unesco

QYTETARË
TË AFTËSUAR MBI
MEDIAN DHE INFORMACIONIN

MENDIM KRITIK, KLIKIM I MENÇUR!

KURIKULA E EDUKIMIT MBI MEDIAN DHE INFORMACIONIN PËR MËSUESIT DHE NXËNËSIT

Albanian Media Institute
Instituti Shqiptar i Medias

Botuar në vitin 2022 nga Organizata e Kombeve të Bashkuara për Edukimin, Shkencën dhe Kulturën,7, place de Fontenoy, 75352 Paris 07 SP, France dhe Instituti Shqiptar i Medias, Gjin Bue Shpata 1019 Tiranë, Shqipëri.

© UNESCO/ ISHM 2022

ISBN 978-92-3-000162-9

Ky botim mund të gjendet në Open Access dhe të përdoret duke respektuar rregullat e licensës Attribution-ShareAlike 3.0 IGO (CG-BY-SA 3.0 IGO (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/igo/). Me përdorimin e këtij materiali, përdoruesit bien dakord që të respektojnë kushtet e përdorimit të fondit të hapur për publikun të UNESCO-s (https://en.unesco.org/open-access/terms-use-ccbysa-en).

Titulli origjinal: Media and information literate citizens: think critically, click wisely! Botuar për herë të pare në vitin 2021 nga Organizata e Kombeve të Bashkuara për Edukimin, Shkencën dhe Kulturën (UNESCO) 7, place de Fontenoy, 75352 Paris 07 SP, France.

Përshkrimet e përdorura dhe prezantimi i materialeve përgjatë gjithë këtij botimi nuk nënkuptojnë në asnjë lloj mënyre opinionet e shprehura të UNESCO-s lidhur me statusin ligjor të një vendi, territori apo krahine, të autoriteteve të tyre, apo të përcaktimit të kufijve të tyre.

Autorët janë përgjegjës për zgjedhjen dhe prezantimet e fakteve që gjenden në këtë libër dhe opinioneve të shprehura në të, të cilat jo domosdoshmërisht janë ato të UNESCO-s dhe nuk përcaktojnë qëndrimin e organizatës.

Shqipëroi: Bledar Valca

Redaktoi: Agim Doksani

Autorët:

Alton Grizzle, Carolyn Wilson, Ramon Tuazon, C.K. Cheung, Jesus Lau, Rachel Fischer, Dorothy Gordon, Kwame Akyempong, Jagtar Singh, Paul R. Carr, Kristine Stewart, Samy Tayie, Olunifesi Suraj,Maarit Jaakkola, Gina Thésée, Curmira Gulston

Përkthimi i këtij botimi në gjuhën shqipe është financuar nga Bashkimi Evropian. Përmbajtja e tij është përgjegjësi vetëm e autorëve të tij dhe nuk pasqyron domosdoshmërisht pikëpamjet e Bashkimit Evropian.

Dizenjimi grafik: UNESCO/Katharine Mugridge *Kopertina:* UNESCO/Katharine Mugridge *Faqosja:* M&B Botime dhe Studio Grafike Shtypur nga Instituti Shqiptar i Medias Tiranë, Shqipëri

PARATHËNIE

Audrey Azoulay,
Drejtore e Përgjithshme
e UNESCO-s

"Mendim kritik, klikim i mençur! Qytetarë të aftësuar mbi median dhe informacionin"

BOTIMI I DYTË I KURRIKULËS
SË UNESCO-S PËR FORMIMIN
MBI MEDIAT DHE KOMUNIKIMIN
PËR MËSUESIT DHE NXËNËSIT

Pandemia Covid-19 ka treguar shumë qartë se marrja e informacionit të besueshëm dhe të bazuar në fakte është parësore për marrjen e vendimeve potencialisht jetëshpëtuese dhe pjesëmarrjen në të gjitha sferat e shoqërisë. Ajo është një shtyllë kritike e demokracisë dhe ndikon së tepërmi në aftësinë tonë për të adresuar çdo çështje madhore më të cilën ballafaqohemi, qofshin këto ndryshime klimatike, lëvizje migratore, konflikte apo varfëri.

Si e tillë, ajo duhet trajtuar si e mirë publike, në të njëjtën mënyrë siç trajtojmë ujin e pijshëm apo ajrin që thithim.

Pandemia ka shkaktuar çinformim dhe ka shpërndarë gjerësisht thashetheme, veçanërisht përmes mediave sociale, të cilën shumë, përfshirë dhe Sekretarin e Përgjithshëm të Kombeve të Bashkuara, e kanë emërtuar "infodemi". Sidoqoftë, këto sfida nuk duhet të përbënin të papritura. Ato janë rezultat i ndryshimeve madhore teknologjike të dekadave të fundit që kanë nxjerrë tërësisht në pah mënyrat se si komunikojmë, ndërveprojmë dhe informohemi. Pothuajse shtatëdhjetë përqind e të rinjve sot në botë janë në internet.[1] Çdo ditë, njerëzit shohin miliarda orë video në YouTube,[2] pothuajse dy miliardë në mesin tonë lidhen përmes Facebook[3], dhe shumë individë i përdorim këto platforma si burimin parësor të lajmeve dhe informimit rreth botës.

Nuk është rastësi që ne po shohim globalisht rënien e besueshmërisë së informacionit në rekorde historike, në një shkallë edhe më dramatike për informacionin e gjendur në internet, por edhe në atë që ofrohet nga mediat tradicionale dhe qeveritë.[4]

1 ITU, 2020.
2 YouTube, 2021.
3 Facebook, 2021.
4 Barometri i besimit Edelman 2021 (sondim i 33,000 njerezve mbi 18 vjeç në 28 shtete të ndryshme): Besimi në informim është në rekorde të ulta historike – vetëm 35% e njerëzve i besojnë asaj që shohin në media sociale dhe 53% asaj mediat tradicionale. Pothuajse 60% e njerëzve besojnë se gazetarët dhe udhëheqësit qeveritar po përpiqen qëllimisht të keqinformojnë.

Këto ndryshime kanë sjellë mundësi të reja e shumë të mëdha për të arsimuar, debatuar dhe shprehur vetveten, por kërkojnë një të kuptuar tërësisht të ri të informacionit dhe mënyrave të shpërhapjes së tij dhe burimit të tij – qoftë në internet apo jashtë tij – si dhe gjithë problematikat e çështjeve të lidhura me të, që nga të kuptuarit e medias dhe kërkimit shkencor, deri tek etika dhe mbrojtja e të dhënave, apo ndikimi i algoritmeve dhe inteligjencës artificiale.

Shkurtimisht, ky është edukimi mbi median dhe informacionin, tematika e këtij programi të ri të UNESCO-s që është ndërtuar pas tetëmbëdhjetë muajsh konsultimesh mbarëbotërore, të cilat kisha kënaqësinë të lançoja në Republikën e Serbisë në shtator 2019. Ai është projektuar që të shërbejë si kornizë përcaktuese mbarëbotërore për përthithjen e këtyre cilësive kyç për shekullin XXI, në vitet e ardhshme. Ai ofron gjithashtu një themel të qëndrueshëm të fokusit të ripërtërirë të UNESCO-s në punën tonë me qeveritë, median, shoqërinë civile dhe platformat online për ta sjellë çështjen në zemër të axhendës arsimore mbarëbotërore.

Këto janë çështje që na ndikojnë të gjithëve dhe çdo shtet duhet të punojë për të vënë në lëvizje politika institucionale që e reflektojnë atë. Çdo sistem arsimor në mbarë botën duhet të ndërtojë në mënyrë të përshtatshme mendje kritike që lundrojnë rrjedhat e informacionit të sotëm, verifikojnë burimet, dallojnë faktet nga trillimi, pengojnë gjuhën e urrejtjes dhe mbi të gjitha, marrin vendime të informuara në lidhje me jetët e tyre.

Në çdo rast, ne duhet të shkojmë përtej edukimit zyrtar sistematik për të krijuar instrumente të rinj që ndikojnë të gjithë njerëzit e të gjitha moshave përmes një qasje mësimore që zgjat gjithë jetën dhe i përgjigjet mjedisit vazhdimisht të ndryshueshëm të informacionit. Kjo do të thotë të punosh pikërisht në vendet ku buron çinformimi, përfshirë vetë platformat e mediave sociale dhe grupet e margjinalizuara që mund të jenë jashtë ekosistemeve standarde të informimit.

E ardhmja e shoqërive demokratike dhe përgjigja ndaj sfidave mbarëbotërore të çdo forme do të varet pjesërisht nga garantimi që çdo qytetar të mund "të mendojë në mënyrë kritike dhe të klikojë në mënyrë të përgjegjshme". Ajo do të varet nga garantimi i edukimit mbi median dhe informacionin për të gjithë.

PËRMBLEDHJE E SHKURTËR

A mund t'i përmirësojmë shoqëritë duke klikuar në mënyrë të mençur?

Ofruesit e informacionit si bibliotekat, arkivat, muzetë dhe kompanitë e mediave dhe komunikimeve dixhitale mund të prodhojnë zhvillim gjithëpërfshirës dhe të qëndrueshëm. Sidoqoftë, ato nuk ngrihen gjithmonë në nivelin e këtyre idealeve, gjë që krijon sfida për përdoruesit e këtyre shërbimeve. Ofruesit e informacionit të çdo lloji ekspozohen ndaj mundësive të reja për edukim të vazhdueshëm. Por në të njëjtën kohë, ato ekspozohen ndaj sfidave si çinformimi dhe dezinformimi, gjuha e urrejtës dhe dhunimi i privatësisë online, midis shumë të tjerash.

Edukimi mbi median dhe informacionin është një tërësi kompetencash që ndihmon individët të maksimizojnë avantazhet dhe të minimizojnë dëmet. Edukimi mbi median dhe informacionin përfshin kompetencash që mundësojnë individët të përfshihen në mënyrë kritike dhe efikase me: përmbajtjen e komunikimit; institucionet që lehtësojnë këtë përmbajtje; dhe përdorimin e teknologjive dixhitale. Aftësitë në këtë fusha janë thelbësore për të gjithë qytetarët, pavarësisht moshës apo prejardhjes së tyre.

Pothuajse 60% e popullsisë së botës përdor internetin, megjithëse ende mungon një trajnim i gjerë dhe i qëndrueshëm mbi median dhe informacionin.

Kjo kurikul inovatore prezanton një kornizë shteruese aftësish mbi edukimin për median dhe informimin, duke i ofruar mësuesve dhe nxënësve sugjerime pedagogjike të strukturuara. Ajo karakterizohet nga module të larmishme dhe të detajuara që mbulojnë gamën e kompetencave të domosdoshme për të lundruar ekosistemin e sotshëm të komunikimit. Ky burim lidh edukimin mbi median dhe informacionin me çështjet koherente si inteligjenca artificiale, edukimi qytetar dixhital, edukimi për zhvillim të qëndrueshëm, edukimi qytetar dhe rritja eksponenciale e çinformimit dhe dezinformimit. Përmes përdorimit efikas të kësaj kurikule edukimi mbi median dhe komunikimin, cilido mund të edukohet mbi median dhe komunikimin si dhe të mësojë kolegët e tij apo të saj mbi edukimin mbi mediat dhe informacionin.

UNESCO

"Meqënëse luftërat fillojnë në mendjet e burrave e grave, në mendjet e burrave dhe grave duhet të ndërtohen mekanizmat mbrojtës të paqes".

PËRMBAJTJA

Parathënia	III
PJESA 1:	**2**
Korniza e Kurikulës dhe Kompetencave	2
PJESA 2:	**50**
Modulet	50
Hyrje: Si ta përdorësh këtë Kurikul EMI?	52
Fjalori i termave	377

Asambleja e Përgjithshme e OKB i bën thirrje Vendeve Anëtare dhe grupeve të interesit:

"të zhvillojnë dhe të implementojnë politika, plane veprimi dhe strategji të lidhura me promovimin e edukimit për median dhe informimin, si dhe për të shtuar vetëdijen, kapacitetin parandalues dhe mbrojtës ndaj dezinformimit dhe çinformimit, sipas rastit".

Rezoluta: Java e Edukimit Global mbi Median dhe Informimin. A/RES/75/267

PJESA 1: KORNIZA E KURIKULËS DHE KOMPETENCAVE	**1**
Hyrje	3
Nocionet unifikuese të edukimit mbi median dhe informacionin	9
Përfitimet dhe kërkesat e EMI	13
Temat kryesore të Kurikulës EMI për mësuesit dhe nxënësit	15
Politika dhe vizioni	22
Njohuria e informimit, medias, komunikimit dixhital për zhvillim të qëndrueshëm, paqe, diskurs demokratik dhe pjesëmarrje shoqërore	22
Vlerësimi i informacionit, medias dhe komunikimit dixhital	25
Kompetencat bazë për mësuesit	26
Pedagogjitë e mësimit dhe të nxënit të EMI: Përdorimi i kurrikulës	37
Shtojcë: Përzgjedhje për edukimin për mediat dhe informacionin dhe burime të tjera	41
PJESA 2: MODULET	**51**
Hyrje: Si ta përdorësh kurikulën EMI	52
Audienca e synuar e kurikulës EMI	52
Karakteristikat kryesore të kurikulës EMI	53
Procesi i përshtatjes së kurikulës EMI: Rekomandime	54
Strategjitë e integrimit	55
MODULI 1: MODULI THEMELTAR: NJË HYRJE NË EDUKIMIN MBI MEDIAT DHE INFORMACIONIN DHE KONCEPTE TË TJERA KRYESORE	**57**
Sfondi dhe arsyeja	58
NJËSIA 1: KUPTIMI I EDUKIMIT PËR MEDIAN DHE INFORMACIONIN : NJË ORIENTIM	63
Temat kryesore	63
Objektivat mësimorë	63
Qasjet dhe veprimtaritë pedagogjike	66
Vlerësimi dhe rekomandimet	70
NJËSIA 2: EMI, PJESËMARRJA QYTETARE DHE E DREJTA E INFORMIMIT	70
Temat kryesore	70
Objektivat mësimorë	70
Qasjet dhe veprimtaritë pedagogjike	72
Qasjet dhe veprimtaritë pedagogjike	75
Vlerësimi dhe rekomandimet	76
NJËSIA 3: NDËRVEPRIMI ME MEDIAN DHE AKTORË TË TJERË TË INFORMIMIT SI BIBLIOTEKAT, ARKIVAT DHE KOMPANITË E KOMUNIKIMEVE NË INTERNET	77
Temat kryesore	77
Objektivat mësimorë	77
Qasjet dhe veprimtaritë pedagogjike	78
Vlerësimi dhe rekomandimet	81
NJËSIA 4: EMI, AFTËSITË DIXHITALE, PJESËMARRJA / KRIJIMTARIA KULTURORE DHE SIPËRMARRJA	82
Temat kryesore	82
Objektivat mësimorë	82
Qasjet dhe veprimtaritë pedagogjike	84
Vlerësimi dhe rekomandimet	87

NJËSIA 5: EMI, MËSIMDHËNIA DHE EDUKIMI I VAZHDUESHËM 88
Temat kryesore 88
Objektivat mësimorë 88
Qasjet dhe veprimtaritë pedagogjike 88
Vlerësimi dhe rekomandimet 9

MODULI 2: KUPTIMI I INFORMACIONIT DHE TEKNOLOGJISË 93
Sfondi dhe arsyeja 94
NJËSIA 1: TEKNOLOGJIA, MEDIA DHE SHOQËRIA 97
Temat kryesore 97
Objektivat mësimorë 97
Qasjet dhe veprimtaritë pedagogjike 99
Vlerësimi dhe rekomandimet 101
NJËSIA 2: LIRIA, ETIKA DHE PËRGJEGJËSIA SOCIALE 101
Temat kryesore 101
Objektivat mësimorë 101
Qasjet dhe veprimtaritë pedagogjike 103
Vlerësimi dhe rekomandimet 105
NJËSIA 3: ÇFARË PËRBËN LAJM: SHQYRTIMI I KRITEREVE 106
Temat kryesore 106
Objektivat mësimorë 106
Qasjet dhe veprimtaritë pedagogjike 107
Vlerësimi dhe rekomandimet 109
NJËSIA 4: PROCESI I ZHVILLIMIT TË LAJMIT: PËRTEJ 5W DHE 1H 110
Temat kryesore 110
Objektivat mësimorë 110
Vlerësimi dhe rekomandimet 113

MODULI 3: KËRKIMI, CIKLI I INFORMACIONIT, PËRPUNIMI DIXHITAL I INFORMACIONIT, PRONËSIA INTELEKTUALE 117
Sfondi dhe arsyeja 118
NJËSIA 1: SI NDËRTOHET INFORMACIONI AKADEMIK DHE SHKENCOR 122
Temat kryesore 122
Objektivat mësimorë 122
Qasjet dhe veprimtaritë pedagogjike 122
Vlerësimi dhe rekomandimet 124
NJËSIA 2: KËRKIMI: EKSPLORIMI STATEGJIK I INFORMACIONIT 124
Temat kryesore 124
Objektivat mësimorë 125
Qasjet dhe veprimtaritë pedagogjike 125
Vlerësimi dhe rekomandimet 129
NJËSIA 3: VLERËSIMI I INFORMACIONIT AKADEMIK DHE SHKENCOR 129
Temat kryesore 129
Objektivat mësimorë 129

Qasjet dhe veprimtaritë pedagogjike 130
Vlerësimi dhe rekomandimet 132
NJËSIA 4: KONCEPTE DHE ZBATIMI I EDUKIMIT MBI INFORMACIONIN 133
Temat kryesore 133
Objektivat mësimorë 133
Qasjet dhe veprimtaritë pedagogjike 134
Vlerësimi dhe rekomandimet 136
NJËSIA 5: MJEDISI I NXËNIES DHE EDUKIMIT MBI INFORMACIONIN 137
Temat kryesore 137
Objektivat mësimorë 137
Qasjet dhe veprimtaritë pedagogjike 137
Vlerësimi dhe rekomandimet 140
NJËSIA 6: EDHE NJË HERË MBI PËRPUNIMIN E INFORMACIONIT DIXHITAL 141
Temat kryesore 141
Objektivat mësimorë 141
Qasjet dhe veprimtaritë pedagogjike 142
Vlerësimi dhe rekomandimet 144
NJËSIA 7: PRONËSIA INTELEKTUALE DHE NJOHJA E AUTORËSISË 144
Temat kryesore 144
Objektivat mësimorë 144
Vlerësimi dhe rekomandimet 146

MODULI 4: AFTËSITË E EDUKIMIT PËR MEDIAN DHE INFORMACIONIN QË LUFTOJNË ÇINFORMIMIN, DEZINFORMIMIN DHE GJUHËN E URREJTJES: NË MBROJTJE TË KËRKIMIT PËR TË VËRTETËN DHE PAQEN 149

Sfondi dhe arsyeja 150
NJËSIA 1: ÇËSHTJE TË SË VËRTETËS 154
Temat kryesore 154
Objektivat mësimorë 154
Qasjet dhe veprimtaritë pedagogjike 154
Vlerësimi dhe rekomandimet 156
NJËSIA 2: EKOSISTEMI I ÇINFORMIMIT DHE DEZINFORMIMIT 157
Temat kryesore 157
Objektivat mësimorë 157
Qasjet dhe veprimtaritë pedagogjike 157
Vlerësimi dhe rekomandimet 161
NJËSIA 3: MEDIA DHE ÇINFORMIMI 161
Temat kryesore 161
Objektivat mësimorë 161
Qasjet dhe veprimtaritë pedagogjike 162
Vlerësimi dhe rekomandimet 163
NJËSIA 4: IMPAKTET E PËRMBAJTJES SË RREME DHE ÇORIENTUESE MBI INDIVIDËT DHE SHOQËRITË 163
Temat kryesore 163

Objektivat mësimorë 163
Qasjet dhe veprimtaritë pedagogjike 164
Vlerësimi dhe rekomandimet 165
NJËSIA 5: EDUKIMI MBI MEDIAN E INFORMACIONIN DHE ÇINFORMIMI 165
Temat kryesore 165
Objektivat mësimorë 165
Qasjet dhe veprimtaritë pedagogjike 165
Vlerësimi dhe rekomandimet 166
MODULI 5: AUDIENCA SI QYTETARË 169
Sfondi dhe arsyeja 170
NJËSIA 1: KUPTIMI I QYTETARISË GLOBALE 174
Temat kryesore 174
Objektivat mësimorë 174
Qasjet dhe veprimtaritë pedagogjike 174
Vlerësimi dhe rekomandimet 178
NJËSIA 2: AUDIENCA: KONTEKSTET KOMBËTARE DHE GLOBALE 178
Temat kryesore 178
Objektivat mësimorë 178
Qasjet dhe veprimtaritë pedagogjike 180
Vlerësimi dhe rekomandimet 182
NJËSIA 3: EMI, MEDIA DIXHITALE DHE ANGAZHIMI QYTETAR 182
Temat kryesore 183
Objektivat mësimorë 183
Qasjet dhe veprimtaritë pedagogjike 184
Vlerësimi dhe rekomandimet 185
NJËSIA 4: INFORMIMI I UDHËHEQUR NGA QYTETARËT DHE GAZETARIA QYTETARE 186
Temat kryesore 186
Objektivat mësimorë 186
Qasjet dhe veprimtaritë pedagogjike 187
Vlerësimi dhe rekomandimet 189
MODULI 6: PËRFAQËSIMI NË MEDIA DHE INFORMACION: PASQYRYRIMI I BARAZISË GJINORE 193
Sfondi dhe arsyeja 194
NJËSIA 1: KONCEPTI I PËRFAQËSIMIT 197
Temat kryesore 198
Objektivat mësimorë 198
Qasjet dhe veprimtaritë pedagogjike 198
Vlerësimi dhe rekomandimet 199
NJËSIA 2: RAPORTIMI I LAJMIT DHE FUQIA E IMAZHIT 200
Temat kryesore 200
Objektivat mësimorë 200
Qasjet dhe veprimtaritë pedagogjike 200
Vlerësimi dhe rekomandimet 205

NJËSIA 3: KODET INSTITUCIONALE MBI DIVERSITETIN DHE PËRFAQËSIMIN 205
Temat kryesore 205
Objektivat mësimorë 205
Qasjet dhe veprimtaritë pedagogjike 205
Vlerësimi dhe rekomandimet 206
NJËSIA 4: TELEVIZIONI, FILMI DHE BOTIMET E SHKRUARA 207
Temat kryesore 207
Objektivat mësimorë 207
Qasjet dhe veprimtaritë pedagogjike 207
Vlerësimi dhe rekomandimet 207
NJËSIA 5: PËRFAQËSIMI DHE VIDEOT MUZIKORE 209
Temat kryesore 209
Objektivat mësimorë 209
Qasjet dhe veprimtaritë pedagogjike 210
Vlerësimi dhe rekomandimet 211
MODULI 7: MËNYRA SE SI MEDIA DHE TEKNOLOGJIA NDIKOJNË PËRMBAJTJEN 213
Sfondi dhe arsyeja 214
NJËSIA 1: LEXIMI I MEDIAS DHE TEKSTEVE INFORMUESE 218
Temat kryesore 218
Objektivat mësimorë 218
Qasjet dhe veprimtaritë pedagogjike 218
Vlerësimi dhe rekomandimet 220
NJËSIA 2: MEDIUMI DHE MESAZHI: LAJMET E SHTYPURA DHE TË TRANSMETUARA 220
Temat kryesore 220
Objektivat mësimorë 220
Qasjet dhe veprimtaritë pedagogjike 221
Vlerësimi dhe rekomandimet 221
NJËSIA 3: ZHANRET E FILMAVE DHE TREGIMI I HISTORIVE 222
Temat kryesore 222
Objektivat mësimorë 222
Qasjet dhe veprimtaritë pedagogjike 222
Vlerësimi dhe rekomandimet 223
NJËSIA 4: KOMUNIKIMI NË PLATFORMAT DIXHITALE TË MEDIAVE SOCIALE 223
Temat kryesore 223
Objektivat mësimorë 223
Qasjet dhe veprimtaritë pedagogjike 224
Vlerësimi dhe rekomandimet 226
MODULI 8: PRIVATËSIA, MBROJTJA E TË DHËNAVE DHE JU 229
Sfondi dhe arsyeja 230
NJËSIA 1: KUPTIMI I PRIVATËSISË NË EMI 234
Temat kryesore 234
Objektivat mësimorë 234

Qasjet dhe veprimtaritë pedagogjike 236
Vlerësimi dhe rekomandimet 238
NJËSIA 2: PRIVATËSIA, TË DHËNAT DHE ZHVILLIMI 239
Temat kryesore 239
Objektivat mësimorë 239
Qasjet dhe veprimtaritë pedagogjike 242
Vlerësimi dhe rekomandimet 244
NJËSIA 3: VETËDIJA E DETYRIMEVE INSTITUCIONALE PËR TË MBROJTUR PRIVATËSINË DHE TË DHËNAT TUAJA 245
Temat kryesore 245
Objektivat mësimorë 245
Qasjet dhe veprimtaritë pedagogjike 246
Vlerësimi dhe rekomandimet 249
MODULI 9: MUNDËSITË DHE SFIDAT E INTERNETIT 251
Sfondi dhe arsyeja 252
NJËSIA 1: TË RINJTË DHE BOTA VIRTUALE 255
Temat kryesore 255
Objektivat mësimorë 255
Qasjet dhe veprimtaritë pedagogjike 255
Vlerësimi dhe rekomandimet 257
NJËSIA 2: SFIDAT DHE RISQET E BOTËS VIRTUALE 257
Temat kryesore 257
Objektivat mësimorë 258
Qasjet dhe veprimtaritë pedagogjike 258
Vlerësimi dhe rekomandimet 266
NJËSIA 3: NXËNIA, RRJETËZIMI DHE ANGAZHIMI SHOQËROR ONLINE 266
Temat kryesore 266
Objektivat mësimorë 266
Qasjet dhe veprimtaritë pedagogjike 267
Vlerësimi dhe rekomandimet 270
NJËSIA 4: GJURMËT E EDUKIMIT PËR MEDIAN DHE INFORMACIONIN ONLINE: EDHE NJË HERË PËR ADMINISTRIMIN E PRANISË TËNDE ONLINE 271
Temat kryesore 271
Objektivat mësimorë 271
Qasjet dhe veprimtaritë pedagogjike 273
Vlerësimi dhe rekomandimet 273
MODULI 10: REKLAMA DHE EDUKIMI MBI MEDIAN DHE INFORMACIONIN 277
Sfondi dhe arsyeja 278
NJËSIA 1: REKLAMAT, TË ARDHURAT DHE RREGULLIMET 282
Temat kryesore 282
Objektivat mësimorë 282
Qasjet dhe veprimtaritë pedagogjike 283
Vlerësimi dhe rekomandimet 285

NJËSIA 2: REKLAMAT E TARGETUARA DHE ARENA POLITIKE 286
Temat kryesore 286
Objektivat mësimorë 286
Qasjet dhe veprimtaritë pedagogjike 287
Vlerësimi dhe rekomandimet 289
NJËSIA 3: NJOFTIMET E SHËRBIMEVE PUBLIKE (NSHP) 289
Temat kryesore 289
Objektivat mësimorë 289
Qasjet dhe veprimtaritë pedagogjike 290
Vlerësimi dhe rekomandimet 291
NJËSIA 4: REKLAMAT: PROCESI KRIJUES 291
Temat kryesore 291
Objektivat mësimorë 291
Qasjet dhe veprimtaritë pedagogjike 291
Vlerësimi dhe rekomandimet 293
NJËSIA 5: REKLAMAT NDËRKOMBËTARE DHE "SUPERMARKAT" 293
Temat kryesore 293
Objektivat mësimorë 294
Qasjet dhe veprimtaritë pedagogjike 294
Vlerësimi dhe rekomandimet 295
MODULI 11: INTELIGJENCA ARTIFICIALE, MEDIAT SOCIALE DHE KOMPETENCAT EMI 297
Sfondi dhe arsyeja 298
NJËSIA 1: KUPTIMI I ELEMENTËVE BAZË TË IA DHE PËRDORIMI I IA NË MEDIA SOCIALE 302
Temat kryesore 302
Objektivat mësimorë 302
Qasjet dhe veprimtaritë pedagogjike 302
Vlerësimi dhe rekomandimet
NJËSIA 2: KOMPETENCAT EMI NË EPOKËN E IA DHE MEDIAVE SOCIALE 304
Temat kryesore 304
Objektivat mësimorë 304
Qasjet dhe veprimtaritë pedagogjike 309
Vlerësimi dhe rekomandimet
NJËSIA 3: TË DREJTAT INDIVIDUALE DHE SHOQËRORE, ZGJEDHJET DHE TEKNOLOGJIA 314
Temat kryesore 314
Objektivat mësimorë 314
Qasjet dhe veprimtaritë pedagogjike 315
Vlerësimi dhe rekomandimet 317
NJËSIA 4: PËRDORIMI I IA DHE MEDIAVE SOCIALE NË ZHVILLIM 318
Temat kryesore 318
Objektivat mësimorë 318
Qasjet dhe veprimtaritë pedagogjike 319
Vlerësimi dhe rekomandimet 322

MODULI 12: MEDIAT DIXHITALE, LOJËRAT DHE MEDIAT TRADICIONALE 325
Sfondi dhe arsyeja 326
NJËSIA 1: NGA MEDIA TRADICIONALE TE TEKNOLOGJITË DIXHITALE MEDIATIKE 331
Temat kryesore 331
Objektivat mësimorë 331
Qasjet dhe veprimtaritë pedagogjike 331
Vlerësimi dhe rekomandimet
NJËSIA 2: PËRDORIMI I TEKNOLOGJIVE TË REJA MEDIATIKE NË SHOQËRI: NDRYSHIMI SHOQËROR 332
Temat kryesore 332
Objektivat mësimorë 332
Qasjet dhe veprimtaritë pedagogjike 332
Vlerësimi dhe rekomandimet
NJËSIA 3: PËRDORIMI I INSTRUMENTAVE NDËRVEPRUESE TË MULTIMEDIAS, PËRFSHIRË LOJËRAT DIXHITALE NË KLASË 335
Temat kryesore 335
Objektivat mësimorë 335
Qasjet dhe veprimtaritë pedagogjike 336
Vlerësimi dhe rekomandimet 338
MODULI 13: MEDIA, TEKNOLOGJIA DHE OBJEKTIVAT E ZHVILLIMIT TË QËNDRUESHËM: KONTEKSTI EMI 341
Sfondi dhe arsyeja 342
NJËSIA 1: ROLI I EMI NË OBJEKTIVAT E ZHVILLIMIT TË QËNDRUESHËM 346
Temat kryesore 346
Objektivat mësimorë 346
Qasjet dhe veprimtaritë pedagogjike 347
Vlerësimi dhe rekomandimet 350
NJËSIA 2: DIMENSIONET SHOQËRORE, KULTURORE DHE POLITIKE TË MEDIAS DHE KOMPANIVE TË KOMUNIKIMI DIXHITAL 350
Temat kryesore 350
Objektivat mësimorë 350
Qasjet dhe veprimtaritë pedagogjike 350
Vlerësimi dhe rekomandimet
NJËSIA 3: PRONËSIA E MEDIAVE DHE MONETIZIMI I INFORMIMIT 351
Temat kryesore 351
Objektivat mësimorë 352
Qasjet dhe veprimtaritë pedagogjike 353
Vlerësimi dhe rekomandimet 355
NJËSIA 4: PROMOVIMI I MEDIAVE ALTERNATIVE PËRMES TEKNOLOGJIVE DIXHITALE 356
Temat kryesore 356
Objektivat mësimorë 357
Qasjet dhe veprimtaritë pedagogjike 357
Vlerësimi dhe rekomandimet 358

NJËSIA 5: PËRDORIME TË TEKNOLOGJIVE TË REJA MEDIATIKE NË SHOQËRI – NDRYSHIMI SHOQËROR 358
Temat kryesore 358
Objektivat mësimorë 359
Qasjet dhe veprimtaritë pedagogjike 359
Vlerësimi dhe rekomandimet 359

MODULI 14: KOMUNIKIMI DHE INFORMACIONI, EMI DHE MËSIMET – MODULI PËRMBLEDHËS 361
Sfondi dhe arsyeja 362
NJËSIA 1: KOMUNIKIMI DHE INFORMACIONI, MËSIMI DHE NXËNIA 365
Temat kryesore 365
Objektivat mësimorë 365
Vlerësimi dhe rekomandimet 365
NJËSIA 2: TEORITË E EDUKIMIT DHE EMI 367
Temat kryesore 368
Objektivat mësimorë 368
Vlerësimi dhe rekomandimet 371
NJËSIA 3: MENAXHIMI I NDRYSHIMIT PËR TË LEHTËSUAR NJË MJEDIS EMI NË HAPËSIRAT MËSIMORE 371
Temat kryesore 371
Objektivat mësimorë 371
Vlerësimi dhe rekomandimet 373

FJALORI I TERMAVE 377

MIRËNJOHJE 400

PJESA 1:

KURIKULA DHE KORNIZA E KOMPETENCAVE

HYRJE

"Ku është jeta që e kemi humbur duke jetuar? Ku është urtësia që e kemi humbur në njohuri? Ku është njohuria që e kemi humbur në informacion?"

~ T. S. Eliot

Kjo kurikul shqyrton kompetencat që duhen sot për t'u angazhuar me përmbajtjen që na serviret përmes teknologjive të shumta dhe burimeve të panumërta. Ajo e vendos fokusin te mesazhet informuese në brendi të një rrjedhe më të gjerë përmbajtje. Ajo shqyrton mundësitë dixhitale gjithnjë në rritje për të marrë, shpërndarë dhe ofruar përmbajtje. Së fundi, ajo thekson llojet madhore të institucioneve që ofrojnë këtë përmbajtje – bibliotekat, muzetë, kompanitë mediatike dhe kompanitë e komunikimeve dixhitale që ofrojnë media sociale dhe shërbime dërgimi mesazhesh apo kërkimi. Pse janë të rëndësishme të gjitha këto? Përgjigjet gjenden te: zhvillimi i qëndrueshëm dhe të drejtat e njeriut.

Në 2015, vende të ndryshme të botës u dakordësuan dhe u përkushtuan ndaj 17 Objektivave të Zhvillimi të Qëndrueshëm (OZhQ) si objektiva parësore të bashkërendimit zhvillimor ndërkombëtar. OZhQ u themeluan mbi idealin për të "mos lënë askënd mbrapa". Sekretari i Përgjithshëm i asokohe i Kombeve të Bashkuara bëri vëzhgime të rëndësishme në raportin e tij *Rruga drejt Dinjitetit*.[1] Ai vërejti që OZhQ-të ofronin mundësi unike që drejtuesit global dhe njerëzit kudo në botë t'i jepnin fund varfërisë dhe të garantonin transformimin shoqëror që përmbushte nevojat njerëzore dhe mbështeste rritjen ekonomike. Në themel të këtyre mundësive gjendet përkushtimi për të mbrojtur mjedisin, për të garantuar paqen dhe për të mbrojtur të drejtat njerëzore. Promovimi i informimit si e mirë publike është i pandashëm në përmbushjen e OZhQ-ve deri në 2030. Edukimi për median dhe informacionin (EMI) kontribuon në përmbushjen e OZhQ-ve. Për shembull, ai mbështet OZhQ 3 për garantimin e jetëve të shëndetshme dhe mirëqenies, OZhQ 4 mbi edukimin cilësor për të gjithë, OZhQ 5 mbi barazinë gjinore dhe fuqizimin e grave, synimin e OZhQ 16.10 mbi aksesin ndaj informacionit dhe lirive themelore dhe OZhQ 11 mbi kthimin e qyteteve në gjithëpërfshirës dhe të qëndrueshëm.

Neni 19 i Deklaratës Universale të të Drejtave të Njeriut pohon që "Gjithkush ka të drejtën e lirisë së mendimit dhe të shprehjes; kjo e drejtë përfshin lirinë e mendimit pa ndërhyrje, si dhe lirinë e kërkimit, marrjes dhe njoftimit të informacionit dhe ideve me çfarëdo mjeti qoftë, pa marrë parasysh kufijtë." EMI i pajis qytetarët me kompetencat e mëposhtme: aftësinë për të kuptuar informim si e mirë publike; aftësinë për t'u

1 Rruga drejt Dinjitetit deri në 2030 (The Road to Dignity by 2030), https://www.un.org/disabilities/documents/reports/SG_Synthesis_Report_ Road_to_Dignity_by_2030.pdf

angazhuar në mënyrë kritike me informacionin, median dhe komunikimin dixhital për pjesëmarrjen në zhvillimin e qëndrueshëm; dhe, aftësinë për të kërkuar dhe shijuar të plota përfitimet e të drejtave themelore të njeriut. Në këtë kuptim, EMI është edhe një e mirë publike.

Ideja që EMI është një e mirë publike përforcohet nga Deklarata Grünwald e 1982 që pranon nevojën e sistemeve politike dhe edukative për të promovuar të kuptuarin kritik qytetar të "fenomenit të komunikimit" dhe pjesëmarrjen e tyre në media (të reja e të vjetra). Kjo mundësi, nevojë dhe ideal është përforcuar që nga ajo kohë përmes Deklaratës së Pragës për Shoqëri të Edukuara ndaj Informacionit të vitit 2003,[2] Shpalljes së Aleksandrisë mbi Edukimin mbi Informacionin dhe Mësimin e Vazhdueshëm të Shoqatës "Faret e Informacionit" të vitit 2005,[3] Deklaratës Fez mbi Edukimin për Mediat dhe Informacionin të vitit 2011,[4] Deklaratës së Moskës mbi Edukimin për Mediat dhe Informacionin të vitit 2012,[5] Deklaratës së të Rinjve mbi Edukimin për Mediat dhe Informacionin të vitit 2016 dhe Deklaratës së Seulit mbi Edukimin për Mediat dhe Informacionin për Këdo e nga Kushdo: Një Mbrojtje Ndaj Dezinfodemive të vitit 2020.[6] Rezultatet e konferencave të drejtuara nga UNESCO-ja dhe parterët e saj, të shtrira përgjatë tri dekadave, e vendosin EMI-n në themel të edukimit të vazhdueshëm. EMI mund të fuqizojë qytetarët nga të gjitha fushat e jetës për të kërkuar, vlerësuar, përdorur dhe krijuar përmbajtje informacioni, mediatike dhe dixhitale në mënyrë efikase në arritjen e synimeve të tyre vetjake, shoqërore, profesionale, edukative dhe zhvillimore.

Progres ka patur në pesë vitet e para të implementimit dhe monitorimit të OZhQ-ve.[7] Ndërkohë, transformimi dixhital është shtuar me ritme të shpejta. Numri i individëve që përdorin internetin është rritur nga 3.2 miliard në vitin 2015,[8] kohë kur u zyrtarizuan OZhQ-të, në 4.66 miliardë përdorues aktiv interneti në vitin 2020.[9] Kjo përbën një rritje prej 32 përqind në vetëm pesë vite. Ndërsa hendeku gjinor dixhital por rritet shpejt në vendet në zhvillim, bazuar në statistikat e vitit 2019, në nivel global, përqindja e femrave që përdorin internet është 48 përqind, krahasuar me 58 përqind për meshkujt.[10] Në këtë kontekst, evolucioni i Inteligjencës Artificiale shtron rrugën për mundësi të reja për të përshpejtuar zhvillimin e qëndrueshëm. E nënkuptuar brenda saj është rritja e numrit të individëve që të keni qasje ndaj informacionit për vendimmarrje dhe pjesëmarrje shoqërore. Pyetja vijuese ngrihet: A është vetëm qasja ndaj informacionit, medias dhe komunikimit dixhital e mjaftueshme për të përmbushur OZhQ-të? Qartësisht, përgjigjja është jo.

2 http://www5.austlii.edu.au/au/journals/inCiteALIA/2004/17.pdf
3 http://eprints.rclis.org/3829/1/alexfinalreport.pdf
4 http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/news/Fez%20Declaration.pdf
5 https://www.ifla.org/publications/moscow-declaration-on-media-and-information-literacy/
6 https://en.unesco.org/sites/default/files/seoul_declaration_mil_disinfodemic_en.pdf
7 Dekada e Veprimit (Decade of Action). Kombet e Bashkuara, https://www.un.org/sustainabledevelopment/decade-of-action/
8 Fakte dhe Shifra, TIK. Bota në 2015. (ICT Facts and Figures. The World in 2015). ITU, https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/facts/ICTFactsFigures2015.pdf
9 Matja e Zhvillimit Dixhital, fakte dhe shifra 2020 (Measuring digital development, Facts and figures 2020).
10 Hendeku gjinor dixhital po rritet shpejt në vendet në zhvillim (The digital gender gap is growing fast in developing countries), https://itu.foleon.com/itu/measuring-digital-development/gender-gap/

Pavarësisht përparimit të bërë në shumë vende drejt përmbushjes së OZhQ-ve, Kombet e Bashkuara kanë vërejtur që implementimi nuk po përparon me shpejtësinë e mjaftueshme apo në shkallën e duhur.[11] Transformimi dixhital sjell me vete premtime dhe mundësi të sigurta, ashtu si dhe kërcënime. "Kompjuterat dhe robotët po mësojnë tani të marrin vendime! Sigurisht, "vendimmarrja" është një fjalë e madhe për makineritë që nuk kanë ndërgjegje, niveli "arsyetues" i të cilave nuk ka evoluar as në nivelin e bretkosës. Por zhvillimet e fundit në inteligjencës artificiale (IA) janë të mjaftueshme për të frikësuar disa dhe për të zgjuar fantazitë e disa të tjerëve", shkruan Profesoresha Jasmina Šapova te UNESCO Courier në 2018.[12]

Ndihma që duhet t'i jepet njerëzve për të kuptuar ligjet ndërkombëtare mbi të drejtat e njeriut dhe impakti i tyre mbi informimin, siç është rasti i përdorimit etik të informacionit dhe të dhënave, si dhe karakteristikat e peizazhit të komunikimeve dixhitale, po bëhen një shqetësim prioritar. Ndërsa ofruesit e teknologjive tregtare po mundësojnë përmbushjen e OZhQ-ve, kërcënime të tjera si çinformimi në rritje, pabarazitë e vazhdueshme gjinore,[13] diskriminimi racor dhe forma të tjera të intolerancës dhe diskriminimit kërcënojnë përmbushjen e OZhQ-ve. Ndërsa dezinformomi është një sfidë e vjetër, tani ai furnizohet nga teknologji të fuqishme[14] dhe modele algoritmik biznesi që shumëfishojnë më tej jetëgjatësinë e tyre dhe është bërë çështje shqetësuese për zhvillimin global, duke gërryer besimin te e vërteta dhe institucionet zyrtare, si dhe duke inkurajuar diskutime që potencialisht dëmtojnë paqen, zhvillimin dhe demokracinë. Në kohën e shkrimit të kësaj kurikule, pandemia e Covid-19 ka sjellë me të "dezinfodemi".[15] Informacion i dëmshëm dhe i gabuar, si dhe teori konspirative, po qarkullojnë si zjarr i pakontrolluar në rrjet dhe jashtë tij, duke mohuar realitetin e krizës së koronavirusit dhe nevojën për vaksina.

Me ndasitë gjeografike, shtresore, gjinore, gjuhësore e të tjera si këto që e pengojnë një qasje të hapur dhe të barabartë ndaj informimit, medias dhe teknologjive dixhitale, kjo do të shprehej në një zgjerim të hendeqeve, dhe për rrjedhojë dhe më shumë dyshim ndaj çinformimit dhe dezinformimit. Pandemia ka dëshmuar ndërkohë një shpërthim të çdo lloj përmbajtje në platformat dixhitale, edukative, kulturore, artistike, etj. Ky shpërthim projektohet të vazhdojë dhe të dendësohet ndërsa bota shkon drejt normalitetit të ardhshëm apo të ri që do të pasojë pandeminë COVID-19. Këto trende shoqërohen në mënyrë të shtuar nga angazhimi publik, i cili përtej mjeteve konvencionale të

11 Dekada e Veprimit (Decade of Action). Kombet e Bashkuara, https://www.un.org/sustainabledevelopment/decade-of-action/

12 UNESCO Courier, 2020. https://en.unesco.org/courier/2018-3

13 Gratë e Botës 2020: Trende dhe Statistika (The Worlds's Women 2020: Trends and Statistics), Departamenti i Ekonomisë dhe Çështjeve Sociale i Kombeve të Bashkuara, https://worlds-women-2020-data-undesa.hub.arcgis.com/

14 Gazetaria, Lajmet e Rreme & Dezinformimi: Manuali për Edukimin dhe Trajnimin Gazetaresk (Journalism, Fake news & Disinformation: Handbook for Journalism Education and Training). Seritë e UNESCO-s mbi Edukimin Gazetaresk. UNESCO, 2018. Redaktuar nga Cherilyn Ireton dhe Julie Posetti.

15 Raporti 1 dhe 2 mbi Politikën DEZINFODEMI-së: Dëshifrimi i dezinformimit Covid-19, dhe Zbërthimi i përgjigjeve të dezinformimit Covid-19 (DISINFODEMIC Policy Brief 1 dhe 2: Deciphering COVID-19 disinformation, and Dissecting Reponses to COVID-19 disinformation). UNESCO, 2020. Autorët Julie Posetti dhe Kalina Bontcheva. Shiko gjithashtu *Veprimi ekuilbrues: Kundërshtimi i Dezinformimit Dixhital ndërsa respektohet Liria e Shprehjes* (Balancing Act: Countering Digital Disinformation while respecting Freedom of Expression), Autorët Julie Posetti dhe Kalina Bontcheva, UNESCO, 2020.

ofrimit të përmbajtjes, në mënyrë aktive po angazhojnë, prodhojnë dhe shpërndajnë gjithë llojet e përmbajtjes, përfshirë informacionin. Një mjedis fuqizues në zhvillimin e kompetencave EMI, përfshirë aftësitë dixhitale, për rrjedhojë mund të kontribuojë në fuqizimin e individëve, si dhe të kuptuarin reciprok dhe dialogun ndërkulturor.

Sasia e të dhënave e krijuar nga njerëzit çdo ditë është kaq e madhe sa disa njerëz që kanë akses ballafaqohen me mbingarkesë përmbajtje. Furnizimi është i pafund. Disa njerëz janë të mbytur në përcaktimin e asaj që është e vërtetë, asaj që është e rreme dhe asaj që është e pasigurtë. Ekzistojnë gjithashtu kundërshti midis sasisë së informacionit të disponueshëm dhe përdorimit real e të informuar të tij nga publiku. Jo çdo përmbajtje është informim; shumë është argëtim apo reklamë, dhe raporte në rritje janë përmbajtje "çinformuese" dhe "dezinformuese" (që këtu trajtohen nën etiketimin e përgjithshëm si çinformim dhe teori konspirative). Individët luftojnë me dallimin e tyre duke patur pasoja shfuqizuese. Pa informacion në kuptimin e përmbajtjes së verifikuar apo të verifikueshme, vendimet mbështeten ekskluzivisht mbi ndjenjat dhe/ose pavërtetësi ose lidhje të rreme.

Ofruesit dhe ndërmjetësuesit e përmbajtjes si bibliotekat, arkivat, muzetë, si dhe media e besuar, profesionale dhe etike apo kompanitë e komunikimeve dixhitale njihen gjerësisht për potencialin për të ndihmuar në thelb qytetarët në marrjen e vendimeve të informuara drejt shtigjeve zhvillimore që nuk lënë asnjë prapa. Por nëse nuk ndërmerren veprime, ka një rrezik që jo vetëm status quo-ja, por edhe hendeqet midis qytetarëve me nivele të ndryshme ekonomike dhe prejardhje shoqërore të shtohen. Një shembull se si njohuria aktuale e njerëzve mbi diskriminim gjinor mund të deformohet nga përmbajtja e marrë: sipas një studimi të vitit 2020, barazia gjinore në redaksitë e lajmeve, në staf dhe përmbajtje – me ritmet aktuale – projektohet të arrihet rreth 70 më vonë nga tani.[16] Një gamë pabarazish përforcohet kur kompanitë e internetit përfitojnë nga urrejtja dhe dezinformomi, dhe ku kjo lloj përmbajtje ndikon vetëdijen dhe vendimmarrjen midis grupeve të ndryshme të aktorëve të ndryshëm që jetojnë në universe të ndryshme kuptimi. Ofruesit e përmbajtjes mund t'i japin formë ideologjisë përmes normimit të disa bindjeve dhe praktikave apo promovimit të një kulture konsumi që është e dëmshme për qëndrueshmërinë.

