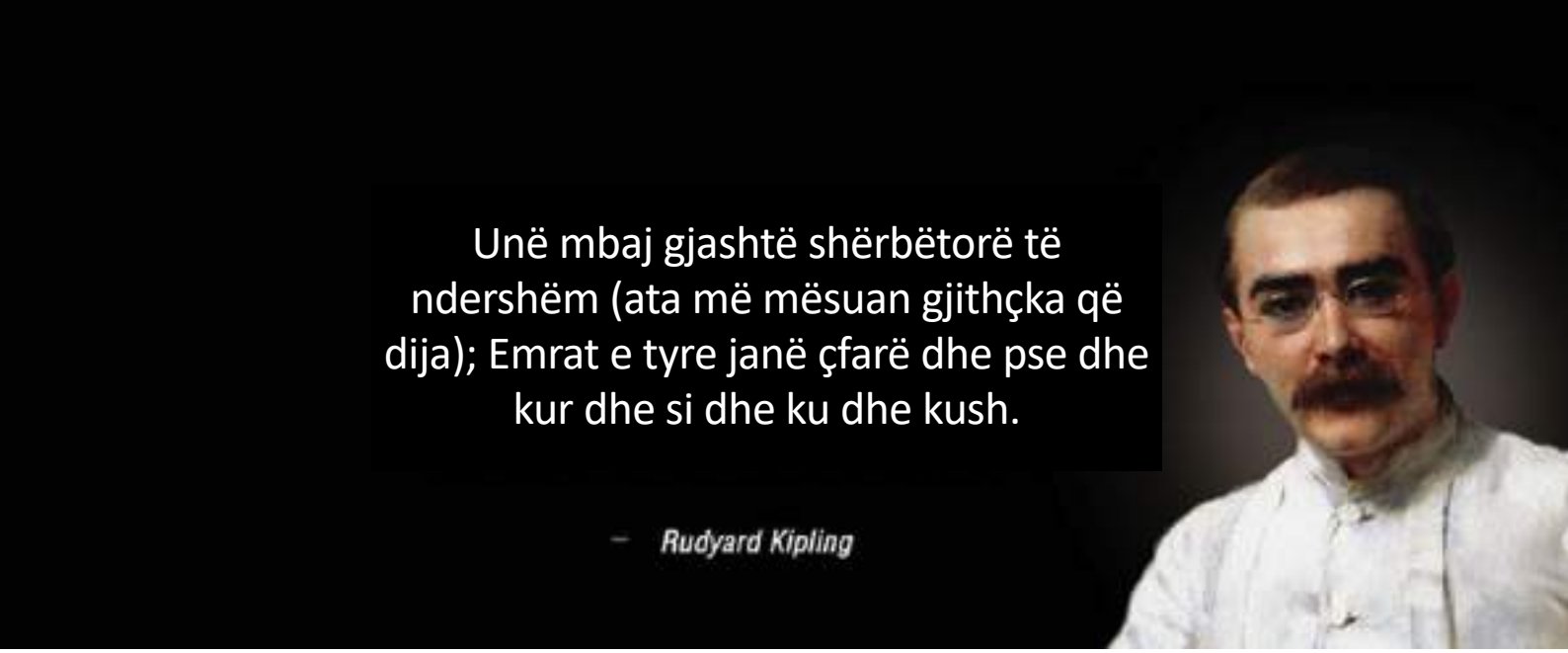
Duke ndjekur mekanizmin SIFT, qëllimi është që lexuesi të mund të rishqyrtojë burimin nga i cili po merr informacionin; të marrë parasysh sa i rëndësishëm është burimi dhe nëse mund të besojë në të; të jetë i aftë të kërkojë burime të tjera që mbulojnë të njëjtin lajm dhe të analizojë sa mirë informacioni i paraqitur korrespondon me situatën reale dhe saktësinë e të dhënave origjinale.

## Dallimi Midis Lajmit dhe Mendimit

Nga struktura e përmendur më lart e artikullit të lajmit dhe interpretimi i provave është e dukshme se kur flasim për dallimin mes lajmit dhe mendimit, ne në fakt bëjmë një dallim mes fakteve dhe mendimeve.

Lajmi bazohet në fakte që mund të verifikohen dhe të konfirmohen si të vërteta, gjë që nuk është e njëjta gjë me mendimin. Mendimet përcaktohen si qëndrime personale, pikëpamje dhe gjykime të autorit që po shkruan tekstin përkatës lidhur me çështjen që përshkruhet brenda tekstin. Ndryshe nga lajmi, ato konsiderohen si faktikë për shkak të të dhënave të provuara që ato ofrojnë që "[…] përgjigjen pyetjeve të kush, çfarë, ku, kur, pse dhe si […]" (shih Izen 2021).

Dallimi mes lajmit (fakteve) dhe mendimit është thelbësor për ndërtimin e leximit kritik dhe ndihmon lexuesit të kuptojnë më mirë kontekstin e vërtetë të çështjeve për të cilat ata po lexojnë. Për më tepër, ky dallim ndihmon lexuesin të rishqyrtojë mendimet e ekspozuara dhe të mos i marrë ato si një të vërtetë të pandryshueshme.