Sidoqoftë, me ndryshimet, gama e ofruesve dhe ndërmjetësuesve të përmbajtjes mund të jenë mjetet me anë të cilave shoqëritë mësojnë për vetveten dhe të tjerët, ruajnë diskursin dhe dialogun publik, si dhe ndërtojnë një ndjesi komunitare, tolerance dhe respekti reciprok drejt të ardhmes së një përparimi të përbashkët. Ofruesit dhe ndërmjetësuesit e përmbajtjes mund të kenë një impakt pozitiv në edukimin e vazhdueshëm. Dhe që kjo të ndodhë, qytetarët kanë nevojë për një njohuri bazë të roleve të tyre dhe si të vlerësojnë "tekstet" e përmbajtjes që ofrojnë e me të cilat ndërveprojnë, ose prodhojnë vetë si pjesë të shprehjes vetjake. Qëllimi i edukimit për

16 Krahasimi i Barazisë Gjinore dhe Mediatike në Gjithë Globin: Një studim disakombësh i cilësive, shkaqeve dhe pasojave të barazisë gjinore në dhe përmes rrjeteve të lajmeve (Comparing Gender and Media Equality Across the Globe. A Cross-National Study of the Qualities, Causes, and Consequences of Gender Equality in and through the News Media). NORDICOM, 2020. Redaktorë: Monika Djerf-Pierre, Maria Edström.

median dhe informimin është përçimi i kësaj njohurie te përdoruesit e shërbimeve të përmbajtjes.

Ekziston një konsensus në rritje për nevojën e promovimit të konceptit të UNESCO-s për edukimin për median dhe informimin, apo EMI – një term ombrellë/gjithëpërfshirës që përqafon kompetenca të larmishme dhe evoluese që kërkohen në lundrimin e mjedisit të sotëm gjithmonë e më kompleks të komunikimit. EMI fuqizon qytetarët me mendim kritik dhe kompetenca të tjera të domosdoshme në mundësimin e angazhimit të tyre të informuar dhe etik me integrimin e përmbajtjes, institucionet që ofrojnë përmbajtje (dhe mundësi për të prodhuar dhe shpërndarë përmbajtjen e tyre) dhe teknologjitë dixhitale. Për më tepër, EMI synon të mbështesë përdorimin e qëllimshëm dhe krijues nga ana e përdoruesve të teknologjisë dixhitale, dhe pasurimin e njohurisë së të drejtave online, si të drejtat e privatësisë, dhe çështjet etike në lidhje me aksesin ndaj dhe përdorimin e informacionit. Në këtë mënyrë, EMI kontribuon në lehtësimin e një dialogu ndërkulturor, barazisë gjinore, aksesi ndaj informacionit, lirisë së shprehjes, paqes dhe zhvillimit të qëndrueshëm në një shoqëri gjithnjë e më dixhitale.

Kompetencat e fituara përmes edukimit për median dhe informimin mund t'i pajisin qytetarët me aftësi të mendimit kritik duke i mundësuar ata të kërkojnë shërbime me cilësi të lartë dhe në respektim të të drejtave nga të gjithë ofruesit e përmbajtjes.

Mundësitë dhe sfidat shoqërore të lidhura me Objektivat e Zhvillimit të Qëndrueshëm janë komplekse për shkak se kryqëzohen me kulturat e ndryshme dhe janë ndërdisiplinore. Reagimet shoqërore në vetvete duhet të kenë një qasje ndërkulturore dhe duhet të jenë shumëdisiplinore. Prandaj, në promovimin e EMI, UNESCO i vë theks mënyrës se si EMI lidhet me kompetenca të tjera shoqërore si edukimi kulturor, kompetencat ndërkulturore, edukimi për zhvillim të qëndrueshëm, edukimi për qytetari globale, edukimi shëndetësor, edukimi shkencor, etj. Ndaj dhe 14 modulet e Kurikulës EMI prezantohet nga një këndvështrim shumëdisiplinor, duke krijuar mjedisin për lidhje më të fuqishme midis qendrave të njohurive dhe zbatimit të tyre drejt zhvillimit të qëndrueshëm dhe paqes.

Nisur nga kudondodhja gjeografike dhe kulturore, të gjithë ofruesit e përmbajtjes marrin një vend të dukshëm në këtë kurikul dhe kornizë kompetencash. Ky sistem shumëfaqësh i rrjedhave të përmbajtjes duhet të pranohet.

Si institucion, media e lajmeve (dhe shërbimet e mediave të lajmeve janë pjesë e ofertës së gjerë të institucioneve mediatike) kanë role specifike që pritet të përmbushë në kuadër të zhvillimit të qëndrueshëm dhe shoqërive demokratike. Në shumë demokraci, mediat e lajmeve – për shkak të kudondodhjes dhe rrallësisë së spektrit – janë normëzuar për të garantuar ekuilibrat. Kompanitë e komunikimeve dixhitale kanë patur më shumë liri se mediat e lajmeve, duke qenë se ato vetëprojektohen si platforma të thjeshta dhe jo botues aktivë. Kjo po ndryshon ndërsa këto kompani po luajnë një rol më aktiv editorial përmes algoritmeve prioritizues të ushqimit të përmbajtjes, rezultateve dhe rekomandimeve të kërkimit, si dhe përmes ndërhyrjeve të drejtpërdrejta për të vendosur mbi kategoritë dhe instancat e përmbajtjes apo përdoruesve të veçantë. Qeverisja e ardhshme dixhitale, bazuar mbi dakordësimin e Vendeve Anëtare të UNESCO-s, duhet

të garantojë shërbime të bazuara mbi të drejtat, të hapura dhe të akesuesshme për të gjithë, dhe të qeverisura përmes qasjeve që përfshijnë shumë aktorë.[17]

Sisteme vetërregullimi janë zhvilluar në mediat e lajmeve dhe kompanitë e komunikimeve dixhitale, si një alternativë ndaj rregullimeve drakonike shtetërore, për të ofruar më shumë llogaridhënie ndaj interesit të gjerë publik. Vartësia në rritje e njerëzve ndaj kompanive të komunikimit dixhital për marrjen e informacionit dhe fuqia e tyre për të kontrolluar narrativat shoqërore dhe rrjedhat e informacionit ka sjellë një rritje të thirrjeve të shtuara për një vetërregullim më të madh të këtyre kompanive, apo dhe të rregullimeve të detyrueshme. Këto rregullime përfshijnë çështje si madhësia dhe fuqia e korporatave (duke kërkuar një shpërbërje të përqendrimeve, dhe/ose kufizim të pushtetit – si në rastin e tregjeve reklamuese), rregullime të privatësisë, rregullime të transparencës, mbartshmëria e të dhënave dhe ndëroperativiteti, mbrojtja konsumatorë dhe vetë rregullimi i përmbajtjes së targetuar.

Sistemet e vetërregullimit themelohen mbi vlera dhe parime të caktuara etike. Si të tilla, publiku ka pritshmëri specifike mbi mediat e lajmeve, dhe gjithmonë e më shumë, edhe mbi kompanitë e komunikimeve dixhitale, duke i bërë ato përgjegjëse ndaj kritikës publike nëse nuk performojnë sipas këtyre pritshmërive – edhe kur kjo përgjegjësi nuk është ligjore. Kjo kornizë siguron një lente përmes të cilës mediat e lajmeve dhe kompanitë e komunikimeve dixhitale mund të vlerësohen në lidhje me rolet e tyre, kushtet nën të cilat ato i përmbushin këto role dhe mënyrat se si produkti i tyre përthithet në mënyrë kritike nga audienca. Pa shmangur vëmendjen ndaj rolit të medias dhe kompanive të internetit, rëndësia e ofruesve të tjerë të përmbajtjes (bibliotekat, arkivat, muzetë, etj.) në ekologjinë e informacionit dhe komunikimit adresohet edhe në këtë kurikul EMI.

Pasurimi i EMI-t ndërmjet nxënësve dhe gjithë qytetarëve kërkon që vetë mësuesit të jenë të edukuar mbi median dhe informacionin. Kjo kurikul EMI përqendrohet edhe tek mësuesit edhe tek nxënësit në forma të larmishme të hapësirave mësimore – formale, joformale dhe informale. Ky fokus, qoftë në shkolla, qendra komunitare, klube, OJQ, familje, apo brenda institucioneve, është një strategji kyçe në arritjen e një efekti shumëfishues: nga mësuesit e edukimit për median dhe informacionin te nxënësit, përfundimisht, te shoqëria në tërësi. Mësuesit e edukimit për median dhe informacionin do të shtojnë kapacitetet për të fuqizuar edukimin e vazhdueshëm dhe të bëhet vetë bashkë-mësues të EMI-t. Përmes edukimit të qytetarëve për t'u bërë të edukuar për median dhe informacionin, mësuesit fillimisht do t'i përgjigjeshin rolit të tyre si avokatë të një qytetarie të informuar dhe dalluese. Së dyti, ata do t'i përgjigjeshin ndryshimeve në rolin e tyre si mësues, ndërsa proceset edukative dhe të nxënies ekuilibrojnë qasjet me në qendër mësuesin me metodat që janë më të përqendruara te nxënësi.

Mësuesit ka më shumë të ngjarë të përqafojnë kurikulën EMI nëse ajo lidhet me strategjitë pedagogjike, duke lidhur edukimit shoqëror jashtë hapësirave formale

17 Treguesit e universalitetit të Internetit të UNESCO-s: Një kornizë për vlerësimin e Zhvillimit të Internetit (UNESCO's Internet universality indicators: A framework for assessing Internet development). UNESCO, 2019. Autorët: David Souter dhe Anri Van der Spuy.

të nxënies me edukimin në hapësirat formale, duke përmirësuar në këtë mënyrë se si njerëzit mësojnë. Lehtësimi i ndryshimeve në sektorin arsimor formal, joformal dhe informal do të rezultonte nga prezantimi i EMI-t dhe impakti i tij mbi zhvillimin profesional të mësuesve është një objektiv i rëndësishëm i kësaj kurikule dhe kornize kompetencash. Kurikula EMI është projektuar të jetë shteruese dhe ka në vëmendje adaptimin në kontekstin vendor. Seksionet vijuese ofrojnë më shumë detaje rreth kornizës së kurikulës dhe kompetencave të lidhura me ta. Shiko gjithashtu Seksionin: Si të Përdorësh Kurikulën EMI, në Pjesën e Dytë.

KONCEPTET BASHKUESE TË EDUKIMIT MBI MEDIAN DHE INFORMACIONIN

Kurikula dhe Korniza e Kompetencave EMI të UNESCO-s kombinon tri zona të dallueshme – aftësi për median, aftësi për informacionin, aftësi dixhitale – nën një term gjithëpërfshirës: edukimi për median dhe informacionin. Ai zhvendoset nga domethënia individuale e terminologjive, siç tregohet në Figurën 1,[18] te një koncept i unifikuar që trupëzon elementë të informimit, medias dhe teknologjive dixhitale që përçon synimet dhe objektivat e EMI.

FIGURA 1: PRODUKTET/ELEMENTËT KYÇ TË EDUKIMIT PËR MEDIAN DHE INFORMACIONIN

AFTËSI PËR INFORMACIONIN[19]						
Përkufizo dhe artikulo nevojat për informim	Lokalizo dhe akseso informa-cionin	Vlerëso informa-cionin	Organizo informa-cionin	Bëj përdorim etik të informa-cionit	Komuniko informacionin	Përdor cilësitë TIK për përpunimin e informacionit

AFTËSI PËR MEDIAN[20]				
Kupto rolin dhe funksionin e medias, kompanive të internetit në shoqëritë demokratike	Kupto kushtet në të cilat media përmbush funksionet e saj	Vlerëso në mënyrë kritike përmbajtjen e medias në dritën e funksioneve të medias	Angazhohu me median për qëllimin e shprehjes së vetes dhe pjesëmarrjes demokratike	Rishiko aftësitë (përfshirë TIK-të) e nevojshme për të prodhuar përmbajtje të gjeneruar nga përdoruesi

AFTËSI DIXHITALE						
Përdor instrumentet dixhitalë	Kupto identitetin dixhital	Prano të drejtat dixhitale	Vlerëso çështjet e IA	Përmirëso mënyrën e komunikimit dixhital	Menaxho shëndetin dixhital	Praktiko siguri dhe mbrojtje dixhitale

18 Përshtatur nga Ralph Catts dhe Jesus Lau, 2008.
19 Përshtatur nga Dokumenti i Bardhë. Inteligjenca Dixhitale (KD): Një Kornizë & Metodologji Konceptuale për Mësimdhënie dhe Matjen e Qytetarisë Dixhitale [White Paper. Digital Intelligence (DW): A Conceptual Framework & Methodology for Teaching and Measuring Digital Citizenship]. DQ Institute, 2017.
20 Kjo temë është trajtuar mjaftueshëm në Standardet e Kompetencave TIK për Mësuesit e UNESCO-s (UNESCO ICT Competency Standards for Teachers), 2008.

Nga njëra anë, edukimi tradicional mbi informacionin thekson rëndësinë e aksesit ndaj informacionit dhe vlerësimin dhe përdorimin etik të këtij informacioni. Nga ana tjetër, edukimi tradicional mbi median gjithashtu merret me aksesin e informacionit dhe lirinë e shprehjes, dhe thekson aftësinë për të kuptuar funksionet e medias dhe kompanive të komunikimit dixhital në vlerësimin e përmbajtjes dhe mënyrës së përmbushjes së funksioneve, si dhe angazhimin kritik me median dhe kompanitë e komunikimit dixhital për zhvillimin e qëndrueshëm dhe shprehjen e vetvetes. Aftësitë dixhitale zënë një vend transversal, duke ndërprerë informimin tradicional dhe kompetencat mediatike – shpesh me një theks më të madh tek aftësitë teknologjike por duke marrë në konsideratë dhe ato aftësi specifike softuerike të lidhura me çështjet dixhitale. Me popullaritetin e kompanive të komunikimit dixhital, aftësitë dixhitale lidhen gjithashtu me aftësinë për të përdorur instrumente dixhitalë për të prodhuar shkrime, imazhe, video dhe dizenjo. Ndërsa këto elemente bëhen gjithnjë e më shumë mjetet e shpërhapjes së informacionit dhe edukimit rreth prodhimit etik dhe shpërndarjes së përmbajtjes midis qytetarëve, veçanërisht midis të rinjve e të rejave, kompetencat EMI dhe aftësitë dixhitale bëhen parësore. Kjo do të shpjegohet më tej më vonë. Kurikula EMI dhe Korniza e Kompetencave për Mësuesit dhe Nxënësit bashkërendon të tri llojet e kompetencave. Këto konceptualizime të aftësive mbi median, aftësive mbi informimin dhe aftësive dixhitale drejtojnë te kompetenca që theksojnë zhvillimin e aftësive me bazë kërkimore dhe aftësisë për t'u angazhuar në mënyrë domethënëse me të gjitha format e ofruesve dhe ndërmjetësuesve të përmbajtjes, pavarësisht teknologjive që përdorin ato.

Ekzistojnë tri shkolla kryesore mendimi që dalin nga marrëdhënia midis këtyre fushave konvergjuese – aftësitë për median, aftësitë për informimin dhe aftësitë dixhitale. Për disa, aftësitë për informimin konsiderohen fusha më e gjerë e studimit, ndërsa dy të tjerat janë degë të saj, ndërsa për të tjerë, aftësitë për median dhe aftësitë dixhitale janë thjeshtë pjesë aftësive për median, që shihet si fusha më e gjerë. Një grup i tretë ekspertësh i trajton aftësitë dixhitale si fusha mbizotëruese që mbulon dy të tjerat. Sidoqoftë, disa grupe ekspertësh ndërkombëtarë të mbledhura nga UNESCO kanë theksuar ndërthurjen kompetencave mbi informacionin, median dhe dixhitalen. Shqyrtoni këto terminologji që përdoren sot nga aktorë të ndryshëm përreth botës:

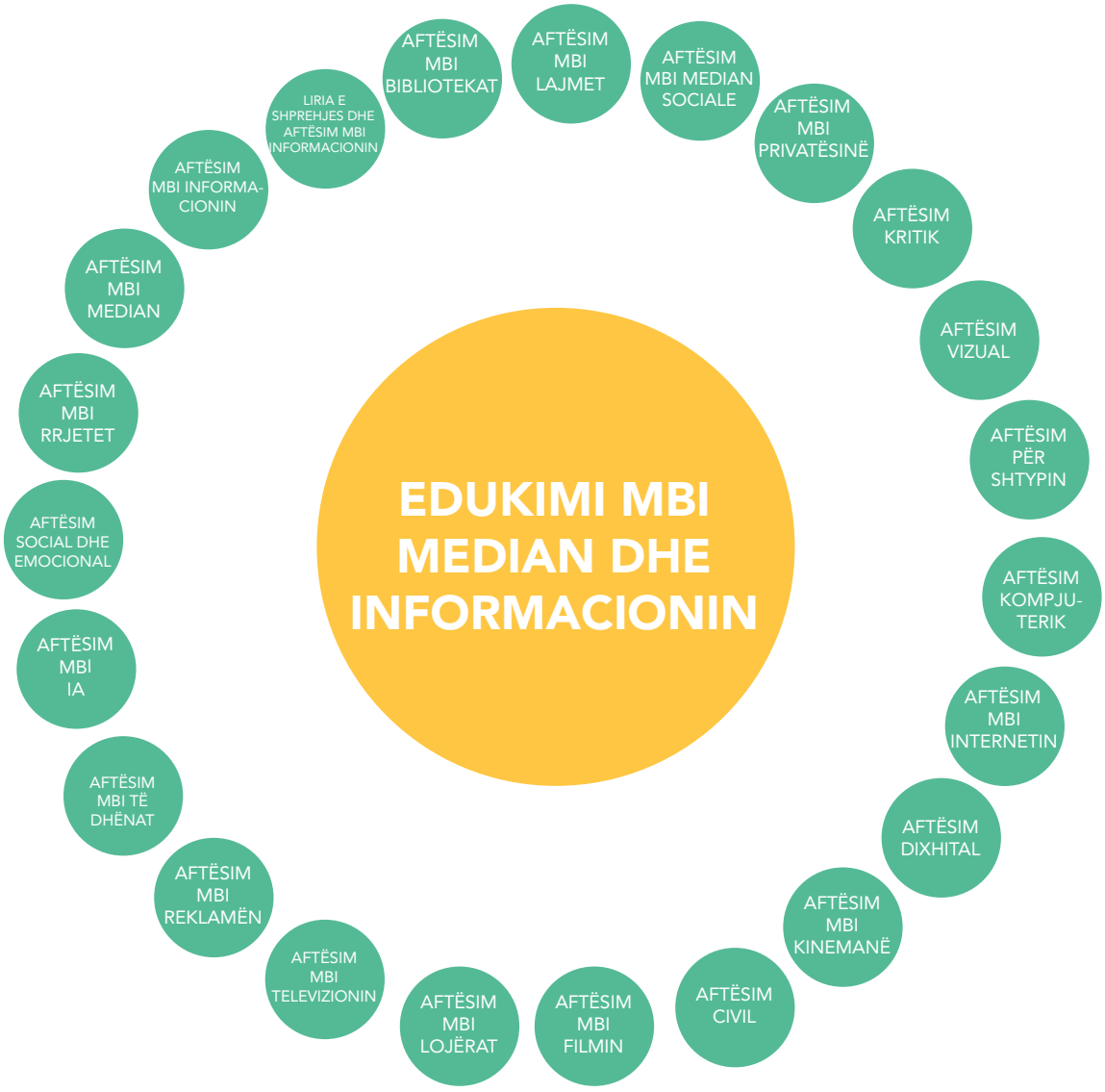
- Aftësim mbi median
- Aftësim mbi informacionin
- Liria e shprehjes dhe Aftësim mbi informacionin
- Aftësim mbi bibliotekat
- Aftësim mbi lajmet
- Aftësim mbi median sociale
- Aftësim mbi privatësinë
- Aftësim kritik
- Aftësim vizual
- Aftësim për shtypin
- Aftësim kompjuterik
- Aftësim mbi internetin
- Aftësim dixhital
- Aftësim mbi kinemanë
- Aftësim mbi filmin
- Aftësim mbi lojërat
- Aftësim mbi televizionin
- Aftësim mbi reklamën
- Aftësim mbi IA
- Aftësim mbi të dhënat
- Aftësim social dhe emocional
- Aftësim mbi rrjetet

Ekzistojnë lidhje të dukshme mbi këtyre koncepteve (shikoni figurën 2). Jo të gjitha lidhjet shpjegohen në këtë dokument kornizë. Sidoqoftë, disa prej tyre janë tematikë e veprimtarive të lidhura me to në modulin prezantues (Moduli 1) të kësaj kurikule EMI që është prodhuar nga UNESCO. Ideja e pazëshme këtu është që, mësuesit dhe nxënësit, duke u njohur më mirë me fushën e EMI, do të takojnë këto terma dhe duhet të kenë një njohje të tyre. Shumë nga këto terma vazhdojnë të jenë tematika e debateve të gjalla dhe gjejnë zbatim të ndryshëm në varësi të kontekstit akademik apo profesional apo dhe praktikave kulturore të komuniteteve që i përdorin ato. Në nivel global, shumë organizata përdorin termin edukim mbi median (EM), i cili pranohet se mbulon edhe edukimin mbi median edhe edukimin mbi informacionin. Përdorimi i termit EMI nga UNESCO përpiqet të harmonizojë konceptet e ndryshme në dritën e platformave konvergjente të transmetimit.

Ekziston një dakordësi që EMI si një term ombrellë interesohet me angazhimin qytetar me komunikimin dhe format e përmbajtjes (informacion, argëtim, reklamë, çinformim dhe dezinformim, etj.), si ato prodhohen, shpërndahen dhe nga kush; se si njerëzit e përdorin ose jo përmbajtjen; se si ato angazhohen me dhe kuptojnë rëndësinë dhe mënyrën e veprimit të bibliotekave, ofruesve të mediave dhe komunikimeve dixhitale, ose mungesës së tyre; me cilat njohuri, aftësi dhe mendësi qytetarët vlerësojnë në mënyrë kritike përmbajtjen dhe ofertuesit e lidhur me të; dhe se si njerëzit menaxhojnë ndërveprimin e tyre në mënyrë që të dallojnë dhe përcaktojnë angazhimin e tyre me informacionin dhe llojet e tjera të përmbajtjes, medias dhe instrumenteve të komunikimit dixhital që të arrijnë rezultatet të dëshiruara në jetët personale, shoqërore, politike, ekonomike dhe kulturore.[21]

21 Drafti i Udhëzimeve të UNESCO-s për Standardet Globale për Edukimin mbi Median dhe Informacionin (UNESCO Draft Global Standards for Media and Information Literacy Curricula Guidelines), https://en.unesco.org/sites/default/files/belgrade_recommendations_on_draft_global_standards_for_mil_curricula_guidelines_12_november.pdf

FIGURA 2: EKOLOGJIA E EMI: KONCEPTET E EMI



Për të promovuar lidhje në fushën e EMI, UNESCO ka botuar një studim që ofron Pesë Ligjet e Edukimit mbi Median dhe Informacionin siç përmblidhen në figurën 3 më poshtë. Këto janë frymëzuar nga Pesë Ligjet e Shkencës së Bibliotekës të artikuluara nga S. R. Ranganathan (Babai i Shkencave të Bibliotekës në Indi) në vitin 1931. Pesë ligjet e EMI synohet të jenë një udhërrëfyes, së bashku me burime të tjera të UNESCO-s, për të gjithë aktorët e përfshirë në zbatimin e EMI në të gjitha format e zhvillimit.

FIGURA 3:

Ky model i UNESCO-s për Kurikulën dhe Kornizën e Kompetencave EMI për Mësuesit dhe Nxënësit ka për synim të sigurojë sisteme edukative në vendet e zhvilluara dhe në zhvillim një kornizë për të ndërtuar një program që mundëson mësuesit dhe nxënësit të rishikojnë kornizën dhe të ndërmarrin sfidën e pjesëmarrjes në procese kolektive që e formësojnë dhe pasurojnë kurikulën si një dokument i gjallë. Botimi i parë, dhe ky botim i dytë i Kurikulës EMI, kanë përfituar nga një seri debatesh dhe rekomandimesh bashkëpunuese dhe ndërkulturore të ekspertëve. Kjo kurikul përqendrohet te kompetencat dhe aftësitë themelore të nevojshme që mund të integrohen pandashmërisht në sistemet ekzistuese edukative pa vendosur shumë sforcim në kurikulën e ngarkuar shkollore.

PËRFITIMET DHE KËRKESAT E EMI

Edukimi për median dhe informacionin pasuron kapacitetet e qytetarëve për t'u angazhuar në mënyrë kuptimplotë me informacionin, duke përfshirë arritjen e Objektivave dhe Idealeve të Zhvillimit të Qëndrueshëm, ndërsa gëzojnë të drejtat e tyre themelore të njeriut, veçanërisht ato të shprehura nga Neni 19 i Deklaratës Universale të të Drejtave të Njeriut, i cili thekson: "Gjithkush ka të drejtën e lirisë së mendimit dhe të shprehjes; kjo e drejtë përfshin lirinë e mendimit pa ndërhyrje, si dhe lirinë e kërkimit, marrjes dhe njoftimit të informacionit dhe ideve me çfarëdo mjeti qoftë, pa marrë parasysh kufijtë".

Përfitimet kryesore të EMI janë:

1. Në proceset mësimore dhe nxënëse, ai pajis edukatorët me njohuri të shtuar se si të angazhohen në mënyrë kritike me informacionin, median dhe teknologjitë dixhitale për të fuqizuar qytetarët dhe nxënësit e të ardhmes për t'u bërë bashkëedukatorë të EMI.
2. Përmes EMI, individët mund të vetëfuqizohen për të kuptuar gjërat pozitive që ata mund të bëjnë, duke garantuar në këtë mënyrë një Internet më të mirë dhe duke kontribuuar tek informacioni si e mirë publike.
3. Edukimi mbi median dhe informacionin jep njohuri kyçe mbi funksionet e ofruesve dhe ndërmjetësuesve të përmbajtjes si bibliotekat, arkivat, muzetë, mediat dhe kompanitë e komunikimeve dixhitale, të kuptuar të arsyeshëm rreth kushteve të domosdoshme për të përmbushur në mënyrë efikase këto funksione dhe aftësive kritike bazike që duhen për të vlerësuar performancën e ofruesve të përmbajtjes në dritën e funksioneve të pritshme.
4. EMI ofron një mënyrë të qëndrueshme për të sulmuar "dezinfodeminë" në rritje.
5. EMI është parakusht për format e tjera të aftësive si aftësia për shëndet, aftësia financiare, aftësia shkencore, aftësia kulturore, edukimi kulturor global dhe edukimi për zhvillim të qëndrueshëm – sepse ai përforcon aftësitë e nevojshme për të identifikuar dhe lundruar informacionin e dobishëm dhe të dëmshëm (kjo trajtohet në Seksion e ardhshëm të kësaj kurikule EMI).
6. Kur EMI integrohet në të gjitha llojet e të nxënit, ai ndihmon për të mbrojtur nga ndërhyrjet në privatësi dhe mundëson të gjithë njerëzit të respektojnë të drejtat për privatësi të të tjerëve.
7. EMI bëhet një kompetencë e domosdoshme për t'u zotëruar kur angazhohet në etikat e IA dhe proceset gjithnjë e në evoluim të transformimeve dixhitale.
8. EMI, për këdo dhe nga kushdo, fuqizon qeverisjen shumëaktorëshe të Internetit që ndikon gjithë nivelet e shoqërisë.
9. Ai pasuron cilësinë e edukimit duke e lidhur nxënien në hapësirat formale të mësimit me mësimin e përditshëm shoqëror, në dhe jashtë rrjetit (online dhe offline).
10. Individët e edukuar mbi median dhe informacionin ka më të ngjarë të hedhin poshtë informacione të pakonfirmuara, paragjykime dhe sterotipizime që përforcojnë pabarazitë midis meshkujve dhe femrave të të gjitha moshave, si dhe diskriminimin ndaj njerëzve, besimeve fetare, etj.

11. EMI u ofron të gjithë ofruesve dhe ndërmjetësuesve të përmbajtjes dhe institucioneve zyrtare një mënyrë për të ndërtuar kapacitetin e qytetarëve dhe përdoruesve për të vlerësuar ato që meritojnë besim, në një kohë kur ai po bjerret. (Kjo nuk kërkon që ta mbajë besimin si qëllim në vetvete, por për të theksuar rëndësinë e pritshmërive – ku ato janë të përligjura – që aktorët po veprojnë në mirëbesim dhe kujdesin e duhur për interesin publik. Në këtë kuptim, besimi që kërkohet ose ofrohet në mënyrë jokritike ndryshon nga skepticizmi me të cilin njerëzit mund të vlerësojnë në mënyrë kritike nëse besimi përligjet apo kur ai gjykohet se duhet dhënë).

12. Një shoqëri që është e edukuar për median dhe informacionin lehtëson një zhvillim të qëndrueshëm dhe zhvillimin e medias së lirë, të pavarur dhe pluraliste, informacionin e hapur dhe sistemet dixhitale të komunikimit.

Për të shijuar përfitimet e EMI, përveç parimeve të artikuluara në Pesë Ligjet e EMI (Figura 3 më lart), nevojitet dhe sa më poshtë vijon:

1. Edukimi për median dhe informacionin duhet të konsiderohet në tërësi dhe të përfshijë një kombinim të kompetencave (njohuri, aftësi, mendësi dhe vlera).

2. Kurikula EMI duhet të mundësojë edukatorët dhe nxënësit që të fitojnë dhe përçojnë aftësi mbi median dhe informacionin tek nxënësit e tjerë, si dhe tek kolegët e tyre, me objektivin e përdorimit të informacionin, medias dhe instrumentave dixhitale që janë si qytetar autonom dhe me të menduar kritik individual.

3. Qytetarët duhet të kenë njohuri mbi lokalizimin dhe përdorimin e informacionit, si dhe rreth prodhimit të informacionit dhe llojeve të tjera të përmbajtjes.

4. Femrat dhe meshkujt e çdo moshe, duke përfshirë dhe grupet e margjinalizuara, si njerëzit me aftësi ndryshe/të veçanta, popujt vendas apo minoritetet etnike, duhet të kenë akses të barabartë ndaj informacionit dhe njohurisë.

5. EMI duhet parë si një instrument themelor që lehtëson dialogun ndërkulturor, të kuptuarin reciprok dhe aftësitë kulturore.

TEMAT KRYESORE TË KURIKULËS EMI PËR EDUKATORËT DHE NXËNËSIT

Kurikula dhe Korniza e Kompetencave EMI duhet interpretuar në dritën e konteksteve specifike në të cilat do të përdoret kjo paketë. Në këtë kuptim, ai është një instrument fleksibël që mund të përshtatet në kontekstet e vendeve të ndryshme. Në themel, Korniza Kurikulare shpjegon një strukturë për ndërtimin e një programi studimi rreth edukimit për median dhe informacionin dhe përmes niveleve të ndryshme të angazhimit me informacionin, median dhe komunikimet dixhitale. Lista e gjerë e kompetencave identifikon njohurinë, aftësitë dhe mendësitë që pritet të zhvillohen nga kjo kurikul.

Si rregull, Kurikula EMI e përfshirë në këtë paketë synon të ndihmojë edukatorët dhe nxënësit të eksplorojnë dhe kuptojnë EMI duke adresuar rezultatet, kompetencat dhe mendësitë e nxënies në nivel të gjerë për sa më poshtë vijon.

Në total, 19 Rezultate dhe Kompetenca Mësimore dhe 6 Vlera/Mendësi Shoqërore EMI ofrohen si udhërrëfyes (Shiko Figurën 4 dhe Tabelën 1 më poshtë).

FIGURA 4: VLERAT & MENDËSITË QË MUND TË INKURAJOHEN NGA KOMPETENCAT MBI MEDIAN & AFTËSITË E PËRMBAJTJES

Burimi: Kurikula Udhëzuese e Draft-standardeve të Edukimit mbi Median dhe Informacionin[22]

22 Drafti i Udhëzimeve të UNESCO-s për Standardet Globale për Edukimin mbi Median dhe Informacionin (UNESCO Draft Global Standards for Media and Information Literacy Curricula Guidelines), https://en.unesco.org/sites/default/files/belgrade_recommendations_on_draft_global_standards_for_mil_curricula_guidelines_12_november.pdf

TABELA 1: REZULTATET APO KOMPETENCAT E MËDHA TË MËSUARA NGA EMI

REZULTATET E MËSIMIT EMI		KOMPETENCAT E NJË INDIVIDI TË EDUKUAR PËR MEDIAN DHE INFORMACIONIN
1.	Njeh dhe artikulon një nevojë për informacion, media dhe komunikim dixhital në jetën personale dhe civile	Është në gjendje të njohë, përcaktojë dhe artikulojë natyrën, llojin, rolin dhe fushëveprimin e përmbajtjes, institucioneve, medias dhe teknologjive dixhitale sipas nevojave dhe interesit personal, shoqëror dhe civil; mund të dallojë midis nevojave të veta dhe nevojave, sistemeve dhe motiveve të ofruesve të shërbimeve të përmbajtjes.
2.	Kupton rolin dhe funksionet e ofruesve të informacionit si bibliotekat, arkivat, muzetë, botuesit, mediat, komunikimi dixhital, etj.	Është në gjendje të kuptojë domosdoshmërinë dhe funksionet e medias, informacionit dhe ofruesve TIK në shoqëri, përfshirë Internetin, dhe se si kompanitë e komunikimit dixhital dhe mediave mund të punojnë për të ndihmuar zhvillimin e qëndrueshëm, përshirë shoqëritë e hapura, transparente dhe gjithëpërfshirëse.
3.	Kupton kushtet në të cilat ofruesit relevant mund të përmbushin funksionet e tyre	Kupton rëndësinë e lirinë e informacionit, lirinë e shprehjes dhe liritë e shtypit; çështjet e pronësisë së medias dhe platformave të komunikimeve dixhitale; protokollet dhe teknologjitë e bazuara te të drejtat, e hapura dhe vendimmarrëse; është i vetëdijshëm që shumë ofrues drejtohen nga motivi i fitimit, gjë që mund ta kompromentojë të mirën dhe mirëqenien publike; dhe mund të kuptojë kushtet e përdorimit dhe të vendosë, vlerësojë dhe veprojë sipas këtij të kuptuari; mund të pranojë kur njerëzit i përdorin komunikimet dixhitale për të prodhuar gjuhë urrejtje dhe/ose çinformim, dinë se si t'i bëjnë ballë këtyre duke ofruar narrativa pozitive e të vërtetuara të aftësive të kontrollit të fakteve dhe të kuptojë nevojën që kompanitë e komunikimeve dixhitale për të garantuar mekanizma mitigues dhe strategji raportimi.
4.	Lokalizon dhe vlerëson informacionin relevant që lidhet me nevojat personale, edukative, politike, kulturore, fetare dhe shoqërore	Është në gjendje të zbatojë teknika kërkimi dhe lokalizimi, si dhe të vlerësojë, informacion dhe përmbajtje mediatike me efikasitet, eficensë dhe njohuri të prejardhjes, logjikës renditëse dhe të dhënave që rrjedhin nga rezultatet e gjeneruara të kërkimit - duke lidhur çështjet shoqërore dhe të zhvillimit.
5.	Vlerëson në mënyrë kritike informacionin, median dhe përmbajtjen dixhitale	Mund të vlerësojë paraprakisht, analizojë, krahasojë dhe të vlerësojë përfundimisht informacionin dhe median, sipas kritereve fillestare të vlerësimit të informacionit të gjetur apo marrë; mund të identifikojë dhe zbërthejë çinformimin si në teoritë konspirative; mund të vlerësojë në mënyrë kritike ofruesit e informacionit për autenticitetin, autoritetin, besueshmërinë dhe qëllimet aktuale, duke peshuar mundësitë dhe risqet potenciale.
6.	Është në gjendje të mbrojë vetveten nga rreziqet online në lidhje me software, përmbajtjen, kontaktet dhe ndërveprimin	Është i vetëdijshëm për praktikat e sigurisë dixhitale dhe mund ta zbatojë këtë njohuri për të mbrojtur veten nga risqet online (vjedhja e identitetit, phishing, spyware, infektimet nga viruset, ndërhyrja e privatësisë), për risqet ndaj sigurisë personale (të tilla si grooming, bullizmi, këshillat pontencialisht të dëmshme, profilizimi, përmbajtje e papërshtatshme për moshën, përmbajtje e jashtëligjshme, nxitje për t'u lënduar, ndërhyrje në të drejtat e njeriut, etj) dhe di si të shpërndaje apo shpërhapë këtë përmbajtje.

7.	Analizon, shpërndan, organizon dhe ruan informacion, median dhe përmbajtje dixhitale	Mund të analizojë informacion dhe përmbajtje mediatike duke përdorur një larmi metodash dhe instrumentesh. Nëse lipset nevoja, individi i edukuar mbi median dhe informacionin është në gjendje të organizojë informacionin, median dhe përmbajtjen dixhitale sipas kategorive të parapërkufizuara në përshtatje me nevojat dhe/ose burimet.
8.	Sintetizon ose operon mbi idetë e nxjerra nga informacioni apo përmbajtja mediatike	Mund të grumbullojë dhe të përmbledhë informacionin, median dhe përmbajtjen dixhitale. Pasi e ka mbledhur, mund të hartojë argumentet bazuar mbi burimet dhe t'i përdorë idetë, si dhe t'i vendosë ne veprim konceptet që rezultojnë nga marrja dhe organizimi i informacionit, medias dhe përmbajtjes dixhitale.
9.	Përdorim etik dhe i përgjegjshëm i informacionit dhe komunikim i të kuptuarit apo njohurisë te një audiencë ose rreth lexuesish në një formë apo medium të përshtatshëm	Komunikon dhe përdor informacionin, median, komunikimin dixhital dhe njohurinë në mënyrë etike dhe efikase. është gjithashtu në gjendje të përzgjedhë format dhe metodat e përshtatshme në varësi të nevojave të audiencës.
10.	I aftë të vërë në zbatim aftësitë TIK që të përdorë software, të përpunojë informacion apo të prodhojë përmbajtje	Ka aftësinë të përdorë TIK për të kërkuar, vlerësuar dhe krijuar informacion, media dhe përmbajtje dixhitale, si dhe ka aftësitë e kërkuara TIK për t'u angazhuar në gjenerimin dhe shpërndarjen e informacionit.
11.	I aftë të vërë në zbatim aftësi TIK që të krijojë produkte dhe shërbimeve me vlerë shoqërore dhe kulturore që lehtësojnë sipërmarrjen	Ka aftësitë dhe zotësitë e kërkuara për të krijuar informacion, media dhe përmbajtje dixhitale dhe shërbime të tjera për firmat sipërmarrëse, duke u përfshirë në ekonominë e njohurisë.
12.	I aftë të përdorë TIK me kapacitete kritike	Është në gjendje të tejkalojë përdorimin bazë të TIK që të kuptojë zhvillimin e TIK-ve - proceset, mekanizmat dhe kushtet e zhvillimit të TIK, pronësisë së saj, kontrollit dhe shtigjeve të varura prej tyre.
13.	Angazhim me ofruesit e përmbajtjes si qytetarë aktivë dhe globalë	Kupton si të përfshijë në mënyrë aktive institucionet dhe individët në promovimin e një qeverisje të bazuar te të drejtat, të hapur, të aksesueshme dhe shumëaktorëshe, sipas roleve të bibliotekave, arkivave, muzeve, mediave dhe kompanive të komunikimeve dixhitale.
14.	Menaxhon privatësinë në rrjet dhe jashtë tij (online dhe offline)	Kupton nevojën për dhe vlerën e të drejtave personale për privatësi online dhe offline për zhvillim të plotë të personalitetit të individit dhe mbrojtjes së të drejtave të tij, ndërsa respekton të drejtat e të tjerëve; mund të kërkojë këto të drejta përballë ndërhyrjeve; ka vetëdije të kthimit në produkt apo përfitim monetar të profilit dhe informacionit personal; është në gjendje të përshtatë nivelet/cilësimet e privatësisë; përdor në mënyrë etike informacionin personal dhe respekton privatësinë e të tjerëve.

23 Disa burime janë përdorur. Shiko Vlerësimi i Kornizës së Aftësive mbi Median dhe Informacionin e UNESCO-s: Gatishmëria dhe kompetencat vendore (Various sources used. See the UNESCO Media and Information Literacy Assessment Framework: Country readiness and competencies), https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000224655. Parë më 11 shtator 2019; adoptuar gjithashtu nga A. Grizzle (2018), Vlerësimi i Përgjigjes Qytetare mbi Kompetencat e Edukimit për Median dhe Informacionin përmes një kursi online: Një studim empiric dhe analizë kritike krahasuese e pikëpamjeve të ekspertëve [Assessing Citizens' Responses to Media and Information Literacy Competencies through an online course: An Empirical Study and Critical Comparative Analysis of Experts' Views], studim doctoral, ISBN: 9788449084775: http://hdl.handle.net/10803/666860. Thesis Doctorals en Xarxa (TDX). Universiteti Autonom i Barcelonës, Spanjë; Frau-Meigs, D. (2019), Një Kurikul EMI për Mësimdhënie dhe Mësim (A Curriculum for MIL Teaching and Learning) te U. Carlsson (2019). Kuptimi i Edukimit mbi Median dhe Informacionin (EMI) në Epokën Dixhitale [Understanding Media and Information Literacy (MIL) in the Digital Age], Departamenti i Gazetarisë, Medias dhe Komunikimit i Univeversitetit të Gëtenburgut, Suedi.

15.	Menaxhon ndërveprimet me lojërat, përfshirë rastet kur përdoret IA brenda tyre	Kupton përfitimet dhe risqet e lojërave për mësim dhe zhvillim të qëndrueshëm; kupton kur liritë mund të kompromentohen gjatë ndërveprimin në lojëra; angazhohet në promovimin e zhvillimit të lojërave; di si të advokojë për transparence dhe auditime të IA dhe lojërave; monitoron lidhjet midis privatësisë dhe ndërveprimin me IA dhe lojërat.
16.	Angazhim me institucionet me median (qoftë prania online apo offline apo të dyja) dhe gjithë ofruesit e përmbajtjes për të promovuar aksesin ndaj informacionit, lirinë e medias, dialogun ndërkulturor dhe dialogun ndërfetar, pjesëmarrja demokratike dhe barazia gjinore, dhe për të advokuar kundër gjithë formave të pabarazisë, intolerancës dhe diskriminimit	Është i vetëdijshëm për vlerën e pjesëmarrjes shoqërore përmes angazhimit me shërbimet e përmbajtjes në terma të aksesit ndaj informacionit, të drejtës së shprehjes, lirisë së mendimit (pa degraduar në gjuhë urrejtje), dialogut ndërkulturor, pjesëmarrjes në diskursin demokratik përmes mjeteve të ndryshme në një mënyrë që është etike.
17.	Zbaton EMI te forma të tjera aftësish shoqërore	Kupton si të integrojë kompetenca të mendimit kritik në adresimin e aftësive për shëndet, aftësive financiare, aftësive shkencore, aftësive ndërkulturore dhe formave të tjera të aftësive shoqërore.
18.	Zbaton EMI te zgjidhja e problemeve dhe bashkëpunimi	Dallon mundësitë dhe sfidat jetësore të bazuara te informacioni; kupton si të lidhet me të tjerët fizikisht dhe përmes teknologjisë dhe medias për të kombinuar informacionin dhe njohurinë për të zhvilluar ide dhe zgjidhur probleme.
19.	Njeh si të dallojë dhe t'i përgjigjet gjuhës së urrejtjes dhe përmbajtjes së projektuar për ekstremizmin e dhunshëm	Kupton si përmbajtja mund të mitigojë apo propagandojë urrejtjen dhe ekstremizmin e dhunshëm; është në gjendje të identifikojë përmbajtje diskriminuese dhe urrejtje dhe di se çfarë hapash duhet të ndërmarrë kur vjen në kontakt me këto përmbajtje.
VLERAT DHE MENDËSITË QË MUND TË INKURAJOHEN NGA KOMPETENCAT E EDUKIMIT MBI MEDIAN DHE INFORMACIONIN		
20.	Dialogu ndërkulturor dhe dialogu ndërfetar	
21.	Liria e shprehjes, liria e informimit dhe liria e pjesëmarrjes	
22.	Toleranca dhe respekti i të tjerëve	
23.	Njohja e vetvetes dhe vlera e sfidimit të bindjeve të një individi	
24.	Kuptimi i standardeve të të drejtave ndërkombëtare të njeriut	
25.	Zhvillimi i qëndrueshëm, solidariteti dhe paqja	

KORNIZA E KURIKULËS

Bazuar në rekomandimet e takimeve të grupeve të ekspertëve të UNESCO-s, konsultimet[24] dhe modulet e zhvilluara nga autorë të ndryshëm të kësaj kurikule që shoqëron kornizën, tri fusha të ndërlidhura tematike janë ravijëzuar për kornizimin e kësaj kurikule EMI për edukatorët dhe nxënësit. Ato janë:

1. Njohja dhe kuptimi i informacionit, medias dhe komunikimeve dixhitale për zhvillim të qëndrueshëm, paqe dhe diskurs demokratik e pjesëmarrje sociale.
2. Vlerësimi i përmbajtjes dhe institucioneve të lidhura me to.
4. Prodhimi dhe përdorimi i përmbajtjes.

Këto janë lidhura me gjashtë fusha kyçe të edukimit të përgjithshëm dhe zhvillimit të mësuesve për të portretizuar marrëdhëniet e tyre progresive dhe për të krijuar një kornizë kurikulare të kësaj Kurikule model për Edukatorët dhe Nxënësit të UNESCO-s (shiko Tabelën 1). Për të ofruar një kontekst zhvillimor të kësaj politike zhvillimore dhe udhëzues për zhvillimin dhe integrimin e EMI në të gjithë nivelet e edukimit dhe shoqërisë, UNESCO ka krijuar Draft Standarde të Udhëzimeve të Kurikulës për Edukimin për Median dhe Informacionin,[25] si dhe Udhëzime për Politikën dhe Strategjinë e Edukimit për Median dhe Informacionin.[26]

Korniza Kurikulare EMI dhe modulet e saj shoqëruese janë shteruese, gjithëpërfshirëse dhe jodetyruese për të lehtësuar përshtatjen e tyre me strategjitë globale, rajonale dhe kombëtare. (Shiko sesionet Procesi Përshtatës dhe Strategjitë Integruese te Hyrja e Pjesës 2 të Kurikulës EMI për më shumë informacion).

Ata duhet të jenë mjaftueshëm të përkulshme që të përshtaten për t'iu përshtatur sistemeve të ndryshme edukative dhe institucionale dhe të modelohen për nevojat e komuniteteve vendore. Sidoqoftë, UNESCO konsideron që ekspozimi i dobishëm i edukatorëve dhe nxënësve ndaj EMI duhet domosdoshmërisht të përfshijë elementë që theksojnë nevojën për një përfshirje kritike në Objektivat e Zhvillimit të Qëndrueshëm dhe lirive themelore të përfshira në Nenin 19 të Deklaratës Universale të të Drejtave të Njeriut. Në cilëndo formë, Kurikula EMI duhet të ndihmojë edukatorët dhe nxënësit të kuptojnë rëndësinë e EMI për zhvillimin e qëndrueshëm dhe nevojën e këtyre lirive dhe të drejtave themelore si një pjesë integrale e edukimit qytetar.

Kurikula EMI është e përshtatshme për shtypshkrim dhe mjedise audiovizuale, përfshirë gazetat, librat dhe mediat e transmetuara si radio e televizioni (qoftë kjo online apo jo), në komunikimet dixhitale dhe të gjitha llojet e tjera të ofruesve të përmbajtjes. Prandaj, trajnimi i edukatorëve dhe bashkëedukatorëve EMI nuk duhet parë se u takon vetëm atyre që kanë akses në teknologjitë e përparuara dixhitale. Ai është barazisht i zbatueshëm në kontekstet kur teknologjitë dixhitale të përparuara janë të kufizuara.

24 Ky dokument merr nga rekomandimet e një seri takimesh në grup dhe konsultimesh në nivel ekspertësh që ka filluar në vitin 2008 me botimin e parë dhe që janë ripërsëritur në 2019/2020 për këtë botim të dytë të Kurikulës EMI.

25 Standarde të Udhëzimeve të Kurikulës për Edukimin për Median dhe Informacionin [Standards for Media and Information Literacy Curricula Guidelines], https://en.unesco.org/sites/default/files/belgrade_recommendations_on_draft_global_standards_for_mil_curricula_guidelines_12_november.pdf

26 Udhëzime për Politikën dhe Strategjinë e Edukimit për Median dhe Informacionin [Media and Information Policy and Strategy Guidelines], UNESCO, Paris, 2013.

TABELA 2: KORNIZA KURIKULARE EMI PËR EDUKATORËT

DIMENSIONET E KURIKULËS			
Fushat kyçe të kurikulës	Njohuria e informacionit për zhvillim të qëndrueshëm dhe diskurs demokratik	Vlerësimi i përmbajtjes	Prodhimi dhe përdorimi i përmbajtjes
Kurikula dhe vlerësimi paraprak	Njohja e ofruesve të përmbajtjes, funksioneve të tyre dhe kushteve të nevojshme për përmbushjen e tyre	Kuptimi i kritereve për vlerësimin e përmbajtjes	Aftësitë për të eksploruar se si përmbajtja prodhohet, kontekstet shoqërore dhe kulturore të prodhimit; përdorimi nga qytetarët; dhe qëllimet
Zhvillimi profesional i edukatorëve	Njohja e EMI për edukim civil, pjesëmarrja në komunitetet profesionale dhe qeverisja e shoqërive	Vlerësimi dhe menaxhimi i medias dhe informacionit, dhe burimet e përfshirjes dixhitale për mësim profesional	Udhëheqësia dhe qytetaria aktive; advokimi i promovimit dhe përdorimi të EMI për zhvillimin e edukatorëve dhe nxënësve
Përmbajtja	Përmbajtja, online dhe offline, nga ofruesit tradicional si institucionet e mediave, bibliotekat, muzetë, librat, etj.	Karakteristikat e përmbajtjes që lidhen me burimet institucionale dhe individuale	Përdorimi, gjenerimi / krijimi dhe shpërndarja e përmbajtjes përmes renditjes algoritmike ose përmes ndarjes/ sharing
Organizimi dhe administrimi	Njohja e krijimit të planeve mësimore të EMI	Bashkëpunimi përmes edukimit për median dhe informacionin	Zbatimi i edukimit për median dhe informacionin në edukimin përgjatë gjithë jetës
Pedagogjia	Integrimi i përmbajtjes në kurikulën bazë dhe hapësirat dhe diskutimet mësimore	Vlerësimi i përmbajtjes dhe ofruesve të përmbajtjes përmes zgjidhjeve të problemeve	Përmbajtja e gjeneruar nga përdoruesi dhe përdorimi i saj për mësimdhënie e nxënie
Politika dhe vizioni	Përgatitja e edukatorëve të aftësuar për median dhe informacionin dhe hapësirave mësimore	Përgatitja e nxënëse / qytetarëve të aftësuar për median dhe informacionin	Lehtësimi i shoqërive të aftësuara për median dhe informacionin

POLITIKA DHE VIZIONI

Politikat kombëtare janë të domosdoshme për të garantuar përfshirjen sistematike dhe progresive të EMI në të gjithë nivelet e sistemeve edukative dhe shoqërive në përgjithësi. Një i kuptuar e edukimit kombëtar, TIK-ve, të rinjve, institucioneve dhe industrive të lidhura me përmbajtjen, politikave kulturore, garantimi i ligjeve të lirisë së shprehjes e lirisë së informimit dhe politikave të tjera të zhvillimit të qëndrueshëm dhe pikave të takimit me politikat e edukimit për median dhe informacionin duhet të jetë pika fillestare. Aty ku nuk ekzistojnë politika EMI, çështjet duhet të jenë: Cili është roli që mund të luajnë edukatorët dhe nxënësit në advokimin për to? Nëse ekzistojnë politika, sa të përshtatshme dhe të përditësuara janë ato? Deri në çfarë niveli reflektojnë ato standardet ndërkombëtare dhe praktikat më të mira? Si mund të përditësohen ato? Ndaj, një aspekt i rëndësishëm i Kurikulës EMI është diskutimi rreth "politikës dhe vizionit" të edukimit për median dhe informacionin, si dhe implikimet në të gjitha nivelet dhe llojet e edukimit dhe shoqërisë. Ky diskutim duhet të drejtojë te një analizë e politikës dhe vizionit dhe mënyrës se si ato lidhen me përgatitjen e edukatorëve dhe nxënësve të edukuar për median dhe informacionin. Në fund, ai duhet të tërheqë vëmendjen e rolit të edukatorëve në lehtësimin e shoqërive të edukuara për median dhe informacionin. Udhëzuesi i UNESCO-s për Politikën dhe Strategjinë e Edukimit për Median dhe Informacionin[27] propozon një proces hap-pas-hapi.

NJOHJA E INFORMACIONIT, MEDIAS DHE KOMUNIKIMEVE DIXHITALE PËR ZHVILLIM TË QËNDRUESHËM, PAQE, DISKURS DEMOKRATIK DHE PJESËMARRJE SHOQËRORE

Objektivi i kësaj fushe të gjerë tematike është të krijojë një të kuptuar kritik të mënyrës se si edukimi për median dhe informacionin mund të pasurojë aftësinë e edukatorëve, nxënësve dhe gjithë qytetarëve në përgjithësi për t'u përfshirë me ofruesit e përmbajtjes si lehtësues të mundshëm të zhvillimin të qëndrueshëm, lirisë së shprehjes, pluralizmit, dialogut dhe tolerancës ndërkulturore, qytetarisë globale dhe si kontributorë të informacionin për përfitimin publik, debatin demokratik dhe qeverisjen e mirë. Figura 5 në fund të këtij seksioni demonstron këtë marrëdhënie. Kjo temë përfshin një larmi çështjesh të mbivendosura në lidhje me funksionin dhe rolin e ofruesve të ndryshëm të përmbajtjes, përshirë bibliotekat, mediat dhe kompanitë e komunikimeve dixhitale të tilla si:

- Ofrimi i kanaleve përmes të cilave qytetarët mund të komunikojnë me njëri tjetrin dhe të advokojnë për të drejtat e tyre;
- Ruajtjes, përpunimit, analizimit dhe shpërndarjes së informacionin për të mirën publike;

27 Udhëzime për Politikën dhe Strategjinë e Edukimit për Median dhe Informacionin [Media and Information Policy and Strategy Guidelines], UNESCO, Paris, 2013.

- Shpërndarjen e historive, ideve dhe informacionit;
- Korrigjimi i asimetrisë së informacionit midis qeveritarëve dhe të qeverisurve dhe agjentëve privatë në konkurrencë;
- Lehtësimi i debateve të informuara midis aktorëve të ndryshëm shoqëror dhe inkurajimi i zgjidhjes së mosmarrëveshjeve përmes mjeteve demokratike;
- Sigurimi i mjetit me anë të të cilit shoqëria mëson rreth vetes dhe ndërton një ndjesi komunitare;
- Sigurimi i mekanizmit për shprehje kulturore, kohezion kulturor brenda e ndërmjet kombeve dhe zhvillim të qëndrueshëm;
- Veprimi si rojtar të qeverisjes në të gjitha format, duke promovuar transparencë në jetën publike dhe këqyrjes së kujdesshme publike të individëve me pushtet duke ekspozuar korrupsionin dhe keqbërjen e korporatave;
- Puna si instrument për rritjen e eficensës shoqërore dhe ekonomike;
- Lehtësimi i zhvillimit të qëndrueshëm e proceseve demokratike dhe ndihma me garanci për zgjedhje të lira dhe të ndershme;
- Veprimi si një avokat dhe aktor shoqëror në vetvete ndërsa respekton vlera pluraliste (media e lajmeve);
- Shërimi si kujtesa kolektive e shoqërisë (bibliotekat);
- Ruajtja e trashëgimisë kulturore;
- Sigurimi i një porte drejt informacionit;
- Ndihma për të eliminuar ndasinë dixhitale duke ofruar akses për publikun e gjerë;
- Lejimi i bibliotekave, arkivave dhe muzeve që të shihen si agjenci informacioni dhe qendra burimore mësimi;
- Promovimi i përdorimit të gjitha llojeve të burimeve të informacionit në biblioteka;
- Lehtësimi i mësimdhënies, nxënies dhe të mësuarit se si të mësosh përmes bibliotekave akademike; dhe
- Edukimi i përdoruesit të bibliotekave.

(Përshtatur nga Indikatorët e UNESCO-s të Zhvillimit të Medias [UNESCO Media Development Indicators], 2008).

Të gjitha referencat ndaj Kosovës në Indikatorët e UNESCO-s të Zhvillimit të Medias duhen kuptuar në kuadër të Rezolutës 1244 të Këshillit të Sigurimit të Kombeve të Bashkuara (1999).

Shtyllat themelore të zhvillimit të qëndrueshëm, demokracisë dhe qeverisjes së mirë – transparenca, llogaridhënia dhe pjesëmarrja qytetare – janë të vështira për t'u përmbushura pa informacion, media dhe sisteme dixhitale të hapura. Këto sisteme mund të shërbejnë për të nxitur një shoqëri civile vibrante apo "kulturë civile". Këto funksione shërbimi përfshijnë:

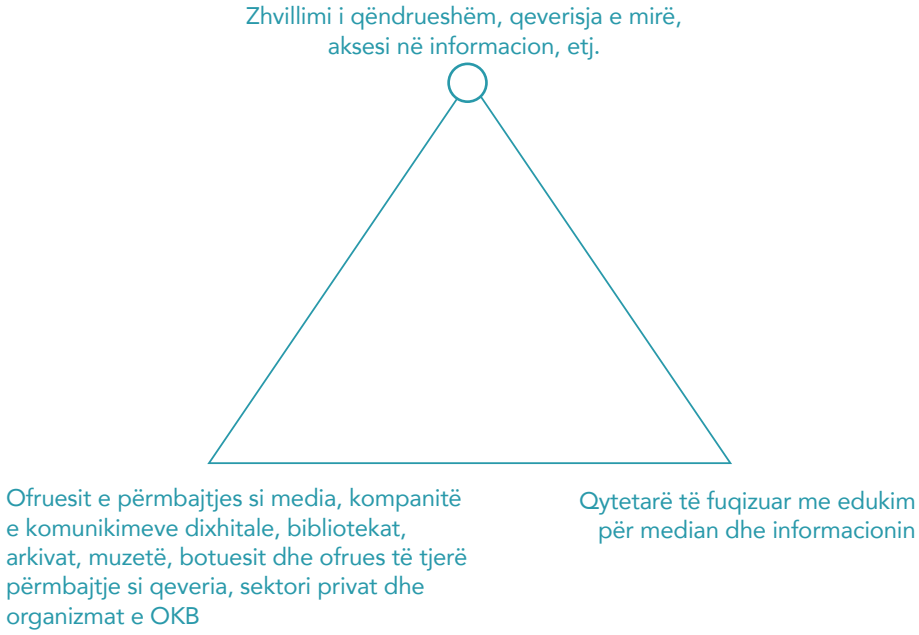
- Ofertën e një aksesi të barabartë te informacionin dhe njohuria që janë të kuptueshme dhe të përshtatshme për grupet e ndryshme të njerëzve; duke ofruar një platformë për debat dhe diskutim të hapur.

- Frymëzimi i besnikërisë dhe përkushtimit mbështetës ndaj vlerave dhe procedurave që ngrenë lart zhvillimin e qëndrueshëm, demokracinë dhe qeverisjen e mirë.

Kurikula EMI u siguron edukatorëve dhe nxënësve përmbajtjen e nevojshme për të zhvilluar aftësi në integrimin e edukimit për median dhe informacionin në praktikat e tyre mësimdhënëse e mësimnxënëse në një mënyrë që çmon zërin, diversitetin e nxënësve dhe që është e ndjeshme ndaj përfaqësimeve gjinore. Këtu, çështja bëhet se si individi të përfshihet me ofruesit e përmbajtjes për të shprehur vetveten dhe për të forcuar zërin individual që të zhvillojë kuptime dhe perspektiva të ndryshme.

Institucionet e informacionit (bibliotekat, institucionet e mediave dhe kompanitë e komunikimeve dixhitale) vënë në dispozicion platforma për zgjerimin e pjesëmarrjes në mësimin profesional. Në disa vende, ato mund të jenë të përdoren për mësim të hapur e në distancë (MHD) dhe për zhvillim profesional të vazhdueshëm (ZhPV) për edukatorët. Kjo Kurikul eksploron se si sisteme të ndryshme informacioni dhe komunikimi mund të përdoren për të përmirësuar pjesëmarrjen e edukatorëve në komunitetet e tyre profesionale. Edukatorët që punojnë në kontekste të ndryshme shoqërore dhe vendndodhje gjeografike mund të ndajnë njohuri dhe informacion rreth mësimit dhe praktikave të tyre profesionale.

FIGURA 5: EMI DHE RËNDËSIA E TIJ PËR ZHVILLIMIN E QËNDRUESHËM DHE DEMOKRACINË



VLERËSIMI I INFORMACIONIT, MEDIAS DHE KOMUNIKEVE DIXHITALE

Zgjidhja e problemeve dhe mendimi kritik qëndrojnë në thelb të mësimit në të gjitha lëndët, si dhe në jetën e përditshme. Problemet bëhen mundësi për vlerësim kritik të përmbajtjes nga burime të ndryshme.

Objektivi i këtushëm është rritja e kapaciteteve të edukatorëve dhe nxënësve për të vlerësuar burimet dhe informacionin paraprak bazuar mbi funksione të caktuara të shërbimeve publike që si normë i atribuohen ofruesve të përmbajtjes. Edukatorët dhe nxënësit duhen pajisur me kompetenca EMI për të identifikuar dhe analizuar përfitimet dhe paragjykimet apo përmbajtjen e dëmshme, duke qenë në gjendje të dekonstruktojë mesazhe dhe të veprojë me ato në mënyrë kritike. Një objektiv tjetër është përgatitja e edukatorëve dhe nxënësve me njohuri mbi veprimet që mund të ndërmerren kur këto sisteme shmangen nga rolet e pritura. Edukatorët duhet të jenë në gjendje të shqyrtojnë mënyrën se si kompetencat EMI lidhen me përmbajtjen e prodhuar në dhe për kontekste formale dhe joformale të mësuari. Ideja e këtushme është që informacioni dhe përmbajtja brenda sistemeve edukative mundet vetë të jetë e paragjykuar, stereotipike, e paplotë dhe nganjëherë edhe e gabuar. Për shembull, edukatorët duhet të jenë në gjendje të eksplorojnë çështjet gjinore, racore, fetare apo forma të tjera të prezantimit të përmbajtjes që gjenden në tekste shkollore, kurikula dhe kërkime, si dhe informacionin që del nga media e sistemet e komunikimeve dixhitale dhe mënyrat se si ky diversitet dhe pluralizëm adresohen në nivel vendor dhe global.

Së fundi, edukatorët dhe nxënësit duhet të ndërtojnë kapacitete për të vlerësuar se si të interpretojnë përmbajtjen në përgjithësi, apo dhe tekste specifike nga një larmi burimesh, si dhe si kjo pasuron apo pengon mësimin e tyre dhe angazhimin shoqëror.

PRODHIMI DHE PËRDORIMI I PËRMBAJTJES PËR DHE NË EMI

Aftësia për të përzgjedhur, përshtatur dhe/ose zhvilluar, apo për të përdorur materiale e instrumente të edukimit për median dhe informacionin për një sërë objektivash mësimorë dhe nevojash mësimore duhet të jetë zotësi që edukatorët dhe nxënësit duhet të fitojnë. Për më tepër, edukatorët duhet të zhvillojnë zotësi për të ndihmuar nxënësit që t'i vënë në zbatim këto instrumente dhe burime në nxënien e tyre, veçanërisht në lidhje me prodhimin e përmbajtjes.

Prodhimi dhe përdorimi i përmbajtjes duhet të lehtësojë një pedagogji me në qendër nxënësin që nxit hulumtimin dhe mendimin reflektues nga edukatorët dhe nxënësit. Këtu, kuptimi i elementëve bazikë të ciklit jetësor të përmbajtjes, bashkë me aftësitë për kërkim akademik, duhet të marrin një vëmendje më të madhe. Mësimi përmes praktikës është një aspekt i rëndësishëm e fitimit të njohurisë në shekullin XXI. Prodhimi i përmbajtjes siguron një bulevard që edukatorët dhe nxënësit të ecin vetë në mësimnxënie përmes kalimit, prodhimit të teksteve dhe imazheve në mjedise që inkurajojnë pjesëmarrjen brenda dhe jashtë konteksteve formale të mësimit. Edukatorët duhet të luajnë një rol aktiv në këtë proces që nxënësit të zhvillojnë kompetencat për mësim pjesëmarrës.

Përmbajtja e gjeneruar nga përdoruesi është elementi tërheqës më dominant si nga kompanitë e komunikimit dixhital si nga mediat tradicionale. Ndërveprimi me përdorues të tjerë në platformat e rrjeteve sociale është një arsye në rritje e rëndësishme nga të rinjtë për të akesesuar Internetin përmes platformave të ndryshme transmetuese. Kjo nuk kufizohet vetëm në vendet e zhvilluara: në Afrikë, Azi Jugore, Amerikën Latine dhe Karaibe, gjithmonë e më shumë qytetarë po fitojnë akses ndaj teknologjisë mobile dhe po e përdorin atë për të marrë dhe dërguar mesazhe e për të marrë pjesë në debate mbi çështjet shoqërore, zhvillimit të qëndrueshëm dhe politike që prekin jetët e tyre. Në të njëjtën kohë, ata përfshihen me argëtimin dhe reklamën, si dhe lundrojnë vazhdimësinë e përmbajtjes së rreme dhe çorientuese.

Ndërsa edukatorët dhe nxënësit zhvillojnë kompetenca dhe siguri në prodhimin dhe përdorimin e përmbajtjeve mediatike dhe dixhitale për praktika mësimore, ata apo ecin drejt kthimit të vetes së tyre në udhëheqës të promovimit të edukimit për median dhe informacionin në kurikulën mësimore. Rritja e aftësisë së tyre në mësim e nxënie rreth EMI-t në një larmi funksionesh i bën edukatorët dhe nxënësit në kampion dhe bashkëmësues të EMI në mjediset mësimore e shoqërore dhe në shoqërinë e gjerë.

KOMPETENCAT KRYESORE TË MËSUESVE

Tabela 3 lidh më tutje EMI me fushat e pranuara të kurikulës për mësues/edukatorë. Këto zotësi reflektojnë kompetencat themelore që edukatorët pritet të fitojnë dhe demonstrojnë nën secilin element të Kornizës Kurikulare EMI. Në vlerësimin e madhësisë në të cilën edukatorët kanë zhvilluar zotësitë e duhura në fushat e kurikulës, Tabela 3 ofron se cilat janë rezultatet e pritshme.

TABELA 3: OBJEKTIVAT DHE ZOTËSITË E EDUKATORËVE NË KURIKULËN EMI TË UNESCO-S

FUSHAT E KURIKULËS	OBJEKTIVAT KURIKULARE	ZOTËSITË E MËSUESVE QË DUHEN FUQIZUAR
Politika dhe vizioni	Të sensibilizojë mësuesit për politikat dhe vizionin që duhet për EMI	Mësuesit të kuptojnë politikat e nevojshme për të promovuar EMI dhe si këto mund të përmbushen në arsim (dhe shoqëri). Ata duhet të kuptojnë gjithashtu se si EMI kontribuon në aftësitë jetësore dhe zhvillimin e përgjithshëm brenda kontekstit të edukimit qytetar dhe edukimit për qytetari globale.
Kurikula dhe vlerësimi paraprak	Të theksojë përdorin e burimeve EMI dhe zbatimit të tyre	Mësuesit kuptojnë se mund të përdoret EMI në kurikulat shkollore. Ata janë në gjendje në mënyrë kritike të vlerësojnë gamën e ofruesve të përmbajtjes në dritën e funksioneve që u atribuohen atyre dhe për këtë qëllim të përzgjedhin një gamë të gjerë materialesh nga ofruesit e përmbajtjes që ofron EMI. Ata kanë aftësitë për të vlerësuar të kuptuarin e studentëve të EMI.

Informacioni, media dhe institucionet e internetit	Të pasurojë njohurinë mbi një gamë të tërë ofruesit të përmbajtjes si bibliotekat, arkivat, muzetë, media, kompanitë e komunikimeve dixhitale, etj.	Mësuesit njohin dhe kuptojnë se si gjithë ofruesit e përmbajtjes kanë evoluar në format e tashme. Ata zhvillojnë zotësi në përdorimin e teknologjive të disponueshëm për të ndikuar audienca të ndryshme. Ata përdorin burime të larmishme përmbajtje dhe ua ofrojnë ato studentëve të tyre.
Organizimi dhe administrimi	Të rrisë kapacitetet e mësuesve për të organizuar hapësira mësimore për pjesëmarrje aktive në gjithë mësimdhënien dhe nxënien, dhe që burimet e përmbajtjes të jenë një pjesë integrale e përmbushjes së këtij qëllimi	Mësuesit e aftësuar për median dhe informacionin duhet të kuptojnë organizimin e hapësirave mësimore; janë në gjendje të krijojnë kushtet në mësim dhe nxënie që maksimizojnë përdorimin e ofruesve të ndryshëm të përmbajtjes për edukim civil dhe mësim gjatë gjithë jetës, përfshirë shfaqjen e zotësive në organizimin e mësimit në mënyra që e bëjnë hapësirën mësimore të respektojë pikëpamjet dhe perspektivat e ndryshme pavarësisht prejardhjes dhe gjinisë.
Pedagogjia	Të ndikojë ndryshimin në praktikat e nevojshme pedagogjike për të mësuar edukimin për median dhe informacionin	Mësuesit e aftësuar për median dhe informacionin duhet të fitojnë zotësitë pedagogjike që duhen për t'u mësuar studentëve edukimin për median dhe informacionit. Ata kanë zotësinë për të mësuar EMI nga perspektiva e qeverisjes së mirë, zhvillimit të qëndrueshëm dhe dialogut ndërkulturor. Ata fitojnë njohuri për ndërveprimet e studentëve me dhe në përgjigje ndaj gjithë ofruesve të përmbajtjes si hapi i parë në mbështetjen e mësimit të edukimit për median dhe informacionin. Gjithashtu, edukatorët kuptojnë konceptet kryesore, instrumentet e kërkimit dhe strukturat e disiplinave EMI për të krijuar përvoja mësimore që janë kuptimplota për nxënësit dhe i përgatisin ata për rolin e tyre si qytetarë.
Zhvillimi profesional i edukatorëve	Të promovojë edukimin e zbatimit të burimeve të përmbajtjes për edukim të vazhdueshëm jetësor dhe zhvillim profesional	Ata kanë zotësitë e nevojshme për të përdorur teknologjinë dhe për t'u përfshirë me ofruesit e përmbajtjes për të akesesuar informacionin dhe përthithur tematikat dhe njohurinë pedagogjike në mbështetje të zhvillimit të tyre profesional.

Kjo kornizë prezanton 14 module kryesore, duke siguruar një Kurikul të pasur EMI. Modulet ofrojnë një skicë të temave, objektivave mësimore, përmbajtjes dhe veprimtarive që mund të përshtaten nga edukatorët, gjithë aktorët shoqërorë dhe institucionet sipas vendeve përkatëse. Lista vijuese e kompetencave, e lidhur me modulet, njësitë dhe temat e kurikulës EMI evidenton njohurinë dhe zotësitë specifike që edukatorët duhet të fitojnë ndërsa kalojnë nëpër secilin modul. Aty ku modulet përzgjidhen për një program të veçantë të EMI për edukim, ato duhet të mbulojnë shumicën e këtyre kompetencave. Kompetencat e listuara më poshtë javë vetëm një modelim i kompetencave të listuara në të 14 modulet. Shiko secilin modul për kompetencat apo rezultatet mësimore në fillim të secilës njësi.

KOMPETENCA EMI 1:

Kuptimi i rolit të informacionit, medias dhe komunikimeve dixhitale në zhvillimin e qëndrueshëm dhe demokraci.

Modulet e Kurikulës EMI që lidhen me këtë kompetencë përfshijnë:

Moduli 1, Një Modul Themelor: Hyrje në Edukimin për Median dhe Informacionin & Koncepte Kyç; **Moduli 2**, Kuptimi i Informacionin dhe Teknologjisë; **Moduli 14**, Komunikimi dhe Informacioni, EMI dhe Nxënia – Një Modul Përmbledhës; **Moduli 13**, Media, Teknologjia dhe Objektivat e Zhvillimit të Qëndrueshëm: Konteksti i EMI-t.

Mësuesi apo nxënësi EMI do të fillojë të familjarizohet me funksionet normative të gjithë ofruesve të përmbajtjes dhe të kuptojë rëndësinë e tyre potenciale për qytetari dhe vendimmarrje të informuar.

Rezultatet e kësaj kompetence duhet të përfshijnë aftësinë e mësuesve dhe nxënësve që të:

- Identifikojnë rezultate/elemente kyç të nxënies dhe konvergjencën e edukimit për median dhe informacionin;
- Identifikojnë, përkufizojnë dhe vlerësojnë funksionet normative të shërbimeve publike të gjithë ofruesve të përmbajtjes në zhvillimin e qëndrueshëm dhe shoqëritë demokratike;
- Kuptojnë lidhjen midis EMI dhe OZhQ-ve; përshkruaj zbatimin e EMI ndaj çështjeve të ndryshme zhvillimore;
- Kuptojnë dhe përkufizojë konceptet kyç që përdoren nga të gjithë ofruesit e përmbajtjes, përshirë bibliotekat, mediat dhe kompanitë e komunikimeve dixhitale;
- Kuptojnë mënyrën se si njohja e këtyre koncepteve do të ndihmojë përdoruesit / qytetarët të ndërveprojnë në mënyrë kritike me ofruesit e përmbajtjes;
- Demonstrojë kuptimin e koncepteve kyç si liria e shprehjes, aksesi te informacioni dhe të drejtat themelore të parashikuara në Nenin 19 të Deklaratës Universale të të Drejtave të Njeriut (DUDN);
- Interpretojnë dhe përkufizojnë marrëdhënien midis edukimit për median dhe informacionin, qytetarisë, zhvillimit të qëndrueshëm dhe demokracisë;
- Përkufizojnë pluralizmin e zërave dhe perspektivave në të gjitha format e ofruesve të përmbajtjes si aktorë të dialogut ndërkulturor dhe arsyen përse këto janë të rëndësishme;
- Përkufizojnë pavarësinë editoriale, standardet profesionale dhe llogaridhënien;
- Shpjegojnë gazetarinë si disiplinë vërtetimi të trupëzuar në një kundërpeshë në shërbimet publike;
- Përkufizojnë informacionin, median dhe etikën teknologjike, dhe të jetë në gjendje të identifikojë dhunimin e tyre.

KOMPETENCA EMI 2:

Të kuptojë përmbajtjen dhe përdorimet e saj

Modulet e Kurikulës EMI që lidhen me këtë kompetencë përfshijnë:

Moduli 2, Kuptimi i Informacionit dhe Teknologjisë; **Moduli 6**, Përfaqësimi në Media dhe Informacion: Evidentimi i Barazisë Gjinore; **Moduli 7**, Si e Ndikon Përmbajtjen Media dhe Teknologjia; **Moduli 5**, Audienca dhe Qytetaria Globale; **Moduli 10**, Reklama dhe Edukimi për Median dhe Informacionin; **Moduli 11**, IA, Media Sociale dhe Kompetencat EMI; **Moduli 13**, Media, Teknologjia dhe Objektivat e Zhvillimit të Qëndrueshëm: Konteksti i EMI.

Mësuesi dhe nxënësi EMI do të jenë në gjendje të demonstrojnë njohuri dhe të kuptuar të mënyrave se si njerëzit përdorin informacionin, median dhe teknologjitë dixhitale në jetë e tyre private dhe publike, marrëdhënien midis qytetarëve dhe përmbajtjes, si dhe përdorimin e tyre për një larmi qëllimesh.

Rezultatet e kësaj kompetence duhet të përfshijnë aftësinë e mësuesve dhe nxënësve për të:

- Interpretuar dhe realizuar lidhje midis përmbajtjes, kontekstit dhe vlerave të projektuara nga ofruesit;
- Përkufizuar rolin dhe rëndësinë e informacionit dhe nevojës për aftësim për informacion në shoqëritë e informacionit dhe njohurisë;
- Përkufizuar lidhjen midis EMI e qytetarisë globale dhe relevancës për mësimin;
- Eksploruar nocionin e audiencës, përfshirë faktorët që mund të ndikojnë se si individët dhe audiencat e interpretojnë ndryshe përmbajtjen;
- Listuar përfitimet e qenies pjesë e një shoqërie njerëzore të përbashkët, me vlera dhe detyrime të përbashkëta, empati, solidaritet dhe respekt për ndryshimet dhe diversitetin;
- Shqyrtuar marrëdhëniet dinamike, të ndërlidhura dhe potencialisht transformuese midis prodhimit, mesazhit, angazhimit dhe audiencës;
- Identifikuar dhe listojë disa përdorime të përgjithshme të IA dhe medias sociale për zhvillim;
- Identifikuar disa aktorë kryesorë që zhvillojnë dhe përdorin IA;
- Kuptuar dhe përshkruaj bazat e etikës, qeverisjes dhe rregullimit të IA;
- Përdorur strategji për të analizuar stereotipat në përmbajtjen e informacionit dhe medias (p.sh. të dallojë stereotipat që i shërbejnë interesit të disa grupeve në shoqëri në kurriz të të tjerëve; të identifikojë dhe dekonstruktojë teknikat e përdorura në mediat vizive që vazhdojnë stereotipizimit, përfshirë stereotipat gjinore dhe racore);

- Identifikuar, analizojë dhe kritikojë një larmi teknikash të përdorura në reklamim (dhe lloje të tjera përmbajtje) që kërkojnë të ndikojnë vendimmarrjen dhe sjelljen;
- Eksploruar përfaqësimin, çpërfaqësimin dhe mospërfaqësimin në përmbajtje;
- Eksploruar ndërveprimin midis privatësisë, zhvillimit personal dhe zhvillimit shoqëror;
- Shpjeguar se si koncepti i audiencave "aktive" gjen zbatim në reklamim dhe komunikimet strategjike, ose më specifikisht, se si audiencat ndërmjetësojnë kuptimin (si e shpjegojnë suksesin e disa reklamave dhe mungesën e disa të tjerave);
- Vlerësuar efektin e reklamës mbi përmbajtjen dhe shërbimet;
- Rekomanduar strategji që ruajnë një qytetari të informuar, duke marrë në konsideratë thirrjet emocionale që shoqërojnë reklamat, çinformimin dhe dezinformimin;
- Kuptuar dhe përshkruar karakteristikat dhe rëndësinë e transmetuesve të shërbimeve publike (TShP).

KOMPENTENCA EMI 3:

Vlerësimi paraprak i informacionit me efikasitet e eficensë dhe përdorimi i etikës

Modulet e Kurikulës EMI që lidhen me këtë kompetencë përfshijnë:

Moduli 1, Një Modul Themelor: Hyrje në Edukimin për Median dhe Informacionin & Koncepte të tjera kryesore; **Moduli 9**, Mundësitë dhe Sfidat e Internetit; **Moduli 3**, Kërkimi, Cikli i Përmbajtjes, Përpunimi i Informacionit Dixhital, Pronësia Intelektuale; **Moduli 8**, Privatësia, Mbrojtja e të Dhënave dhe Ju.

Mësuesi dhe nxënësi EMI do të jetë në gjendje të përcaktojë llojet e ndryshme të përmbajtjes që duhen për një detyrë të caktuar dhe të kërkojë për e të aksesojë përmbajtje në një mënyrë efikase dhe eficente.

Rezultatet e kësaj kompetence duhet të përfshijnë aftësinë e mësuesve dhe nxënësve për të:

- Përzgjedhur qasje efikase dhe eficente për aksesimin e përmbajtjes të kërkuara për qëllime hulumtuese dhe aksesuese të informacionit;
- Mësuar se si të përdorë komandat kërkimore në baza të dhënash;
- Kuptuar rolin e ofruesve të përmbajtjes (përfshirë motorët e kërkimit në internet, bibliotekat, muzetë dhe arkivat në ruajtjen e informacionit dixhital);
- Kërkuar online duke përdorur teknika të përshtatshme (motorë kërkimi, direktori tematike dhe porta tematike);

- Identifikuar fjalë kyçe dhe terma të ndërlidhur për akesimin e përmbajtjes së nevojshme;
- Identifikuar një larmi llojesh dhe formatesh të burimeve potenciale të përmbajtjes. Përshkruar kriteret e përdorura për të ndërmarrë vendime dhe bërë zgjedhje përmbajtje;
- Qenë në gjendje të kuptojë domethëniet dhe lidhjet dhe aftësimit bazë shkencor dhe EMI;
- Përshkruar dhe demonstruar kuptimin e koncepteve kyç të organizimit të informacionit, që nënkupton përdorimin e skemave të klasifikimit për të lokalizuar përmbajtje (p.sh. klasifikime kolektive të bibliotekave, indekset, abstraktet, bibliografitë, bazat e të dhënave, etj.);
- Kuptuar dhe zbatuar ligjet e kopjimit që përfshijnë licensimin “creative commons” dhe copyright të plotë;
- Kuptuar ndryshimin midis autorësisë dhe pronësisë;
- Qenë në gjendje të kuptojë rëndësinë dhe llojet e ndryshme të pronësisë intelektuale.

KOMPETENCA EMI 4:

Vlerësimi kritik i informacionit, burimeve të informacionit dhe praktikave etike.

Modulet e Kurikulës EMI që lidhen me këtë kompetencë përfshijnë:

Gjithë modulet, veçanërisht Moduli 1, Një Modul Themelor: Hyrje në Edukimin për Median dhe Informacionin & Koncepte të tjera kryesore; **Moduli 2**, Kuptimi i Informacionit dhe Teknologjisë; **Moduli 3**, Kërkimi, Cikli i Përmbajtjes, Përpunimi i Informacionit Dixhital, Pronësia Intelektuale; **Moduli 9**, Mundësitë dhe Sfidat e Internetit; **Moduli 5**, Audienca dhe Qytetaria Globale; **Moduli 6**, Përfaqësimi në Media dhe Informacion: Evidentimi i Barazisë Gjinore; **Moduli 10**, Reklama dhe Edukimi për Median dhe Informacionin; **Moduli 4**, Kompetencat e Edukimit për Median dhe Informacionin që Sulmojnë Çinformimin dhe Gjuhën e Urrejtjes: Në Mbrojtje të Kërkimit të së Vërtetës dhe Paqes.

Mësuesi dhe nxënësi EMI do të jetë në gjendje të vlerësojë në mënyrë kritike përmbajtjen e të gjithë ofruesit e përmbajtjes dhe të inkorporojë informacion të përzgjedhur për zgjidhje problemesh dhe analizë të ideve.

Rezultatet e kësaj kompetence duhet të përfshijnë aftësinë e mësuesve dhe nxënësve për të:

- Shqyrtuar dhe krahasuar përmbajtjen nga ofrues të ndryshëm të përmbajtjes që të dallojë karakteristikat e ndryshme funksionale të informacionit, argëtimit, reklamimit, çinformimit dhe dezinformimit;

- Vlerësuar përmbajtjen informacionale në termat e besueshmërisë, vlefshmërisë, saktësisë, autoritetit, përshtatshmërisë kohore dhe paragjykimit;
- Përdorur një larmi kriteresh (p.sh. qartësia, saktësia, efikasiteti, paragjykimi, vlefshmëria e fakteve) për të vlerësuar tekste specifike (faqe interneti, dokumentarë, reklama, programe lajmesh);
- Dalluar paragjykimin, urrejtjen dhe manipulimin;
- Shpjeguar teoritë e ndryshme të së vërtetës;
- Analizuar kushtet që ilustrojnë konceptin e një epoke post-truth (pas të vërtetës);
- Dalluar llojet e ndryshme të përmbajtjes së rreme dhe çorientuese; që do të thotë, dezinformim, çinformim dhe keqinformim, përfshirë teoritë konspirative dhe mitet;
- Përshkruar se si funksionojnë trolling (peshkimi) apo clickbait (karrem klikimi), përfshirë lidhjen e tyre me dezinformimin;
- Përshkruar llojet, natyrën dhe origjinat e teorive konspirative, arsyet se përse njerëzit tërhiqen prej tyre dhe se si t'i ballafaqojnë ato;
- Vlerësuar rolin e modeleve të biznesit në shumëfishimin e çinformimit e dezinformimit në vlerësimin e përpjekjeve për të mitiguar këtë përmes moderimit të përmbajtjes dhe standardeve editoriale;
- Dalluar kontekstet kulturore, shoqërore e të tjera brenda të cilave u krijua përmbajtja dhe kuptuar impaktin e kontekstit e interpretimit të saj;
- Kuptuar gamën e teknikave dixhitale, përfshirë karakteristika si "deep fakes" dhe mundësitë e manipulimit dixhital;
- Krahasuar njohurinë e re me njohuri të vjetër për të përcaktuar vlerën e shtuar, kundërshtitë dhe karakteristikave të tjera unike të përmbajtjes;
- Përcaktuar saktësime të mundshme duke vënë në pikëpyetje burimin e të dhënave, kufizimet e instrumenteve e strategjive të mbledhjes së informacionit dhe arsyeshmërisë së përfundimeve të arritura;
- Përdorur një gamë strategjish për të interpretuar tekste (nxjerrë përfundime, përgjithësuar, sintetizuar materialin e shqyrtuar, referuar imazheve apo informacionit të mediat vizive për të mbështetur pikëpamjen, dekonstruktuar përmbajtjen për të përcaktuar paragjykimet që e shoqërojnë dhe çkoduar nëntekstin);
- Analizuar përmbajtje nga ofrues të ndryshëm, me një theks që i jepet përfaqësimit të gjinisë, racës, origjinës, dhe identifikuesve të tjerë kulturorë, dhe seksualitetit;
- Përkthyer kompetencat EMI në indikatorë specifikë performance që manifestohen në terma të njohurisë, mendësive dhe zotësive;
- Përshkruar shqetësimit dhe implikimet e privatësisë online në EMI;
- Identifikuar strategji për të mbrojtur informacionin personal online;
- Shpjeguar se përse privatësia është parësore në mënyrë që njerëzit të shprehin vetveten të lirë dhe të përfitojnë nga aksesi në informacion;

- Identifikuar kodet dhe konvencionet e përdorura për të përçuar kuptimin në një larmi përmbajtjesh;
- Vlerësuar mënyrat në të cilat një medium dhe kodet dhe konvencionet e tij të veçanta mund të formësojnë mesazhin që po përcillet;
- Vlerësuar paraprakisht përmbajtjen që mund të përçohet përmes përdorimit të një medium të caktuar;
- Analizuar se si audiencat identifikohen dhe targetohen, në mënyrë eksplicite dhe implicite, dhe rolin e algoritmeve të përfshira në to;
- Analizuar se si audiencat i përgjigjen përmbajtjes dhe shpjegojnë faktorët përcaktues, veçanërisht në kontekstin e qytetarisë globale.

KOMPETENCA EMI 5:

Vënia në Zbatim e Formateve Mediatike Dixhitale dhe Tradicionale

Modulet e Kurikulës EMI që lidhen me këtë kompetencë përfshijnë:

Moduli 9, Mundësitë dhe Sfidat e Internetit; **Moduli 6**, Përfaqësimi në Media dhe Informacion: Evidentimi i Barazisë Gjinore; **Moduli 7**, Si e Ndikojnë Përmbajtjen Media dhe Teknologjia; **Moduli 4**, Kompetencat e Edukimit për Median dhe Informacionin që Sulmojnë Çinformimin dhe Gjuhën e Urrejtjes: Në Mbrojtje të Kërkimit të së Vërtetës dhe Paqes; **Moduli 11**, IA, Media Sociale dhe Kompetencat EMI; **Moduli 12**, Media Dixhitale, Lojërat dhe Media Tradicionale; **Moduli 13**, Media, Teknologjia dhe Objektivat e Zhvillimit të Qëndrueshëm: Konteksti EMI.

Mësuesi dhe nxënësi EMI do të jenë në gjendje të kuptojë përdorimet e teknologjisë dixhitale, instrumenteve të komunikimit dhe rrjeteve për mbledhjen e informacionit, vendimmarrje dhe transformim shoqëror.

Rezultatet e kësaj kompetence duhet të përfshijnë aftësinë e mësuesve dhe nxënësve për të:

- Kuptuar bazat e teknologjisë dixhitale, mjeteve e rrjeteve të komunikimit dhe përdorimit të tyre në kontekste të ndryshme e për qëllime të ndryshme;
- Përshkruar se si duke qenë të edukuar për median dhe informacionin, nxënësit mund të kuptojnë më mirë kontekstet shoqërore të IA dhe si të përfshihen në mënyrë kritike me sistemet IA;
- Kuptuar si të vënë në zbatim kompetencat EMI në mjediset IA e të mediave sociale dhe identifikuar instrumente dhe burime që mund të ndihmojnë në këtë kontekst;
- Përdorur një gamë të gjerë "tekstesh" mediatike për të shprehur idetë e veta përmes formash të shumëfishta mediatike (media tradicionale e shkruar, elektronike, dixhitale, etj.);

- Ndërmarrë kërkime bazike përmbajtje online;
- Kuptuar qëllimet për të cilat të rinjtë e përdorin Internetin;
- Përshkruar ndryshimet teknologjike midis platformave tradicionale e dixhitale dhe si këto të fundit mund të pasurojnë demokracinë pjesëmarrëse, ndërsa çliron dhe shumëfishon rreziqet potenciale;
- Eksploruar përdorimin e lojërave në edukimin formal, joformal dhe informal;
- Kuptuar, përshkruar dhe zbatuar pedagogjinë e lojës në klasë;
- Zhvilluar zotësi shoqërore, intelektuale e hapësiro-kohore duke përdorur mjete të multimedias interaktive, përfshirë lojërat;
- Përdorur mjete të multimediale interaktive, veçanërisht lojërat dixhitale, për mësimdhënie e nxënie;
- Përdorur mjete / lojëra multimediale interaktive të teknologjisë së ulët/lartë për të prezantuar koncepte nga lëndët akademike (matematika, shkencat e natyrë, shkencat shoqërore, etj.);
- Analizuar mjete të ndryshme të multimedias interaktive që janë krijuar duke përdorur software falas e open-source apo të paguar dhe vlerësuar implikimet e tyre për dhe impaktin e tyre mbi mësimin dhe nxënien;
- Përshkruar marrëdhënien midis mjediseve të reja mediatike e modeleve të biznesit dhe mënyrën se si këto ndikojnë veprimtaritë, ndërveprimet dhe praninë online të njerëzve;
- Vlerësuar se si dhe në çfarë mase teknologjitë dhe shërbimet e reja të ofruara nga kompanitë e Internetit kontribuojnë në zhvillimin e qëndrueshëm, institucionet demokratike dhe proceset shoqërore.

KOMPETENCA EMI 6:

Përcaktimi i Kontekstit Socio-Kulturor të Përmbajtjes Informuese, Mediatike dhe Dixhitale.

Modulet e Kurikulës EMI që lidhen me këtë kompetencë përfshijnë:

Moduli 1, Një Modul Themelor: Hyrje në Edukimin për Median dhe Informacionin & Koncepte të tjera kryesore; **Moduli 2**, Kuptimi i Informacionit dhe Teknologjisë; **Moduli 13**, Media, Teknologjia dhe Objektivat e Zhvillimit të Qëndrueshëm: Konteksti EMI.

Mësuesi dhe nxënësi EMI do të jenë në gjendje të demonstrojnë njohuri dhe të kuptuar që përmbajtja e informacionit, dixhitale dhe mediatike prodhohet brenda kontekstesh shoqërore dhe kulturore.

Rezultatet e kësaj kompetence duhet të përfshijnë aftësinë e mësuesve dhe nxënësve për të:

- Kuptuar lidhjen midis EMI dhe OZhQ-ve;
- Përshkruar zbatimin e EMI në një sërë çështjesh zhvillimore;
- Përkufizuar problematikat dhe implikimet e privatësisë online te EMI;
- Kuptuar dhe përshkruar bazat e përdorimit së të dhënave nga aktorët e fuqishëm për të shtyrë zhvillimin ose nënzhvillimin shoqëror dhe ekonomik;
- Analizuar dhe shpjeguar se si rregullat dhe pritshmëritë që udhëheqin zhanret e përmbajtjes mund të manipulohen për efekte dhe qëllime të caktuara;
- Ravijëzuar qëllimin normues të gazetarisë dhe rolin e fuqizimit e ndjekjes së qeverisjes së mirë, demokracisë dhe zhvillimit të qëndrueshëm;
- Prodhuar tekste që prezantojnë perspektiva dhe përfaqësime të ndryshme;
- Vlerësuar ofruesit e përmbajtjes si aktorë të dialogut ndërkulturor. Demonstruar aftësinë për të vlerësuar në mënyrë kritike përmbajtjen në lidhje me përshtatshmërinë për zhvillim të qëndrueshëm, qytetari demokratike dhe diversitet kulturor;
- Diskutuar në mënyrë kritike parimet bazë në marrjen e vendimeve mbi lajmet apo në formësimin e lajmit;
- Kuptuar si redaktimi i jep formë kuptimit në mediat vizive dhe mesazhet e tyre (eliminimi i perspektivave alternative; pikëpamjet e filtruara apo implikuara; theksimi i ideve të caktuara, etj.);
- Shpjeguar pse privatësia është themelore që njerëzit të shprehen lirshëm dhe të përfitojnë nga aksesi në informacion;
- Shpjeguar dhe kërkuar mbi këto çështje në kontekstet e tyre personale, vendore dhe shoqërore;
- Identifikuar aktorët kryesor dhe rolin e tyre në mbrojtjen e privatësisë.

KOMPETENCA EMI 7:

Promovimi i EMI te Nxënësit / Qytetarët dhe Menaxhimi i Ndryshimeve të Kërkuara

Modulet e Kurikulës EMI që lidhen me këtë kompetencë përfshijnë:

Moduli 1, Një Modul Themelor: Hyrje në Edukimin për Median dhe Informacionin & Koncepte të tjera kryesore; **Moduli 9**, Mundësitë dhe Sfidat e Internetit; **Moduli 13**, Media, Teknologjia dhe Objektivat e Zhvillimit të Qëndrueshëm: Konteksti EMI. **Moduli 14**, Komunikimi dhe Informacioni, EMI dhe Nxënia – Një Modul Përmbledhës;

Mësuesi dhe nxënësi EMI do të jenë në gjendje të përdorin njohurinë dhe zotësitë e kërkuara përgjatë trajnimit të tij/saj për të promovuar edukimin për median dhe informacionin te nxënësit dhe menaxhimit të ndryshimeve të lidhura në mjediset mësimore / edukative.