## *BURIME SHTESË*


- Jennifer Duncan, (no date), "Lexim Kritik"
  *Fletushka - Qendra e Shkrimit, Universiteti i Torontos Scarborough.*
- *University of Hull (2024),* "Komunikimi publik: Artikull gazete"
- Ricky Telg & Lisa Lundy, (2015), "News writing for print"
  *IFAS shtese, Universiti i Floridas.*
- The George Mason University Writing Center (2024) "Bazat e shkrimit të lajmeve"
  *George Mason University*.
- *Rutgers University Libraries (2024) "Vlerësimi i burimeve të lajmeve"*
- Spencer Izen (2021) "Lajmet vs. Opinion vs. Analiza", *The Griffins` Nest*
- New York News Publishers Association, (no date), "Kuptimi i medias së lajmeve: Fakti kundër Opinionit"

Mësimi 15

# Perspektiva globale mbi lajmet

Raportimi i lajmeve ndryshon ndjeshëm nëpër botë, i formuar nga kontekstet politike, kulturore dhe ekonomike. Kuptimi i këtyre dallimeve është thelbësor për të pasur një perspektivë të mirë mbi ngjarjet globale. Ne do të shqyrtojmë se si lajmet raportohet ndryshe nëpër shtete, ndikimin e mjediseve politike dhe kulturore mbi gazetarinë dhe ndikimin e agjencive ndërkombëtare të lajmeve. Qëllimi është të pajisim lexuesit me mjetet për të vlerësuar kritikisht lajmet nga një perspektivë globale.

## Analizë Krahasuese e Lajmeve në Shtete të Ndryshme

Organizatat e lajmeve në shtete të ndryshme veprojnë nën korniza të ndryshme, të cilat ndikojnë në mënyrën se si ngjarjet raportohet. Këto korniza përfshijnë mjediset rregullatore, nivelet e lirisë së shtypit dhe standardet gazetareske.

**Shtetet e Bashkuara të Amerikës**
SHBA ka një peizazh mediatik shumë konkurrues me një traditë të fortë të gazetarisë investigative dhe lirisë së shtypit. Megjithatë, rritja e kanaleve lajmesh partiake si Fox News dhe MSNBC ka kontribuar në një mjedis mediatik të polarizuar.

**Mbretëria e Bashkuar**
Media britanike është e njohur për një përzierje të kanaleve publike dhe komerciale. BBC, e financuar nga publiku, njihet për raportimin e saj neutral dhe të thelluar. Ndërsa, tabloidet si The Sun janë të njohura për historitë sensacionale.

**Kina**
Në Kinë, peizazhi mediatik kontrollohet ngushtë nga qeveria. Media shtetërore si Xinhua News Agency dhe China Daily paraqesin informacione që janë në përputhje me politikat e qeverisë dhe gazetaria e pavarur është shumë e kufizuar.

**Rusia**
Media ruse gjithashtu dominohet nga kanale shtetërore si RT (Russia Today) dhe Sputnik. Këto media shpesh pasqyrojnë perspektivën e qeverisë, ndërsa mediat e opozitës hasin censurë.

**India**
Media indiane është e larmishme, me mijëra organizata lajmesh që shërbejnë një popullsi prej më shumë se 1.4 miliardë njerëzish. Ndërkohë që ekziston liria e shtypit, interesat politike dhe korporative kanë një ndikim të madh, duke çuar në shqetësime për raportimin e njëanshëm në kanale si Times of India dhe NDTV.

Krahasimi i këtyre mjediseve mediatike thekson ndryshimin në raportimin e lajmeve në të gjithë botën. Ndërsa disa shtete gëzojnë lirinë e shtypit, të tjera përballen me censurën dhe kontrollin politik, që mund të ndryshojnë narrativën e ngjarjeve globale.

### Ndikimi i Konteksteve Politike dhe Kulturore në Raportimin e Lajmeve

Kontekste politike dhe kulturore formësojnë jo vetëm se çfarë raportohet, por edhe si raportohet. Gazetarët në të gjithë botën duhet të navigojnë në nivele të ndryshme ndërhyrjeje nga qeveria, pritshmërive publike dhe normave kulturore.

### Kontrolli dhe Censura nga Qeveria

Në shtetet me regjime autoritare, si Koreja e Veriut ose Arabia Saudite, lajmet kontrollohen ngushtësisht nga qeveria. Gazetarët përballen me kufizime të rrepta dhe opinionet kritike shtypen. Ndërsa, në demokracitë si ato të Europës Perëndimore, shpesh ekzistojnë mbrojtje të forta për lirinë e shtypit, megjithatë ndikimet politike dhe korporative mund të ndryshojnë ende mbulimin e informacionit.