Rezultatet e kësaj kompetence duhet të përfshijnë aftësinë e mësuesve dhe kolegëve të tyre për të:

- Kuptuar se si nxënësit / qytetarët e ndryshëm interpretojnë dhe vënë në zbatim produkte dhe ngjarje mediatike për vetë jetët e tyre;
- Udhëzuar nxënësit / qytetarët në zbatimin e EMI në mundësi dhe sfida të larmishme të zgjidhjeve të problemeve;
- Kuptuar dhe përdorur një larmi veprimtarish mësimore që mundësojnë aftësitë e nxënësve / qytetarëve në edukimin për median dhe informacionin;
- Demonstruar zotësinë për të ndihmuar nxënësit / qytetarët të përzgjedhin qasjet më të përshtatshme (me një fjalë sistemet për gjetjen e informacionit) për aksesimin e përmbajtjes së nevojshme;
- Demonstruar zotësinë për të ndihmuar nxënësit / qytetarët për të vlerësuar kritikisht përmbajtjen dhe burimet e saj ndërsa inkorporojnë informacion të përshtatshëm në bazën e tyre të njohjes;
- Përdorur njohurinë e teknikave efikase dhe eficente të komunikimit dhe formave të tjera që lehtësojnë një komunikim të kërkimit aktiv, bashkëpunues, të lirë e të hapur midis nxënësve / qytetarëve;
- Kuptuar dhe përdorur strategji të vlerësimit paraprak formal e informal për krijimin e njohurisë dhe zotësive për lexim, dëgjim dhe ndjekje kritike midis nxënësve / qytetarëve;
- Përdorur instrumente të edukimit për median dhe informacionin që mundëson një mjedis mësimor gjithëpërfshirës për nxënësit / qytetarët;
- Përdorur teknologjitë tradicionale dhe dixhitale për të krijuar një lidhje me mësimin me bazë shkollën dhe jashtë saj, veçanërisht për ata nxënës / qytetarë që nuk marrim pjesë rregullisht në procese mësimore;
- Përdorur TIK në klasa shkollore për të ndihmuar studentët të zbulojnë TIK dhe burimet e medias dhe informacionit që janë të disponueshme për ta dhe si të përdorin ato në procesin e tyre të nxënies;
- Përdorur edukimit për median dhe informacionin në zgjerimin e gjithëpërshirjes në mësim;
- Përdorur njohurinë dhe zotësitë e fituara përmes trajnimit për të zhvilluar mësimin e nxënësve / qytetarëve;
- Përdorur njohurinë dhe zotësitë e fituara përmes trajnimit për të zhvilluar zotësitë e nxënësve / qytetarëve për të vlerësuar median e informacionin dhe për të kuptuar çështjet etike të lidhura me edukimin për median dhe informacionin;
- Motivuar angazhimin në Aleancën EMI të UNESCO-s – një rrjet global prej shumë stakeholder-a të EMI – dhe advokuar për mësim krijues në hapësirat dhe jetën e qyteteve përmes Qytetet EMI;[28]
- Identifikuar projekte dhe iniciativa të ndryshme për të fuqizuar nxënësit / qytetarët dhe për të inkurajuar pjesëmarrjen; (Shumë iniciativa / projekte të lidhura evidentohen në Qasje dhe Veprimtaritë Pedagogjike përgjatë moduleve).

28 Qytetet EMI të UNESCO-s promovojnë mësim inovativ dhe krijues përmes hapësirave EMI në qytet (metafora e qytetit) dhe aktorëve të ndryshëm qytetarë. Iniciativa "Qytetet EMI" e vendos fokusin e saj te qytetarët. Objektivi kryesor i iniciativës "Qytetet EMI" është vendosja e qyteteve në një shteg që fuqizon në mënyrë inovative më shumë qytetarë me kompetencat EMI ndërsa lidhet në të njëjtën kohë me qytete të tjera nëpër botë. Lexo për Kornizën e Qyteteve EMI këtu: https://en.unesco.org/milcities.

PEDAGOGJITË NË MËSIMDHËNIEN DHE MËSIMNXËNIEN EMI: PËRDORIMI I KURIKULËS

Qasjet pedagogjike të mëposhtme përçohen në strategjitë e përdorura përgjatë moduleve të Kurikulës EMI.

I. Mësim bazuar te kërkimi mbi çështjen

Mësimi bazuar te kërkimi mbi çështjen është një metodë mësimore me nxënësit / qytetarin në qendër ku kërkimi fokusohet mbi çështjet e lidhura me edukimin për median dhe informacionin në shoqërinë bashkëkohore. Ai inkorporon (përfshin) shumë nga karakteristikat e shoqëruara me mësimin me kërkim, zgjidhjen e problemeve dhe vendimmarrjet, ku nxënësi fiton njohuri dhe zotësi të reja përmes këtyre fazave të kërkimit:

1. Identifikimi i çështjes; njohja e mendësive dhe bindjeve shoqëruese;
2. Qartësimi i fakteve dhe parime pas kësaj çështjeve;
3. Lokalizimit, organizimit dhe analizimit të fakteve;
4. Interpretimit dhe zgjidhjes së çështjes; dhe
5. Ndërmarrjes së veprimeve dhe rishqyrtimit të pasojave dhe rezultateve në çdo fazë.

Ajo është një metodë të përshtatshme për të mësuar EMI që u siguron nxënësve / qytetarëve me mundësi për të eksploruar çështjet në thellësi.

Shembuj të zbatimit të qasjes me mësim të bazuar te kërkimi për çështjet te EMI përfshijnë: eksplorimin e portretizimeve të barazisë gjinore dhe racës përmes analizave mediatike; eksplorimi i çështjeve të lidhura me privatësinë, median dhe kompanitë e komunikimeve dixhitale përmes analizës së dokumenteve parësore dhe dytësore; dhe eksplorimit të bullizmit kibernetik përmes kërkimit etnografik.

II. Mësimi bazuar te problemet (MBP)

Mësimi i bazuar te problemet është një zhvillim kurikular dhe sistem mësimor që njëkohësisht zhvillon bazën e njohurisë dhe aftësive ndërdisiplinore të studentit dhe strategjitë e mendimit kritik dhe zgjidhjes së problemeve. Ai është një model mësimi shumë i strukturuar dhe bashkëpunues që pasuron njohurinë individuale dhe kolektive përmes angazhimit të nxënësve / qytetarëve me kërkimin kritik dhe të thellë të problemeve të vërteta jetësore. Objektivat mësimore, pyetjet dhe metodat kërkimore, si dhe rezultatet, që të gjitha përkufizohen dhe administrohen nga studentët.

Një shembull i mësimit të bazuar te problemet te EMI përfshin projektimin e një fushate efikase marketingu social për një audiencë të caktuar – siç do të ishte promovimi i Objektivave të Zhvillimit të Qëndrueshëm ndër të rinjtë.

III. Qasja empirike dhe kërkimi shkencor

Qasja empirike i referohet një sërë teknikash që studiuesit përdorin për të eksploruar botën natyrore dhe të propozojnë shpjegime të bazuara mbi faktet e gjetura prej tyre. Procesi kërkimor shprehet shpesh si një rend i thjeshtuar hapash që quhet cikli i kërkimit, i cili përfshin veprimtari si: bërja e vëzhgimeve, ngritja e pyetjeve, zbulimi i

asaj që njihet ndërkohë, planifikimi i hulumtimeve, rishikimi i njohurisë së mëparshme në dritën e fakteve eksperimentale, përdori i instrumenteve për të mbledhur, analizuar e interpretuar të dhëna, propozimi i shpjegimeve dhe komunikimi i rezultateve. Kjo metodë mund të përshtatet në mësimin e edukimit për median dhe informacionin.

Shembuj të kërkimi shkencor përfshijnë: hetimin e shtrirjes në të cilën rreziqet apo përfitimet potenciale të një përmbajtje të caktuar mund të përmbushen në praktikë; vlerësimin paraprak të marrëdhënies midis njohjes së medias sociale dhe niveleve të dopaminës; hetimin e rolit të komuniteteve online dhe si ato ndërtohen përmes algoritmeve të marrëdhënieve; hetimin e natyrë dhe impaktit të dhunimit të privatësisë apo përpjekjeve për të përdorur Inteligjencën Artificiale për të identifikuar gjuhën e urrejtjes.

Kërkimi shkencor përfshin teknikat e lartpërmendura, por mund gjithashtu të shkojë më tutje duke përfshirë eksperimentimin që konsiston në para-teste, ndërhyrje, post-teste, situata / grupe eksperimentale, grupe dhe situata kontrolli, përpjekje të shumëfishta afatgjatë e afatshkurtër dhe disa herë, përfshirjen e disa grupeve të shkencëtarëve. Një sfidë në zbatimin e qasjes së kërkimit shkencor në mësimin dhe nxënien EMI qëndron në faktin që kompanitë e komunikimeve në Internet nuk ofron akses të hapur në serverat e tyre masiv së të dhënave, edhe pse aksesi i shtuar publik e këtij informacioni – qoftë edhe në nivel të akredituar – do të ishte një ndihmë e madhe në mundësitë që gjenerohen nga më shumë njohuri e vlerës së EMI.

IV. Studimi i rasteve

Metoda e studimeve të rasteve përfshin një shqyrtim të thelluar të një rasti apo ngjarje të vetme. Ajo praktikohet gjerësisht në universitete ku studentët përdorin raste nga jeta reale duke zbatuar njohuri teorike ndaj rasteve të vërteta. Kjo qasje është e përshtatshme në mësimin e EMI, duke qenë se nxënësit / qytetarët ekspozohen çdo ditë ndaj formave të ndryshme të mesazheve nga ofrues të ndryshëm përmbajtje (duke ofruar një gamë të gjerë "rastesh"). Metoda e studimit të rasteve ofron një mënyrë sistematike të këqyrjes së ngjarjeve, duke mbledhur e analizuar të dhëna dhe duke raportuar rezultatet. Për më tepër, kjo mund të shërbejë për të mbështetur mësimin me bazë kërkimin tek nxënësit / qytetarët. Përmes zbatimit të kësaj metode, nxënësit / qytetarët mund të fitojnë një kuptim më të thellë dhe të plotë të arsyes se përse ngjarjet ose rastet u zhvilluan në atë mënyrë. Studimi i rasteve gjithashtu krijon hapësirën për gjenerimin dhe testimin e hipotezave.

Për shembull, nxënësit / qytetarët mund të ndërmarrin një rast studimi se si EMI ka ndërtuar qëndrueshmërinë e individëve ndaj çinformimit dhe dezinformimit në një komunitetet të caktuar; të rasteve të dhunim etik të IA; të strategjive të suksesshme të një fushate marketingu për një produkt dixhital apo mediatik të nivelit të lartë; ose të vendosjes së produktit apo sponsorizimeve "të fshehura" përmes miratimit të "influencuesve" për produkte specifike.

V. Mësimi bashkëpunues

Mësimi bashkëpunues i referohet një qasje mësimore që grupon së bashku nxënësit / qytetarët për të punuar drejt përmbushjes së objektivave të përbashkëta. Mësimi bashkëpunues mund të shtrihet nga një çiftim i thjeshtë për të punuar së bashku deri te

modele më komplekse si mësimi përmes projektit, mësimi jigsaw, pyetësori i përgatitur për bashkëmësues dhe mësimi reciprok, të gjitha këto me synimin që të prodhojnë përfitime nxënie si zhvillimit i të kuptuarit konceptual dhe mendimi në nivele të larta, zotësi më të mira ndërpersonale, mendësi më pozitive ndaj shkollave e vetvetes dhe eksplorimi se si të administrosh heterogjenitet në hapësirat mësimore me një gamë të gjerë arritjesh në zotësitë bazë. Kjo është një metodë e përshtatshme nxënieje dhe mësimi e EMI duke qenë se kërkon ndarjen e ideve dhe nxënies nga njëri te tjetri.

Shembuj të mësimit bashkëpunues që gjejnë zbatim te EMI mund të përfshijnë punën në bashkëpunim në hapësirat wiki apo pjesëmarrjen në iniciativat dhe ngjarjet e mediave sociale përmes UNESCO EMI CLICKS.

VI. Analiza tekstuale

Nxënësit / Qytetarët mund të mësojnë të ndërmarrin analiza tekstuale duke identifikuar kodet dhe konvencionet e zhanreve të ndryshëm (vizuale, të shtypura, gojore, etj.). Kjo është analize semiotike që synon të arrijë më larg në të kuptuarin e koncepteve kyç brenda zhanrit të komunikimit që po shqyrtohet. Përmes kësaj metode, nxënësit / qytetarët fitojnë njohuri për të identifikuar se si gjuha, ashtu si kodet dhe konvencionet e tjera vizuale përdoren për të krijuar lloje të veçanta përfaqësimi që i apelojnë audiencave të caktuara. Nxënësit / qytetarët mësohen të identifikojnë kodet “teknike”, “simbolike’ dhe “narrative” të çdo lloj teksti. Ky proces gjithashtu mbulon teknikat si analiza vizuale / imazhit. Ky lloj analize tekstuale mund të zbatohet në kontekste me shembuj nga jeta reale dhe të shërbejë për qëllime informuese përtej ushtrimeve akademike.

Për shembull: Nxënësve / qytetarëve mund t’u kërkohet të përzgjedhin një copës përmbajtje që u intereson atyre. Kjo mund të jetë një artikull gazete, një video YouTube apo një videoklip nga një burim lajmesh online. Nxënësit / qytetarët mund të punojnë në grupe, nën drejtim, për analizuar qëllimin e përmbajtjes, duke marrë në konsideratë informacion mbi autorin, karakteristikat e teknikës / tekstit, audiencën e targetuar dhe kontekstin e përgjithshëm.

VII. Analiza kontekstuale

Kjo qasje u mëson nxënësve / qytetarëve se si të ndërmarrin analiza bazike kontekstuale të përmbajtjes, çështjeve, situatave dhe ngjarjeve specifike, si për shembull në marrëdhënien me ofruesit e institucionet e përmbajtjes. Nxënësit / qytetarët mundet për shembull të mësojnë si të analizojnë një tekst (në çfarëdo formati) në marrëdhënie me sfondin apo kontekstin historik, kulturor, situacional apo shoqëror. Analiza kontekstuale gjithashtu interesohet për cilësinë e përmbajtjes / tekstit në lidhje me argumentet, koherencën, logjikën, faktet mbështetëse, etj. Kjo qasje mund të evidentojë dukshëm dimensionet në lidhje me marrëdhëniet e gjinisë, ekonomisë politike, konsideratat kulturore, etj.

Shembuj të analizës dhe pedagogjisë kontekstuale mund të përfshijnë ndihmën e nxënësve / qytetarëve për të fituar njohuri rreth sistemeve të klasifikimit për filmat, televizionin dhe videolojërat që operojnë në vende të caktuara; ose se si pronësia dhe përqendrimi i medias dhe komunikimeve dixhitale lidhet me çështjet e demokracisë dhe lirisë së fjalës.

VIII. Përkthimet

Kjo qasje pedagogjike mund të marrë forma të ndryshme dhe të përdoret në një larmi sfondesh përmbajtje. Nxënësit / qytetarët mundet, për shembull, të zgjedhin një artikull gazete rreth një ngjarje në komunitetin e tyre dhe ta kthejnë atë në një podcast apo histori radiofonike, ose në një format që është i përshtatshëm për postim në media sociale. Një shembull tjetër është të shohësh një sekuencë të shkurtër të një filmi për fëmijë dhe më pas të punohet në grupe të vogla për të nxjerrë një seri pamjesh të sekuencës, duke identifikuar momente, kënde apo tranzicione të ndryshme.

Shembuj të tjerë përfshijnë udhëzimin e nxënësve / qytetarëve për të konvertuar një përrallë në një seri pamjesh që do të filmohet; ose të mbledhë një gamë më të gjerë materialesh vizuale ekzistuese të lidhura specifikisht me jetën e një individi dhe ta përdorin këtë si pikënisje për të planifikuar dhe realizuar një dokumentar të shkurtër.

IX. Stimulimet

Stimulimi përdoret rregullisht si një qasje pedagogjike në kurikulat mësimore për filma, media dhe komunikime dixhitale. Mësuesi e përdor stimulimin për t'u demonstruar nxënësve / qytetarëve se "si duket" mësimi për median dhe ai dixhital. Që do të thotë, mësuesi merr rolin e nxënësit / qytetarit, ndërsa trajneri vepron si mësues, të paktën në termat e plotësimit të veprimtarisë. Kjo strategji më pas diskutohet me nxënësit, si një pjesë e rëndësishme e procesit pedagogjik.

Shembuj të kësaj qasje përfshijnë: Nxënësit / qytetarët që marrin rolin e një trupe që po prodhon një film dokumentar për një program televiziv të orientuar nga të rinjtë, ose të një gazetari radiofonik ose kanali në internet që po interviston dikë për një podcast. Ata gjithashtu stimulojnë të qenit një grup aktorësh që po përgatit të filmojë video promocionale rreth çështjeve të zhvillimit të qëndrueshëm.

X. Prodhimet

Kjo qasje përfshin mësimin përmes veprimit, një aspekt kyç i fitimit të njohurisë në shekullin e 21-të. Ajo inkurajon nxënësit / qytetarët që të eksplorojnë mësimin në një nivel më të thellë dhe kuptimplotë. Prodhimi i përmbajtjes u ofron nxënësve / qytetarëve mundësitë që të zhyten në mësim përmes eksplorimit dhe bërjes. Përmes prodhimit të teksteve (për shembull për audio, video, formate të ndryshme shkrimi, animacion), nxënësit / qytetarët mund të eksplorojnë krijimtarinë dhe vetë zërat e tyre për të zhvilluar, formular dhe shprehur idetë dhe perspektivat e tyre.

Si shembull të kësaj qasje, nxënësit / qytetarët mund të përdorin software për prodhimin e filmave falas dhe open-source për të krijuar një histori dixhitale njëminutëshe rreth një çështje mjedisore ose një teme tjetër me interes për ta.

XI. Kërkimi kritik

Në edukim, teoria kritike[29] arsyeton një proces të integruar dhe shpesh jolinear të kërkimit për, mbledhjes dhe vlerësimit përfundimtar apo paraprak të përmbajtjes nga burime dhe

29 Shiko Kari D. Weaver dhe Jane H. Tuten (2014), Domosdoshmëria e Kërkimit Kritik: Aftësimi për Informacion dhe Kërkimi Kritik si Koncepte Plotësuese në Arsimin e Lartë, Universitete dhe Bibliotekat Universitare [The Critical Inquiry Imperative: Information Literacy and Critical Inquiry as Complementary Concepts in Higher Education, College & Undergraduate Libraries],21:2, 136-144, DOI:

perspektiva të shumëfishta, në mënyrë që të arrijnë një të kuptuar dhe analizë shteruese e sistematikisht të arsyetuar, me synimin për të gjeneruar njohuri, ide, aplikacione dhe shtigje të reja për pyetje kërkimore novatore. Kërkimi kritik tërheq vëmendjen te logjika, faktet, struktura, vërtetimi dhe supozimet që gjendet brenda përmbajtjes.

XII. Metoda ose kërkimi dialogues

Kërkimi dialogues gjendet në kulturë, gjuhë, politikë e tematikat e qytetarëve, nxënësve dhe mësuesve. Ai është, në një farë mase, fenomenologjik, duke qenë se merr nga përvoja njerëzore dhe niveli i familjaritetit me objektet, situatat, ngjarjet dhe materialet e studimit. Për shembull, një lojë popullore, film, shfaqje TV, video në media sociale, libër, revistë, kronikë lajmesh apo përmbajtje tjetër tipikisht shoqërohet me aspektet e një kulture të gjerë e masive. Në zbatimin e kësaj metode, nxënësit dhe mësuesit vlerësojnë këtë lidhje dhe shkruajnë ose flasin rreth këtyre teksteve dhe/ose ngjarjeve duke marrë nga përvoja personale në jetën e përditshme. Procesi zhvendoset nga perspektiva subjektive në dimensione kritike globale, duke marrë në konsideratë perspektivat e shoqërisë së gjerë, historisë dhe qytetarisë globale. Ai lidhet me atë që ekspertët e kanë quajtur kultura ose teoria pjesëmarrëse si dhe edukimin për qytetari globale dhe qytetarinë dixhitale. Duke vepruar kështu, qytetarët, nxënësit ose mësuesit mund të ndërveprojnë me të njohurën dhe të panjohurën në mënyrë të njëpasnjëshme apo të njëkohshme, duke dalluar lidhjen midis të dyjave përmes një procesi të ndërveprimit social.

SHTOJCË: BURIME TË PËRZGJEDHURA TË EDUKIMIT PËR MEDIAN DHE INFORMACIONIN DHE BURIME TË TJERA

Kjo shtojcë liston 16 burime të ndryshme mbi EMI që janë të dobishme për përmbajtjen e skicuar në këtë Kurikul.

I. Drafti i Udhëzimeve Standarde për Edukimin për Median dhe Informacionin.

Ky dokument përmban një përshkrim të “Rekomandimet e Beogradit mbi Draftin e Udhëzimeve Standarde të Edukimit për Median dhe Informacionin” dhe skicon një proces drejt një konsultime prej shumë stakeholder të Draftit të Udhëzimeve Standarde të Edukimit për Median dhe Informacionin. Ai ka si synim të udhëzojë krijimin dhe zbatimin e kurikulës EMI nga stakeholder-at në vende të ndryshme të botës. Arritja e një edukimi për median dhe informacionin për të gjithë kërkon që ai të integrohet në gjithë nivelet formale, joformale dhe informale të mësimit dhe nxënies. Grupet kryesore të targetuara nga ky dokument janë politikë-bërësit të cilët janë përgjegjës për zhvillimin e kurikulës dhe programeve të lidhura me EMI, shkruesit dhe planifikuesit e kurikulës,

10.1080/10691316.2014.906779. Shiko gjithashtu Prayogi, Saiful & Yuanita, Leny & Wasis, Wasis. (2018), Mësimi me bazë kërkimin kritik: Një Model Mësimi për Promovimin e Mendimit Kritik te Mësuesit e Ardhshëm të Fizikës [Critical Inquiry Based Learning: A Model of Learning to Promote Critical Thinking Among Prospective Teachers of Physic]. Journal of Turkish Science Education. 15. 10.12973/tused.10220a); shiko gjithashtu Kellner Douglas & Jeff Share (2007), Aftësimi kritik për median nuk është opsion. Mësimi Kërkimor [Critical media literacy is not an option. Learning Inquiry], 1. 59-69. 10.1007/s11519-007-0004-2.

mësuesit, ekspertët e zbatuesit e kurikulës EMI apo të lidhura me të. https://en.unesco.org/sites/default/files/belgrade_recommendations_on_draft_global_standards_for_mil_curricula_guidelines_12_november.pdf

II. Edukimi për median dhe informacionin: udhëzime për politikën dhe strategjinë.

Në shoqëritë e njohurisë në evolucion sot, shumë individë janë të mbingarkuar me përmbajtjen ndërsa disa të tjerë janë në nevojë të thellë për informacion të besueshëm. Kudo, njerëzit kanë një dëshirë të madhe për t'u shprehur lirshëm, për të marrë pjesë në mënyrë aktive në proceset e qeverisjes dhe shkëmbimet kulturore. Edukimi për median dhe informacionin (EMI) u siguron të gjithë qytetarëve kompetenca të mendimit kritik për të lulëzuar në këtë fushë, veçanërisht në kontekstin e shekullit të 21-të.

Duke e njohur që përmbushja e EMI për të gjithë kërkon integrimin e tij në politikat kombëtare, UNESCO ka botuar në vitin 2013 Udhëzimet mbi Politikën dhe Strategjinë e Edukimit për Median dhe Informacionin [Media and Information Literacy Policy and Strategy Guidelines].

Siç ka vërejtur në parathënien e saj profesoreshë Ulla Carlsson, Drejtoresha e Qendrës Nordike për Kërkimin për Median dhe Komunikimin "ky botim është i një rëndësie jetike drejt përmirësimit të përpjekjeve për të promovuar EMI-n në nivele kombëtare dhe rajonale".

Udhëzimet ndahen në dy pjesë. Pjesa e parë është një përmbledhje e Politikës EMI, e projektuar të informojë politikëbërësit dhe vendimmarrësit mbi EMI në krijimin e politikave dhe shërben gjithashtu si përmbledhje e atij botimi. Pjesa 2 ndahet në disa kapituj shterues, duke diskutuar: 1) si të rendisësh EMI si instrument zhvillimi; 2) një kornizë konceptuale për politikat dhe strategjitë EMI; dhe 3) modele politikash dhe strategjish EMI që mund të përshtaten niveleve kombëtare të politikëbërjes nga vende të ndryshme të botës. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000225606

III. Korniza e Vlerësimit Paraprak të Edukimit Global për Median dhe Informacionin: gatishmëria dhe kompetencat e shteteve.

Korniza e Vlerësimit Paraprak EMI siguron një udhëzues metodologjik për procesin e përshtatjen kombëtare me gjashtë faza dhe një sërë instrumentesh praktikë. Rezultatet e vlerësimit paraprak mund të mundësojnë shtetet që të marrin vendime të informuara për ndërhyrjet që kanë synim zhvillimin e mëtejshëm të EMI duke lehtësuar një mjedis fuqizues dhe duke shtuar kompetencat e individëve. Korniza e Vlerësimit Paraprak EMI përshkruhet në njësi të objektiva madhore, strukturës dhe parametrave të tjerë matës në nivel kombëtar. Profili e Gatishmërisë së Shtetit për EMI kërkon indikatorë cilësorë dhe sasiorë: media dhe informacioni në edukim, politika e edukimit për median dhe informacionin, oferta mediatike dhe informative, aksesi e përdorimi i medias dhe informacionit, përshirë kjo dhe shoqërinë civile.

Ky burim, për më tepër, prezanton Matricën e Kompetencave EMI dhe përbërjen e tyre (komponentët EMI, problematikat EMI, kompetencat, kriteret e performancës dhe nivelet e suksesit). Përveç kësaj, ai vlerëson kompetencat individuale dhe institucionale, veçanërisht duke synuar mësuesit në profesion dhe ata që po studiojnë të bëhen mësues.

Kompetencat EMI mund të reflektojnë faktorë kontekstualë kombëtarë që lehtësojnë krijimin e një mjedisi fuqizues e të favorshëm për EMI. Së fundmi, ai siguron udhëzime metodologjike dhe rekomandime praktike për realizimin e një vlerësimi paraprak EMI në nivelin kombëtar. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000224655

IV. Edukimi për Median dhe Informacionin në Gazetari: Një Manual për Gazetarët dhe Mësuesit e Gazetarisë.

UNESCO ka botuar një manual për gazetarët dhe mësuesit e gazetarisë të titulluar "Edukimi për Median dhe Informacionin në Gazetari" [Media and Information Literacy in Journalism] në katër gjuhë të ndryshme (anglisht, karapalke, ruse dhe uzbeke).

Ky botim është një instrument praktik për gazetarët në ushtrimin e profesionit të tyre, në veçanti për sa i përket edukimit për median dhe informacionin (EMI).

Manuali përfshin si materiale teorike, ashtu dhe instrumente praktikë (ushtrime, raste studimore dhe mjete praktike) për të ndihmuar promovimin e një të kuptuar të njohurisë teorike dhe për të mbështetur përkthimin e saj në praktikë. Manuali trajton nocionin e lajmeve të rreme/fakenews (përdorimi i këtij termi shkurajohet sepse përmbajtja e rreme nuk përbën lajm) dhe çinformimit, ofron një kornizë konceptuale të edukimit për median dhe informacionin që nënvizon përshtatshmërinë e rëndësinë për gazetarinë dhe eksploron parimet dhe rolet e EMI në edukimin gazetaresk. Për më tepër, Manuali mbulon tema si etika në internet, të drejtat e njeriut dhe puna me burimet në mbledhjen e përpunimit e informacionit, mënyrat e vërtetimit e ofrimit të informacionit të besueshëm dhe identifikimi i informacionit trilluar/fakes, të rremë apo të manipuluar, tekstual apo vizual.

Handbook in English, Russian, Uzbek, Karakalpak

Manuali në të katër gjuhët gjendet tek: https://en.unesco.org/news/unesco-promotes-media-and-information-literacysupport-media-development-uzbekistan

V. Gazetaria, Lajmet e Rreme/Fakenews dhe Dezinformimi: Një Manual për Edukimin dhe Trajnimin Gazetaresk.

I shkruar nga ekspertë të luftës kundër dezinformimit, ky Manual eksploron vetë natyrën e gazetarisë me module mbi rëndësinë e besimit; mendimi kritik mbi teknologjinë dixhitale dhe platformat sociale si kanale të përmbajtjes së rreme dhe çorientuese; lufta kundër dezinformimit dhe çinformimit përmes edukimit për median dhe informacionin; bazat e fact checking (kontrollit të fakteve); verifikimi i mediave sociale dhe lufta ndaj abuzimeve online.

Kjo kurikul model është një shtesë esenciale e programeve mësimorë për të gjithë mësuesit e gazetarisë, si dhe për gazetarët dhe krye/redaktorët e praktikës që interesohen për informacionin, si ta shpërndajnë dhe si ta përdorin atë. Misioni i tij është kritik për praktikuesit e gazetarisë të kuptojnë e raportojnë kërcënimet e reja ndaj informacionit të besuar. Partitë politike, profesionistët e shëndetit, njerëzit e biznesit, shkencëtarët, monitoruesit e zgjedhjeve, dhe të tjerë si këta, do ta gjejnë atë të dobishme. Ai është i disponueshëm në njëzet e tre gjuhë të ndryshme në: https://en.unesco.org/fightfakenews

VI. Akti Balancues: Kundërshtimi i Dezinformimit Dixhital duke Respektuar Lirinë e Shprehjes.

Në vitin 2020, Komisioni i Broadband për Zhvillim të Qëndrueshëm, i bashkëthemeluar nga UNESCO dhe Sindikata Ndërkombëtare e Telekomunikacionit, lançoi një studim shterues mbi një nga sfidat më delikate botërore: "Akti Balancues: Kundërshtimi i Dezinformimit Dixhital duke Respektuar Lirinë e Shprehjes [Balancing Act: Countering Digital Disinformation while respecting Freedom of Expression]". Studimi është unik në shtrirjen e tij globale dhe natyrën e gjerë, me një shpalosje rekomandimesh vepruese specifike për sektorin dhe një kornizë 23-pikëshe për të vënë në provë përgjigjet dezinformuese.

Analiza e rekomandime të targetuara adresojnë ciklin jetësor të çinformimit dhe dezinformimit online: nga prodhimi te transmetimi, pranimi dhe riprodhimi. Lexuesit do të gjejnë kapituj që përbëjnë interes të veçantë për:

- Ligjbërësit dhe politikëbërësit (fushata kundër dezinformimit, përgjigje të lidhura me zgjedhjet, Korniza e Vlerësimit Paraprak të Lirisë së Shprehjes)
- Kompanitë e Internetit, prodhues dhe shpërndarës (kuratorë përmbajtje, teknika e algoritma, pulitka reklamash, reagime demonetizuese)
- Gazetarët, kërkuesit hulumtues dhe kontrolluesit e fakteve (fact checkers)
- Universitetet dhe kërkuesit zbatues e empirik
- Audienca të tjera të targetuara (edukative, etike e normuese, përgjigje etiketuese fuqizuese e besueshmërie)

Gjetjet organizohen në një tipologji me 11 kategori të ndryshme përgjigjesh ndaj çinformimit dhe dezinformimit – që variojnë nga përgjigje identifikuese e hetuese, te masa polikbërëse e ligjbërëse, hapa teknologjikë dhe qasje edukative. Për secilën kategori përgjigjesh, lexuesi do të gjejë një përshkim të punës që po bëhet në botë, nga cilët aktorë, si financohet dhe kush apo çfarë targetohet. Raporti më teje analizon supozimet e teoritë e ndryshimit që qëndrojnë pas këtyre përgjigjeve, ndërsa peshon sfidat dhe mundësitë. Çdo kategori përgjigje adresohet gjithashtu në kuadër të mbivendosjes me të drejtën universale njerëzore të lirisë së shprehje, më një fokus të veçantë te liria e shtypit dhe aksesi te informimi. Së fundmi, përgjigje mbi rastet e studimit ndaj çinformimit dhe dezinformimit për COVID-19 prezantohen në secilin kategori. Në zemër të këtij produkti njohurie është nevoja për dhe vlera e përgjigjeve ekuilibruese ndaj dezinformimit duke respektuar lirinë e shprehjes. Kërkimet na tregojnë se kjo është e mundshme.
https://www.broadbandcommission.org/Documents/working-groups/FoE_Disinfo_Report.pdf

VII. Angazhimi në Mësim dhe Nxënie Transformuese

Në vitet e fundit, ne kemi parë nxënës të vegjël të ndërmarrin veprime që influencojnë komunitete vendore, kombëtare e globale në një gamë të gjerë çështjesh nga dhuna e shkaktuar nga armët në shkolla te ndryshimet klimaterike. Në të njëjtën kohë, të tjerë nxënës të vegjël kanë shprehur një dëshirë për të kontribuuar në proceset transformuese, por kanë shprehur mungesën e njohurive apo know-how se si ta bëjnë këtë. Kjo situatë

nënvizon emergjencën e ndërmarrjes së formave të ndryshme të angazhimit transformues nga nxënës të rinj, veçanërisht në marrëdhënie me rolin e edukimit.

Duke ndërtuar mbi Synimit 4.7 të Objektivit të Zhvillimit të Qëndrueshëm (OZhQ) Nr. 4 mbi Edukimin, UNESCO mbështet Vendet Anëtare në çuarjen përpara të Edukimit për Qytetari Globale (EQG) dhe Edukimit për Zhvillim të Qëndrueshëm (EZhQ), për të fuqizuar nxënësit për të marrë një rol aktiv, të përgjegjshëm dhe efikas në ballafaqimin e sfidave në nivel vendor, kombëtar dhe global.

Ndërsa ekziston një masë e gjerë literature mbi edukimin qytetar dhe civil, ka më pak qartësi rreth domethënies së "angazhim transformues i përgjegjshëm" [responsible tranformative engagement] për nxënësit e vegjël në marrëdhënie me EQG dhe EZhQ – dukshëm mbi llojet e angazhimit transformues dhe domethënies "i përgjegjshëm". Për të shtuar kuptimin e lidhjes mbi angazhimin dhe edukimin e nxënësve, ne mund të ndihmojmë të qartësojnë njohurinë, zotësitë dhe kompetencat që mund të ofrojë shkolla, si dhe rolin e edukimit që mund të ndryshojë në varësi të kontekstit. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000368961?locale=fr

VIII. Kurse Online mbi Edukimit për Qytetari Globale për Mësuesit

Nëse gjendesh në hapësira mësimore, ti mund të përfshihesh përmes kurseve dhe burimeve online të krijuara nga Instituti "Mahatma Gandhi" për Edukimin për Paqe dhe Zhvillim të Qëndrueshëm:
https://mgiep.unesco.org/cit dhe https://mgiep.unesco.org/article/empoweringlearners-through-unesco-mgiep-s-indigeneously-designed-learning-platformframerspace

https://mgiep.unesco.org/global-citizenship.

Një nga burimet më të mira në këtë paketë është "Rimendimi i të Nxënit – Një Rishqyrtim i Nxënies Shoqërore dhe Emocionale në Sistemet Edukative [Rethinking Learning – A Review of Social and Emotional Learning for Education Systems]" https://mgiep.unesco.org/

IX. Edukimi për Median: Një Paketë për Mësuesit, Studentët, Prindërit dhe Profesionistët

Kjo paketë e Edukimit për Median, e botuar nga UNESCO në arabisht, anglisht dhe frëngjisht është pjesërisht produkt i projektit MENTOR që u iniciua nga UNESCO dhe u mbështet nga Komisioni Europian, si një përpjekje e parë për të krijuar një paketë të plotë në fushën e EMI-t.

Çështjet e adresuara në këtë paketë përfshijnë: Në çfarë duhet të konsistojë edukimit për median? Kush duhet ta ofrojë atë? Si duhet përfshirë kjo në kurikula? Përtej shkollave, a kanë familjet diçka për të thënë në këtë çështje? A duhet profesionistët të jenë të përfshirë gjithmonë dhe si? Cilat strategji mund të adoptojë publiku për të trajtuar përfitimet dhe kufizimet e medias?

Paketa përmban një Propozim për një Kurikul Modulare, një Manual për Mësuesit, një Manual për Studentët, një Manual për Prindërit, një Manual për Marrëdhëniet Etike me Profesionistë dhe një Manual të Edukimit mbi Internetin. http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001492/149278e.pdf

X. Indikatorët e UNESCO-s për Zhvillimin e Medias

Indikatorët për Zhvillimin e Medias (IZhM) të UNESCO-s janë një tërësi indikatorësh të dakordësuar ndërkombëtarisht, të përkthyer në shumë gjuhë, për të vlerësuar paraprakisht kushtet e nevojshme të shërbimeve mediatike dhe të informimit për të përmbushur funksionet e tyre në shërbimin publik. Indikatorët ndihmojnë në shqyrtimin e pesë kategorive kushtesh të ndërlidhura si vijon: sistemi i rregullimit; pluraliteti dhe diversiteti i mediave; media si platformë e diskursit demokratik; ngritja profesionale e kapaciteteve; dhe kapaciteti infrastrukturor. Ky burim ofron kornizën për të kuptuar në mënyrë të përgjithshme ekosistemin mediatik. Deri në këtë kohë, 20 shtete kanë prodhuar raporte konkrete që vlerësojnë paraprakisht hapësirën e tyre kombëtare mediatike (mediascape).

XI. Takimi Ndërkombëtar mbi Edukimin për Median – Progresi, Pengesat, Trendet e Reja që prej Grünwald: Drejt një Kriteri të Ri Vlerësimi Paraprak?

Ky takim ndërkombëtar u organizuar në Paris, në qershor 2007, nga Komisioni Francez i UNESCO-s në partneritet me UNESCO-n dhe me mbështetje nga Ministria e Arsimit e Francës dhe Këshilli i Europës.
http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/theme_media_literacy_grunwald_declaration.pdf

XII. Fuqizimi përmes Edukimit për Median

Ky botim është realizuar nga NORDICOM, International Clearing House dhe Universiteti i Goteborgut, me mbështetjen e UNESCO-s. Libri bazohet në Konferencën e Parë Ndërkombëtare mbi Edukimin e Medias që u mbajt në Riad në mars 2007, që u mbështet nga UNESCO, dhe në të lartpërmendurin Takimi Ndërkombëtar mbi Edukimit për Median – Progresi, Pengesat, Trendet e Reja që prej Grünwald: Drejt një Kriteri të Ri Vlerësimi Paraprak që u mbajt në Paris në qershor 2007.

Kur diskutojmë çështje të lidhura me demokracinë dhe zhvillimin, ne shpesh harrojmë që qytetarët e edukuar për median përbëjnë parakusht. E thënë ndryshe, një parakusht i rëndësishëm për fuqizimin e qytetarëve është përpjekja e harmonizuar për të përmirësuar edukimin për median dhe informacionin – aftësi që ndihmojnë në fuqizimin e aftësive kritike dhe zotësive komunikuese që mundësojnë individin në përdorin e mediave dhe komunikimit si instrument dhe mënyrë për artikulimin e proceseve zhvilluese e ndryshimit social, përmirësimin e jetës së përditshme dhe fuqizimin e njerëzve për të influencuar jetët e tyre.

Edukimi për median dhe informacionin nevojitet nga të gjithë qytetarët dhe është i një rëndësie vendimtare për brezin më të ri – edhe në rolin e tyre si qytetarë dhe pjesëmarrës në shoqëri, edhe në nxënien, shprehinë kulturore dhe përmbushjen personale të tyre. Një element themelor i përpjekjeve për të arritur te një shoqëri e edukuar për median dhe informacionin është edukimi mbi mediat. Por kur diskutohen çështje të tilla, shumë shpesh korniza e referencës është kultura mediatike e botës perëndimore. Ekziston një nevojë emergjente që axhenda të hapet më shumë ndaj ideve e qasjeve ndërkulturore joperëndimore se sa ndodh në këtë kohë. Ndërkombëtarizimi është edhe pasurues edhe i domosdoshëm në lidhje me interesin tonë të përbashkët në paradigma më të gjëra dhe gjithëpërfshirëse. https://www.nordicom.gu.se/en/publikationer/empowerment-through-media-education

XIII. Kuptimi i Edukimit për Informimin: Një Abetare.

Ky botim, i botuar në 2008 nga Programi "Informacion për të Gjithë" (IPTGJP) i UNESCO-s, ofron vëzhgime mbi blloqet ndërtuese të edukimit për informim, i cili është një dimension i EMI, në një mënyrë të lehtë për t'u kuptuar dhe joteknike.

Ky botim targeton një audiencë të diversifikuar, nga zyrtarë qeveritarë, punonjës civil ndërqeveritar, profesionistë e mësues të informimit deri te menaxherë të burimeve njerëzore në organizmat fitimprurës dhe jofitimprurës. Më poshtë gjendet e shkëputur një pjesë nga ky botim:

"Gjatë jetës suaj, sa më shumë të mësoni e për rrjedhojë të dini, por veçanërisht sa më shpejt të zotëroni dhe adoptoni zotësi, zakone e mendësi të suksesshme të nxëni – duke zbuluar se si, nga ku, për kë dhe kur të kërkoni dhe gjeni informacionin që ju nevojitet [...] – aq më shumë të edukuar për informacionin bëheni. Kompetenca juaj në zbatimin dhe përdorimin e këtyre zotësive, zakoneve dhe mendësive do t'u mundësojë të merrni vendime më të mençura dhe koherente për t'u ballafaquar me shëndetin dhe mirëqenien tuaj familjare, edukimin, marrëdhëniet e punës, qytetarinë e sfida të tjera".

http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001570/157020e.pdf

XIV. Do të Skuqesha nëse do të Mundja: Mbyllja e Hendekut Gjinor në zotësitë dixhitale përmes edukimit.

Ky botim shpërhap strategji për të mbyllur hendekun gjinor në zotësitë dixhitale përmes edukimit. Ai përmban tri pjesë: një pjesë politikë dhe dy pjesë me mendime. Idetë dhe rekomandimet e bëra në këtë burim mund të përshtaten lehtësisht në EMI si një instrument për të promovuar barazinë gjinore.

Pjesa e politikës skicon qëndrueshmërinë dhe seriozitetin e hendekut gjinor në zotësitë dixhitale, ofron një arsyetim për ndërhyrjet dhe bën rekomandime për t'u dhënë grave dhe vajzave mundësi të barabarta për të zhvilluar dhe forcuar zotësitë dixhitale.

Pjesa e parë me mendime shqyrton "paradoksin e barazisë gjinore TIK" dhe gjetjen e UNESCO-s se shtetet me nivelet më të larta të barazisë gjinore, siç ndodh me shumë shtete në Europë, kanë gjithashtu dhe raportet më të ulëta të femrave që ndjekin studime të përparuara në shkencat kompjuterike dhe temat e lidhura me to.

Pjesa e dytë me mendime shqyrton se si zërat e asistentëve zanor IA të projektuara si zonjusha i japin jetëgjatësi paragjykimeve gjinore të dëmshme. Ajo ofron rekomandime për të garantuar që zgjatja e jetëgjatësisë dhe përdorimi i asistentëve dixhitale nuk zmadhon hendekun gjinor dhe propagandon stereotipa me bazë gjinore.
https://en.unesco.org/Id-blush-if-I-could

XV. Gjinia, Media dhe TIK-të: Qasje të reja për kërkim, edukim dhe trajnim.

Shpesh, është e vështirë të identifikohen dhe krahasohen burime dhe mundësi të ndryshme trajnimesh mbi barazinë gjinore në media dhe TIK. Ky burim i përgjigjet kësaj sfide me një gamë idesh kurikulare dhe trajnuese për t'u adoptuar dhe përshtatur. Burimi lidh fushat edukative dhe profesionale me politika të fushave që të përmirësojnë

barazinë gjinore në dhe përmes medias. Ai është prodhuar nga Rrjeti "UNITWIN" mbi Gjininë, Median dhe TIK i UNESCO-s, brenda kornizës së Aleancës Globale për Median dhe Gjininë – një aleancë e iniciuar nga UNESCO në 2014-n.
https://en.unesco.org/gamagandunitwin

XVI. Standardet e Kompetencave TIK për Mësuesit

Në përgjigje të nevojës për standarde që ndihmojnë sektorët kombëtarë edukativ të përdorin sistemin e levave TIK, UNESCO u bashkua me Cisco, Intel dhe Microsoft, si dhe Shoqatën Ndërkombëtare të Teknologjisë në Edukim (ShNTE) dhe Institutin Politeknik e Universitetin Shtetëror të Virxhinias (Virginia Tech), për të realizuar projektin për Standardet e Kompetencave TIK për Mësuesit (SKM).

Synimi i projektit SKM është të sigurojë drejtim në mënyrën e përmirësimit të praktikës së mësuesve përmes TIK dhe t'i japë një dimension të ri zotësive të tyre, pavarësisht se ku ndodhet klasa e tyre – duke rezultuar në një arsimim më të mirë dhe nxënës me zotësi të larta.

Botimi i Standardeve të Kompetencave TIK për Mësuesit përbëhet nga një seri prej tri libërthash që përfshijnë:

- Një Politikë Kornizë që shpjegon arsyeshmërinë, strukturën dhe qasjen e Projektit SKM http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001562/156207e.pdf
- Një Strukturë Modulesh Standarde Kompetencash, që kombinon komponentët e reformës arsimore me qasje të ndryshme politikash që gjenerojnë matricën e aftësive për mësuesit http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001562/156210E.pdf
- Udhëzime Implementuese, duke ofruar një syllabus të detajuar të zotësive specifike që duhet fituar nga mësuesit brenda secilës zotësi/modul http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001562/156209E.pdf

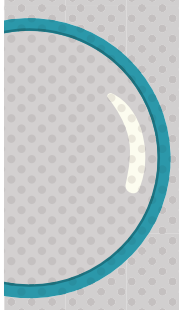
XVII. Mësimi për të ardhmen – kompetenca të edukimit për zhvillim të qëndrueshëm

Edukimi duhet të luaj një rol të rëndësishëm në mundësimin e njerëzve për të jetuar së bashku në mënyra që kontribuojnë në zhvillimin e qëndrueshëm. Edukimi mund të kontribuojë në një jetesë të paqëndrueshme kur mungojnë mundësinë që nxënësit të ngrejë pikëpyetje mbi stilin e tyre të jetesës dhe sistemet e strukturat që promovojnë këto stile jetese. Kjo ndodh dhe përmes riprodhimit të modeleve dhe praktikave të paqëndrueshme. Riformulimi i zhvillimit, ndaj, kërkon një riorientim të edukimit drejt zhvillimit të qëndrueshëm.

Ky burim mbulon një seri kompetencash si objektiva ndaj të cilave të gjithë mësuesve duhet të aspirojnë. Ndërsa ai nuk parashikon rezultatet e sjelljes, ai ofron një kornizë për zhvillimin profesional të mësuesve dhe ka një rëndësi të veçantë për individët, grupet dhe institucionet me një efekt shumëfishues.
https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000261802

PJESA 2:

MODULET



HYRJE: SI TË PËRDORËSH KURIKULËN EMI

Edukimi për Median dhe Informacionin (EMI) interesohet për funksionin e ofruesve të përmbajtjes si bibliotekat, arkivat, muzetë, mediat dhe kompanitë e komunikimeve dixhitale në jetë tona personale në zhvillimin e qëndrueshëm dhe shoqëritë demokratike. Ai promovon liritë individuale për të komunikuar e shprehur dhe për të kërkuar, marrë dhe ndarë informacion e ide. Ai inkurajon vlerësimin e ofruesve të përmbajtjes dhe përmbajtjes së tyre bazuar në mënyrën se si ato prodhohen, mesazhet e vlerat që përcjellin dhe audiencat apo qëllimet e targetuara.

Në një shoqëri më bazë informacionin dhe njohurinë:

- Komunikimi dhe informacioni janë qendrore ndaj Objektivave të Zhvillimit të Qëndrueshëm dhe proceseve demokratike
- Ofruesit e përmbajtjes kontribuojnë në formimin e perceptimeve, bindjeve dhe mendësive
- Ka një rritje të përmbajtjes së gjeneruar nga përdoruesit, përdorimit të hapësirave dixhitale, gazetarisë qytetare dhe informacionit të udhëhequr nga qytetarët
- EMI është i rëndësishëm për pjesëmarrjen qytetare dhe suksesin në shoqëri

Duke sjellë së bashku kompetenca të ndërlidhura me përmbajtjen, ofruesit e përmbajtjes dhe teknologjitë për prodhimin dhe shpërndarjen e përmbajtjes, Kurikula EMI prezanton një qasje tërësore ndaj aftësimit, të domosdoshme për jetë dhe punën sot. Kjo kurikul njeh nevojën për një përkufizim të zgjeruar të aftësimit. Për më tepër, EMI njeh gjithashtu rolin e bibliotekave, arkivave dhe muzeve si ofrues të rëndësishëm të përmbajtjes, bashkë me institucionet e tilla si media dhe kompanitë e Internetit.

AUDIENCA E SYNUAR E KURIKULËS EMI

Grupet e synuara për kurikulën janë në thelb mësuesit dhe nxënësit. Mësuesit dhe nxënësit kuptohen në kuptimin më të gjerë të termave se përfshijnë mësues në nivelin sekondar e kryesisht terciar, individë të përfshirë në trajnimin ose mësimin e të gjitha formave në OJF, CSO, qendra komunitare, media, biblioteka, online apo offline. Duke qenë se kjo kurikul është krijuar me mendësinë e përshtatjes, ajo mund të përdoret nga stakeholder të ndryshëm me interes në fushën EMI. Përdoruesit mund të kenë nevojë të përshtatin përmbajtjen për ta bërë ata më të volitshme apo aksesueshme për grupet specifikisht të synuara. Kurikula është e përshtatshme për zyrtarë e ministri qeveritare dhe për organizata të tjera shoqërore dhe ndërkombëtare zhvillimi.

KARAKTERISTIKAT KRYESORE TË KURIKULËS EMI

Edukimi për median dhe informacionin kërkon të sjellë së bashku disiplinat që dikur ishin të ndara dhe të dallueshme. Ai njeh që përparimi dixhitale ka shtyrë drejt konvergjencës së përpunimit të informacionit dhe kompetencave të nevojshme për t'u përfshirë në mënyrë kritike me llojet e larmishme të përmbajtjes në platforma dhe ofruesve të përmbajtjes. Kurikula EMI është shteruese dhe gjithëpërfshirëse. Ajo është krijuar me një qasje jodetyruese dhe me përshtatjen në mendje. Ajo prezantohet në formën e moduleve.

Modulet e këtij dokumenti kurikular përfshijnë të gjitha ose disa nga seksionet e mëposhtme:

- Sfondi dhe përligjja
- Temat kryesore
- Objektivat mësimore
- Qasjet pedagogjike dhe modele veprimtarish
- Vlerësim paraprak dhe rekomandime
- Tema për konsiderata të mëtejshme
- Burime dhe referenca

Objektivat mësimore identifikojnë synimet kryesore të secilit modul për mësuesit dhe nxënësit, në përgjithësi. Ato gjithashtu identifikojnë kompetencat (njohuritë, zotësitë, mendësitë dhe vlerat) që mësuesit dhe nxënësit duhet të jenë në gjendje të demonstrojnë pasi të kenë përfunduar secilin modul/njësi. Në çdo plan përshtatje, këto duhen konsideruar në kontekstin e përgjithshëm të Kornizës Kurikulare dhe të Kompetencave dhe të modelojnë modulet e kurikulës EMI që janë pjesë e kësaj pakete.

Seksioni mbi sfondin dhe arsyetimin eksploron temën e çdo moduli, duke skicuar dhe përshkruar përmbajtjen dhe kontekstin. Është me interes të vëmë re që komentari i përfshirë nuk synon të jetë shteruese, por është synuar të ilustrojë konsideratat dhe drejtimet e mundshme që mund të eksplorojnë përdoruesit.

E njëjta gjë mund të thuhet për sugjerimet në qasjet pedagogjike dhe veprimtaritë e modeluara që janë përfshirë. Këto janë krijuar për ilustruar mënyrat e shumta në të cilat zotësitë dhe njohuria e fituar në çdo modul mund të demonstrohet. Këto qasje dhe veprimtari pedagogjike duhen parë vetëm si shembuj. Mësuesit inkurajohen t'i përdorin ato si një bazë për përgatitjen e veprimtarive më të përshtatshme në nivel vendor dhe kulturor. Për të ndihmuar përpjekjet e përdoruesve, UNESCO do të jetë duhet përditësuar një version dinamik multimedial online të Kurikulës EMI që do të përfshijë një bankë të dhënat multimediale të EMI – burime të lidhura, plane mësimore, veprimtari, etj. UNESCO do të eksplorojë paketën offline të versionit multimedial dhe do të stimulojë burimet edukative të hapura. Jeni të lutur të konsultoni faqen në internet të UNESCO-s për më shumë informacion.

Seksioni mbi vlerësimin paraprak dhe rekomandimet përfshin sugjerime të një vlerësimi paraprak formues dhe përmbledhës. Këto rekomandime synojnë të evidentojnë mundësitë për vlerësim paraprak, të cilat përfshijnë vlerësimin paraprak për nxënie, vlerësimin paraprak të nxënies dhe vlerësimin paraprak si nxënie. Tema shtesë për konsiderata të mëtejshme u ofrohen përdoruesve që duan të ecin më përpara.

Së fundmi, modulet përmbyllen me një seksion burimesh dhe referencash që janë rekomanduar për përdorimin me këto module. Përdoruesit mund të zbulojnë se ata kanë burimet e tyre vendore që mund të ja shtojnë listës.

PROCESI I PËRSHTATJES SË KURIKULËS EMI: REKOMANDIME

Në vënien në zbatim dhe përshtatjen e këtij burimi, konsideratë i duhet dhënë realiteteve që ekzistojnë në një larmi hapësirash mësimore – qoftë offline, online apo në distancë – prioriteteve dhe objektivave të përdoruesve ose institucioneve, interesave ekzistues, përmbajtjes dhe përparësive të programit, koherencës, disponibilitetit dhe kufizimeve kohore. Rekomandimet e mëposhtme ofrohen si një mënyrë garancie që kurikula përmbush nevojat e përdoruesve të përfshirë në të gjitha format e nxënies.

- Identifikimit e grupeve të stakeholder-eva kyç dhe themelimit të një komiteti drejtues.
- Në fazat fillestare, duhet të ndodhë një rishikim shterues i Kurikulës EMI dhe i Kornizës Kurikulare e të Kompetencave. Kjo do të mundësojë përdoruesit të identifikojnë fushat prioritare në kurikul që mund të plotësojë më mirë nevojat e tyre.
- Një vlerësim paraprak i njohurisë aktuale për të parë nëse elemente të EMI janë ndërkohë të përfshira në kurikulat ekzistuese duhet të realizohet te individët dhe kurikulat e institucioneve dhe shteteve. Kjo dukshëm do të ndihmojë të shmangen përsëritje dhe mbivendosje të panevojshme. Ai mund të ndihmojë për të identifikuar ndonjë hendek në kurikulat dhe programet ekzistuese që mund të mbushet nga Kurikula EMI.
- Qasja më e mirë në implementimin e EMI duhet përcaktuar nga çdo institucion, me konsiderata për kohën e disponueshme dhe burimeve të kërkuara (që përfshin edhe materialet edhe burimet njerëzore). Pyetje kryesore për t'u marrë në konsideratë përfshijnë: Si do të mësohet kurikula EMI? Si duhet integruar? A ekziston ekspertizë për EMI brenda institucionit? Nëse jo, ku mund të gjendet ajo? A ka akses të materialeve dhe burimeve të nevojshme? Nëse jo, kur mund të lokalizohet? Si ndikojnë këto nevoja të identifikuara në strategjinë e dëshiruar të përshtatjes?
- Kjo Kurikul EMI duhet përgatitur për përshtatje. Kjo do të thotë që mund të jetë e nevojshme të përgatitet një version i personalizuar i Kurikulës EMI bazuar mbi konsideratat e lartpërmenduara. Burimet e Hapura Edukative (BHE) të UNESCO-s mund të asistojnë me procesin praktik të përshtatjes. Burimet e hapura edukative dhe materialet mësimore që janë lançuar nën licensa të pronësisë intelekuale si Creative Commons lejojnë përdorimin e tyre falas nga të tjerët. (Shiko Kutinë në fund të këtij seksioni për më shumë detaje).

- Pasi kurikula e përshtatur apo versioni i personalizuar është krijuar, është e rëndësishme t'i bëhet fillimisht një test pilotimi. Kjo fazë testimi duhet monitoruar dhe rezultatet e pilotimit duhen vlerësuar paraprakisht.
- Bazuar në vlerësimin paraprak të pilotimit, rishqyrtime të nevojshme i duhen bërë kurikulës së përshtatur, duke përfshirë rekomandime për implementim.
- Në këtë fazë, integrimi në bazë institucione i kurikulës do të jetë gati, bazuar në strategjinë e përzgjedhur të integrimit nga institucioni (shiko më poshtë).
- Dokumentimi, monitorimi dhe vlerësimi i vazhdueshëm i kurikulës duhet të përfundohet. Aty ku është e përshtatshme, zhvillimi dhe dokumentimi i rasteve studimore duhet plotësuar si një mënyrë e ndarjes së praktikave më të mira dhe informimit të komunitetit të gjerë edukativ mbi punën e bërë në institucione të ndryshme.
- Shkalla e përshtatjes varet nga shumë variabla të lartpërmenduara ndërsa lidhet me përdoruesit, grupet/asociacionet apo institucionet.

STRATEGJITË INTEGRUESE

Strategjitë e mëposhtme të integrimit të kurikulës EMI ofrohen për t'u marrë në shqyrtim:

- Kurs më vete: Kurikula EMI mund të ofrohet si kurs në vete për kredite universitare apo edukimit të vazhdueshëm. Ai mund të ofrohet si kurs i detyrueshëm ose me zgjedhje për nxënës dhe mësues të ndryshëm. Për mësuesit në shërbimin aktiv, kurikula mund të përshtatet si një program certifikimi për edukimin e vazhdueshëm.
- Qasje institucionale: Kjo përfshin një përvojë trajnuese intensive ballë-për-ballë, një ose dyjavore, e ndjekur nga një projekt detyrë të cilën mësuesit mund të kenë 2-3 muaj për ta përfunduar. Kredit/e mund të ofrohen për këtë program trajnimi.
- Integrim shumëkomponentësh: Komponente të ndryshme të Kurikulës EMI mund të integrohen në kurse të ndryshme të ndërlidhura që po afrohen ndërkohë për nxënësit dhe mësuesit. Shembuj të kësaj mund të përfshijnë edukimin teknologjik, aftësimin, studimet sociale, edukimi civil, etj. Kjo ka të ngjarë të jetë strategjia më komplekse e parashtuar këtu. Në mënyrë që integrimi të jetë efikas, planifikimi i kujdesshëm kërkohet në shqyrtimin e objektivave të planit të përgjithshëm dhe vlerësimit paraprak. Mbani mend që vëmendja e fokusuar që kërkon EMI mund të humbasë në këtë qasje.
- Kurs online: Ky kurs mund t'i ofrohet online përdoruesve të ndryshëm. Kjo mund të përfshijë partneritetin me një institucion tjetër brenda ose jashtë shtetit respektiv. Është e rëndësishme t'u vihet re përdoruesve, grupeve / asosacioneve apo institucioneve nuk kanë pse ta organizojnë vetë kursin online, por mund të bëhen partnerë më një institucion tjetër që ka ndërkohë mekanizmat për ofrimin e kurseve online. Institucioni mund të marrë në shqyrtim ofrimin e kursit si një certifikatë, diplomë apo program studimi. Shembuj të MOOC EMI të ofruara nga UNESCO dhe partnerët tanë gjendet në këtë link https://en.unesco.org/themes/media-and-information-literacy/moocs.

Në afatgjatë, një kombinim i dy apo më shumë strategjive të mësipërme mund të merret në shqyrtim. Një strategji e përzier ka të ngjarë të ketë një impakt më të madh. Qartësisht, procesi i përshtatjes dhe strategjitë e integrimit do të variojnë midis përdoruesve, grupeve / asosacioneve dhe institucioneve, në varësi të një numri faktorësh përcaktues. Disa faktorë të dukshëm janë niveli i gatishmërisë, njohuria, disponibiliteti i burimeve dhe ekspertizës, dhe thellësia apo shtirja e integrimit.

Përshtatja dhe ndarja e Kurikulës EMI përmes platformës së re të UNESCO-s Open Educational Resorces: Online Multimedia MIL Teaching Resoruces Tool

Burimet e hapura edukative të UNESCO-s ofrojnë botime të përzgjedhura të UNESCO-s (https://iite.unesco.org/theme/oer/) që janë licencuar plotësisht si burime të hapura edukative (BHE). BHE-të janë materiale mësimore që janë lëshuar nën një licencë të pronësisë intelektuale, si "Creative Commons", që lejon përdorimin e lirshëm nga të tjerët. Shiko gjithashtu këtë: http://www.oerplatform.org/. Mund të ketë platforma të tjera BHE dhe baza të dhënash të hapura në rajonet tuaja.

UNESCO bashkë me partnerët do të jetë duke përditësuar një platformë të burimeve mësimore multimediale online të EMI-t, http://unesco.mil-for-teachers.unaoc.org/. (Bëni kërkim për linkun e përditësuar të faqes së në internet të UNESCO-s të këtij burimi sipas nevojës) duke qenë së komunitete globale praktikuesish – përfshirë mësues, nxënës dhe aktorë të tjerë – do të jenë në gjendje të kopjojnë, përshtatin dhe ndajnë falas burimet e tyre, përfshirë Kurikulën EMI.

Përmes bindjes dhe ndihmës së përdoruesve dhe institucioneve për të ndarë kurikulën e tyre të përshtatur EMI si BHE plotësisht të licencuara në Platformë, ne u sigurojmë përdoruesve të tjerë, krijuesve të kurikulave apo kontrollorëve të vlerësimit të cilësisë që po përpiqen të krijojnë kurikulën e tyre, një mundësi të paprecedentë për të përzgjedhur dhe krahasuar lehtësisht e intuitivisht kurikula të institucioneve të afërta dhe ndërkombëtare, në gjuhën e tyre. Ata do të jenë në gjendje të "kopjojnë" lirisht, ligjërisht dhe falas përmbajtjen që është më e përafërt me kërkesat e tyre për t'ia përshtatur kërkesave të tyre vendore.

Platforma do të inkurajojë mundësi bashkëpunimi dhe partneriteti midis institucioneve të ngjashme dhe lidhje më të forta të përdoruesve dhe institucioneve me UNESCO-n për pasurimin e mëtejshëm të Kurikulës EMI. Rritje të kapaciteteve mbi Creative Commons* dhe ndihmë në transformimin e transferimin të materialeve nga BHE-të tek institucionet që janë të gatshëm të ndajnë përshtatjet e tyre.

*Licensat "Creative Commons" ndërtohet mbi praktikat tradicionale të se drejtës së kopjimit dhe lejojnë krijuesit e tyre të përcaktojnë se cilat të drejta i mbajnë dhe nga cilat heqin dorë në përfitim të marrësve apo krijuesve të tjerë. (http://creativecommons.org)

MODULI 1:

NJË MODUL THEMELOR: NJË PREZANTIM ME EDUKIMIN PËR MEDIAN DHE INFORMACIONIN DHE KONCEPTE TË TJERA KYÇE

Nëse është e mundshme të përkufizojmë në përgjithësi misionin e edukimit, mund të thuhet se qëllimi themelor i tij është të garantojë që studentët përfitojnë nga mësimi në mënyra që i lejojnë ata të marrim pjesë plotësisht në jetën publike, komunitare dhe ekonomike.

– New London Group

SFONDI DHE ARSYEJA

Ndërprerja e medias së lajmeve me informacionin dhe teknologjitë e komunikimit (TIK) dhe konvergjenca e tyre me përmbajtjen dhe sistemet do të thotë që njerëzit janë duke jetuar gjithmonë e më shumë në një botë të ndërmjetësuar. Kjo është bota ku komunikim individ-me-individ dhe transmetimi i përmbajtjes ndodh gjithmonë e më shumë përmes platformave teknologjike. Ky realitet sjell me vete shumë mundësi, si dhe shumë sfida që e bëjnë edukimin për median dhe informacionin (EMI) jetësor në fuqizimin e njerëzve. Mundësitë përfshijnë më shumë akses dhe kanale për shprehjen e vetvetes, mësimin për gjithë jetën, pjesëmarrje, krijimtari, dialog, shkëmbim dhe transparencë kulturore, të cilat të marra së bashku, kontribuojnë në Objektivat e Zhvillimit të Qëndrueshëm. Sfidat përfshijnë shqetësime mbi privatësinë dhe dhunimit e të dhënave, rritjen e çinformimit, mbikëqyrjen, shtimin e madh të përmbajtjes me gjuhë urrejtje dhe ekstremizëm të dhunshëm, sulme të shpeshta mbi gratë dhe përjashtime të mëtejshme të grupeve të margjinalizuar.

Shfaqja e pandemisë COVID-19 demonstroi sfidat në rrjedhat e informacionit, teknologjinë dixhitale, ndërmjetësimin e ofruesve institucional dhe zhvillimin e medias. Nga njëra anë, shumë perspektiva dhe përpjekje për kundërshtimin e virusit ekzistojnë në ekologjinë e përgjithshme. E megjithatë, përpjekjet gjithashtu pengohen nga "dezinfodemia", që është ngatërrimi i përzierjes së përmbajtjes, shpesh e informacionit të mbuluar nga çinformimi – dhe e mundësuar nga komunikimet dixhitale.

EMI është një term ombrellë që mbulon kompetenca të ndryshme që mundësojnë individët dhe grupet të lundrojnë detet e trazuara të informacionit dhe mjedisit komunikues të sotëm. Ai mbulon një spektër të gjerë njohurish, zotësish, mendësish dhe vlerash. EMI i mundëson qytetarët, përfshirë të rinjtë, të fitojnë kompetenca për të kuptuar nevojat e tyre për informacion, të bëjnë kërkime më të mira, të gjejnë, vlerësojnë në mënyrë kritike, të përdorin dhe të kontribuojnë në përmbajtjen e informacionit dhe medias në mënyrë të mençur. Ndaj, EMI mundëson një përdorim të qëllimshëm dhe krijues të teknologjisë dixhitale dhe fuqizon të gjithë përdoruesit përmes pasurimit të njohurisë së tyre mbi të drejtat e tyre dixhitale dhe online, si dhe çështjet etike që shoqërojnë aksesin në dhe përdorimin e informacionit. Qytetarët e edukuar për median dhe informacionin janë të pajisur për t'u angazhuar në mënyrë më efikase ne dialog, lirinë e shprehjes, aksesin në informacion, barazinë gjinore, diversitetin, paqen dhe zhvillimin e qëndrueshëm.

EMI është një parakusht i rëndësishëm në ekuilibrimin e fuqisë së qytetarëve me atë të ofruesve të përmbajtjes dhe për mprehjen e TIK për edukim dhe lehtësimin e aksesit të barabartë në informacion dhe lirinë e shprehjes. Që njerëzit të marrin pjesë në mënyrë efikase dhe me sukses përgjatë gjithë fazave të jetës, është emergjente integrimi i EMI në gjithë nivelet e shoqërisë dhe në edukimin formal, joformal dhe informal.

Sipas statistikave të fundit nga ITU World Telecommunication / Indikatorëve të Bazës së të Dhënave TIK për 2019, 1.3 miliard (ose ¾) nga 1.7 miliard familje në botë dhe që përfaqësojnë 4.9 miliard njerëz kanë një televizor; dhe 0.6 miliard (1/3) e gjithë familjeve dhe që përfaqësojnë 1.9 miliard njerëz kanë akses të një kompjuteri. Sipas janarit 2021, 59.6% e

popullatës së botës ose 4.66 miliard njerëz po përdorin Internetin;[30] në mes të 2020-s, vlerësohej se kishte 105 abonime celulare për çdo 100 banorë. Kësaj i shtohen mbi 2.5 miliard përdorues të radios. Shoqata Botërore e Gazetave raporton se 640 milion përdorues në mbarë botën paguan për një gazetë të shtypur apo dixhitale çdo ditë të 2018-s. Instituti i Statistikave të UNESCO-s ka vlerësuar që rreth 1 milion libra të ri botohen çdo vit në mbarë botën. Në fund të vitit 2019, mbi 69% e popullsisë së re të botës (mosha 15-24 vjeç) po përdorte internetin. Raportit të përbashkët të UNICEF-ITU të vitit 2020, 1.1 miliard – ose 1 në 3 fëmijë dhe të rinjve nën 25 vjeç – kanë akses interneti në shtëpi. Numri i bizneseve që kanë adoptuar inteligjencën artificiale u rrit me 270% në katër vitet midis 2015 dhe 2019 (Gartner, 2019).

Kur bashkojmë numrat, stacionet televizive dhe radiofonike, gazetat, celularët, aksesin në dhe përdorimin e Internetit, librat, bibliotekat, billbordet dhe videolojërat përcaktojnë shumë se çfarë mësojmë për veten tonë, shtetin tonë, kulturën tonë dhe botën përreth nesh. Në këtë botë të ndërlidhur, të qenit i edukuar për median dhe informacionin do të thotë që mund të rimendojmë atë që quhet qytetari dhe mësim përgjatë gjithë jetës, dhe të marrim në shqyrtim koncepte si edukimi i qytetarisë globale, edukimi për zhvillim të qëndrueshëm dhe qytetaria globale.

Ofrues përmbajtje si bibliotekat, arkivat, muzetë, media dhe kompanitë e komunikimeve dixhitale kamë themelore për zhvillimin e qëndrueshëm, demokracinë dhe qeverisjen e mirë. Si platforma të diskursit demokratik dhe mundësuese të krijimtarisë dhe sipërmarrjes dixhitale. Nëse ofruesit e përmbajtjes dhe instrumentet dixhitale do ta mbështesin demokracinë dhe zhvillimin e qëndrueshëm, duhet që qytetarët të kuptojnë si t'i përdorin ato në mënyrë kritike dhe të dinë si të interpretojnë mesazhet që marrin, krijojnë e shpërndajnë. Në të njëjtën mënyrë, nëse ekosistemi do të përforcojë krijimtarinë dhe sipërmarrjen dixhitale, përveç kompetencave të lartpërmendura, njerëzit duhet të kuptojnë si të identifikojnë mundësitë për sipërmarrje në këtë arenë dhe të rrokin përfitimet e ndërprerjes së mendimit kritik, krijimtarisë dhe bashkëpunimit për ndryshim social.

Ndërsa rëndësia e numrave themelorë dhe zotësive të fituara nuk mund të nënvlerësohet, përfshirja e EMI në kurikula dhe programe zhvillimi do të thotë që të rinjtë duhet të kuptojnë funksionet e ofruesve të përmbajtjes dhe të kenë zotësinë të kërkojnë, vlerësojnë dhe krijojnë përmbajtje për të arritur objektivat e tyre personal, shoqëror, profesional dhe edukativ. Ata duhet të zotërojnë këto aftësi bazike për mendim kritik, për të analizuar dhe përdorur ato për shprehjen e vetvetes, për t'u bërë nxënës të pavarur, prodhues, qytetarë të informuar, profesionistë dhe pjesëmarrës në qeverisjen dhe proceset demokratike e ekonomike të shoqërive të tyre (krahaso me Raportin

30 Statista, https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/

e Forumit Kombëtar mbi Edukimin për Informacionin, 2005).

Ky modul ndërtohet mbi katër shtylla: mendimi kritik, shprehja e vetvetes, pjesëmarrja dhe krijimtaria. Ai do të marrë në shqyrtim EMI si i rëndësishëm për e i mbivendosur me një larmi disiplinash / fushash dhe do të eksplorojë pyetje të tilla si:

Çfarë është informacioni në përzierjen e gjerë të përmbajtjes? Çfarë janë media dhe kompanitë e komunikimeve dixhitale? Çfarë janë teknologjitë dixhitale? Pse të japim mësim në lidhje me to? Pse janë ato të rëndësishme? Çfarë është edukimi për median? Çfarë është edukimi për informacionin? Çfarë është aftësimi dixhitale? Përse edukim për median dhe informacionin?

Ky modul do të prezantojë EMI si mësim/nxënie dhe procese të angazhimit shoqëror dhe ekonomik dhe jo thjesht si disiplinë. Prandaj, ai do t'u prezantojë gjerësisht nxënësve çështjet dhe konceptet kyçe të fushës që do të trajtohen më në detaje në modulet e ardhshme, duke u ofruar atyre mundësinë të zhvillojnë një të kuptuar të ndryshimit midis "mësimit për", "mësimit përmes" dhe angazhimit në shoqëri me EMI si një instrument.

Synimi është që mësuesit, nxënësit, drejtuesit komunitarë dhe bashkë-edukatorët vetë do të bëhen të edukuar për median dhe informacionin, si dhe do të zhvillojnë kompetencat e nevojshme për të integruar EMI në gjithë aspektet dhe llojet e edukimit.

NJËSITË:

NJËSIA 1:
KUPTIMI I EDUKIMIT PËR MEDIAN DHE INFORMACIONIN: NJË ORIENTIM

NJËSIA 2:
EMI DHE PJESËMARRJA CIVILE

NJËSIA 3:
NDËRVEPRIMI ME OFRUESIT E PËRMBAJTJES SI BIBLIOTEKAT, ARKIVAT, MUZETË, MEDIAT, KOMPANITË E KOMUNIKIMEVE DIXHITALE

NJËSIA 4:
EMI, AFTËSITË DIXHITALE, PJESËMARRJA / KRIJIMTARIA DHE SIPËRMARRJA KULTURORE

NJËSIA 5:
EMI, MËSIMIDHËNIA DHE MËSIMI PËRGJATË GJITHË JETËS.

NJËSIA 1: KUPTIMI I EDUKIMIT PËR MEDIAN DHE INFORMACIONIN: NJË ORIENTIM

KOHËZGJATJA: 2 ORË

Temat kryesore:

- Përkufizimi i ngjashmërive dhe ndryshimeve midis "informacionit" dhe "medias"
- Eksplorimi i rëndësisë së ofruesve të përmbajtjes
- Përshkrimi i rezultateve kyçe të nxënies në edukimin për median dhe informacionin

Objektivat mësimore

Në fund të këtij moduli mësuesit do të jenë në gjendje të:

- Identifikojnë rezultatet / elementet kyçe të nxënies dhe konvergjencës së edukimit për median dhe informacionin dhe zotësitë dixhitale.
- Kuptojë edukimin për median dhe informacionin, si dhe rëndësinë dhe përshtatshmërinë e tij në jetën e nxënësve dhe mësuesve të sotëm.
- Identifikojë e eksplorojë rolet normuese të ofruesve të përmbajtjes si bibliotekat, arkivat, muzetë, mediat dhe kompanitë e komunikimeve dixhitale.
- Të eksplorojë këto role siç manifestohen (apo mungojnë) në një larmi tekstesh.

Niveli i kompetencave të targetura në këtë njësi:

- Bazike / Mesatare

Rolet e shumëfishta të medias

Media, kompanitë e komunikimeve dixhitale dhe ofruesve të tjerë të përmbajtjes luajnë një rol kryesor në informim dhe proceset komunikuese. Ato janë njëra nga mënyrat se si të komunikosh informacionin, megjithëse roli i tyre është shumë më i gjerë. Në masën që mediat janë një pjesë e rëndësishme e sistemit të komunikimet të çdo shoqërie, përbërja e tyre institucionale shpesh përzihet me një larmi ofruesish jomediatik të përmbajtjes, si bibliotekat, muzetë, arkivat, kompanitë e komunikimeve në Internet, të tjera organizma informuese dhe qytetarë që prodhojnë vetë përmbajtjen e tyre.

Për qëllimet e kësaj kurikule, mediat e lajmeve përkufizohen në mënyrë normuese (pavarësisht natyrës dhe teknologjive të përdorura) si burime të besueshme dhe koherente informacioni të krijuar përmes një procesi editorial të përcaktuar nga vlerat gazetareske dhe ku llogaridhënia editoriale mund t'i atribuohet një organizmi specifik apo një personi ligjor/fizik. Kjo nuk do të thotë të shpërfillen realitetet ku normat nuk zbatohen – si në rastet e "kapjes së medias" dhe dështimeve të tjera normuese, arsye për të cilën mendimi kritik, përmes EMI duhet të vihet në zbatim për median si dhe për të gjithë ofruesit e përmbajtjes.

Media dhe ofrues të tjerë të përmbajtjes mund të vlerësohen paraprakisht nëse ata po zbatojnë rolet e tyre normuese. Ata pritet që të:

- Veprojnë si kanale informacioni dhe njohurie përmes të cilave qytetarët komunikojnë me njëri-tjetrin dhe marrin vendime të informuara.
- Lehtësojnë debate të informuara midis aktorëve të ndryshëm shoqëror.
- Na ofrojnë me shumë nga ajo që mësojmë rreth botës përtej përvojës tonë të menjëhershme dhe shërbejnë si mjete me anë të të cilave shoqëria mëson për vetveten dhe ndërton një ndjesi komuniteti.
- Funksionojnë si vrojtues (watchdog) të qeverisjes në të gjitha format dhe të promovojnë transparencë në jetë publike dhe shqyrtim publik të personave me pushtet përmes ekspozimit të korrupsionit, keqadministrimit dhe keqbërjes korporative.
- Jenë lehtësues esencial të proceseve demokratike dhe një nga garantuesit e zgjedhjeve të lira dhe të ndershme.
- Jenë një mjet i shprehjes kulturore dhe kohezionit kulturor brenda dhe midis kombeve.
- Funksionojnë në mënyrë transparente si avokat dhe aktor shoqëror në vetvete ndërsa respektojnë vlerat pluraliste.[31]

Konvergjenca

UNESCO dhe ekspertët e fushave të ndryshme kanë krijuar konceptin ombrellë të edukimit për median dhe informacionin duke sjellë së bashku fushat e ndërlidhura që kanë të njëjtin objektiv të përgjithshëm mësimor për fuqizimin e nxënësve dhe qytetarëve për të zhvilluar zotësi kritike në konsumimin, përdorimin, krijimin dhe shpërhapjen e përmbajtjes.

Informacioni mund të grupohet në burime parësore, siç janë për shembull raportet kërkimore dhe tezat; burime dytësore, siç janë për shembull librat, revistat shkencore, revistat, gazetat; dhe, burime tretësore të marra kryesisht nga burimet parësore dhe dytësore, siç janë bazat e të dhënave, repozitoret (depot) dhe bibliografitë. Nga njëra anë, EMI adreson produktet tekstuale (qofshin këto botime elektronike apo me bazë letrën) që normalisht kalojnë nëpër procese të rishqyrtimit nga kolegë (peer-review) dhe redaktimit të gjatë. Kjo është pronësi intelektuale nga e cila mund të merren citimet, referencat dhe bibliografitë. EMI lidhet gjithashtu me masmedian që konsideron nuancat e imazhit, ngjyrës dhe zërit në mesazhet që vihen në dispozicion nga ofrues të ndryshëm, si televizioni, rrjetet sociale dhe kompanitë e prodhimit të filmave. Megjithëse institucionet jo gjithmonë arrijnë pritshmëritë e tyre normuese, media duhet të ekzistojë gjerësisht për të informuar, edukuar dhe argëtuar. Shikoni Tabelën 1.1 më poshtë që ilustron marrëdhënien dhe konvergjencën e përmbajtjes, problematikave, metodave, instrumenteve, elementëve të informacionit, medias dhe teknologjisë.

31 Përshtatur nga Indikatorët e Zhvillimit të Medias të UNESCO-s.

TABELA 1.1 – KONVERGJENCA E EDUKIMIT PËR MEDIAN DHE INFORMACIONIN: NGA TRADICONALJA TE PIKËPAMJET KONVERGJUESE[32]

INFORMACIONI (AFTËSIM)		TEKNOLOGJITË MASMEDIA / DIXHITALE – MEDIA/DIXHITALE (AFTËSIM)
Librat Monografitë Revistat shkencore Serialet Patentat Bizneset Produktet akademike / kërkimore	**FORMATIM PËRMBAJTJE** Konvergjenca	Lajmet Gazetat Televizioni Radio Vizualet Rrjetet sociale Produkte të pop culture
Kërkimi investigativ Peer-reviewed Procesi i gjatë redaktues Validimi i industrisë editoriale Citimet janë të rëndësisë së parë	**VALIDIM PËRMBAJTJE** Konvergjenca	Pa kërkim investigativ Vërtetim nga industria Procese të ngadalta redaktimi Nganjëherë i jepet përgatitje e momentit mbi natyrën e medias Feedback nga përdoruesit / vlerësim paraprak i pranuar
Grupet – më të përzgjedhur Nevojiten aftësi lexuese Më pak të tretje – më shumë kërkesa konjitive	**AUDIENCA E PËRCEPTUAR** Konvergjenca	Audienca të përgjithshme më masive dhe shpesh grupe të targetuara Mesazhe audio vizuale, lexim dhe aftësi të pari të nevojshme Thënie të shkurtra e të mençura dhe vizuale dramatike
Përdorues për kërkim Kërkohen aftësi për nxjerrje dhe vlerësim informacioni Treguesit TIK mund të kenë mjegulluar kufijtë	**AKSES I PERCEPTUAR** Konvergjenca	Media ndjek / targeton përdoruesin Aftësi filtruese / hedh poshtë dhe analizon mesazhet mediatike
Përdorim edukativ / biznes Vendimmarrje afatgjatë	**QËLLIMI KRYESOR I PERCEPTUAR I PËRDORIMIT** Konvergjenca	Fokusi te argëtimi dhe edukimi Vendimmarrje ditore dhe afatgjata
Kryesisht tekste të shtypura. Zakonisht të prodhuara në nivel akademik	**ESTETIKA E PERCEPTUAR** Konvergjenca	Audiovizuale të tjera Prodhim nga industria / qeveria, kompani të mëdha dhe të vogla – tradicionale dhe alternative
Bibliotekarët Shqetësime mbi përdorimin e mbledhjes së informacionit Shqetësime mbi cilësinë e informacionit	**PROMOVUES TË AFTËSUAR TË PERCEPTUAR** Konvergjenca	Specialistë të masmedias Shqetësime për produksionin e medias mbi të vërtetën përballë paragjykimeve Fokusi te estetika, dizenjo

32 Përshtatur nga J. Lau dhe A. Grizzle (2019), Evolucioni dhe Historia e Edukimit për Median dhe Informacionin [Evolution and History of Media and Information Literacy].

Qasjet dhe veprimtaritë pedagogjike

Në përmbledhje: ashtu siç është diskutuar më parë në këtë *Kurikul* (Pjesa 1), pedagogji të ndryshme janë të mundshme. Ju lutem ta rishikoni listën në Pjesën 1 dhe të vendosni se cilën qasje të zbatoni për veprimtaritë e sugjeruara më poshtë dhe për të tjera që ju mund të formuloni.

Merrni në shqyrtim karakteristikat e EMI të përshkruara në Figurën 1 të *Kornizës Kurikulare dhe të Kompetencave të Edukimit për Median dhe Informacionin* për Mësuesit (Pjesa 1). Diskutoni çdo karakteristikë. Shkruani çfarë nënkupton secila prej tyre për ju. A mendoni se ky përshkrim është i plotë? Çfarë mendoni se duhet të përfshihet?

Merrni në shqyrtim terminologjitë e mëposhtme të lidhura me aftësime të ndryshme me EMI dhe që po përdoren nga aktorë të ndryshëm nëpër botë:

- Aftësimi mediatik
- Aftësimi mbi bibliotekat
- Aftësimi kompjuterik
- Aftësimi mbi lirinë e shprehjes
- Aftësimi mbi internetin
- Aftësimi dixhital
- Aftësimi mbi lajmet
- Aftësimi mbi kinematë
- Aftësimi mbi lojërat
- Aftësimi mbi mediat sociale
- Aftësimi IA
- Aftësimi mbi të dhënat
- Aftësimi mbi sigurimin
- Aftësimi mbi sigurinë
- Aftësimi mbi privatësinë

Duke përdorur internetin apo një bibliotekë, kërkoni mbi përkufizimet e ndryshme të secilës prej këtyre terminologjive. Çfarë vini re rreth marrëdhënies midis dhe ndërmjet secilës prej këtyre terminologjive apo nocioneve individuale të EMI? Shkruaj një paragraf që përshkruan se kush do të ishte arsyetimi juaj për kombinimin e edukimit për median dhe edukimit për informacionin në EMI.

Gjetja e burimeve të informacionit

Përdorimi i duhur i informacionit që vihet në dispozicion me përmbajtje nga ofrues të ndryshëm të përmbajtjes varet nga aftësia e individëve për të kuptuar nevojat e tyre për informim dhe për të lokalizuar, gjetur dhe vlerësuar cilësinë e përmbajtjes që kanë mundësi të aksesojnë. Sot, ekziston një përzgjedhje ekstremalisht e gjerë dhe e ndryshme që varion shumë në saktësi, besueshmëri dhe vlerë. Për më tepër, ky informacion ekziston në një larmi formash (si tekst, imazh apo statistikë, elektronikisht apo i shtypur) të vënë në dispozicion përmes depove dhe portaleve online, bibliotekave virtuale e reale dhe citimeve dokumentare, bazave të të dhënave, arkivave, muzeve, etj. Sidoqoftë, faktori më i rëndësishëm, është se cilësia e përmbajtjes mund të variojnë në mënyrë domethënëse.

Përpara se ta vlerësoni përmbajtjen dhe burimet e saj, është e rëndësishme të mendoni se për çfarë do ta përdorim informacionin, përfshirë përdorimin tonë për argëtim, për

shembull. Kjo do të na ndihmojë të identifikojmë burime të besueshme informacioni. Pyetjet kryesore mund të ishin: Çfarë burimi apo lloj burimi mund të jetë i besueshmi për ofrimin e informacionit në këtë rast specifik? Cilat burime kanë të ngjarë të përdorin metodave verifikuese, të jenë të ndershme, të mos kenë motive të fshehura, të tregojnë kontroll cilësie dhe të jenë të hapura ndaj korrigjimit dhe rishkrimit?

Ne mund të mendojmë për informacionin si të ruajtur brenda një përzierje ofruesish përmbajtje si bibliotekat, arkivat, muzetë, mediat, kompanitë e komunikimeve dixhitale. Këto ofrues përmbajtje kanë një sërë rolesh, përfshirë që të:

- Informojnë
- Edukojnë
- Lehtësojnë proceset mësimore dhe nxënëse
- Ofrojnë akses ndaj gjithë llojeve të informacionit (nganjëherë falas, me shumicë, të besueshme dhe pa kufizime)
- Shërbejnë si gateway për informacionin
- Promovojnë vlera universale dhe të drejta civile, si liria e shprehjes dhe informimit
- Shërbejnë si kujtesa kolektive e shoqërisë
- Mbledhin informacion
- Ruajnë trashëgiminë kulturore
- Argëtojnë

Në të njëjtën kohë, këta ofrues nganjëherë luajnë një rol përveç atyre si mjete të fitimit të parasë, si instrument politik, si hegjemoni kulturore, etj.

Veprimtari

Përmbledhtas: ashtu siç është diskutuar më parë në këtë *Kurikul* (Pjesa 1), pedagogji të ndryshme janë të mundshme. Ju lutem ta rishikoni listën në Pjesën 1 dhe të vendosni se cilën qasje të zbatoni për veprimtaritë e sugjeruara më poshtë dhe për të tjera që ju mund të formuloni.

- Eksploroni ndryshimet në përmbajtje midis llojeve të ndryshme të ofruesve të përmbajtjes. Për shembull: cilat ofrojnë më shumë informacion se sa reklama apo argëtimi; cilat u japin oksigjen çinformimeve dhe gjuhës së urrejtjes. Gjithashtu, identifiko llojet e përmbajtjeve – për shembull, monografitë përballë formateve seriale dhe kuptoni se ku ndryshojnë ato. Nxënësit mund të shpjegojnë se cilat janë ndryshimet midis secilit lloj botimesh, sipas përshtatshmërisë; dhe të emërojnë dy shembuj të secilit lloj botimi.
- Katalogët e bibliotekave janë një burim cilësor informacioni. Kërkoju nxënësve të familjarizohen me të dhëna kyçe: autori, titulli e tema dhe përcaktoni një temë e kërkoni nga dy burime për çdo lloj informacioni dhe media që mund të gjejnë.
- Bëj një analizë të përgjithshme të burimeve dhe teksteve mediatike që janë shembuj të funksioneve të listuara më sipër. Identifiko tekste që ilustrojnë këto role në nivel vendor, kombëtar dhe global.

- Krahaso karakteristikat e katalogëve të bibliotekave që të mund t'i përdorësh ato për të gjetur informacionin për të cilin po bën kërkime që të optimizosh kohën dhe përkushtimin. a) Përmend katalogët e bibliotekave me të cilat je i njohur dhe kërko për katër më shumë, duke parapëlqyer ato të universiteteve, b) Bëj një kërkim për një temë me interes për ty në katalogët që i konsideron më të mirat ndër ato që po konsulton. c) Listo pesë referenca librash ose materialesh të tjera që ke gjetur në katalogë që i konsideroni nga më të mirat. Reflekto mbi ose ofro argumente se përse mendon se janë më të mirat.
- Analizo bibliotekat e kolegjeve/universiteteve apo publike për të gjetur libra ose burime të tjera të cilat ofrojnë informacion mbi zhvillimin e qëndrueshëm, demokracinë, pjesë të tjera të botës, jeta sociale dhe ekonomike, apo çështje të tjera që të interesojnë ty. Eksploro pyetje si: Kush vendos mbi nivelin e burimeve që duhet t'u alokohen bibliotekave? Kush vendos se cilat librat duhet të përfshihen në biblioteka dhe kush duhen përjashtuar? Kush vendos se cilat libra janë më të rëndësishme se të tjerët? Si e ndikojnë buxhetet dhe të drejtat e kopjimit këtë rol? A janë duke u shërbyer bibliotekat qëllimeve të tyre? (Një veprimtari e ngjashme mund të organizohet mbi muzetë ose arkivat).
- Media mund të inkurajojë zhvillimin dhe ndërtimin e një kombi, por edhe mund të prodhojnë nacionalizëm përjashtues. Diskuto se si dhe pse media ushtron këto funksione. Mendo për përmbajtjen e medias në shtetin tuaj. Sa pikëpamje të ndryshme mund të gjesh mbi zhvillimin, ndërtimin kombëtar e interesat kombëtare dhe nga çfarë perspektive?
- Kërko në internet për të gjetur histori që lidhen me shkatërrimin e qëllimshëm të bibliotekave, muzeve, arkivave ose libra të caktuar për shkak të luftërave, konflikteve, etj. si mund të verifikosh vërtetësinë e kësaj historie? Duke qenë se kjo është njësia e parë, mësuesit mund të mos jenë ekspozuar ndaj aftësive paraprake që t'i përgjigjen kësaj pyetje, ndaj duhet ta sinjalizosh këtë si një kompetencë për t'u zhvilluar më tutje dhe të zhvendosesh te pyetjet e tjera. Si mund të ketë ndikuar njerëzit, historinë dhe kulturat e tyre shkatërrimi i medias, bibliotekave, arkivave dhe komunikimeve dixhitale? Cilat janë implikimet e tjera bazuar mbi vëzhgimet tuaja të këtyre veprimeve?
- Çfarë është informacioni me domain publik? Bëj kërkime se si informacioni me domain publik trajtohet nga dy institucione qeveritare në shtetin tuaj? Debato përshtatshmërinë e informacionit të ofruar nga këto institucione. A ka politika kombëtare se si duhet të bëhet publik informacioni? A ekzistojnë në vendin tuaj ligje mbi aksesin e informacionit? A po përdoren ato? Cilat janë pritshmëritë e qytetarëve ndaj transparencës?
- Bazuar mbi përgjigjet e ofruara nga veprimtaria e sugjeruar më lart, tregoni rezultatet e edukimit për median dhe informacionin (çfarë duhet të jetë në gjendje të bëjë një individ i edukuar/aftësuar për median dhe informacionin).
- Bëj një listë të mediave prezentë në jetët e përditshme të nxënësve dhe mësuesve të sotëm. Cilat janë rolet dhe funksionet kryesore të luajtura nga këto media? Çfarë mendon se nënkupton "aftësimi" kur vjen çështja te përdorimi i ofruesve të përmbajtjes? Çfarë njohurie, zotësish apo qëndrimesh duhen?

- Mbaj një ditar për një ditë në të cilin të shkruani përdorimin dhe ndërveprimin tuaj ditor me ofruesit e përmbajtjes, të tillë si bibliotekat, arkivat, muzetë, mediat dhe kompanitë e komunikimeve dixhitale. Çfarë modelesh pluskojnë nga përdorimi juaj personal? Sa orë shpenzon i angazhuar me këto platforma si interneti, televizioni dhe radio, pajisjet e lojërave, etj.? Cilat role po luajnë këta ofrues përmbajtje në jetën tuaj?
- Bëj një tur shëtitje në shkollën apo lagjen tuaj. Listo shembujt e ofruesve të përmbajtjes që janë të pranishëm në këto mjedise. Cilat role të listuara më lart ilustrohen nga këta shembuj?
- Përfytyroni që zgjoheni një ditë dhe nuk ka më media, biblioteka apo institucione që ofrojnë internetin dhe shërbimet e telefonisë së lëvizshme. Për më tepër, gjithë gazetat, revistat, stacionet radiofonike dhe kanalet televizive janë zhdukur. Analizoni në një grup të vogël çfarë do t'u ndodhte qytetarëve:
    - Si do të informoheshin ata tani?
    - Si do të komunikonin lajmet mbi faktet dhe ngjarjet?
    - Çfarë do të ndodhte me vendimet që marrin zakonisht?
    - Çfarë do të mungonte ty – personalisht – më një situatë të tillë?
    - Çfarë do të humbiste shoqëria me këtë lloj problemi?
- Shkruaj një "Letër për kryeredaktorin" me përfundimet tuaja mbi vlerën e ofruesve të përmbajtjes në shoqërinë demokratike, me kusht që ata të përmbushin rolet e tyre normuese.

Rëndësia e EMI për Qytetarët

EMI interesohet me ofrimin e një të kuptuari për njerëzit mbi rëndësinë e ofruesve të përmbajtjes si bibliotekat, arkivat, muzetë, mediat dhe kompanitë e komunikimeve në Internet që të:

- Diferencojnë midis informacionit e përmbajtjeve të tjera dhe vlerësojnë paraprakisht ofruesit e përmbajtjes
- Marrim vendime të informuara
- Mësojnë mbi verifikimin e informacionit përmes kërkimit
- Ndërtojnë një ndjenjë komunitare të bazuar mbi faktet dhe të drejtat e përbashkëta duke respektuar narrativat
- Mbajnë një diskurs publik ndjellës për demokracinë dhe zhvillimin e qëndrueshëm
- Marrin pjesë në mënyrë kritike në ciklin jetësor të informacionit dhe përmbajtjeve të tjera
- Angazhohen në edukim të vazhdueshëm përgjatë gjithë jetës

Për më tepër, EMI duhet të nxisë qytetarët që të bëhen prodhues aktiv të informacionit dhe novatorë të produkteve mediatike dhe informuese. EMI duhet të ngjallë në ta përdorimin e mediave të re dhe tradicionale për vetëpërmbushje, krijimtari dhe pjesëmarrje më të lartë në demokracinë e vendit dhe rrjetin global të informacionit.

Vlerësime dhe rekomandime

- Provime me shkrim
- Ese, refleksione dhe punime reaguese ndaj leksioneve, rasteve të studimit, prezantimeve / këqyrjeve audiovizive
- Pjesëmarrje në veprimtari mësimore në grup
- Prodhimi i materialeve informuese-edukuese-komunikuese (për shembull, posterat, broshurat, infografikat, kartat e mediave sociale, vlogjet).
- Detyrat e kursit
- Tregimet / raportet investigative

NJËSIA 2: EMI DHE PJESËMARRJA CIVILE

KOHËZGJATJA: 2 ORË

Temat kryesore:

- Funksionet e ofruesve të përmbajtjes si bibliotekat, arkivat, muzetë, mediat, kompanitë e komunikimeve dixhitale.
- Çfarë duhet të presin qytetarët nga ofruesit e përmbajtjes?
- EMI dhe rëndësia e tij për demokracinë dhe qeverisjen e mirë.
- Liria e shprehjes, e drejta e informimit, pavarësia editoriale e lajmit, pluraliteti dhe diversiteti i ofruesve të përmbajtjes.