Për shembull, organizata si Reporterët pa Kufij ndjekin lirinë e shtypit në nivel global, duke ofruar renditjet vjetore të Indeksit të Lirisë së Shtypit që tregojnë shtetet ku gazetaria është më e kufizuar ose ku ajo lulëzon.

### Normat dhe Vlerat Kulturore

Faktorët kulturorë luajnë një rol të rëndësishëm në formësimin e fokusit dhe tonit të raportimit të lajmeve. Për shembull, organizatat lajmesh perëndimore shpesh theksojnë liritë individuale dhe të drejtat e njeriut, ndërsa lajmet në shumë shtete aziatike mund të prioritizojnë mirëqenien kolektive dhe stabilitetin kombëtar. Në Japoni, media si NHK World janë të njohura për raportimin e matur dhe të mbajtur, duke reflektuar vlerat kulturore më të gjera të harmoniës dhe përgjegjësisë sociale.

Po ashtu, në shumë shtete të Afrikës, agjencitë e lajmeve lokale theksojnë raportimin bazuar në komunitet dhe përqendrohen në çështje zhvillimi si arsimi, shëndetësia dhe infrastruktura, duke reflektuar shqetësimet e menjëhershme të shoqërive të tyre.

## Agjencitë Ndërkombëtare të Lajmeve dhe Ndikimi i Tyre

Agjencitë ndërkombëtare të lajmeve luajnë një rol thelbësor në formësimin e rrjedhës globale të informacionit. Këto agjenci shpesh vendosin agjendën për atë që raportohet në shtete më të vogla dhe në media lokale.




Reuters

Një nga agjencitë më të mëdha ndërkombëtare të lajmeve, Reuters ka selinë në Mbretërinë e Bashkuar dhe ka një reputacion për raportim objektiv dhe neutral. Arritja e saj globale do të thotë se shumë organizata më të vogla lajmesh mbështeten në Reuters për mbulimin ndërkombëtar.

**Associated Press (AP)**

AP është një agjenci lajmesh me seli në SHBA që ofron lajme për media në mbarë botën. Ajo operon në një model bashkëpunimi, duke lejuar që përmbajtja e saj të shpërndahet në mijëra media. Ndikimi i saj në lajmet globale është i rëndësishëm, pasi shpesh shërben si burimi kryesor i lajmeve ndërkombëtare për organizata më të vogla.

**L'Agence France-Presse (AFP)**

AFP është një agjenci lajmesh franceze me një prani të fortë në Europë dhe Afrikë. E njohur për raportimin e saj në shumë gjuhë, AFP mbulon ngjarje globale nga një perspektivë qartë evropiane, duke u përqëndruar shpesh në çështje të të drejtave të njeriut, konflikteve dhe ndryshimeve mjedisore.

**Al Jazeera**

Me seli në Katar, Al Jazeera është bërë një lojtar kryesor në lajmet ndërkombëtare, veçanërisht në Lindjen e Mesme. Mbulesa e saj shpesh sfidon narrativat perëndimore, duke ofruar një këndvështrim të ndryshëm mbi konfliktet globale, veçanërisht në botën arabe.

Këto agjenci kanë një ndikim të thellë në narrativat e lajmeve globale. Organizatat më të vogla ose ato me më pak burime shpesh ribotojnë përmbajtje nga këto agjenci, që do të thotë se mënyra se si lajmet paraqiten nga organizata si Reuters ose AP mund të formësojnë perceptimin publik në mbarë botën.

Raportimi i lajmeve në të gjithë botën është i ndikueshëm nga një sërë faktorësh, përfshirë kontekstin politik, kulturor dhe ekonomik. Një analizë krahasuese tregon dallime të mëdha në mënyrën se si lajmet paraqiten, ndërsa agjencitë ndërkombëtare të lajmeve kanë një ndikim të fuqishëm në median globale. Duke kuptuar këto dinamika, ne, lexuesit, mund të vlerësojmë më mirë diversitetin e perspektivave të lajmeve dhe të angazhohemi në mënyrë kritike me raportimin global.

## *BURIME SHTESË*

- Indeksi Botëror i Lirisë së Shtypit

  *Publikuar nga Reporterët pa Kufij, ky indeks krahason nivelin e lirisë së shtypit që gëzojnë gazetarët në 180 shtete dhe territore, duke ofruar një përmbledhje të gjerë të lirisë së shtypit në nivel global.*

- Evolucioni dhe ndikimi i agjencive të lajmeve në gazetarinë globale

  *Ky artikull diskuton rolin e agjencive ndërkombëtare të lajmeve në formësimin e gazetarisë globale, duke theksuar ndikimin e tyre në shpërndarjen e lajmeve dhe përmbajtjen e tyre.*

- Eksplorimi i Evolucionit dhe Rolit të Agjencive të Lajmeve

  *Në këtë blog, do të shqyrtojmë historinë, funksionet dhe rëndësinë e agjencive të lajmeve në komunikimin masiv modern.*

MEDIActive
YOUTH
BALKANS

# Projekti MEDIActive Youth: Informimi i Ballkanit

Co-funded by
the European Union