Objektivat mësimore

Në fund të kësaj njësie, mësuesit do të jenë në gjendje të:

- Kuptojnë dhe përshkruajnë funksionet normuese të ofruesve të përmbajtjes dhe si këto lidhen me të drejtën për informim dhe të dhëna apo aksesin në informacion dhe njohuri, lirinë e shprehjes, shprehjen e vetvetes dhe pjesëmarrjen në proceset demokratike dhe
- Identifikojnë kushtet e nevojshme që ofruesit e ndryshëm të përmbajtjes që të kryejnë këto funksione

Roli normues i gazetarisë

Gazetaria dhe burimet mediatike janë të rëndësishme në çdo shoqëri. Pa gazetarët dhe median e lajmeve, ato nuk do të kishin një "dritare për botën" – ne do të kishim pak në shtegun e njohjes së asaj që po ndodh në komunitetet tona apo në botën përtej përvojës tonë të menjëhershme. Ka disa faktorë kyç që duhen respektuar nga praktikat gazetareske dhe qytetarët kanë krijuar pritshmëri për gazetarinë:

- Organizimi i njohurisë – kthimin e informacionit kaotik në të organizuar e të kuptueshëm dhe vajtja përtej marrëdhënieve me publikun e pozicioneve zyrtare për të zbuluar interesa të fshehura
- Vërtetësia – në media, burimet e informacionit duhet të jenë deklaruar qartësisht në mënyrë që qytetarët të gjykojnë përshtatshmërinë, besueshmërinë dhe paragjykimet potenciale; pyetjet e rëndësishme pa përgjigje do të mbahen shënim dhe pritet të vijohet me një ndjekje të mëtejshme nëse ekzistojnë kundërshti
- Interesi publik – në punën që bëjnë, gazetarët mund të bëjnë më tepër për të çuar përpara interesin publik duke i pajisur qytetarët me informacionin e nevojshëm për të marrë pjesë në punët publike
- Pavarësia – duhet të jetë e qartë që interesi publik në debatin e qytetarëve duhet të ndodhë përmbi dhe përtej paragjykimeve personale; komentuesit duhet të shqyrtojnë "të dy anët e medaljes" (të diskutojnë idetë me të cilat bien dakord ose jo); dhe, gazetarët duhet të tregojnë mendim të pavarur në punën e tyre
- Forum për kritikë publike dhe zgjidhje problemesh – mediat e lajmeve duhet të ofrojnë disa kanale të ndërveprimit publik (letra, posta elektronike, kontakte me telefon apo forume publike); qytetarët gjithashtu presin që media t'u japë atyre akses në hapësirën dhe kohën televizive/radiofonike për të lejuar bashkëbisedimet në "gjuhën" e tyre me bashkëqytetarët; për më tepër, ata presin që një përfaqësim i gjerë i pikëpamjeve dhe vlerave të jetë i dukshëm në mbulimin e lajmit
- Llogaridhënia – media duhet të monitorojë të gjithë ata që ushtrojnë pushtet, jo vetëm qeveritë, por edhe organizmat e rëndësishëm publik dhe privat; duke i mbajtur të fuqishmit përgjegjës, media mund të informojë mendimin komunitar. Media duhet të ketë gjithashtu sisteme ku gazetarët dhe drejtuesit e tyre të mbahen përgjegjës
- Lajme proporcionalë dhe të përshtatshme – qytetarët kanë një nevojë për një njohuri koherente të çështjeve dhe trendëve të rëndësishme; raportet nuk duhet të mbitheksojnë apo të nëntheksojnë natyrën e kërcënimeve dhe risqeve
- Balancën e privatësisë dhe të drejtës së informimit – qytetarët presin nga profesionistët e medias që të ekuilibrojnë të drejtën publike të informimit me të drejtën private të privatësisë (krahaso Fackson Banda, UNESCO, 2009).

E drejta e informimit apo aksesi në informacion

E drejta e informimit, liria e informimit dhe aksesi në informacion përdoren shpesh për të nënkuptuar të njëjtën gjë. Disa ekspertë argumentojnë që aksesi në informacion është një term më i përgjithshëm dhe i gjerë se dy të tjerët. E drejta e informimit është esenciale edhe për demokracinë edhe për zhvillimin. Qytetarët kanë të drejtën e lirisë së fjalës dhe të drejtën e aksesit në informacionin publik si të drejta themelore të njeriut. UNESCO e përkufizon lirinë e informimit si e drejta për të akesuar informacionin që mbahet nga organizmat publikë apo organizmat privatë që kryejnë funksione publike ose funksione me interes publik. Domain publik i informacionit është barazisht cilësi/pronësi e qytetarëve. Ofruesit e përmbajtjes si bibliotekat, arkivat, muzetë, mediat dhe kompanitë e komunikimeve dixhitale duhet të ndihmojnë në garantimin e të drejtës për lirisë së informimit për çdo qytetar.

Roli i ofruesve të përmbajtjes është duke ndryshuar me përhapjen e shpejtë të teknologjive dixhitale, si teknologjitë e informimit dhe komunikimit (TIK), media sociale dhe inteligjenca artificiale. TIK ofrojnë akses në informacion dhe njohuri në mënyrë pothuajse të menjëhershme. Ofruesit e përmbajtjes, përfshirë autoritetet publike që mbajnë të dhëna zyrtare, janë në gjendje të ofrojnë shërbime të reja. Ato ofrojnë mundësi të reja për plotësimin efikas dhe eficent të nevojave të qytetarëve për mësim përgjatë gjithë jetës, kërkim e argëtim dhe për komunitete të ndërlidhura. Në këtë kontekst, aksesi te të dhënat dhe algoritmat që organizojnë të dhënat po bëhet çështje e rëndësishme.

Ofruesit sigurojnë disa funksione kyçe, të cilat përfshijnë:

- Ofrimin e aksesit të hapur të burimeve të informimit pa ndonjë kufizim racor, gjinor, profesional dhe fetar; bibliotekat publike, në veçanti, ofrojnë akses falas
- Mbrojtjen e privatësisë dhe konfidencialitetit të lexuesve në termat e përmbajtjes së konsultuar në ndërtesë apo online
- Sigurimin e aksesit te burime informacioni të ndryshme dhe të shumta, të bazuar në profesionalizëm dhe pa paragjykime politike, fetare e morale
- Mbledhjen dhe ruajtjen e informacionit për brezat e ardhshëm
- Kontributin në garantimin e autenticitetit, besueshmërisë dhe vërtetësisë së informacionit
- Përgjigjen ndaj kërkesave për informacion dhe të dhëna
- Zhvillimin, implementimin dhe garantimin e angazhimit qytetar me të drejtën e informimit apo të aksesit në politikat informuese

Qasje dhe veprimtari pedagogjike

Përmbledhtas: ashtu siç është diskutuar më parë në këtë *Kurikul* (Pjesa 1), pedagogji të ndryshme janë të mundshme. Ju lutem ta rishikoni listën në Pjesën 1 dhe të vendosni se cilën qasje të zbatoni për veprimtaritë e sugjeruara më poshtë dhe për të tjera që ju mund të formuloni.

- Drejtoji nxënësit të hetojnë nëse shteti ku ata janë rezidentë ka një ligj mbi të drejtën e informimit dhe politikat kombëtare mbi aksesin e informacionit. Drejtoji ata të aksesojnë ligjin apo politikën – në çfarë mase adresojnë ato çështje si shëndeti, edukimi, bujqësia, zgjedhjet, entet qeveritare, sektori privat dhe përparësi të tjera zhvillimore. Nëse nuk ekziston një ligj mbi aksesin në informacion në këtë vend, organizo një diskutim në lidhje me atë që mund të bëhet për të advokuar paqësisht për ligje e politika të tilla. Një vend i mirë për ta filluar është duke eksploruar se si mund të angazhohesh me ministrinë që trajton çështjet e informimit, parlamentarë, autoritet qeveritare vendore apo ente të lidhura me to në këtë vend.
- Drejtoji nxënësit për të eksploruar nëse ligjet ekzistuese mbi të drejtën e informimit në vend kanë klauzola që adresojnë arsimin publik mbi ligjet dhe politikat e të drejtës së informimit. A po implementohen këto programe publike edukimi? Promovimi i EMI është një nga mënyrat për të ndihmuar njerëzit të kuptojnë më shumë rreth mënyrës së përdorimit të aksesit në ligjet e informimit dhe se si këto ligje lidhen me jetën e tyre të përditshme. Ju lutemi të kërkoni për burime me reputacion të mirë që mund t'u ndihmojnë të mësoni rreth të drejtës së informimit.
- Ndajini nxënësit në tri ose pesë grupe. Drejtoji ata të përzgjedhin një nga Objektivat e Zhvillimit të Qëndrueshëm (OZhQ) që rëndësi prioritare për ta. Më pas, ndihmoji ata të familjarizohen me depon metadata OZhQ të Kombeve të Bashkuara, https://unstats.un.org/sdgs/metadata/. Kërkoju atyre të fokusohen për një moment në listën zyrtare të indikatorëve dhe të dhënave që po mblidhet për të raportuar mbi këto Objektiva. Ju mund t'i vendosni ata për të diskutuar dhe për të shkruar 5-10 shënime se përse e drejta e informimit ose mungesa e kësaj të drejte mund të përshpejtojë apo pengojë përmbushjen e OZhQ-ve. Ata duhet t'i përgjigjen gjithashtu pyetjeve të tilla se si EMI ndihmon qytetarët të kërkojnë për, kuptojnë e monitorojnë progresin e OZhQ-ve siç tregohet nga të dhënat e mbledhura përmes këtyre indikatorëve? Çfarë mund të bëjnë ata si individë, grupe apo komunitete për të edukuar kolegët e tyre rreth OZhQ-ve dhe si mund t'i ndihmojë EMI në këto përpjekje?
- Organizo një diskutim rreth këtij procesi për të kërkuar akses në disa dokumente të caktuara. Procesi është përgjithësuar nga një shembull i vërtetë nga Australia[33]: 1) bëj një kërkesë me shkrim, 2) deklaro nën cilën klauzolë të Aktit mbi Lirinë e Informimit bëhet kjo kërkesë, 3) Ji shumë i qartë se cili dokument kërkohet duke ofruar sa më shumë informacion të jetë e mundur, 4) përfshij kontakte për numër telefoni dhe/ose adresë elektronike, 5) ofro një adresë postare në të cilën të mund të dërgohet përgjigjja. Disa vende apo autoritete mund të kenë një formular online që mund të plotësohet. Bëj kërkim online për të garantuar që të dhënat që kërkon nuk janë ndërkohë online si pjesë e transparencës proaktive të qeverisë.
- Duke përdorur burime të përshtatshme biblioteke apo interneti, bëj kërkim për 5 deri në 10 histori lajmesh të vitit të shkuar në nivel kombëtar apo global. Identifiko se cilat nga pritshmëritë e listuara më lart plotësohen në secilën nga historitë e

33 Qeveria e ACT, Edukimi [ACT Government, Education] https://www.education.act.gov.au/about-us/freedom_of_information. Aksesuar më 18 janar 2021.

mësipërme. Cilat janë elementet kyçe në këto histori? Për secilën histori që nuk përmbush këto pritshmëri, sugjero ndryshime që mund të bëhen për t'i përmirësuar ato.

- Shkruaj një ese të shkurtër që arsyeton se lexuesit kanë një detyrim t'u qasen lajmeve me një mendje të hapur dhe jo thjesht me një dëshirë që lajmet të përforcojnë opinionet ekzistuese.
- Përzgjidh mbulimin e një problemi apo historie vendore dhe shqyrtoje nga afër. Pjesë e të qenit i edukuar mbi median dhe informacionin është pasja e vetëdijes së, dhe aftësisë për, të vënë në zbatim kriterin e mësipërm ndaj mbulimit që marrin çështje të ndryshme. Në çfarë mase u përmbushëm pritshmëritë e qytetarëve në shembullin vendor? Cili është impakti potencial i këtij mbulimi mbi komunitetin vendor? Aty ku pritshmëritë e qytetarëve nuk u përmbushën, çfarë burimesh kishin qytetarët për të adresuar problemet? Cilat role mund të luajë edukimit për median dhe informacionin në mbështetjen e qytetarëve?
- A jeni dakord me mendimin që qytetari i mirinformuar është i pajisur më mirë për të marrë vendime dhe për të marrë pjesë në një shoqëri demokratike? Përse? Shkruaj një editorial që shpreh opinionin tuaj.
- Diskutoni: Si shihet dhe çmohet roli i informacionit në shoqërinë tuaj? Cila mendoni se është marrëdhënia midis informacionit e njohurisë dhe informacionit dhe pushtetit?

Liria e shprehjes, pavarësia editoriale, pluraliteti dhe diversiteti

Liria e informimit dhe shprehjes janë themeli i edukimit për median dhe informacionin. Në këtë kontekst, përdorimi i termit të lidhur *liria e informimit* i referohet aksesit në informacionin publik. "Informacioni është çelës në të kuptuarin tonë të botës rreth nesh, aftësisë tonë për të gjetur një rol domethënës në të dhe aftësisë tonë për të përfituar nga burimet e disponueshëm për ne. Kur informacioni përqendrohet në duart e pak vetave, aftësia e publikut për të marrë vendime dhe për të vlerësuar vendimet e marra, reduktohet ndjeshëm. Një media etike dhe pluraliste mund të garantojë transparencën, llogaridhënien dhe sundimin e ligjit" (Paketa e Instrumenteve të UNESCO-s mbi Lirisë së Shprehjes). Media e pavarur e merr fuqinë e saj nga raportimi profesional i komuniteteve të cilave u shërben.

Liria e shprehjes dhe shtypi

Liria e shprehjes përfshin lirin për të shprehur dhe shkëmbyer pikëpamje dhe opinione pa patur frikë kërcënimin apo veprime ndëshkuese. Liria e shprehjes është një e drejtë themelore e njeriut. E drejta për lirinë e shprehjes mbron jo vetëm lirinë e shprehjes, por çdo akt të kërkimit, marrjes dhe shpërndarjes se informacionit apo ideve, pavarësisht nga mediumi i përdorur. Liria e shtypit është një themel i domosdoshëm i kësaj të drejte duke qenë se mundëson lirinë e shprehjes të jetë publike e arritshme dhe është ndaj esenciale në ndërtimit e mbështetjes së komuniteteve dhe shoqërisë civile. Liria e shprehjes mund të promovojë një ndjenjë të vërtetë pronësie brenda shoqërive duke

lejuar njerëz të zakonshëm të shqyrtojnë dhe presin mendime dhe opinione të ndryshme. Liria e shprehjes *është një pjesë integrale e* pjesëmarrjes civile dhe esenciale për mendimin kritik. Kufizimet ndaj lirisë së shprehjes lejohen vetëm për arsye të kufizuara si mbrojtja e lirive të të tjerëve dhe aty ku këto kufizimeve janë të nevojshme dhe në përpjesëtim të drejtë. Kufizimet, të tilla si ligjet që parandalojnë gjuhën e urrejtjes, duhet të përkufizohet ngushtësisht për të shmangur keqpërdorimin e tyre (Trende Botërore në Lirinë e Shprehjes dhe Zhvillimin e Medias).

Pluralizmi i Medias

Një sektor mediatik pluralist – një që tejkalon platformat mediatike (të shtypur, transmetimit, online), vendndodhje (kombëtare, provinciale dhe komunitare) dhe perspektivat politike – i ndihmon shoqëritë që të reflektojnë më mirë mbi vetveten. Kur veprimtaria mediatike shpërndahet në shumë duar, opinionet që nuk janë me popullaritet ende mund të gjejnë një forum. Një përzierje efikase ndërkombëtare, kombëtare dhe vendore e mediumeve mediatike mund t'u japë njerëzve mënyrat e pjesëmarrjes në sistemet demokratike. Shpërhapja sa më e gjerë e informacionit nga burime të ndryshme dhe antagoniste kontribuon në mirëqenien qytetare. Ndërsa gazetat dhe transmetuesit me pronësi të ndarë në përgjithësi kritikojnë përmbajtjen e njëri-tjetrit, përqendrimi i medias nën një pronësi të përbashkët është shumë larg ofrimit të kritikës reciproke dhe mund të çojë në kapjen e medias për qëllime manipulative. Pluralizmi i medias nënkupton gjithashtu njohjen e sektorëve mediatik publik, privat dhe komunitar. Media publike kërkon lajme dhe pikëpamje të ekuilibruara; media private mund të anojë në drejtime të anshme; media komunitare duhet t'i japë zë zërit të publikut.

Pavarësia editoriale

Pavarësia editoriale i referohet lirisë profesionale që u besohet redaktorëve në marrjen e vendimeve editoriale pa ndërhyrje nga pronarët e medias apo ndonjë aktor tjetër shtetëror apo joshtetëror. Pavarësia editoriale vihet në provë, për shembull, kur një organizëm mediatik nxjerr artikuj që nuk janë të pëlqyer nga pronarët apo reklamuesit. Pavarësia nuk është një licencë për të bërë çfarëdo – ajo duhet formësuar pozitivisht si një aspiratë ndaj etikës dhe standardeve profesionale të gazetarisë. Kjo do të thotë shmangien e, kundërshtimin e, ndikimit që mund të kompromentojë praktika si verifikimi përpara botimit, zbulimin e interesave, ruajtjen e interesit publik dhe jo atij privat apo atij të fitimit, etj.

Qasje dhe veprimtari pedagogjike

Përmbledhtas: ashtu siç është diskutuar më parë në këtë Kurikul (Pjesa 1), pedagogji të ndryshme janë të mundshme. Ju lutem ta rishikoni listën në Pjesën 1 dhe të vendosni se cilën qasje të zbatoni për veprimtaritë e sugjeruara më poshtë dhe për të tjera që ju mund të formuloni.

- Duke përdorur internetin dhe burime bibliotekare, bëni kërkime mbi pronësinë dhe kontrollin e kompanive madhore mediatike të sotme dhe operacioneve mediatike

me pronësi shtetërore, duke përfshirë se si autoritetet i shpërndajnë reklamat e tyre tek transmetues të ndryshëm. Listoni pronësitë kryesore. Çfarë impakti mund të ketë kjo pronësi apo kontroll mbi aksesin, zgjedhjen dhe lirinë e shprehjes? Bëni kërkime mbi ligjet që ekzistojnë në shtetin apo komunitetin tuaj që rregullojnë pronësinë dhe kontrollin.

- Shiko **modulet 11 dhe 13** për veprimtari të lidhura me pronësinë dhe përdorimin e IA, mediave sociale dhe etikën e lidhur me to.
- Vlerëso rolin e medias alternative dhe të pavarur në komunitetin tuaj. Përzgjidh një shembull dhe shpjego elementet kyç që e bëjnë atë *të pavarur*. Në çfarë mënyrash i lejon ajo njerëzit të marrim pjesë në proceset demokratike? Në çfarë mënyrash ndryshon nga media tradicionale?
- Vlerëso statusin e medias komunitare në shtetin tuaj. A janë vërtetë të përfshirë komunitetet në qeverisje dhe programim? A është mediumi një forum për komunitetin gjeografik apo komunitetet e interesuar? A po vepron mediumi në mënyrë të padallueshme nga mediumet komerciale dhe me pronësi publike apo a është duke sjellë një kontribut të dallueshëm?
- Bëj kërkim mbi punën e organizatave që promovojnë lirinë e shprehjes dhe mbrojnë gazetarët, siç janë Neni 19, Komiteti për Mbrojtjen e Gazetarëve, Reporterët Pa Kufi apo OJF-të rajonale dhe kombëtare. Fokusohu në punën e gazetarëve të mbështetur nga këto organizata dhe identifikimin e elementëve kyç të punës së tyre që ia vlen t'i mbështesësh.
- Diskutoni arsyen pse pronarët e mediave qeveritare apo mediatike duhet të respektojë të drejtën e medias për pavarësi editoriale, dhe në veçanti, duhet të ndalojnë së vendosuri trysni mbi median në lidhje mbi mbulimin e tyre të lajmeve dhe çështjeve aktuale.
- Zgjeroje diskutimin ndaj ndikimeve të tjera të mundshme mbi pavarësinë redaktoriale dhe sugjero se si këto ndikime të papërshtatshme mund të parandalohen.
- Diskuto se çfarë nënkuptohet nga një ligj i përkufizuar ngushtë ku qytetarët janë në gjendje të njohin qartësisht kur bëhen subjekt i këtij ligji, që dallon nga ligjet e mjegullta dhe të gjera që lejojnë interpretim përzgjedhës.

Vlerësime dhe Rekomandime

- Provime me shkrim
- Ese, refleksione dhe punime reaguese ndaj leksioneve, rasteve të studimit, prezantimeve / këqyrjeve audiovizive
- Pjesëmarrje në veprimtari mësimore në grup
- Prodhimi i materialeve informuese-edukuese-komunikuese (për shembull, posterat, broshurat, infografikat, kartat e mediave sociale, vlogjet).
- Detyrat e kursit
- Tregimet / raportet investigative

NJËSIA 3: NDËRVEPRIMI ME OFRUESIT E PËRMBAJTJES SI BIBLIOTEKAT, ARKIVAT, MUZETË, MEDIAT, KOMPANITË E KOMUNIKIMEVE DIXHITALE

KOHËZGJATJA: 2 ORË

Temat kryesore:

- Si e komunikojnë domethënien institucionet që ofrojnë përmbajtje
- Çështja e prezantimit: si prezantojnë informacionin, njerëzit, kultura, imazhet, vendet, e të tjera ofruesit e përmbajtjes
- Informacioni akademik dhe shkencor
- Roli i përdoruesve, qytetarëve dhe audiencave
- Përfshirja me kompanitë e komunikimeve dixhitale përmes prodhimit të përmbajtjes të gjeneruar nga përdoruesit

Objektivat mësimore

Në fund të kësaj njësie, mësuesit do të jenë në gjendje të:

- Kuptojnë dhe të përshkruajnë konceptet kyçe që përdoren nga ofruesit e përmbajtjes duke përfshirë median dhe kompanitë e komunikimeve dixhitale
- Kuptojnë se si njohuria e këtyre koncepteve do të ndihmojë përdoruesit / qytetarët të ndërveprojnë në mënyrë kritike me ofruesit

Kurimi i përmbajtjes

Një pjesë e rëndësishme e edukimit për median dhe informacionin është e kuptuara se si ofruesit e përmbajtjes, përfshirë median, ndërtojnë lloje të ndryshme historish, si ato i japin formë përmbajtjes në prezantimin e saj dhe çfarë teknikash përdorin për të organizuar materialin që në kushte të tjera do të ishte kaotik dhe i vështirë për t'u kuptuar.

Të gjithë ofruesit e përmbajtjes – që variojnë nga bibliotekat deri te YouTube – e kurojnë përmbajtjen e stoqeve të tyre në termat e asaj që mund të përfshijnë apo të përjashtojnë, dhe si ta prezantojnë dhe organizojnë aksesin ndaj disa komponentëve të ndryshëm, por jo disa të tjerëve.

Është e rëndësishme për të patur një të kuptuar bazik të teknikave të ndryshme të përdoruara nga ofrues të ndryshëm të përmbajtjes, përfshirë dhe median. Kushtoji vëmendje "kodeve" të përdorur dhe se si t'i interpretosh ato. Mund të jetë me dobi të konsiderosh se kush po prodhon dhe sistemon përmbajtjen dhe se sa aktivë dhe

ndërveprues janë konsumatorët e medias dhe informacionit – nëse perceptimet e tyre impaktojnë mënyrën se si prezantohet informacioni.

Lidhur me çdo lloj përmbajtje, është jetësore identifikimi i të vërtetës së verifikuar. Kjo do të ishte tekstet akademike, shkencore, zyrtare (qeveritare) e kulturore të botuara, të shtypura apo të transmetuara online qoftë elektronikisht apo në letër. Kjo do të thotë mundësinë për të skanuar tekste, identifikuar datën e publikimit dhe mbulimin gjeografik, paragjykimet potenciale, gabimet apo fjalë të tjera për të vendosur nëse përmbajtja është e vlefshme ose jo. Përdoruesit duhet të ndërveprojnë me institucione që mbledhin, organizojnë dhe japin hua / shpërhapin / shpërndajnë materiale informuese. Një shembull do të ishin llojet e ndryshme të bibliotekave: shkollat (nga kopshti në shkollë të mesme), publike (ato mund të jenë biblioteka vendore, shtetërore apo federale që të jenë të hapura dhe përgjithësisht falas për publikun e gjerë), akademike (universitare, qendra kërkimore dhe institucione të tjera të arsimit të lartë), speciale (biznese, qeveri, OJF, etj.) dhe kombëtare (gjithë botimet kombëtare të botuara brenda ose jashtë vendit dhe të ruajtura për brezat e ardhshëm). Gama e llojeve sub-institucionale është edhe më e gjerë në lidhje me kompanitë e medias dhe internetit.

Përmbajtja e kuruar me kujdes mund të gjendet në biblioteka, por edhe në koleksione muzesh, ku çdo send mund të ishte një burim të dhënash apo informacioni. Në mënyrë të ngjashme, arkivat janë burime të shkëlqyera të informacionit parësor. Depozita me akses të hapur ofrojnë një mori revistash shkencore, librash dhe burimesh parësore, siç është Directory of Open Access Journals (DOAJ). DOAJ është një direktori online e kuruar nga komuniteti që indekson dhe ofron akses në revista shkencore me akses të hapur dhe peer-reviewed. DOAJ financohet nga donacione, nga të cilat 18% vjen nga sponsorizime dhe 82% nga anëtarët dhe anëtarët botues (https://doaj.org/). Shembuj të tjerë përfshijnë LA Referencia, që i jep shikueshmëri prodhimeve shkencore të institucioneve të arsimit të lartë dhe qendrave kërkimore në Amerikën Latine, duke promovuar akses informacionit të hapur dhe falas (http://lareferencia.info/es). Interneti gjithashtu mbart një gamë të gjerë informacioni të disponueshëm për lexuesit apo përdoruesit potencial, e siguruar nga universitete, institute, muze e institucione të tjera, si dhe nga individë, dhe shpesh e kuruar me kritere cilësorë të ndryshëm dhe më të thjeshtuar.

Qasje dhe veprimtari pedagogjike

Përmbledhtas: ashtu siç është diskutuar më parë në këtë Kurikul (Pjesa 1), pedagogji të ndryshme janë të mundshme. Ju lutem ta rishikoni listën në Pjesën 1 dhe të vendosni se cilën qasje të zbatoni për veprimtaritë e sugjeruara më poshtë dhe për të tjera që ju mund të formuloni.

Në lidhje me EMI, fushat e mëposhtme kryesore duhen shqyrtuar nga afër për të kuptuar se si operojnë ofruesit e përmbajtjes, si ata e përçojnë kuptimin, si mund të përdoren dhe si përmbajtja e prezantuar mund të vlerësohet – përfshirë në marrëdhënie me koeficientin informues dhe cilësinë e saj. Fushat e mëposhtme gjithashtu përbëjnë themel për module të ardhshme të këtij dokumenti të Kurikulës EMI:

Teknologjitë e përmbajtjes

- Si i përdorin prodhuesit e përmbajtjes teknikat e ndryshme apo mënyrat e paraqitjes së llojeve të ndryshme të informacionit?
- Si identifikohen dhe pranohet këto përdorime nga publiku i gjerë?
- Cilat janë kodet dhe koncencionet apo "përbërësit kryesorë" apo gramatika e një ofruesi të caktuar?
- Marshall McLuhan[34], një komentator i medias, shkruan që "mediumi është mesazhi", duke nënkuptuar që vetë mediumi – i shkruar, transmetuar, interneti – ndikon mënyrën se si ne e kuptojmë botën. Si e ndikon përzgjedhja e teknologjisë llojin e informacionit që marrim? Si dhe nëse i jep kjo formë mesazhit të përcjellë?

Përfaqësimi në Media dhe Informacion

- Shqyrto imazhet si një formë e përfaqësimit
- Analizo tekste alfabetike
- Analizo kontekstin
- Kush përfiton dhe kush humbet nga pranimi i përfaqësimeve? Si ndikojnë këto imazhe në mënyrën që ne shohim vetveten dhe të tjerët?
- Si e ndikojë ato njohurinë dhe të kuptuarin tonë të botës përtej përvojës tonë të afërt?
- Si e ndikojnë ato pikëpamjen tonë mbi barazinë gjinore, fuqizimin e grave, grupet gjinore, personat me aftësi ndryshe, popujt vendas dhe grupet e minoriteteve etnike?
- Shqyrto masën në të cilën pavarësia redaktorialë reflektohet në tekstin mediatik.

Prodhimi dhe përmbajtja e gjeneruar nga përdoruesi

- Nocionet e veprimit dhe autonomisë njerëzore janë të rëndësishme – kush po e krijon tekstin dhe përse? Cilat janë interesat institucionale dhe individuale që rrezikohen?
- Si lidhet kjo me të drejtat e komunikimit dhe shprehjes të qytetarëve dhe profesionistëve?
- Si lidhet kjo me lirinë e shprehjes, qytetarinë aktive dhe edukimin për median dhe komunikimin?
- Këtu merren në shqyrtim burimet (njerëzore, financiare, teknologjike, etj.) dhe rregullimet ligjore.

34 McLuhan dhe Fiore (1967). Medium është mesazhi: Një Inventar i Efekteve [The Medium is the Message: An Inventory of Effects], Penguin Modern Classics.

Audienca si qytetarë dhe përdorues / konsumatorë

- Audiencat e targetuara dhe aktive.
- Qytetarët aktiv dhe përdoruesit / konsumatorët negociojnë kuptimet e tyre të bazuara në atë që ata i sjellin tekstit.
- Audiencat kanë pritshmëri për ofruesit e përmbajtjes të bazuara mbi dobinë, transparencën, llogaridhënien dhe ndershmërinë që gjendet në themel të markës së ofruesit dhe besueshmërisë.
- Përdoruesit / konsumatorët kanë nevoja personale, ekonomike, shoqërore dhe kulturore për informacion.

Qytetarët si përdorues/konsumatorë të shërbimeve të ofruesit

- Si i përzgjedhin dhe i kurojnë ofruesit e përmbajtjes burimet dhe kriteret madhore përzgjedhëse?
- Si abonohen dhe blejnë burime informacioni si librat, periodiket dhe bazat e të dhënave ofrues të përmbajtjes si bibliotekat? Si dhe pse t'u japin përparësi me buxhetet e tyre të kufizuara?
- Si të angazhohesh me entet qeveritare që ofrojnë informacion?
- Si financohen ofruesit e përmbajtjes? Shikoni modulet 10 dhe 13.
- Si gjenerojnë të ardhura nga shërbimet e tyre ofruesit e përmbajtjes? Shikoni modulin 10.
- Kërkesa për informacion për veten tënde që ruhet nga kompanitë e komunikimeve dixhitale, përfshirë mediat sociale. Shikoni moduli 8.

Pyetje kryesore

- Cili është qëllimi i këtij teksti? Si është prodhuar ai?
- Kush e ka krijuar?
- Cila është audienca e synuar? Si mund ta dish? Cili është mesazhi kryesor?
- Kush përfiton dhe çfarë përfiton? Cilat janë nevojat e mia për informacion?
- Si ta identifikoj dhe ta përkufizojë këtë nevojë?
- A ekziston informacioni që më duhet në formën më duhet? Nëse jo, çfarë veprimi mund të ndërmarr? Si të kuptosh, organizosh dhe vlerësosh informacionin e gjetur?
- Si ta prezantoj këtë informacion në formate të përdorshme?
- Si mund të mbaj, ruaj dhe ripërdor, regjistroj dhe arkivoj informacionin?
- Si mund dhe a duhet ta shpërndaj këtë përmbajtje?

Veprimtari

- Përzgjidh një vizuale ose tekst tjetër sipas dëshirës dhe zbato pyetjet kryesore që listohen më lart. Çfarë mund të mësosh në lidhje me institucionet, mesazhet e përcjella, si dhe audiencës e synuar?

- Mendo për një veprimtarie personale ose ekonomike që do të pëlqejë të ndërmerrje. Shkruaje. Zbato pyetjet kryesore më lart, duke filluar nga pyetja “cilat janë nevojat e tua për informacion?”.
- Shkruaj gjithë veprimtaritë që bënë gjatë një dite, duke filluar nga momenti që zgjohesh në mëngjes deri kur të shkosh për të fjetur në darkë. Analizo në grupe të vogla: a të duhet informacion për të marrë pjesë në këto veprimtari? Shkruaj pas çdo veprimtarie për të cilën të duhet informacion. Për shembull, të duhet të dish temperaturën jashtë për të ditur si të vishesh; të duhet të dish gjendjen e trafikut përpara se të marrësh autobusin; të duhet të dish për ekonominë në mënyrë që të dish nëse të duhet të kërkosh një hua. Diskuto: Sa i rëndësishëm është informacioni në jetën tënde të përditshme? Sa vendime do të kishe vështirësi t’i merrje pa patur informacion?
- Shkruaj një paragraf rreth rëndësisë së citimeve, referencave dhe bibliografike më libra dhe artikuj shkencorë. Shkencëtarët dhe nxënësit duhet të citojnë dhe ofrojnë informacion rreth burimeve të informacionit që kanë përdorur. Gazetarët bëjnë të njëjtën gjë por në varësi të burimit të caktuar (mund të jetë një individ apo dokument i klasifikuar) dhe ndjeshmërisë që mund të ketë një informacion i caktuar, ata duhet ta bëjnë këtë ndryshe për të mbrojtur burimet e tyre për shkak të interesit publik dhe respektit për standardet ndërkombëtare etike të gazetarisë dhe praktikave profesionale të gazetarisë. Duke vepruar kështu, gazetarëve u kërkohet të verifikojnë faktet dhe burimet (Karta e Globale e Etikës Gazetareske e Federatës Ndërkombëtare të Gazetarëve).[35]
- Shpjego më tej se përse gazetarët duhet të kenë të drejtën për të mos zbuluar burimet e tyre të informacionit, përveç krye/redaktorëve të tyre. Drejto një diskutim rreth arsyeve pro dhe kundër këtij realiteti.
- Diskuto “Gazetaria është një disiplinë e verifikimit” – që do të thotë teknikat e përdorura nga gazetarët për të kontrolluar faktet dhe autentetizuar burimet.
- OpenDOAR: Identifiko Depo të përshtatshme. Kërko në biblioteka ose në internet për faqe që përdorin faqe interneti për depo të hapur të tipit OpenDOAR dhe lokalizo ato depo që janë në gjuhën tuaj. Listo 10 depo në gjuhën tuaj dhe 5 të tjera të përshtatshme në gjuhë të tjera. Shkruaj një paragraf për objektivin që ka kjo direktori dhe përse është krijuar dhe si mund të përfitosh ti apo komuniteti juaj.

Vlerësime dhe rekomandime

- Provime me shkrim
- Ese, refleksione dhe punime reaguese ndaj leksioneve, rasteve të studimit, prezantimeve / këqyrjeve audiovizive
- Pjesëmarrje në veprimtari mësimore në grup
- Prodhimi i materialeve informuese-edukuese-komunikuese (për shembull, posterat, broshurat, infografikat, kartat e mediave sociale, vlogjet).
- Detyrat e kursit
- Tregimet / raportet investigative

35 https://www.ifj.org/who/rules-and-policy/global-charter-of-ethics-for-journalists.html. Aksesuar më 18 janar 2021

NJËSIA 4: EMI, AFTËSITË DIXHITALE, PJESËMARRJA / KRIJIMTARIA DHE SIPËRMARRJA KULTURORE

KOHËZGJATJA: 2 ORË

Temat kryesore:

- Pjesëmarrja kulturore përmes ofruesve të përmbajtjes
- Prodhimtaria kulturore në epokën dixhitale
- Mendimi kritik dhe kërkimi në sipërmarrjen kulturore
- Krijimtaria dixhitale

Objektivat mësimore

Në fund të kësaj njësie mësuesit do të jenë në gjendje të:

- Përshkruajnë se si ofrues të ndryshëm të përmbajtjes ndërmjetësojnë pjesëmarrjen kulturore
- Kuptojë se si EMI si mendim kritik mund të kontribuojë në produktet, praktikat dhe dialogët etike dhe të diversifikuar
- Si të përdorësh ofruesit e përmbajtjes si media dixhitale dhe instrumentet e shkëmbimit dhe sipërmarrjes kulturore

Aftësimi kulturor

UNESCO dhe parterët e saj nëpër botë mund të promovojnë koncepte të lidhura me EMI si aftësimi kulturor dhe kompetencat ndërkulturore.

Aftësimi kulturor mund të kontribuojë për të:

- Kuptuar më mirë vlerat dhe perceptimet e një shoqërie, përfshirë njohjen e referencave historike, trashëgimisë e gjuhëve të përbashkëta dhe dekodimin fijeve të ndërthurura të konteksteve pas dhe përtej aspekteve politike dhe ekonomike;
- Zgjeruar aksesin në përmbajtje kulturore të diversifikuara, që i përgjigjet përkushtimit global për të promovuar të drejtat e njeriut, me të drejtën për një diversitet të shprehjes kulturore që një pjesë integrale. Si e tillë, promovimi i aftësimit kulturor bëhet një emergjencë në rritje në kontekstet e potencialit global të përmbajtjes nga pjesë të ndryshme të botës, si dhe nga hendeku dixhitale, gjithashtu evident në mediat e shtypur dhe të transmetuar.
- Inkurajuar shpërhapjen e kulturës së dikujt dhe gatishmërisë për të mësuar rreth kulturave të tjera, duke krijuar mjedisin për kuptim e dialog reciprok, luftimin e stereotipave, diskriminimit, ksenofobisë dhe formave të tjera të intolerancës, dhe për të kontribuar në afrimin e kulturave.

- Fuqizimin e rezultateve mësimore dhe kultivimin e kompetencave të tilla si empatia, mendimi kritik dhe krijimtaria duke theksuar rëndësinë e përmbajtjeve kulturore dhe artistike, dhe duke treguar se si këto janë plotësuese të edukimit STEM (një shkurtim për Shkencë, Teknologji, Inxhinieri dhe Matematikë).

EMI luan një rol jetësor në pasurimin e përfshirjes kritike të individëve në promovimin e diversitetit kulturor (përfshirë diversitetin gjuhësor), si dhe për t'i dhënë formësuar kulturën dhe artet në zhvillimin krijues të të mirave dhe shërbimeve kulturore edhe në median konvencionale dhe mjedisin dixhitale. Si rezultat, kjo do të prijë në një zgjerim të zgjedhjeve të njerëzve, pasurim të përfshirjes kulturore, adresimin e nevojave të popullsisë së nënprivilegjuar dhe vulnerabël, veçanërisht të grave dhe të rinjve, si dhe ato të grupeve minoritare, përfshirë popujt indigjenë dhe përmirësimin e ndjenjës së bashkëjetesës në shoqëri gjithmonë e më shumë multikulturore të së sotmes.

Deklarata Universale e të Drejtave Kulturore[36] e vitit 2001 advokon për pluralizmin e medias, aksesin në mënyrat e shprehjes dhe shpërhapjes, si një mënyrë për të kontribuuar në aksesin për të gjithë në diversitetin kulturor, dhe akses të barabartë në arte, shkencë e njohuri teknologjike në të gjitha format (Neni 6). Këto janë gjithashtu mjedise fuqizuese për kompetencat EMI. Deklarata gjithashtu kërkon veprimi mbi "aftësimin teknologjik" dhe garantimin e zotërimit më të madh të risive të informacionit dhe teknologjive të komunikimit që duhen parë si disiplina edukative dhe instrumente pedagogjike të afta në pasurimin e efikasitetit të shërbimeve edukative (Aneksi II, Linjat kryesore të planit të veprimit).

TABELA 1.2: EMI, DIALOGU NDËRKULTUROR DHE DIVERSITETI KULTUROR: NJË STRATEGJI KONCEPTUALE

BRENDA KORNIZËS EMI	BRENDA KORNIZËS PËR PROMOVIMIN E DIALOGUT NDËRKULTOROR DHE DIVERSITET KULTUROR
Qytetarë të edukuar për median dhe informacionin e qytetarinë dixhitale	Mënyra se si ofruesit e përmbajtjes, përfshirë ata që janë në internet mund aftësohet për dhe të jenë instrumental në promovimin e parimeve që lehtësojnë dialogun ndërkulturor dhe respektin e diversitetit kulturor
Angazhimi kritik në Objektivat e Zhvillimit të Qëndrueshëm, lirinë e shprehjes dhe aksesit në informacion për të gjithë	Inkurajimi i ndarjes së kulturës së dikujt dhe të qenit i hapur për të mësuar rreth kulturave të tjera, pranimi i identiteteve kulturore pluraliste, të larmishme e dinamike dhe shtimi i respektit për diversitet kulturor, të drejta njerëzore e liri themelore

36 Deklarata Universale e të Drejtave Kulturore e vitit 2001, [2001 Universal Declaration of Cultural Rights], https://www.ohchr.org/EN/ProfessionalInterest/Pages/CulturalDiversity.aspx dhe http://portal.unesco.org/en/ev.php-URL_ID=13179&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

Të drejtat e njeriut si një qendër e bazës së prodhimit të përmbajtjes	Respekti për audienca si qenie njerëzore e qytetarë dhe si vetë prodhues dhe aktorë qendrorë të industrive kulturore dhe krijuese, e jo thjesht si konsumatorë të produkteve të përmbajtjes. E rëndësishme këtu është të tregohet si EMI mund të shtojë pjesëmarrjen në jetën kulturore dhe aksesin në përmbajtjen kulturore dhe kompetencat dhe mjetet për t'i përmbushur këto.
Fuqizimi i qytetarëve si synim primar i aftësimit	Mënyra se si qytetarët angazhohen dhe negociojnë në mënyrë aktive kuptimet në tekste në lidhje me vetë përvojën e tyre të jetuar
Shpërndarja e TIK për zhvillim në një paradigmë evoluese të shoqërive të njohurisë	Mënyra se si qytetarët komunikojnë botëkuptimet e tyre duke përdorur TIK, e duke promovuar kështu lirinë e shprehjes dhe duke zhbërë ose filtruar paragjykimet dhe stereotipizimet e gjetur në produktet mediatike dhe të informimit
Diversiteti kulturor dhe gjuhësor	Mënyra se si qytetarët i përkufizojnë identitetet e tyre kulturore dhe gjuhësore, dhe janë në gjendje të shprehin vetveten në mjetet dhe gjuhën e zgjedhur ndërsa janë subjekt i respektimit të të drejtave të njeriut e lirive themelore dhe të ndërveprojë në mënyrë domethënëse me grupe të tjera kulturore në procesin e komunikimit të lirë e të hapur

Burimi: Adoptuar nga Politika e Udhëzimeve të UNESCO-s për Edukimin për Median dhe Informacionit [UNESCO Media and Information Literacy Policy Guidelines].

Qasje dhe veprimtari pedagogjike

Përmbledhtas: ashtu siç është diskutuar më parë në këtë Kurikul (Pjesa 1), pedagogji të ndryshme janë të mundshme. Ju lutem ta rishikoni listën në Pjesën 1 dhe të vendosni se cilën qasje të zbatoni për veprimtaritë e sugjeruara më poshtë dhe për të tjera që ju mund të formuloni.

- Drejtoji nxënësit që të eksplorojnë Platformën e UNESCO-së për Dialog Ndërkulturor me qëllim mësimi, eksplorimi dhe përfshije: https://en.unesco.org/interculturaldialogue/. Platforma ofron veprimtari dhe mundësi të ndryshme mësimore për të mësuar rreth kulturave të tjera dhe për të marrë pjesë në dialog të qëllimshëm.
- Mbrojtja e trashëgimisë dhe lehtësimi i krijimtarisë janë në zemër të mandatit të UNESCO-s dhe përbëjnë një pjesë të rëndësishme të punës së UNESCO-s për promovimin e respektit për diversitet kulturor. Konsultoni instrumentet normuese të UNESCO-s lidhur me trashëgiminë, artet dhe krijimtarinë: https://en.unesco.org/themes/protecting-ourheritage-and-fostering-creativity. Hetoni dhe diskutoni se si këto instrumente po implementohen në vendin apo komunitetin tuaj.
- Harry Jenkins përkufizon një pjesëmarrje kulturore si një kulturë me barriera relativisht të ulëta për shprehje artistike dhe angazhim civil, mbështetje të fortë për krijimin dhe shpërhapjen e krijimeve të dikujt, disponibilitetin e mentorimit

formal dhe informal ku njohuria ndahet, kur qytetarët besojnë se kontributi i tyre ka rëndësi dhe ndiejnë një nivel lidhjeje shoqërore me njëri-tjetrin.[37] Një pjesëmarrje e tillë konsiston në:

- Bashkime
- Shprehje
- Zgjidhje bashkëpunuese e problemeve
- Qarkullim / Shpërhapje / Shpërndarje

Kjo kornizë u zhvillua në fillim të viteve 2000 në marrëdhënie me edukimit për median (tani e përfshirë në konceptin bashkues EMI). Diskuto me mësuesit dhe nxënësit se si të mundësoni këtë shkëmbim kulturor, mësim dhe dialog.

Harry Jenkins propozon aftësitë e mëposhtme të cilat ndërtohen mbi aftësimin tradicional dhe analizën kritike:

- **Loja** – aftësia për të eksperimentuar me mjedisin përreth si një formë e zgjidhjeve të problemeve
- **Performanca** – aftësia për të përshtatur identitete alternative me qëllim improvizimin dhe zbulimin
- **Stimulimi** – aftësia për të interpretuar dhe ndërtuar modele dinamike të proceseve të botës reale
- **Përvetësimi** – aftësia për të provuar në mënyrë kuptimplotë dhe ripërzier përmbajtjen e medias
- **Multitasking** – aftësia për të skanuar mjedisin vetjak dhe zhvendosur fokusin sipas nevojës te detajet e imta
- **Njohja e shpërndarë (distributed cognition)** – aftësia për të ndërvepruar në mënyrë kuptimplotë me instrumentet që zgjerojnë kapacitetin mendor
- **Inteligjenca kolektive** – aftësia për të mbledhur njohuri dhe për të krahasuar shënime drejt një objektivi të përbashkët
- **Gjykimi** – aftësia për të vlerësuar besueshmërinë dhe kredibilitetin e burimeve të ndryshme të informacionit
- **Lundrimi transmedia** – aftësia për të ndjekur rrjedhat e përmbajtjes nëpër modalitete të shumëfishta
- **Rrjetëzimi** – aftësia për të kërkuar për, sintetizuar dhe shpërhapur informacion
- **Negocimi** – aftësia për të udhëtuar përgjatë komuniteteve të ndryshme, dalluar dhe respektuar perspektiva të shumëfishta dhe rrokur dhe ndjekur norma alternative.

Burimi: Përshtatur nga Jenkins dhe të tjerë (2006), Ballafaqimi i Sfidave të Pjesëmarrjes Kulturore: Edukimi i Medias në Shekullin XXI.[38]

37 Përshtatur nga Ballafaqimi i Sfidave të Kulturës së Pjesëmarrjes: Edukimi Mediatik në shekullin e 21-të [Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century], https://www.macfound.org/media/article_pdfs/jenkins_white_paper.pdf

38 Përshtatur nga Ballafaqimi i Sfidave të Kulturës së Pjesëmarrjes: Edukimi Mediatik në shekullin e 21-të, https://www.macfound.org/media/article_pdfs/jenkins_white_paper.pdf, f. 56.

Mësuesit duhet të zhvillojnë veprimtari krijuese rreth secilës nga këto zotësi të propozuara dhe t'i lidhin ato me prodhimin dhe sipërmarrjen kulturore. A janë ato të përshtatshme për transmetim online dhe offline të industrive kulturore dhe artistike? Si gjejnë zbatim pyetjet kryesore të EMI në krijimin kulturor dhe artistik: kush e krijoi kontekstin kulturor? Me çfarë qëllimi? Cilët janë mesazhet? Çfarë evidencash mbështetëse jepen? Çfarë përfshihet? Çfarë mund të jetë lënë jashtë? Kush përfiton? Kush mund të ndikohet nga kjo përmbajtje?

- Shqyrtoni konceptet, kompetencat dhe parimet e lidhura me kompetencat ndërkulturore siç listohen në burimin e UNESCO-s, Kompetencat Ndërkulturore: Një Kornizë Konceptuale dhe Operacionale, https://en.unesco.org/interculturaldialogue/resources/132 (f. 10-27). Zhvilloni veprimtari për eksplorimin se si këto lidhen me aftësitë e kulturës pjesëmarrëse të Henry Jenkins të trajtuara më lart janë të lidhura me EMI-n.
- Teknologjia dixhitale ofron potenciale të reja për artin e vjetër të historitregimit. Në shumë mënyra, media sociale për shembull është një storyboard e madhe dixhitale dhe "komunikim rrethor". UNESCO dhe Routledge Focus kanë rishpikur një metodë mësimorë të quajtur "Story Cirles" (radhë tregimi).[39] Teknika "Story Cirles" fokusohet në elementët themelorë të zhvillimit të kompetencave ndërkulturore, përfshirë respektin, dëgjimin, kureshtjen, vetëdijen për veten dhe të tjerët, reflektimin, shpërndarjen, empatinë dhe ndërtimin e marrëdhënieve. Lexo më shumë në lidhje me Story Cirles në zhvillimin e kompetencave ndërkulturore në Manualin për Zhvillimin e Kompetencave Ndërkulturore, https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000370336, Dizenjoni veprimtari krijuese që përdorin këtë qasje. Përdor sendet që përshtaten për kontekstin teknologjik dhe institucional. Për shembull, shiko burimin krijues Flipgrid që është një instrument diskutimi video falas dhe i hapur që e rrok mirë idenë e Story Cirles.
- Mësuesit dhe nxënësit duhet të konsiderojnë rolet e ofruesve të përmbajtjes si bibliotekat, arkivat, muzetë, mediat dhe kompanitë e komunikimeve dixhitale, në krijimtarinë dhe sipërmarrjen kulturore. Vendosi mësuesit ose nxënësit në grupe për të përzgjedhur një lloj ofruesi përmbajtje dhe investiguar rastet e prodhimit dhe shpërndarjes kulturore. Zbato çështjet EMI më lart dhe kompetencat e ndryshme EMI të listuara në Pjesën 1: Korniza Kurikulare dhe e Kompetencave të Kësaj Kurikule EMI për Mësuesit dhe Nxënësit.
- Mediat e shërbimeve publike janë prodhuesit, shpërndarësit, komisionerët, shpërhapësit dhe ndërmjetësit e përmbajtjes kulturore cilësore. Drejtoji mësuesit dhe nxënësit të hetojnë masën në të cilën kjo po ndodh në vendin dhe / ose komunitetin e tyre. Përgatit një grup pyetjesh të cilave t'u japin përgjigje. Ata duhet të marrin në shqyrtim se si gjinitë, grupmoshat dhe grupet etnike të ndryshme reflektohen në përmbajtjen kulturore të përzgjedhur. Cilat veprimet mund të ndërmarrin mësuesit dhe nxënësit në përgjigje të këtyre gjetjeve? Cilat do të ishin rekomandimet që mund të bënin? Merrni në shqyrtim këtë burim të UNESCO-s në

39 Darla K. Deardorff (2020), Manual për Zhvillimin e Kompetencave Ndërkulturore [Manual for Developing Intercultural Competencies], https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000370336.

këtë proces: Raporti Global 2018, Riformësimi i Politikave Kulturore: Përparimi i Krijimtarisë dhe Zhvillimit https://en.unesco.org/creativity/global-report-2018.

- Në Raporti Global 2018, Riformësimi i Politikave Kulturore: Përparimi i Krijimtarisë dhe Zhvillimit https://en.unesco.org/creativity/global-report-2018, shiko statistikat /gjetjet, *Një Hendek Gjinor Vazhdon në Kulturë,* në Kapitullin, *Barazia gjinore: të humbur në betejë.* Tani bëni kërkim për statistika rreth përfaqësimit të grave në stafet mediatike dhe përmbajtjen mediatike. Çfarë zbulon? Si janë këto të lidhura? Diskutimi duhet të jetë i drejtuar.
- Liria artistike lidhet me lirën e shprehjes dhe aksesin në informacion. Liria e shprehjes është e lidhur ngushtësisht me të drejtat e prodhuesve dhe audiencave kulturore. Është njëkohësisht e rëndësishme për mjediset dixhitale. Drejtoni diskutime rreth suksesit, sfidave de rekomandimeve të lirisë artistike për mësuesit dhe nxënësit në mjedis vendor, kombëtar ose global. Kërkoni dhe përdorni burime të lidhura me to në këtë proces. Ndoshta ka burime të ngjashme me kontekstet kombëtare dhe rajonale.
- Diskutoni logjikat komerciale të ofruesve të përmbajtjes si YouTube, për ta dhe kontribuuesit e tyre, së bashku me fenomenin kulturor të "influencuesve" që kanë sponsorizues të fshehur përtej përmbajtjes së tyre. Si e rekomandon YouTube përmbajtjen dhe përse algoritmi i tij kërkon të mbajë dhe zgjasë angazhimin me përmbajtjen e kësaj platforme?

Vlerësime dhe rekomandime

- Ese, refleksione dhe punime reaguese ndaj leksioneve, rasteve të studimit, prezantimeve / këqyrjeve audiovizive
- Prodhimi i materialeve informuese-edukuese-komunikuese (për shembull, posterat, broshurat, infografikat, kartat e mediave sociale, vlogjet).
- Tregimet / raportet investigative

Tema për shqyrtim të mëtejshëm

- Pjesëmarrja në formulimin e politikave kulturore
- Të rinjtë dhe sipërmarrja kulturore
- Edukimi për arte dhe EMI
- Kultura, dialogu dhe OZhQ-të
- EMI dhe dialogu fetar

NJËSIA 5: EMI, MËSIMIDHËNIA DHE MËSIMI PËRGJATË GJITHË JETËS.

KOHËZGJATJA: 4 ORË

Temat kryesore:

- I kuptuari bazik i EMI dhe procesi i mësimit dhe nxënies
- Mësimi përgjatë gjithë jetës dhe EMI
- Aftësi për lehtësimin e EMI
- Qasjet pedagogjike për mësuesit EMI rreth dhe përgjatë EMI

Objektivat mësimore

Në fund të kësaj njësie, mësuesit do të jenë në gjendje të:

- Identifikojnë mënyrat në të cilat EMI mund të pasurojë proceset mësimore dhe nxënien: EMI në mësim
- Zhvillojë strategji lehtësimi për njohurinë EMI
- Eksplorojë qasje pedagogjike të shoqëruara me EMI-n
- Të zhvillojë veprimtari të veçanta që përdorin këto strategji pedagogjike

NIVELI I KOMPETENCAVE TË TARGETURA NË KËTË NJËSI:

- Bazike / Mesatare

Qasjet dhe veprimtaritë pedagogjike

Informacioni, media dhe zhvillimi i zotësive dixhitale në hapësira edukative si rregull bazohen në teori konstruktiviste. Qasja ideale është një të cilën nxënësit marrin pjesë në një proces aktiv të nxëni përmes përzgjedhjes dhe transformimit të informacionit për të marrë vendime[40] (Lau, 2018), duke "u mbështetur në strukturën konjuktive të tij apo të saj që i jep kuptim dhe organizim përvojave, duke shkuar përtej informacionit të dhënë [Jerome Brunner, 12]". Më poshtë gjenden disa qasje konstruktiviste që mund të përshtaten nga mësuesit sipas objektivave të ndryshëm mësimorë të EMI në hapësirat mësimore dhe qasjet mësimore të përmbledhura në paragrafët e ardhshëm (Brunner, 1960).

40 Lau (2018), http://www.ala.org/acrl/sites/ala.org.acrl/files/content/publications/whitepapers/GlobalPerspectives_InfoLit.pdf

Qasje pedagogjike në mësimdhënien e EMI

Përmbledhtas: ashtu siç është diskutuar më parë në këtë Kurikul (Pjesa 1), pedagogji të ndryshme janë të mundshme. Ju lutem ta rishikoni listën në Pjesën 1 dhe të vendosni se cilën qasje të zbatoni për veprimtaritë e sugjeruara më poshtë dhe për të tjera që ju mund të formuloni.

Veprimtari

1. Kërkoju mësuesve të identifikojnë dhe përshkruajnë shembuj të cilësdo nga 10 qasjet pedagogjike të mësimit EMI që listohet më lart me të cilën janë të familjarizuar dhe bëji që mësuesit të identifikojnë komponentët kyç që i bëjnë ato efikase në mësimin dhe nxënien EMI përmes punës në grup. Drejtoji mësuesit në krijimin e veprimtarive që ilustrojnë këto strategji në punën e tyre.
2. Caktoji një veprimtari mësimore si skuadra për të krijuar një artikull (entry) në Wikipedia, në mënyrë që studentët të zhvillojnë aftësinë për të shkruar dhe botuar një dokument të shkruar në një media publike me akses të hapur. Ti mund t'i kërkosh nxënësve të punojnë në mënyrë bashkërenduese mbi një subjekt të ngjashëm, si për shembull, dokumentimi i historisë së komunitetit të tyre dhe t'u kërkosh secilës skuadër të punojë mbi një nëntemë specifike. Kërkoju nxënësve të përzgjedhin një temë, të bëjnë kërkime për të duke identifikuar burime të besueshme dhe më pas duke proceduar për të shkruar një tekst të thjeshtë si hyrje në Wikipedia. Teksti duhet të dakordësohet me vlerat dhe elementet editoriale të Wikipedia-s dhe të jetë unik, me fjalë të tjera, jo një artikull që është shkruar tashmë në Wikipedia. Udhëzimet për këtë veprimtari janë:
    a. Lexo kërkesat e politikës së Wikipedia dhe ngarko një "artikull" që do të jetë origjinal, i mbështetur me citime dhe me përpilim të referencave të përdorur. Konsulto video në Internet që janë mbi të njëjtën temë dhe kontrolloni se si shkruhen artikujt e tjerë duke përdorur të njëjtin repertor.
    b. Vizito sektorin "Help: Wikepedia Tutorial (Ndihmë: Tutoriale Wikipedia)" për të mësuar si të redaktosh, ngarkosh imazhe dhe formate duke ndjekur këtë link https://es.wikipedia.org/wiki/Help:Tutorial.
    c. Lexo në detaje seksionin "Wizard for creating Wikipedia articles (Magjistar i krijimit të artikujve Wikipedia)" në https://en.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Article_wizard.
    d. Përdor gjatë gjithë kohës zonën tënde të provave në Wikipedia https://en.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:About_the_sandbox
    e. Kërko në ueb për tutoriale video se si të përgatisësh artikuj Wikipedia nëse ndihesh i humbur.
3. Caktoji nxënësve detyra për të analizuar se përse institucionet që ofrojnë përmbajtje janë të rëndësishëm në proceset mësimore dhe cilat janë burimet më të mira EMI për t'u përdorur në procesin e shitjes/blerjes së diçkaje, për shembull, një makine. Nxënësit mund të ndahen në grupe për të identifikuar burime informacioni dhe media për të dokumentuar rolin e tyre si shitës, klientë dhe autoritete trafiku.

4. Bëj një kërkim dokumentar për rolin e zotësive EMI në procesin e nxënies që t'u përgjigjen se si këto zotësi mund të ndihmojnë të trajnuarit për të mësuar. Përse EMI është jetësor në marrjen e vendimeve më të mira? Dhe përse mësimi përgjatë gjithë jetës është më i lehtë për individët me kompetenca EMI? Krijo një hapësirë me pyetje dhe përgjigje për të përmbledhur gjetjet tuaja bazuar mbi këtë kërkim dokumentar.
5. Kërko informacion për efektin mjedisor të përdorimit të maskave COVID-19. Kërko për 10 njësi informacioni të gjeneruar nga masmedia (5) dhe në libra dhe revista shkencore (5). Kërko se cilët janë burimet më të besueshme në ofrimin e të dhënave, citimeve dhe referencave shteruese dhe objektive. Krijo një tabelë krahasuese të besueshmërisë së tyre me një kolonë për secilin nga 10 burimet, dhe një kolonë për statistikat, citimet dhe referencat. Jepi notën 0 për atë element që mungon dhe numëro elementet e gjetura për çdo burim. Shpjego se cilat burime janë më të besueshme.

Vlerësime dhe rekomandime

- Provime me shkrim
- Ese, refleksione dhe punime reaguese ndaj leksioneve, rasteve të studimit, prezantimeve / këqyrjeve audiovizive
- Pjesëmarrje në veprimtari mësimore në grup
- Prodhimi i materialeve informuese-edukuese-komunikuese (për shembull, posterat, broshurat, infografikat, kartat e mediave sociale, vlogjet).
- Detyrat e kursit
- Tregimet / raportet investigative

Burime për këtë Modul

Akeso burime informacioni nga UNESCO https://en.unesco.org/themes/137455/publications/all

Neni 1, Rezoluta e Komisionit Afrikan Mbi të Drejtat Njerëzore dhe të Njeriut mbi të Drejtën e Lirisë së Informaiconit dhe Lirisë së Shprehjes në Internet në Afrikë [Art 1 African Commission on Human and Peoples' Rights Resolution on the Right to

Freedom of Information and Expression on the Internet in Africa], ACHPR/Res 362(LIX) 2016, Takimi i sesionit të 59 të zakoshëm, Banjul, The Gambia.

Neni 19 "Liria e shprehjes e pafiltruar: Si e ndikon bllokimi dhe filtrimi lirinë e shprehjes [Freedom of expression unfiltered: How blocking and filtering affect free speech]", Raport përmbledhës i Politikës, Dhjetor 2016.

Edukimi Civil për Profesionistët e Medias: Një manual trajnimi [Civic Education for Media Professionals: A Training Manual], http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001804/180402e.pdf

Komiteti i Gazetarëve të Shqetësuar [Committee of Concerned Journalists], www.concernedjournalists.org/tools/principles/rights

Direktoria e Revistave Shkencore me Akses të Hapur [Directory of Open Access Journals], https://doaj.org/

Fuqizimi i studentëve për shoqëri të drejta: Një Manual për mësuesit e shkollave fillore

[Empowering students for just societies: A handbook for primary school teachers], UNESCO, https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000370902

Fuqizimi i studentëve për shoqëri të drejta: Një Manual për mësuesit e shkollave sekondare [Empowering students for just societies: A handbook for secondary school teachers], UNESCO, https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000370901

Evolucioni dhe Historia e Edukimit për Median dhe Informacionin [Evolution and History of Media and Information Literacy], Lau, J. and Grizzle, A. (2019)

Burime mbi lirinë e informacionit përreth globit, UNESCO, http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/freedom-of-expression/freedom-ofinformation/

Flipgrid është një instrument diskutimi video falas në shumë gjuhë që gjendet në Kompetencat Ndërkulturore: Kornizë Konceptuale dhe Operacionale [Intercultural Competences: Conceptual and Operational Framework], https://info.flipgrid.com/ dhe https://en.unesco.org/interculturaldialogue/resources/132

Journalism.org, http://www.journalism.org/resources/principles

Koltay, T. (2011). Media dhe aftësimet: aftësimi mediatik, aftësimi për informacion, aftësimi dixhital [The media and the literacies: media literacy, information literacy, digital literacy]. Sage Journals, 33(2), 211-221. Nxjerrë nga https://doi.org/10.1177/0163443710393382

LA Referencia (Red de Repositorios Abiertos a la Ciencia). http://lareferencia.info/es

McLuhan dhe Fiore (1967). Mediumi është Mesazhi: Një inventar i efekteve [The Medium is the Message: An Inventory of Effects]. Penguin Modern Classics.

Edukimi për Median dhe Informacionin: Një guidë praktike për trajnuesit [Media and Information Literacy: A practical guide for trainers], https://www.dw.com/downloads/38871690/dwaeditionmilweb.pdf

Indikatorët e Zhvillimit të Medias: Një kornizë për vlerësimin paraprak të zhvillimit të medias [Media Development Indicators: A framework for assessing media development], http://unesdoc.unesco.org/images/0016/001631/163102e.pdf Të gjitha referencat ndaj Kosovës në këtë dokument duhen kuptuar në kontekstin e Rezolutës 1244 të Këshillit të Sigurimit të Kombeve të Bashkuara (1999).

Edukimi për Median: Një Paketë për Mësuesit, Studentët, Prindërit dhe Profesionistët [Media Education: A Kit for Teachers, Students, Parents and Professionals], http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001492/149278e.pdf

Iniciativa për Mbrojtjen Ligjore të Medias (IMLM): Hartëzimi i të Drejtave Dixhitale dhe Lirisë së Shprehjes Onlinë në Afrikën Lindore, Perëndimore dhe Jugore [Media Legal Defence Initiative (MLDI), Mapping Digital Rights and Online Freedom of Expression in East, West, and Southern Africa], (2018). Nxjerrw mw 3 shkurt 2021 nga https://10years.mediadefence.org/wp-content/uploads/2019/07/Mappingdigital-rights-litigation_Media-Defence_Final.pdf

Njëmijë e Nëntëqind e Tetëdhjetë e Katër [Nineteen Eighty-Four], (film, 1984)

https://www.imdb.com/title/tt0087803/?ref_=nv_sr_srsg_0

“Rajoni: Amerika Latine” në “Shoqata e Bibliotekave Universitare dhe të Kërkimit. Grupi i Punës mbi Perspektivat Globale të Edukimit për Informacionin, Nxënien e Studentëve dhe Komiteti për Edukimin mbi Informacionin” [“Region: Latin America” in “Association of College and Research Libraries. Working Group on Global Perspectives

for Information Literacy, Student Learning and Information Literacy Committee"]. Lau, J. (2017). *Perspektiva Globale mbi Edukimin për Informacionin: Lehtësimi i një Dialogu për të Kupuar Ndërkombëtar [Global Perspectives on Information Literacy: Fostering a Dialogue for International Understanding]*. Chicago, IL: Association of College and Research Libraries. pp. 60-68. https://www.ala.org/acrl/sites/ala.org.acrl/files/content/publications/whitepapers/GlobalPerspectives_InfoLit.pdf

Raporti i Reporterit Special mbi Promovimin dhe Mbrojtjesn e Lirisë së Mendimit dhe Shprehjes, David Kaye, mbi rregullimin e "gjuhës së urrejtjes" online" [Report of the Special Rapporteur on the Promotion and Protection of the Right to Freedom of Opinion and Expression, David Kaye, the regulation of online 'hate speech'], Sesioni i 74-t, çështja 70)b), A/74/486 (9 tetor 2019) 7, https://www.ohchr.org/Documents/Issues/Opinion/A_74_486.pdf (aksesuar në 23 janar 2020).

E drejta e Informimit – Ligje dhe Praktika të Mira, një përmbledhje autoritare informacioni dhe burimet mbi të drejtën e informimit [Right to Information – Good Law and Practice, an authoritative collection of information and resources on right to information], https://www.right2info.org/

Mësimdhënia dhe Nxënia me Twitter [Teaching and Learning with Twitter], bashkëautorësi e Twitter dhe UNESCO https://about.twitter.com/content/dam/about-twitter/company/twitter-for-good/en/teaching-learning-with-twitter-unesco.pdf

Mësimi i të Drejtës për Informim për Nxënësit e përparuar [Teaching Right to information for advance learners], https://www.right2info.org/resources/teaching-rti

Pasuria e Pestë [The Fifth Estate], (film, 2013). https://www.imdb.com/title/tt1837703/

Procesi i Edukimit [The Process of Education]. Bruner, J. S. (1960). Cambridge, MA: Harvard University Press.

Afrimi i kulturave: Një hartë? [The Rapprochement of cultures: roadmap?] https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000244334

Drejt Indikatorëve të Edukimit për Informacionin: Një Dokument Kornize Konceptuale [Towards Information Literacy Indicators: Conceptual Framework Paper], www.uis.unesco.org/template/pdf/cscl/InfoLit.pdf

Kuptimi i Edukimit për Informacionin: Një Abetare [Understanding Informational Literacy: A Primer], http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001570/157020e.pdf

Big6, www.big6.com

Kompetencat Ndërkulturore: Një Kornizë Konceptuale dhe Operacionale [Intercultural Competences: Conceptual and Operational Framework], nw gjuhw tw ndryshme

https://en.unesco.org/interculturaldialogue/resources/132

Platforma e Dialogut Ndërkulturor e UNESCO-s: Mëso, Eksploro, Përfshu [UNESCO Intercultural Dialogue Platform: Learn, Explore, Engage], https://en.unesco.org/interculturaldialogue/

Trende Botërore në Lirinë e Shprehjes dhe Zhvillimin e Medias [World Trends in Freedom of Expression and Media Development], https://en.unesco.org/world-media-trends

Paketa "Të Rinjtë për të Drejtat e Informimit", burim falas dhe guidë vetëudhëzuese [Youth for Human Rights Information Kit free resource and self-instructional guide], https://www.youthforhumanrights.org/request-info/educators-kit.html

MODULI 2:

KUPTIMI I INFORMACIONIT DHE TEKNOLOGJISË

“Një demokraci e fortë kërkon akses në informacion të cilësisë së lartë dhe aftësinë e qytetarëve për t’u mbledhur bashkë për të debatuar, diskutuar, detajuar, empatizuar dhe bërë lëshime”.

– Samantha Bradshaw dhe Philip Howard,
Inventari Global i 2019 mbi Manipulimin e Organizuar të Medias Sociale

SFONDI DHE ARSYEJA

Me rritjen eksponenciale të informacionit dhe teknologjive të komunikimit në dy dekadat e fundit, shtrirja dhe impakti i medias tradicionale (radio, televizion dhe gazetë) janë zgjeruar e transformuar dhe informacioni dhe lajmet janë bërë kështu të disponueshëm më gjerësisht se kurrë më parë. Në këtë epokë informacioni, gazetarët dhe profesionistët e informacionit luajnë një rol thelbësor në sigurimin e aksesit të informacionit përtej audiencës së menjëhershme dhe në lehtësimin e pjesëmarrjes qytetare në qeverisjen drejt shoqërive demokratike, paqes dhe zhvillimit të qëndrueshëm.

Ky modul diskuton rolet dhe funksionet e ofruesve të përmbajtjes së lajmeve tradicionale dhe online. Këto role dhe funksione përfshijnë fuqizimin e individëve dhe shoqërive për të ushtruar liritë e tyre të shprehjes dhe informimit, duke i mundësuar ata të dallojnë falsitetin, të ndërtojnë veprimtari dhe qytetari civil, të kërkojnë transparencë dhe llogaridhënie dhe të praktikojnë etikë informative. Ai gjithashtu merr në shqyrtim se si teknologjia mund të kontribuojë drejt transformimit social në shoqëri. Të gjitha këto janë kushte bazike normuese për një shoqëri demokratike. Moduli i jep më tej një pamje të përgjithshme roleve të mediave të lajmeve, si në shkuarën dhe

tani: për të kërkuar e thënë të vërtetën, për t'i dhënë kuptim çështjeve e ngjarjeve, për të shërbyer si watchdog kundër abuzimeve, për të punuar si mundësues të debatit publik, për të lehtësuar pjesëmarrjen qytetare dhe për të shumëfishuar zyrat e qytetarëve.

Ky modul mundëson mësuesit të eksplorojnë më thellë çështje si liria e informimit dhe liria e shprehjes (përfshirë lirinë e shtypit), si dhe rëndësinë e dobisë, përfshirjes, saktësisë, llogaridhënies dhe transparencës në raportimin e lajmit. Së fundmi, shqyrtohet gjithashtu dimensionet e autonomisë dhe veprimtarisë sociale.

Konceptimi i ngritur sot është që shumë njerëz jetojnë jetën në një epokë post-truth (pas të vërtetës), pjesërisht e karakterizuar nga jetëgjatësia e përmbajtjes së rreme dhe të manipuluar. Moduli shqyrton këtë fenomen dhe disiplinën fact checking. Ai shqyrton më të tutje se si verifikimi, pavarësia dhe llogaridhënia janë ato që e dallojnë gazetarinë nga format e tjera të shkëmbimit të informacionit.

Me teknologjitë e reja të vëna gjerësisht në dispozicion nga kompanitë masive të komunikimeve dixhitale, ne gjithashtu po dëshmojmë daljen e përmbajtjes së gjeneruar nga përdoruesit dhe pjesëmarrjes në gazetarinë qytetare. Ndërsa ky fenomen na prezanton me zëra dhe perspektiva të ndryshme, ai gjithashtu përforcon nevojën për të vlerësuar në mënyrë kritike burimet e shumta të përmbajtjes. Si individë të edukuar për median dhe informacionin, mësuesit dhe nxënësit janë në gjendje të analizojnë dhe vlerësojnë në veçanti lajmet që marrin, ushtrojnë angazhim qytetar kritik për të kërkuar raportim lajmi të ndershëm dhe të saktë, si dhe të advokojë për media të lirë, të pavarur dhe pluraliste.

NJËSITË

NJËSIA 1:
TEKNOLOGJIA, MEDIA DHE SHOQËRIA

NJËSIA 2:
LIRIA, ETIKA DHE PËRGJEGJËSIA SOCIALE

NJËSIA 3:
ÇFARË PËRBËN LAJM: EKSPLORIMI I KRITEREVE

NJËSIA 4:
PROCESI I ZHVILLIMIT TË LAJMIT: VAJTJA PËRTEJ 5W DHE 1H

NJËSIA 1: TEKNOLOGJIA, MEDIAT DHE SHOQËRIA

KOHËZGJATJA: 2 ORË

Temat kryesore:

- Evolucioni i konceptit dhe praktikës së lirisë së shprehjes dhe lirisë së shtypit
- Komunikimi dixhital dhe të drejtat e njeriut
- Qëllimi i gazetarisë në shoqërisë dhe roli i tij në arkitekturën e demokracisë (p.sh. liria, veprimtaria civile, transparenca, llogaridhënia)
- Teknologjia në shoqëri
- Roli dhe llogaridhënia e gazetarëve në shekullin e 21-të në arenën kombëtare dhe globale (p.sh. pasqyrë, rojtar, watchdog, mundësues, lehtësues)
- Gazetaria me interes publik, pavarësia editoriale vis-a-vis ndikimit të pronarëve
- Rolit e etikës së informimit

Objektivat mësimore

Pas përfundimit të kësaj njësie, mësuesit do të jenë në gjendje të:

- Gjurmojnë evolucionin dhe praktikën e koncepteve të lirisë së shprehjes dhe lirisë së shtypit.
- Ravijëzojnë qëllimin normues të gazetarisë dhe rolin e saj në fuqizimin dhe kërkimin e qeverisjes së mirë, demokracisë dhe zhvillimit të qëndrueshëm
- Vlerësojnë rolin dhe llogaridhënien evoluese të gazetarëve dhe profesionistëve të informacionit, në arenën kombëtare dhe në atë globale, në kontekstin e teknologjisë në evoluim, në kontekstin e kompanive të komunikimeve dixhitale dhe në interesin publik

> "Qytetërimi ka prodhuar një ide më të fuqishme se të tjerat – nocionin se njerëzit mund të qeverisin vetveten. Dhe ka krijuar një teori informimi të paartikuluar për të mbështetur këtë ide, të quajtur gazetari. Të dyja këto ngrihen dhe bien së bashku".
>
> – Bill Kovach dhe Tom Rosenstiel
> *Elementet e Gazetarisë*

Kompanitë e komunikimeve dixhitale dhe të drejtat e njeriut

Liria e shprehjes është konsideruar për shumë kohë si e drejtë themelore dhe esenciale në përmbushjen e potencialit tonë të plotë njerëzor. Ajo është themeli i të drejtave dhe lirive të tjera, duke përbërë shtratin e zhvillimit shoqëror dhe ekonomik. Ushtrimi i lirisë së shprehjes kërkon platforma publike që lejojnë shkëmbimin e informacionit dhe ideve. Kompanitë e medias dhe komunikimeve dixhitale, ndërsa nuk janë një dhe e njëjta gjë, luajnë një rol të rëndësishëm në ofrimin e këtyre platformave. Sidoqoftë, në mënyrë që të përmbushin këtë qëllim, mediat duhet të jenë të pavarura nga kontrolli shtetëror, korporativ dhe qeveritar. Kjo liri, si pasojë, u vendos një detyrim gazetarëve që të veprojnë në mënyrë etike, duke kërkuar për rrjedhojë zhvillimin e kodeve profesionale që trajtojnë standardet profesionale dhe bazohen në llogaridhënien ndaj qytetarëve. Kompanitë e komunikimeve qytetare pritet të mbështesin të drejtat njerëzore dhe të shmangim abuzimet, por ashtu si mediat, ato shpesh nuk i arrijnë idealet normuese.

Përfitimet e teknologjive dixhitale në shoqëri janë të mirëdokumentuara dhe të shumta. Ato shkojnë përtej dhënies së një zëri për ata që janë të pagojë dhe shërben si një litar shpëtimi jetësor për aksesin e njerëzve te informacioni dhe përfshirja e tyre në zhvillimin e qëndrueshëm. Përfitimet e teknologjisë përfshijnë mundësimin e përpunimit të informacionit dhe verifikimit, kërkimit, akesit të njerëzve te arsimi, shëndet më i mirë, ujë i pijshëm, bujqësia, mjedis më i pastër, procese demokratike më të ndershme dhe transparente, ruajtjen e informacionit dhe njohurisë, më shumë ndërveprim me njerëzit nga kultura të tjera e për rrjedhojë shtimit të ndërveprimit shoqëror, tolerancës e respektit reciprok dhe krijimit të vendeve të reja të punës e mundësive sipërmarrëse. Lista vazhdon. Ne kemi parë tashmë se si teknologjia i lejoi të vazhdonin shoqëritë gjatë pandemisë së paprecedent COVID-19. Zhvillimet më të fundit të Inteligjencës Artificiale (IA) dhe teknologjive Blockchain mbartin një potencial të lartë për zhvillimin e qëndrueshëm dhe zhvillimin ekonomik për shkak të mënyrave të reja, eficente, të qëndrueshme dhe më të fuqishme që lejojnë ruajtjen, përpunimin, menaxhimin dhe mbrojtjen e të dhënave dhe informacionit për vendim-marrje (shikoni modulin 11 për shumë informacion mbi IA). Paralelisht me këto përfitime, ka gjithashtu dhe dëme. Vartësia mbi teknologjinë do të thotë një vartësi mbi institucionet që kurimi i shprehjes mund të kufizojë në mënyrë të panevojshme përmbajtjen – ose të mundësojë përmbajtjen që abuzon të drejta si të drejtat e dinjitetit apo shëndetit publik. Kjo vartësi mund të ekspozojë në mënyrë të shpeshtë përdoruesit në pushtim të privatësisë dhe përpjekje manipuluese përmes targetimit të rrjedhës së të dhënave.

Rritja, ndikimi dhe vartësia e njerëzve mbi median sociale për lajme dhe informacion përgjithësisht vihet re sot. Po ashtu, ka një rritje të çinformimit të cilin disa ia atribuojnë mungesës së kujdesit nga kompanitë dhe përdorimit të algoritmeve që furnizojnë përparësinë e një përmbajtje të tillë, si dhe zgjerimin e tyre në media sociale, si dhe mungesën e kompetencave EMI midis përdoruesve.

Së fundi, edhe midis gjithë zhvillimeve të tjera, ka shumë debat rreth konkurrencës midis medias tradicionale dhe kompanive të komunikimeve dixhitale për të ardhurat nga reklama. Disa po bëjnë thirrje për rregullimin ligjor të këtyre kompanive të fundit në të njëjtën mënyrë siç rregullohen mediat. Për shembull, kompanitë e mediave janë

ligjërisht përgjegjëse për përmbajtjen shpifëse (defamatore), e megjithatë komunikimet dixhitale apo kompanitë e internetit thonë se janë platforma, jo botues, dhe vetë personi që po bën shpifjen duhet të jetë përgjegjës, dhe jo ato. Një pasojë është se ato nuk kanë një shtysë ligjore për të parandaluar qarkullimin e të njëjtin material, përveç kur urdhërohen nga gjykata për të vepruar. Kjo është një çështje komplekse; ndërkohë, bëhen thirrje që kompanitë e Internetit të rregullohen më shumë në lidhje me nxjerrjen dhe përdorimin e të dhënave duke qenë se prekin çështje të privatësisë. Të tjerë thonë që këto kompani janë bërë tepër të fuqishme e të ndërlidhura dhe duan të shohin copëtimin e këtyre konglomerateve përmes rregullimit ligjor. Një argument tjetër ngrihet që kompanitë të rregullohen ligjërisht për transparencën – duke siguruar kështu më shumë qeverisje të bazuar në fakte të këtyre enteve; për mbrojtje më të mirë të të drejtave të konsumatorëve dhe proces të përshtatshëm si pasja e mundësive efikase për të apeluar kundër vendimeve korporative; dhe për ndërveprueshmërinë midis enteve të ndryshme që mundëson individët të kenë më shumë mundësi zgjedhje se sa të "mbahen peng" me të dhënat dhe kontaktet e tyre personale që kufizohen në "kopsht të rrethuar me mur". Kjo do të thotë që nuk do të ketë bartje të të dhënave (në ndryshimi nga rregullimi i mundësisë së bartjes së numrit të telefonit nga një kompani në një tjetër). Disa lobe kërkojnë një taksim më efikas të kompanive të komunikimeve dixhitale dhe rregullim që u kërkon këtyre enteve të kompensojnë institucionet mediatike për përmbajtjen që shfaqet në shërbimet dixhitale dhe ndihmon fitimin e parave në këto platforma.

Të marra së bashku, këto mundësi të ndryshme rregulluese kanë implikime të larmishme për lirinë e informimit, lirinë e shprehjes, qarkullimin e lajmeve dhe etikën korporative (shikoni burimin e UNESCOS, *Po sikur të qeveriseshim të gjithë nga Interneti?* Përparimi i pjesëmarrjes të shumëdetyrushme / multitaskholder në qeverisjen e Internetit)[42].

Në shqyrtimin e këtyre çështjeve, lehtësuesi i trajnimit mund të zgjedhë nga qasjet dhe veprimtaritë e skicuara më poshtë.

Qasje dhe veprimtari pedagogjike

Përmbledhtas: ashtu siç është diskutuar më parë në këtë Kurikul (Pjesa 1), pedagogji të ndryshme janë të mundshme. Ju lutem ta rishikoni listën në Pjesën 1 dhe të vendosni se cilën qasje të zbatoni për veprimtaritë e sugjeruara më poshtë dhe për të tjera që ju mund të formuloni.

Mësuesi duhet ta organizojë debatin në klasë mbi përfitimet dhe sfidat e teknologjive dixhitale. Ky mund të ishte një diskutim rreth rezultateve negative dhe sfidave të mundshme për të rregulluar me ligj median sociale dhe kompanitë e kërkimit në të njëjtën mënyrë siç rregullohet media (duke mbajtur mend, se edhe shërbime si YouTube dhe YK, ashtu si Baidu Tieba, përdoren shpesh si motorë kërkimi nga njerëzit që po kërkojnë një përmbajtje të caktuar).

42 Po sikur të qeveriseshim të gjithë nga Interneti? Përparimi i pjesëmarrjes të shumëdetyrshme në qeverisjen e Internetit [What if we all governed the Internet? Advancing multi-stakeholder participation in Internet governance], https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000259717

Nxënësve mund t'u jepet detyrë që të bëjnë kërkime dhe të raportojnë mbi evolucionin e lirisë së shprehjes dhe lirisë së shtypit në vendin e tyre. Raporti do të përfshijë një vijë kohore vizuale të gurëve kilometrikë si:

- Zhvillimet historike në evolucionin e teorisë dhe praktikës së lirisë së shprehjes dhe lirisë së shtypit të bashkëlidhur me të
- Gazetarët dhe/ose agjencitë e mediave që kanë bërë një kontribut të veçantë në lirinë e shtypit dhe demokracinë
- Ngjarjet në lëvizjet demokratike kur media e lajmeve dhe raportimi i lajmit ka luajtur një rol domethënës

Nëse është e përshtatshme, lehtësuesi i trajnimit mund t'u japë detyrë pjesëmarrësve për të intervistuar gazetarë mbi pikëpamjet e tyre për rolin e gazetarisë në promovimin dhe kërkimin e demokracisë. Të intervistuarit do të kërkohen të citojnë raste specifike kur mbulimi i medias luajti një rol të rëndësishëm në peizazhin kombëtar apo ndërkombëtar, si dhe menaxhimin e tensioneve potenciale midis interesave të pronësisë dhe interesit publik. Mësuesit më pas do të shkruajnë një detyrë reflektuese prej dy faqesh të bazuar te intervista, duke treguar funksionet specifike të medias, mënyrat në cilat media operon, dhe çështjet kyçe që u adresuan.

Mënyra se si gazetarët nxjerrin në dritë papërshtatshmëritë apo dështimet e kompanitë dixhitale për të adresuar gjuhën e urrejtjes apo çinformimin mund të ishte një shembull. Veprimtaritë e sugjeruara më poshtë ilustrojnë këtë ide.

- Shqyrtoni rolin e medias dhe kompanive të komunikimeve dixhitale në aspekte të ndryshme të jetës shoqërore si barazia gjinore, paqja, shëndeti, çështjet mjedisore, edukimi dhe objektivat e zhvillimit të qëndrueshëm. Hetoni dhe diskutoni mbi pro- të dhe kundra-t. Shikoni modulet 4, 5, 6, 11, 13 dhe 14 për më shumë tema dhe veprimtari të sugjeruara.
- Shqyrtoni përdorimin e treguesve të mëposhtëm të UNESCO-s për të klasifikuar kontributin e veprimtarive mbi barazinë gjinore. Këto mund të jenë një instrument i dobishëm dhe i përshtatshëm në vlerësimin e shkallës në të cilën politikat, veprimtaritë dhe programet në përgjithësi, përfshirë në fushat e medias dhe komunikimeve dixhitale, adresojnë ose godasin çështjet e barazisë:
    - Gender-blind (të verbër ndaj gjinisë): Mospranimi apo mosadresimi i ndryshimeve dhe pabarazive ekzistuese midis grave dhe burrave (është i pavetëdijshëm për gjininë apo "gender-unaware").
    - Gender-sensitive (i ndjeshëm ndaj gjinisë): Veprimtari që identifikojnë dhe pranojnë ndryshimet dhe pabarazitë midis grave dhe burrave, dhe evidentojnë ato që kërkojnë vëmendje.
    - Gender-responsive (i përgjegjshëm ndaj gjinisë): Veprimtari që identifikojnë dhe pranojnë ndryshimet dhe pabarazitë midis grave e burrave dhe artikulojnë politika e nisma që adresojnë nevojat, aspiratat, kapacitetet dhe kontributet e ndryshme të grave dhe burrave
    - Gender-transformative (transformuese për gjininë): Veprimtari, politika dhe nisma që sfidojnë shkaqet rrënjësore ekzistuese dhe politikat, praktikat

e programet paragjykuese / diskriminuese që ndikojnë ndryshimin për përmirësimin e jetesës për të gjithë.[43]

Diskutoni për këto koncepte dhe si lidhen ato. Organizo punë në grup kur secilit grup i kërkohet të identifikojë dhe të përzgjedhë një lajm. Drejtoji grupet të vlerësojnë masën në të cilën dhe arsyet përse përmbajtja mund të klasifikohet gender-blind, gender-sensitive, gender-responsive apo gender-transformative.

Vlerësime dhe rekomandime

- Një shkrim reflektues mbi rezultatet e leximit dhe/ose intervistat
- Ese ose vlog mbi çështjet e lidhura me median, demokracinë dhe çinformimin
- Pjesëmarrja në veprimtari në grup (p.sh. seminare, diskutime në grup)

Tema për reflektim të mëtejshëm

- Raste studimi mbi mediume të kontrolluara apo të kapura[44]
- Propaganda përballë gazetarisë

NJËSIA 2: LIRIA, ETIKA DHE PËRGJEGJËSIA SOCIALE

KOHËZGJATJA: 2 ORË

Temat kryesore:

- Liria e shprehjes, liria e shtypit, liria e informimit dhe etika e informimit
- Kodet e etikës, kodet e praktikës dhe vlerat globale në dhomën e lajmit: udhëzime për profesionistët e medias dhe informacionit
- Etika gazetareske në mbledhjen dhe përpunimin e lajmit (komitetet e etikës, avokati i popullit, këshillat e shtypit të pavarur / komisionet e ankesave të shtypit)
- Të drejta dhe individualiteti shoqëruar i qytetarëve

Objektivat mësimore

Në fund të kësaj njësie mësuesit do të jenë në gjendje të:

- Përshkruajnë parimet universale të lirisë së shtypit, lirisë së shprehjes dhe lirisë së informimit, dhe implikimet e tyre për raportimin e lajmit

43 Gratë Bëjnë Lajm 2019 [Women Make the News 2019}, https://en.unesco.org/themes/media-pluralism-and-gender-equality/womenmakenews/2019/gendersensitiveresources

44 M. Dragomir (2020), Raportimi i fakteve: I çliruar nga frika apo favoret [Reporting facts: free from fear or favour], Paris: UNESCO. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000375061

- Analizojnë se si etika gjen zbatim te praktika e gazetarisë dhe profesionistëve të informacionit në nivele personale, profesionale dhe globale
- Çmojnë rolin e avokatëve të lirisë së shtypit watchdog të medias në kërkimit dhe mbrojtjen e lirisë dhe përgjegjësisë së shtypit
- Shpjegojnë të drejtat korresponduese dhe pjesëmarrjen qytetare si një vënie në jetë e drejtësisë sociale dhe konjitive
- Kuptojnë dhe analizojnë raportimin qytetar ose rolin evolues të qytetarëve dhe gazetarëve jo-profesionistë si pjesëmarrës aktiv në gjenerimin e përmbajtjes së medias dhe në procesin demokratik të debatit publik

Llogaridhënia

> "Informacioni e bën subjektin një qytetar dhe e lejon atë të ushtrojë të drejtat në mënyrë efikase"
>
> – Loiĉ Herevouet,
> Gazetar dhe ish-President i Shkollës së Gazetarisë të Lilë

Nëse shteti rregullon më shumë se duhet median, ai do të ndërhyjë te pavarësia e gazetarëve dhe aftësia e tyre për të mbuluar ngjarjet sipas standardeve profesionale të raportimit dhe interesit publik. Mediat janë aktorë socialë që ushtrojnë fuqi të madhe në shoqëri dhe ndaj është e rëndësishme që ata të jenë në nivelin e normave të pritshme të gazetarisë. Kështu, besohet që gazetarët kanë nevojë të rregullojnë vetveten duke adoptuar kode të sjelljes etike dhe duke përcaktuar udhëzime profesionale se si historitë apo ngjarjet duhen mbuluar. Bashkë me këtë, gazetarët dhe qytetarët kanë një detyrim të garantojnë shpërndarjen e informacionit të saktë që përfaqëson një larmi perspektivash të besueshme.

Zbatim: Kodi i Etikës Gazetareske

Shqyrtoni një shembull kodi etike të përcaktuar nga një shoqatë ndërkombëtare gazetarësh ose organizatë kombëtare mediatike (një shembull kodi etike do të ishte ai i Federatës Ndërkombëtare të Gazetarëve; një tjetër shembull do të ishin standardet profesionale të BBC). Vlerëso qëllimit e synuar të secilit element në kod.

- Diskutoni pse kodi i etikës duhet të krijohet dhe dakordësohet nga vetë të gjithë ushtruesit e profesionit dhe jo të imponohet nga agjentë apo autoritete të jashtme.
- Diskutoni mekanizmat e nevojshme për zbatimin e kodit të etikës
- Kërkoni shembuj dhe shqyrtoni ndryshimet midis 1) një kodi etik dhe 2) kodit të sjelljes etike të përcaktuar nga shoqata ndërkombëtare gazetarie apo organizata kombëtare të medias.
- Diskutoni vetërregullimin, format e bashkërregullimit dhe rregullimet e detyrueshme. Cilat janë pro-të dhe kundra-t e secilës gazetari profesionale dhe të pavarur?

Zbatim: Kodi i Etikës Profesionale për Profesionistët e Informacionit

Shqyrto një kod etik të krijuar nga profesionistë informacioni, siç janë bibliotekarët apo arkivistët, përfshirë parimet dhe vlerat kryesore.[45] Vëreni se si ky kod mund të ndryshojë potencialisht nga kodi e sjelljes që është krijuar nga shoqata ndërkombëtare gazetarësh apo organizata kombëtare mediatike.

- Diskuto ndryshimin midis kodeve drejtuese dhe atyre aspirantë
- Diskuto ndryshimin midis kodeve të sjelljes dhe kodeve etike
- Diskuto etikat e informimit që ndikojnë vendimet personale, praktikat profesionale dhe politikat publike
- Diskutoni se si evoluimi i formateve dhe nevojave të reja të informimit ndikon parimet etike dhe si këto kode gjejnë zbatim (p.sh. politikat e mediave sociale, ruajtja dixhitale, privatësia, aksesi në informacionin publik).

Zbatim: Çfarë është Individualiteti ynë Social?

Vizito faqen në internet të Qytetarisë Dixhitale dhe rishikoni nëntë elementet e qytetarisë dixhitale.[46] Këto nëntë elemente u kërkojnë individëve të drejtojnë dhe asistojnë të tjerë brenda një komuniteti për t'u bërë qytetarë dixhitale aktiv, të njohin pasojat pozitive e negative të veprimeve dhe të praktikojnë zakone të mira. Drejtësia konjitive pranon gjithashtu rëndësinë e prezantimit të përmbajtjes nga grupet minoritare, duke përdorur burime më pak të njohura por të vlefshme dhe duke promovuar njohurinë indigjene.

- Ofro shembuj nga përvoja juaj personale që lidhet me secilin nga të nëntë elementët
- Vlerëso kompetencën tuaj në marrëdhënie me këto elementë dhe merrni në shqyrtim aspektet që kërkojnë përmirësim
- Diskuto se si informacioni dhe aksesi dixhital ndikojnë aftësinë tuaj për të vlerësuar informacionin

Shikoni për më shumë mbi audiencat dhe qytetarinë globale në modulin 5.

Qasje dhe veprimtari pedagogjike

Përmbledhtas: ashtu siç është diskutuar më parë në këtë Kurikul (Pjesa 1), pedagogji të ndryshme janë të mundshme. Ju lutem ta rishikoni listën në Pjesën 1 dhe të vendosni se cilën qasje të zbatoni për veprimtaritë e sugjeruara më poshtë dhe për të tjera që ju mund të formuloni.

45 Për shembull, 1) Kodi i Etikës për Bibliotekarët dhe të tjerë Punonjës Informacioni i Federatës Ndërkombëtare të Shoqatave dhe Institucionve Bibliotekare, dhe 2) grupet e kodeve etike për arkivistët i krijuar nga Këshilli Ndërkombëtar i Arkivave apo kodet profesionale të etikës të krijuara nga vendet e ndryshme për gazetarët, të tilla si Shoqata Amerikane e Bibliotekarëve.

46 https://www.digitalcitizenship.net/nine-elements.html

- Drejtoji pjesëmarrësit për të diskutuar indekse si “Indeksi i Lirisë së Shtypit” i Freedom House[47], “Indeksi Botëror i Lirisë së Shtypit” i Reporterët pa Kufi[48], apo matës të përshtatshëm rajonal si “Afrobarometri” i medias. Nxënësi do të: 1) shpjegojë nëse ai/ajo mendon që këto indekse janë të përshtatshme apo dobishme për zhvillimin; 2) identifikojë dhe shpjegojë faktorët apo variablat që kanë ndikuar lirinë e shtypit. Kriteret e përfshira në këto indekse përfshijnë si më poshtë:
  - Shkallën e lirisë së medias së shkruar, transmetuese dhe online
  - Mjedisin ligjor të medias
  - Presionet politike që ndikojnë raportimin
  - Faktorët ekonomikë që ndikojnë aksesin në informacion
  - Përqendrimin e pronësisë së medias
  - Sulmet direkte mbi gazetarët dhe median
  - Ekzistencën e një monopoli shtetëror në media
  - Ekzistencën e censurës dhe vetëcensurimit në media
  - Vështirësitë për raportuesit e huaj
  - Mënyrën që kompanitë e komunikimeve dixhitale e kurojnë përmbajtjen e lajmeve mediatike në krahasim me përmbajtjet e tjera (p.sh. përmbajtja personale elektronike, argëtimi, etj.)
- Ka shumë organizata në botë që bëjnë fushata për të mbrojtur gazetarët. Disa janë ndërkombëtare si Mbështetja Ndërkombëtare Mediatike në Danimarkë, Neni 19 në Londër për Mbretërinë e Bashkuar në Britanisë së Madhe dhe Irlandës së Veriut, Instituti për Lirinë e Shprehjes (FXI) në Afrikën e Jugut dhe UNESCO, e cila boton çdo dy vjet Raportin e Drejtorit të Përgjithshëm mbi Sigurinë e Gazetarëve dhe Rrezikun e Pandëshkueshmërisë. Konsideroni nëse ka organizata të lirisë së shtypit në vendin tuaj dhe se si këto kanë kontribuuar në mbrojtjen e lirisë së shtypit dhe lirisë së shprehjes.
- Mësuesit duhet të japin shembuj të raportimin që paraqet paragjykim, përfshirë stereotipizime, mitformime, vulgaritete dhe imazhe grafike. Pjesëmarrësit duhet të drejtohen përmes një diskutimi mbi rëndësinë e udhëzimeve të standardizuara dhe të përgjithshme për gazetarët dhe të paraqesin një raport mbi çështjet e prezantuara në këto shembuj.
- Mësuesi mund të intervistojë ose ftojë një ombudsman (avokat populli) mediatik apo një organizatë mediatike watchdog (apo një grup të ngjashëm) për të bërë kërkime mbi kritikat dhe ankesat e përbashkëta të gabimeve të pretenduara profesionale apo etike të gazetarëve dhe/ose organizmave të lajmeve. Mësuesi i udhëheq nxënësit që të rishikojnë klauzolat e kodit etik dhe shqyrton nëse çështjet e ngritura mbulohen në mënyrë adekuate në kodet profesionale ekzistuese. Pjesëmarrësit telefonojnë mediume vendore mediatike për të kontrolluar nëse ata

47 Freedom House, https://freedomhouse.org/issues/media-freedom
48 Raportuess Without Borders, https://rsf.org/en

kanë kode etike për gazetarët e tyre. Ata mund të pyesin edhe më shumë se si po detyrohen apo implementohen këto klauzola.

- Mësuesi mund t'i drejtojë nxënësit për të bërë një inventar të mbulimit të raportimit qytetar të një ngjarje ose çështje që është mbuluar gjerësisht nga media tradicionale. Ata mund të bëjnë gabime faktike apo paragjykime.
- Nxënësit duhen drejtuar të mbajnë një ditar ose bllok shënimesh kur vëzhgimet ditore të çështjeve të lidhura me temën (p.sh. dhunimi i lirisë së shtypit / shprehjes / informimit, shembuj të praktikës joetike gazetareske) janë regjistruar për përmbledhje dhe sintezë në fund të këtij kursi.

Vlerësime dhe rekomandime

- Media log
- Detyra kursi (p.sh. vlerësime të lirisë së shtypit, kodet e sjelljes, raportimi qytetar)
- Shkrim reflektuese mbi intervistat apo këqyrjen e TV/filmave
- Pjesëmarrje në veprimtari mësimore në grup (p.sh. seminare, diskutime në grup)
- Tabela krahasuese që përmbajnë ndryshimet dhe ngjashmëritë e kodeve të ndryshme

Tema për shqyrtim të mëtejshëm

- Çështjet e qeverisjes së internetit: a duhet që kompanitë e komunikimeve dixhitale të vetë-rregullohen, bashkë-rregullohen apo të jenë subjekt i rregullimit shtetëror, dhe mbi çfarë çështjesh?
- E drejta publike për të njohur dhe parimet e lirisë së informimit: Neni 19 i Deklaratës Universale të të Drejtave të Njeriut
- Liria e informimit / shprehjes: besëlidhjet, konventat, deklaratat e kapitujt ndërkombëtar dhe ligjet kombëtare (klauzola kushtetuese; ligjet mbi shpifjen, sigurinë kombëtare)
- Ligjet dhe procedurat e aksesit të informacionit, si dhe deklaratat, kapitujt e rekomandimet
- Cili do të ishte ideali i ligjeve dhe praktikës së lirisë së informimit
- Vetërregullimi dhe avokati i medias
- Të drejtat e raportuesëve

NJËSIA 3: ÇFARË PËRBËN LAJM: EKSPLORIMI I KRITEREVE

KOHËZGJATJA: 3 ORË

Temat kryesore:

- Faktet dhe verifikimi si gurë themeli të gazetarisë dhe punës së profesionistëve të tjerë
- Faktorët apo kriteret e lajmit në vlerësimin e vlerës së lajmit apo dinjitetit për t'u quajtur lajm
- Konsiderata në bërjen e gjykimeve mbi lajmet apo në formësimit e lajmit

Objektivat mësimore

Në fund të kësaj njësie moduli mësuesit do të jenë në gjendje të:

- Përshkruajë kriteret e përdorura në vlerësimin paraprak të vlerës së lajmit apo dinjitetit për t'u quajtur lajm/informacion
- Diskutojë në mënyrë kritike parimet bazikë të bërjes së gjykimeve mbi lajmet apo në formësimin e lajmit

Zhanri i lajmit

> "Mendimi kritik nuk do të thotë që ne përçmojmë gjithçka; do të thotë që ne provojmë të dallojmë midis pretendimeve me fakte dhe atyre pa to".
>
> Gënjeshtra të Armatosura: Si të mendojmë në mënyrë kritike në një Epokë Post-Truth
> Daniel J. Levitin, 2016

Gazetarët duhet të vlerësojnë dhe t'i japin kuptim një mase të madhe përmbajtje dhe të shqyrtojnë se si ta organizojnë atë në një mënyrë që evidenton çështjet më të rëndësishme në mënyrë që të jetë e kuptueshme për audiencën që ka nivele të ndryshme të kuptuari të ngjarjeve në konsideratë. Gjykimet e përfshira do të konsiderojnë përzgjedhjen e tregime që do vlerësohen me rëndësi (dinjiteti i të quajturit lajm) dhe vendimin se si ta prezantojnë këtë informacion. Pashmangshmërisht, forma e prezantimit apo "kornizimi" do të reflektojë përvojën dhe pikëpamjet e gazetarëve dhe institucioneve të medias. Është e rëndësishme për audiencën të kuptojë se si historitë kornizohen dhe të mendojë në mënyrë kritike rreth procesit.

Qasje dhe veprimtari pedagogjike

Siç është sugjeruar më parë në këtë *Kurikul* (Pjesa 1), pedagogji të ndryshme janë të mundshme të adoptohen në implementimin e veprimtarive të sugjeruar më poshtë. Ju lutem ta rishikoni listën në Pjesën 1 dhe të vendosni se cilën qasje të zbatoni për veprimtaritë e sugjeruara më poshtë dhe për të tjera që ju mund të formuloni.

Analiza tekstuale

Mësuesi analizon dinjitetin e lajmit të secilit artikull të faqes së parë në një gazetë madhore (ose në edicionin online të saj), bazuar mbi kriteret e vlerësimit paraprak të vlerës si lajm të historisë. Kjo tipikisht përfshin faktorë si:

- Përshtatshmëria në kohë
- Impakti dhe rëndësia
- Rëndësia
- Aftësia
- Konflikti
- Interesi njerëzor
- Domosdoshmëria
- Pazakonshmëria / çuditshmëria

Përtej këtyre atributeve normuese, lajmi zgjidhet shpesh vlerën e vetë dramatike, madje dhe argëtuese. Ai zgjidhet gjithashtu bazuar mbi idetë implicite rreth “e rëndësishme për kë” dhe çfarë ka të ngjarë të jetë “impakti mbi kë”.

Më pas, ato analizojnë historitë bazuar në faktorët që merren në shqyrtim në bërjen e gjykimeve mbi lajmin dhe në formësimin e lajmit. Këto faktorë janë:

- Vërtetësia: saktësia (t’i kuptosh drejt faktet) dhe koherencën (t’u japësh kuptim fakteve)
- Përkushtimi ndaj interesit publik
- Informimi, dhe jo manipulimi, i publikut
- Plotësia apo karakteri shterues
- Diversiteti (përfshirja e lajmeve për të gjithë komunitetet, jo thjesht audiencat e targetuara)

Këto faktorë normues mund të shihen në masën në të cilët artikujt e lajmeve identifikojnë burimet e tyre, shpalosin verifikimin e përdorur (p.sh. trekëndëshimi i burimeve); transparenca e pikëpamjeve gazetareske që ndikon atë që bëjnë – si për shembull cilat fakte dhe zëra janë më të spikaturat për ta, dhe përse. Vëmendje i duhet kushtuar vendit ku vendoset artikulli, titujve dhe madhësisë së shkrimit të përdorur, bashkë me fotografitë dhe emërtimet e përfshira.

Analiza kontekstuale

Mësuesi rishikon mbulimin të një organizmi mediatike të zgjedhur/përshtatshëm mbi një temë të caktuar e një dite të caktuar, dhe krahason e kontraston këndin (që do thotë, shitjen e një pikëpamje apo perspektive të caktuar) dhe trajtimin (që do thotë, informacionin e përcjellë, burimet e pranuara, intervistat e bëra, çfarëdo mbështetje vizuale të historisë/lajmit) të të paktën dy mbulimeve nga transmetuesit.

Analiza e lajmit dhe vetëvlerësimi

Nxënësve u jepen dy lloje të ndryshme lajmesh të shkruara mbi të njëjtën temë dhe u kërkohet të shpjegojë se cili artikull është më i fortë, cili është më informues dhe se si artikulli tjetër mund të përmirësohet në termat e cilësisë informuese dhe përputhjes me zhanrit e lajmit (për kriteret e përdorura, ju lutemi t'u referoheni Analizës Tekstuale më lart).

Bëj pyetjet e mëposhtme: Si ndikojnë gjykimi redaksional dhe gjykimi i audiencës zgjedhjen e tregimeve të lajmeve për t'u botuar? Për më tepër, si i jep formë prezantimit të historisë gjykimit redaksional? Gjykimi i audiencës i jep formë prezantimit të mediumit mbi lajmet për t'i shërbyer audiencës që mbështet mediumin e lajmeve, megjithëse disa lajme përshtaten për një audiencë reklamuesish apo pronarësh – duke u shmangur në këtë mënyrë nga standardet normuese të gazetarisë.

Ushtrime në grup[49]

USHTRIM NË GRUP 1: NDAJ MENDIMET E TUA

- Përse është i rëndësishëm lajmi?
- Çfarë humbet kur gazetarët apo mediumet e lajmeve ndalohen nga raportimi i lajmit?

USHTRIM NË GRUP 2: IDENTIFIKO VLERAT QË DREJTOJNË LAJMET

- Identifiko artikullin kryesor apo titullin e historisë kryesore të një numri të caktuar të shtypur apo një platforme lajmesh online
- Identifiko vlerat e lajmit që e kanë drejtuar artikullin. Shpjego se si e ke identifikuar secilën.
- A ka vlera të shumëfishta? A e bën prania e shumë shtysave historinë më të rëndësishme apo më interesante?
- Analizo dinjitetin si lajm të vetë artikullit. A mendon se duhet të ishte botuar? Pse po ose jo?

49 Këto janë marrë nga Kurset e Komunikimit të Institutit Aziatik të Gazetarisë, 2020-2021, hppts://aijc.com.ph/

USHTRIM NË GRUP 3: BËHU REDAKTORI I VETVETES

- Mësuesi tregon një listë prej 15-20 titujsh kryesorë e më pas bën pyetjet e mëposhtme:
- Cilat janë tregimet e rëndësishme?
- Nëse ke hapësirë/kohë televizive apo radiofonike vetëm për pesë, cilat do të zgjidhje? Ju lutem të jepni arsyet e përzgjedhjes tuaj.
- Nëse do të ishe nga (a) një kanal televiziv lajmesh, (b) broadsheet, (c) tabloid, (d) program radiofonik lajmesh, (e) agjenci ndërkombëtare lajmesh, cilat histori do të zgjidhje? Zgjidh vetëm pesë.

USHTRIM NË GRUP 4: NË EPOKËN E LAJMIT PËRMES KOMPANIVE TË KOMUNIKIMEVE DIXHITALE

Mësuesi i udhëheq nxënësit të aksesojnë një tërësi artikujsh lajme nga kompanitë e komunikimeve dixhitale dhe kryen një ushtrim mbi sa më poshtë:

- Si mund të tregosh nëse lajmi është nga një burim i besueshëm?
- Cilat janë burimet e besueshme të lajmit? Pse janë ato të besueshme?
- A është lajmi i vërtetë apo i fabrikuar, por i maskuar në zhanrit e lajmit? Si mund ta kuptosh?
- A përfitojnë platformat e mediave sociale nga ky informacion i rremë? Po motorët e kërkimit?
- Në çfarë mase duhet të jenë përgjegjëse kompanitë e komunikimeve dixhitale për menaxhimin e informacionit të rremë në platformat e tyre?

Vlerësime dhe rekomandime

- Një shkrim reflektuese mbi analizën tekstuale / analizën kontekstuale / analizën e lajmit
- Pjesëmarrje në veprimtari mësimore në grup (p.sh. seminare, diskutime në klasë).

Tema për shqyrtim të mëtejshëm

- Sfondi i lajmit (ndikimet socio-kulturore, politike dhe ekonomike mbi lajmin)
- Efektet e sfondit të lajmit mbi vlerat e lajmit (shtysat) dhe procesin redaksional
- Rrjedha globale e informacionit dhe formësimi i lajmit
- Organizatat globale të mediave të lajmeve (p.sh. CNN, Al Jazeera, BBC, Deutche Welle, etj.)

NJËSIA 4: PROCESI I ZHVILLIMIT TË LAJMIT: PËRTEJ 5W DHE 1H[50]

KOHËZGJATJA: 3 ORË

Temat kryesore:

- Identifikimi i lajmeve dhe dallimi i një historie (procesi i zhvillimit të lajmit)
- Verifikimi, pavarësia dhe llogaridhënia si esenca e gazetarisë
- Kontrolli i fakteve në historitë e lajmeve

Objektivat mësimore

Në fund të kësaj njësie moduli mësuesit do të jenë në gjendje të:

- Për shkruajë procesin se si historia e lajmit zhvillohet nga ideja e historisë te mbledhja e të dhënave dhe shkrimi i lajmit
- Kuptojë parimet themelore të disiplinës së verifikimit, si e dallueshme nga gazetaria e pohimit (assertion) dhe si të zbatojmë këtë teknikë e verifikimit për të përmbushur standardet gazetareske të vërtetësisë dhe saktësisë
- Shpjegojë konceptet e pavarësisë dhe llogaridhënies si element dallues të gazetarisë
- Ilustrojë metoda dhe instrumente "fact checking"

Vizitë studimore / tur virtual në një organizatë mediatike lajmesh

> "Lajmi i ditës, kur mbërrin në zyrat e gazetës si një potpuri fakti, propagande, zhurmash, dyshimesh, idesh, shpresash e frikash, dhe një detyrë përzgjedhje dhe rreshtimi e lajmit, është një nga funksionet vërtetë të shenjta e priftërore të një demokracie"
>
> Walter Lippman (1889-1974)
> *Raportimi dhe Shkrimi i Lajmit*

Një udhëtim studimor apo një tur virtual i një zyre mediatike mund të organizohet, përfshirë një dialog me kryeredaktorin ose redaktorin më në moshë. Kjo i lejon pjesëmarrësit të vëzhgojnë procesin e zhvillimit të lajmit në nivelin e zyrës editoriale. Pjesëmarrësit do të kërkohen të përpilojnë një shkrim reflektues mbi vëzhgimet e bëra dhe mësimet e marra.

50 Pyetjet e duhura [The Right Questions] https://therightquestions.co/beyond-the-5ws-askquestions-as-a-philosopher-answer-as-a-visionary/; Shiko gjithashtu Waisbord, Silvio. (2019). The 5Ws and 1H of Digital Journalism (Shënim i përkthyesit: Në anglisht janë gjashtë përemra pyetës, 5 fillojnë me "W" dhe 1 me "H" nga të cilat autori merr emrin, por këto nuk korrespondojnë në shqip). Digital Journalism. 7. 351-358. https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1545592

Kërkimi mbi procesin (një ditë në jetën e një raportuesi lajmi)

Nxënësit shoqërojnë një raportuesi lajmesh ndërsa ai ose ajo ndjek dhe dokumenton si vijon: (a) cilat elemente të lajmit identifikohen dhe për të cilat shkruhet, krahasuar me ata që ndodh në terren (ose procesi i sitjes së të dhënave të mbledhura); dhe, (b) si dhe pse një raportues e tregoi historinë (duke i dhënë kuptim të dhënave) ashtu si e bëri. Një veprimtari alternative do të ishte një intervistë me një raportues lajmesh.

Qasje dhe veprimtari pedagogjike

Përmbledhtas: ashtu siç është diskutuar më parë në këtë Kurikul (Pjesa 1), pedagogji të ndryshme janë të mundshme. Ju lutem ta rishikoni listën në Pjesën 1 dhe të vendosni se cilën qasje të zbatoni për veprimtaritë e sugjeruara më poshtë dhe për të tjera që ju mund të formuloni.

Analizë tekstuale

- Mësuesi analizon artikuj gazetash mbi një çështje apo ngjarje madhore dhe shqyrton informacionin e ofruar. Ato shpjegojnë vlerësimin paraprak, duke konsideruar faktorët dhe procesin në "identifikimin e lajmit dhe dallimin e historisë":
    - Elementët e lajmit (5W dhe 1H: Kush? Çfarë? Kur? Ku? Përse? Si?) dhe ripërkufizimi i tyre: lajmi janë të dhëna me kuptim (kush ka të bëjë më personazhin, çfarë ka të bëjë më fabulën, kur ka të bëjë më kohën, ku ka të bëjë më vendin, pse ka të bëjë më motivin apo shkakun, si është narrativa).
    - Nocioni i lajmit është zgjeruar përgjatë viteve për të përfshirë pyetjet: "E pastaj", që nënkupton se domethënia e historisë duhet shpjeguar; "Cila është zgjidhja?", që nënkupton se lajmet mund të shkojnë përtej funksionit të rëndësishëm të evidentimit të problemeve dhe të t'i japin zë një game zgjidhjesh të mundshme.
    - Gazetaria si "tregim i qëllimshëm i historisë": gjetja e informacionit që njerëzit kanë nevojë për të jetuar jetë të mira dhe prezantimi i informacionit në një mënyrë domethënëse, të përshtatshme dhe përfshirëse.
    - A është e mundur të vlerësosh lajmin nëse u jep përgjigje pyetjeve "e pastaj" dhe "a po raportohet zgjidhja e problemit?"? Ndërsa jo të gjithë lajmet mund të përfshijnë këto elemente, duhet të ketë një shtysë të përgjithshme për të garantuar që gjithmonë e më shumë tregime ta bëjnë këtë gjë.

Mësuesi do të kontrollojë për verifikueshmërinë bazuar mbi parimet themelore të verifikimit, të cilat janë: mos shto; mos mashtro audiencën; ji sa më transparent që të jetë e mundshme për metodat dhe motivet e tua; mbështetu te raportimi yt origjinal; dhe ushtro përulësi.[51]

51 Global Media Journal African Edition 2008 Vol 2 (2), https://globalmedia.journals.ac.za/pub/article/viewFile/29/63

Mësuesi gjithashtu duhet të zbatojë të paktën një teknikë verifikimi: redaktimi skeptik, lista e kontrolleve të saktësisë, metoda e verifikimit të fakteve të supozuara, dhe rregullat përdorimit të burimit anonim si referencë që gjenden te *Elementët e Gazetarësisë* nga Kovach dhe Rosenstiel.

Produksioni

Lehtësuesi i trajnimit apo mësuesi bashkërendon me këshilltarin e burimeve shkollore (ose një stacioni transmetimi shkolle apo biblioteke) për t'i lejuar ata të vijnë më një plan për numrin e ardhshëm të një botimi/programi. Plani i numrit përfshin listën e artikujve apo historive që do të shkruhen ose prodhohen dhe bazën për përfshirjen e tyre, shtrirjen e secilës histori dhe këndet apo trajtesat e mundshme të secilës histori.

Media log

Pjesëmarrësve u kërkohet të mbajnë një ditar apo bllok shënimesh kur shkruhen vëzhgimet ditore mbi temën (p.sh, vlerat e lajmit, gjykimet e lajmit, kriteret e verifikimit, raportimi qytetar) për përmbledhje dhe sintezë në fund të kursit të studimit.

Ushtrime në grup[52]

USHTRIM NË GRUP 1: SI PRODHOHET LAJMI

Vizito një organizatë televizive lajmesh dhe intervisto personat e mëposhtëm mbi detyrat dhe përgjegjësitë e tyre përkatëse:

- Redaktorët – tryeza kryesore (radio, online, TV)
- Raportuesit – të ngarkuar sipas fushës së tyre
- Prodhuesit e segmenteve të caktuara
- Kameramanët – në terren dhe studio
- Video redaktorët (montazhierët)
- Producenti ekzekutiv
- Producenti mbikëqyrës
- Ankoruesit – lexime nga monitori
- Të tjerë: operatorët e përgjithshëm të personazheve, kërkuesit, inxhinierët dhe burimet njerëzore

USHTRIM NË GRUP 2: ANALIZA E BURIMEVE TË INFORMACIONIT

Grupi duhet të identifikojë një temë apo histori që është e disponueshme në median e shkruar apo online të lajmeve, si dhe postime publike në media sociale. Shqyrtoni pyetjet e mëposhtme:

52 Ushtrimet janë marrë nga Instituti Aziatik i Gazetarisë dhe Komunikimit.

- Bazuar mbi proceset gazetareske të verifikimit, pavarësisë dhe llogaridhënies, cili është ndryshimi midis të dyve? Shpjego.
- A ndiqte artikulli në media sociale procedurën e verifikimit? Si mund ta dish?
- A është burimi i pavarur dhe/ose autoritar? Përse?
- A ka llogaridhënie nga ana e burimit? Shpjego.

USHTRIM NË GRUP 3: VERIFIKIMI, PAVARËSIA DHE LLOGARIDHËNIA

Udhëzoji pjesëmarrësit të krahasojnë dhe kontrastojnë si më poshtë:

- Një deklaratë për shtyp të një agjencie qeveritare.
- Një artikull lajm të botuar nga një medium mediatik institucional bazuar vetëm mbi këtë deklaratë për shtyp.
- Një artikull lajm të botuar nga një medium mediatik institucional bazuar mbi deklaratën për shtyp të agjencisë qeveritare, por me një tregues të qartë nga verifikimi i gazetarit për informacionin e nxjerrë në deklaratën për shtyp si dhe burime shtesë si rezultat i procesit verifikues.

Pas analizës së këtyre tre artikujve, kërkoju pjesëmarrjeve të gjykojnë se çfarë e bën gazetarinë të ndryshme nga deklarata për shtyp që u shqyrtua më lart.

USHTRIM NË GRUP 4: FACT CHECKING

Trego një fotografi ekrani/video të një postimi të bërë viral në një platformë të medias sociale.

- Kërkoju nxënësve t'i përgjigjen nëse pretendimi ka vend për kontroll faktesh.
  - A mund të verifikohet pretendimi përmes fact check? Pse po apo jo?
  - Nëse pretendimi mund të verifikohet / fact checked, si do ta bësh? (Kërkoju nxënësve të rikujtojnë gjërat për të cilat kanë nevojë të kërkojnë kur bëjnë fact checking).
- Më pas, kërkoji nxënësve të procedojnë me procesin faktik të kontrollit të fakteve të pretendimit. Udhëzoji ata të dokumentojnë procesin hap-pas-hapi, pastaj të diskutojnë dhe ofrojnë feedback mbi mënyrën se si e kanë realizuar kërkimin e tyre.

Vlerësime dhe rekomandime

- Prodhimi i një media log
- Raporte mbi vizitën studimore, analizën tekstuale
- Ushtrime fact cheking
- Pjesëmarrja në veprimtari mësimore në grup (p.sh. seminare, diskutime në grup)

Tema për studim të mëtejshëm

Burimi i lajmit dhe teknikat e mbledhjes së lajmit (përfshirë përdorimin e TIK), ndershmëria dhe përshtatshmëria e mbulimit të lajmit.

Burime për këtë modul

Neni 19 [Article 19). (Qershor 1999). E drejta për të njohur: Parimet të Legjislacionit mbi Lirinë e Informimit, Seria e Stardardeve Ndërkombëtare [Right to Know: Principles on Freedom of Information Legislation. International Standards Series]. Parë më 27 maj 2009 në https://www.article19.org/data/files/RTI_Principles_Updated_EN.pdf

Instituti Aziatik i Gazetarisë dhe Komunikimit (2020). Krijimi i mësuesve mbështetës të edukimit për lajme: Manual trajnimi (në botim) [Developing champion teachers in news literacy: Training module (forthcoming)].

Seria e Trajnimive ASLIB: Liria e Informimit (2004) [ASLIB Training Suite. Freedom of Information]. Parë më 15 shkurt 2004 nga http://www.aslib.com/training

Bertrand, Claude-Jean. (2003). Sistemet e Etikës dhe Llogaridhënies së Medias [Media Ethics and Accountability Systems]. New York: Hampton Press.

Bradshaw, Samantha dhe P. Howard. (2019). Rendi i Dezinformimit Global 2019: Inventar i Manipulimit të Organizuar të Medias Sociale [Global Disinformation Order 2019: Global

Inventory of Organized Social Media Manipulation]. Punim i papërfunduar 2019. Projekti i Propogandës Kompjuterike, Oxford: UK.

Burgess, JTF. & Knox, EJM. (2019). Themelet e Etikës së Informacionit [Foundations of Information Ethics]. Chicago: ALA Press.

Komiteti për Mbrojtjen e Gazetarëve, http://www.cpj.org

Qytetaria Dixhitale: Nëntë Tematika të Qytetarisë Dixhitale [Digital Citizenship, Nine Themes of Digital Citizenship], https://www.digitalcitizenship.net/nine-elements.html

Dominic Ayegba Okoliko, Martinus Petrus de Wit. (2020) "Nga 'Komunikimi' në 'Përfshirje': Afro-relacioni si Kornizë Konceptuale e Komunikimit për Ndryshimet Klimatike në Afrikë [From "Communicating" to "Engagement": Afro-Relationality as a Conceptual Framework for Climate Change Communication in Africa]. Journal of Media Ethics 0:0, pages 1-15.

Dominick, J. R. (2007). Dinamikat e Komunikimit Masiv [The Dynamics of Mass Communications]. Botimi i 9-të, Boston: McGraw-Hill

Humanext. Trajnime Etike [Ethics Trainings]. (2009). Ekuilibrimi i Etikës Personale dhe Profesionale nga Ankerstar dhe Dalke (Program me udhërrëfyes trajnimi, ushtrime të riprodhueshme, handouts, raste studimi); Seminari i Arsyetimit Etik nga Dr. Louis V. Larimer (Me Profilin e Llojin e të Indikatorit dhe Manual Trajnimi [Ethical Type Indicator Profile and Training Manual]. Parë më 22 prill 2009 në http://www.newtrainingideas.com/ethics-training.html

Paketa Gjinore për Mësuesit [Gender Toolkit for Educators], http://portal.unesco.org/en/files/47654/12737402501Gender_Toolkit_for_Educators.pdf/Gender%2BToolkit%2Bfor%2BEducators.pdf

Ireton, C. & Posetti, J. (2018). Gazetaria, "fake news" dhe çinformimit: Manualt për edukimit dhe trajnimit gazetaresk [Journalism, 'fake news' & disinformation: Handbook for journalism education and training]. Paris: UNESCO.

Kovach, B. and Rosenstiel, T. (2014). Elementet e Gazetarisë: Çfarë duhet të dinë njerëzit

e lajmeve dhe ajo që publiku pret [The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect]. New York: Three Rivers Press of Random House

Mësimi i Anglishtes / Learning English. (22 maj 2018) Mësimi 2, Aftësimi për lajmet: Verifikimi, pavarësia, llogaridhënia [News literacy lesson 2: Verification, independence, accountability]. Marrë nga https://learningenglish.voanews.com/a/news-literacy-lesson-2-verification-independence-accountability/4388049.html

Levitin, D. J. (2017). Gënjeshtra të armatosura: Si të mendojmë në nënyrë kritike në epokën pas të vërtetës [Weaponized lies: How to think critically in the post-truth era], New York, NY: Dutton.

Mencher, Melvin. (2006). Raportimi dhe Shkrimi i Lajmit [News Reporting and Writing], Botimi i 10-të. Boston: McGraw-Hill

Mendel, Toby. (2008). Liria e Informimit: Njw Analizw Ligjore Krahasuese [Freedom of Information: A Comparative Legal Survey], Botimi i dytë, Paris: UNESCO, në http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001584/158450e.pdf

MIL CLICKS. Marrë nga http://m.facebook.com/MILCLICKS/&ved=2ahUKEj3KHx-zITnAhXRyYsBHQ4fDXIQFjAAegQIAxAB&usg=AOvVaw0ne6UvMTMS9c3vTBj4rN-bi&cshid=1579056787784

Ong, Jonathan Corpus dhe Jason A. Cabanes (2017). Arkitektët e Dezinformimit të Rrjetëzuar [Architects of Networked Disinformation], Rrjeti "Newton Tech4Dev" http://newtontechfordev.com/wp-content/uploads/2018/02/ARCHITECTS-OF-NETWORKED-DISINFORMATION-FULL-REPORT.pdf

Ordway, D. (2020). "E rreme e graduar": Ja cilat janë kërkimet më interesante e më të fundit mbi fake news dhe fact checking ["Rated false": Here's the most interesting new research on fake news and fact checking]. Marrë nga https://www.niemanlab.org/2020/01/rated-false-heres-the-most-interesting-new-research-on-fake-news-and-fact-checking/?fbclid=IwAR-2K6OPYxCwpU0m5IRkXJnoYPjww7u8h_UiHCZMoYOAk3ljiLTZIyb3wnso

Poynter Institute, at http://www.poynter.org

Reporterët Pa Kufi / Raportuess Sans Frontières, at http://www.rsf.org

Rosenstiel, Tom dhe A. Mitchell (red). (2003). Të mendosh qartë: Shembuj të vendimarrjes gazetareske [Thinking Clearly: Cases in Journalistic Decision-Making]. New York: Columbia University Press.

Schudson, M. (2008). Përse Demokracitë Duan një Shtyp të Padashur [Why Democracies Love an Unlovable Press] tek Ireton, C. & Posetti, J. (2018). Gazetaria, "Fake News" dhe Dezinformimi: Manualt pwr Edukimin dhe Trajnimin Gazetaresk [Journalism, 'Fake News' & Disinformation: Handbook for Journalism Education and Training]. (f. 40-41). Paris: UNESCO.

Gjendja e Mediave tw Lajmeve [State of the News Media], at http://www.journalism.org

Stony Brook Center for News Literacy Digital Resource Center. (e padatuar). Mwsimi 4: Çfarw wshtw Lajm dhe pwrse? [Lesson 4: What is news and why?]. Marrë nga https://digitalresource.center/content/lesson-4-whatnews-and-why

Stony Brook Center for News Literacy (e padatuar). V.I.A. Marrë nga Sangmum Lee

https://digitalresource.center/content/via

Sangmum Lee, Përfitimet e Teknologjisë në Edukim [Benefits of Technology in Education], TEDxYouth@BIS (burim video) https://www.youtube.com/watch?v=G1YqGeVsXTU

Ward, S.J.A. (2005). Themele Filozofike të Gazetarisë Globale [Philosophical Foundations of Global Journalism Ethics]. Journal of Mass Media Ethics 20:1, 3-21

Vëzhgimi i Vëzhguesve: Një paketë aftësimi për median dhe gjininë në Afrikën Jugore [Watching the Watchdogs: A gender and media literacy toolkit for Southern Africa], https://genderlinks.org.za/programme-web-menu/publications/watching-thewatchdogs-2009-05-28/

Po sikur të qeveriseshim nga Interneti? Përparimi i një pjesëmarrje të shumëdetyrshme në qeverisjen e Internetit [What if we all governed the Internet? Advancing multi-stakeholder participation in Internet governance], https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000259717

White, Robert A. (2010). Themelet Morale të Etikës së Medias në Afrikë [The Moral Foundations of Media Ethics in Africa], Ecquid Novi: African Journalism Studies, 31:1, 42-67, DOI: 10.1080/02560054.2010.9653411

UNESCO. (2009). Udhëzime për Transmetuesit në Promovimin e Përmbajtjes së Gjeneruar nga Përdoruesi dhe Edukimi për Median dhe Informaiconit [Guidelines for Broadcasters on Promoting User Generated Content and Media and Information Literacy]. Paris: UNESCO, http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001871/187160e.pdf

UNESCO (2018). Trende Botërore mbi Lirinë e Shprehjes dhe Zhvillimin e Medias 2017/2018 [World Trends on Freedom of Expression and Media Development 2017/2018]. https://en.unesco.org/world-media-trends

UNESCO. (2019). Rekomandimet e Beogradit mbi Draft-Standardet e Udhëzimeve për Kurikulën e Edukimit për Median dhe Informacionin [Belgrade Recommendations on Draft Standards for Media and Information Literacy Curricula Guidelines (drafti i fundit më 12 nëntor 2019)

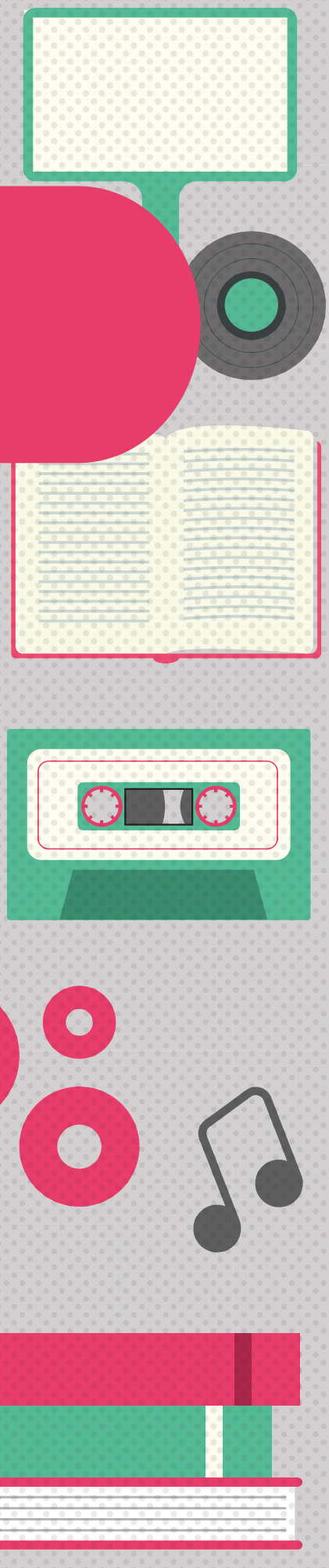
https://en.unesco.org/sites/default/files/belgrade_recommendations_on_draft_global_standards_for_mil_curricula_guidelines_12_november.pdf

UNESCO (2019). Gazetaria, fake news dhe dezinformimin: Një Manual për edukimin dhe trajnimin e gazetarisë [Journalism, fake news and disinformation: A handbook for journalism education and training].

Yonazi, E. e të tjerë (2013). eTransformo Afrikën: Përdorimi transformues i informacionit dhe teknologjive të komunikimit në Afrikë [eTransform Africa: the transformational use of information and communication technologies in Africa]. Aksesuar online në 22 tetor 2013.https://www.afdb.org/fileadmin/uploads/afdb/Documents/Publications/The_Transformational_Use_of_Information_and_Communication_Technologies_in_Africa.pdf

MODULI 3:

KËRKIMI, CIKLI I INFORMACIONIT, PËRPUNIMI I INFORMACIONIT DIXHITAL, PRONËSIA INTELEKTUALE



“Për të qenë një qytetar në shoqërinë tonë të informacionit, individët duhet të kuptojnë ciklin e informacionit, në mënyrë që të përfitojnë dhe të kontribuojnë në të, pavarësisht nëse informacioni është gojor apo i shkruar”

– Jesus Lau, 2021

SFONDI DHE ARSYEJA

Mësuesit duhet të jenë ekspozuar ndaj elementëve bazë të edukimit për median dhe informacionin (EMI) në modulin themelor 1 dhe njësitë vijuese. Qëllimi i këtij moduli është të tregojë se po kështu, kërkime të tjera dhe çështje të ciklit të informacionit janë komponentë të EMI.

Ky modul thekson blloqet ndërtuese që kontribuojnë në aftësimin tradicional për informacion. Shumë kurse përqendrohen në dhënien e njohurisë dhe jo në mësimin se si të nxësh. Sidoqoftë, theksi i shtuar mbi vlerën e EMI në edukim dhe në shoqërinë e gjerë evidenton rëndësinë që përdoruesit të jenë nxënës të aftë, të vetëdijshëm për rolin e tyre dhe vendin e variablave në ciklin informues. Ndërsa koncepti i “ciklit të informacionit” nganjëherë kufizohet te proceset e prodhimit dhe konsumimit të lajmeve mediatike, koncepti mund të jetë shumë më i gjerë – duke mbuluar se si mund të rrjedhë dhe transformohet përmbajtja brenda dhe përgjatë institucioneve dhe aktorëve të tjerë. Vlera qëndron te vëmendja mbi rrjedhat, dhe jo te një fotografim i vetëm, si dhe karakteri i pavarur i komunikimit ndërsa ai mundësohet nga ente me fuqi, shtrirje dhe influencë të ndryshme. Në rastin e EMI, e gjitha kjo implikon një nevojë për të mësuar si, brenda universit fluid të një mase përmbajtje me variabla, të njihen nevojat informuese. Më tutje, mbi këtë bazë, mënyra se si me eficensë dhe efikasitet të lokalizohet / nxirret informacioni; analizohet,

organizohet dhe vlerësohet ky informacion; dhe përdoret, vihet në zbatim, riprodhohet ky informacion për qëllimet specifike të vendimmarrjes dhe zgjidhjes së problemeve (UNESCO, 2008). Esencialisht, EMI gjithashtu përfshin aftësi bibliotekare, aftësi studiuese e kërkimi dhe aftësi teknologjike.

Çdo kërkim duhet të fillojë me një pyetje, të cilës i duhet dhënë përgjigje përmes një grumbullimi dhe analize të dhënash dhe informacioni ose për të plotësuar një nevojë për informacion.

Shkenca nuk i referohet vetëm një mase njohurie, por edhe një mënyrë të njohjes dhe nxënit. Një themel i rëndësishëm për mësimin dhe vlerësimin e shkencës është i kuptuari i nxënësve për natyrën dhe strukturën e njohurisë shkencore dhe procesit përmes të cilit ajo zhvillohet, përfshirë dhe atë si qëllim në vetvete. Për më tepër, faktet që kanë dalë nga kërkimet sugjerojnë një botë natyrore dhe aftësia e tyre për t'u angazhuar me sukses në hulumtimet shkencore ecin përpara kur ato kuptojnë se si ndërtohet njohuria shkencore.

Mësuesit duhet të fitojnë për vete dhe të zhvillojnë te nxënësit një seri kompetencash (njohuri, zotësi dhe mendësi) për të siguruar, kuptuar, përshtatur, gjeneruar, ruajtur dhe për ta prezantuar informacionin për analizë problemesh dhe vendimmarrje. Këto janë kompetenca të zbatueshme në çdo mjedis mësimdhënie dhe nxënie, qoftë ky në mjedisin edukativ, mjedisin e punëve të ndryshme ose profesionit ose për përmirësimin e vetvetes. Një mësues i aftësuar për median dhe informacionin është në gjendje të kuptojë mesazhet e burimeve të ndryshme të informacionit dhe është në gjendje të vlerësojë dhe përdorë këtë të kuptuar si duhet për të zgjidhur problemet. Mësuesi ka fituar gjithashtu aftësitë bazë bibliotekare dhe mund të maksimizojë përdorimin e burimeve dokumentare për mësim dhe ndarje informacioni. Një mësues i aftësuar për median dhe informacionin kupton dhe çmon funksionet në shoqëri të medias dhe ofruesve të tjerë të përmbajtjes, si bibliotekat, muzetë, arkivat, kompanitë e komunikimeve dixhitale dhe institucioneve edukative dhe të kërkimit që veprojnë në këtë fushë.

Ofruesit e përmbajtjes u japin individëve një shërbim të rëndësishëm për të aksesuar, dhe në disa raste, për të ruajtur informacionin e tyre. Përveç mediave, ekzistojnë burime të tjera informacioni të përdorura nga njerëzit (p.sh.

njoftime shëndetësore, raporte dhe informacioni qeveritare të komunikuara gojarisht, informalisht dhe përmes debateve publike). Këto mund të jepen në mënyrë elektronike (p.sh. si debatet zgjedhore në televizion) ose në sesione ballë-për-ballë (p.sh. takime publike bashkiake). Këto ngjarje mund të ndërmjetësohen nga media apo nga individë.

Një koncept qendror i ciklit të informacionit janë të drejtat e pronësisë intelektuale për të cilat çdo individ duhet të ketë një të kuptuar bazë. "Të drejtat e pronësisë intelektuale janë të drejta që i jepen një individi për krijimet e mendjes së tyre. Ata zakonisht u japin krijuesit të tyre të drejtën ekskluzive të përdorimit të krijimit të tij/saj për një periudhë të caktuar".[53] Ka dy aspekte kryesore të pronësisë intelektuale (PI), e drejta e kopjimit dhe të drejtat e lidhura me të drejtën e kopjimit. Kaq i rëndësishëm është ky koncept, sa Kombet e Bashkuara kanë krijuar Organizatën Botërore për të Drejtat e Pronësisë Intelektuale (OBDPI/WIPO) që përbehet nga 193 shtete. OBDPI shërben si një forum global për shërbimet PI si patentat, të drejta e kopjimit dhe markat tregtare.

Ky modul fokusohet në krijimin e një të kuptuari të ciklit të informacionit, aftësive kërkimore dhe respektit për pronësinë intelektuale në kontekstin akademik të edukimit për median dhe teknologjinë, aftësitë bibliotekare dhe ekologjinë dixhitale. Fokusi është të zgjidhja e problemeve dhe vendimmarrja në kontekstet edukative dhe angazhimeve në komunitete vendore. Ai synon të mundësojë mësuesit dhe nxënësit të kuptojnë konceptet e përmendura më lart dhe në përdorimin e një game të gjerë burimesh informative që janë në dispozicion në botën e sotme. Fitimi i këtyre aftësive do të sigurojë mundësi për një mësim gjatë gjithë jetës, duke garantuar kështu pjesëmarrjen e vazhdueshme të mësuesve dhe nxënësve në një jetë intelektuale aktive.

53 Organizata Botërore e Tregtisë, https://www.wto.org/english/tratop_e/trips_e/intel1_e.htm#:~:text=Intellectual%20property%20rights%20are%20the,a%20certain%20period%20of%20time.

NJËSITË

NJËSIA 1:
SI NDËRTOHET INFORMACIONI AKADEMIK DHE SHKENCOR

NJËSIA 2:
KËRKIMI: EKSPLORIMI STRATEGJIK I INFORMACIONIT

NJËSIA 3:
VLERËSIMI I INFORMACIONIT AKADEMIK DHE SHKENCOR

NJËSIA 4:
KONCEPTE DHE ZBATIME TË EDUKIMIT TË INFORMACIONIT

NJËSIA 5:
MJEDISI MËSIMOR DHE EDUKIMI I INFORMACIONIT

NJËSIA 6:
PËRPUNIMI I INFORMACIONIT DIXHITAL

NJËSIA 7:
PRONËSIA INTELEKTUALE DHE NJOHJA E AUTORËSISË

NJËSIA 1: SI NDËRTOHET INFORMACIONI AKADEMIK DHE SHKENCOR

KOHËZGJATJA: 4 ORË

Temat kryesore:

- Përkufizimi i shkencës
- Përkufizimi i kërkimit shkencor
- Natyra dhe struktura e shkencës
- Natyra dhe struktura e kërkimit shkencor
- Burimet e njohurisë së re

Objektivat mësimore

Për të përmirësuar të kuptuarin e:

- Domethënies së shkencës
- Domethënies së njohurisë
- Marrëdhënien midis shkencës dhe njohurisë
- Natyrën e shkencës
- Natyrën e njohurisë
- Burimet e ndryshme të njohurisë

Niveli i kompetencave të targetura në këtë njësi:

- Bazike / Hyrëse

Qasje dhe veprimtari pedagogjike

Përmbledhtas: ashtu siç është diskutuar më parë në këtë Kurikul (Pjesa 1), pedagogji të ndryshme janë të mundshme. Ju lutem ta rishikoni listën në Pjesën 1 dhe të vendosni se cilën qasje të zbatoni për veprimtaritë e sugjeruara më poshtë dhe për të tjera që ju mund të formuloni.

- Mësuesit për një kohë të gjatë kanë argumentuar që nxënësit duhet të kuptojnë se si ndërtohet njohuria shkencore. Një arsyetim që ngrihet shpesh, por që nuk është vënë në provë në mënyrë empirike, është që kuptimi i shkencës krijon një qytetari më të informuar dhe pjesëmarrje në institucionet demokratike. Kjo do të thotë që, qytetarët të cilët kuptojnë se si prodhohet njohuria shkencore do të jenë konsumatorë të kujdesshëm të pretendimeve shkencore në lidhje me çështjet shkencore me

interes publik (p.sh. ngrohja globale, ekologjia, ushqimet e modifikuara gjenetikisht, mjekësia alternative, krizat sanitare dhe përgjigjja ndaj tyre, siç janë pandemitë dhe vaksinat), edhe në kutitë e votimit edhe në jetën e përditshme.

- Një argument i dytë për të përligjur këtë qëndrim të mësuesve është që kuptimi i strukturës dhe natyrës së shkencës e bë një më të mirë në zbatimin dhe përthithjen e shkencës. Kjo do të thotë që, nëse nxënësit arrijnë ta kuptojnë shkencën si një seri praktikash që ndërtojnë modele për të shpjeguar modelin e fakteve në botën natyrore dhe që ajo që llogaritet si fakte varet në vëzhgime të kujdesshme, studime verifikuese e ndërtimin e argumenteve, atëherë ata do të kenë më shumë sukses në përpjekjet e tyre për të ndërtuar njohurinë e tyre. Vështrimi i këtyre proceseve nga larg – jo thjesht duke i vënë ato në zbatim – pasuron aftësinë e studentëve për të praktikuar shkencën.
- Me raste, njihen katër burime njohurie: intuita, autoriteti, racionale-induktive dhe empirizmi shkencor. Të katërt këto burime janë burime të mira për një hipotezë kërkimore, por empirizmi shkencor është i vetmi burim i pranuar si burim i njohurisë së re shkencore.
- Një individ mund të dallojë dy lloje kërkimi: kërkimi akademi dhe kërkimi privat. Kërkimi akademi është lloji i kërkimit zhvillohet nga universitete, akademitë dhe institucionet shkencore. Zakonisht ai kryhet nga studiues dhe profesorë. Ndërsa kërkimi privat kryhet nga bizneset dhe firmat private dhe kryesisht përdoret për zgjidhjen e problemeve të lidhura me tregti. Pavarësisht faktit ndryshimeve midis dy llojeve, ato plotësojnë njëri-tjetrin. Firmat private mund të mbështeten te studiuesit universitarë për të kryer kërkimit për ta dhe ata përdorimin gjithashtu kërkimet akademike të kryera në universitete. Sidoqoftë, kjo mund të ngrejë çështje rreth investimit publik të kërkimit vis-a-vis dhe përdorimit të akademisë dhe angazhimit të studiuesve akademikë për interesa dhe përfitime private. Çështje etike mund të dalin edhe kur firmat private financojnë kërkimin akademik.
- Për të kuptuar llojin e aftësive që duhet për të kryer kërkime, ne mund të mësojmë nga karakteristikat e kërkimit shkencor. Kërkimi shkencor shpesh dallohet në mënyrë normative nga llojet e tjera të kërkimit nga gjashtë karakteristika të rëndësishme: publiku i tij, objektivi, sistemimi, kumulative, empirizmi dhe parashikimi.
- Dy kategori madhore të kërkimit shkencor mund të dallohen, (1) kërkimi sasior, (2) kërkimi cilësor. Edhe kërkimi sasior dhe ai cilësor përdorin metoda si sondimi, analiza e përmbajtjes, diskutimi me grupe të fokusuara, intervistat (e strukturuara, gjysmë të strukturuara apo të hapura), vëzhgimi dhe raste e studimit. Secila metodë përdor instrumente të ndryshme në grumbullimin e të dhënave. Për shembull, pyetësori një instrument i grumbullimit të të dhënave që përdoret për sondim dhe fleta e analizës së përmbajtjes për të grumbulluar të dhëna për analizën e përmbajtjes.
- Procesi kërkimor kërkon informacion të besueshëm. Kjo sjell domosdoshmërinë e aftësive adekuate për të gjetur burime të përshtatshme informacioni.
- Shkenca grumbullon të dhëna, organizon dhe analizon ato të në një mënyrë që garanton se mund të sigurojë një informacion kuptimplotë dhe mund të funksionojë si themel për njohurinë.

- Mësuesit duhet të garantojnë ndërveprimin me nxënësit në administrimin e veprimtarive nën këtë njësi dhe t'i drejtojnë ata për të dhënë shembuj të:
  - Kuptimit të shkencës
  - Kuptimit të kërkimit shkencor
  - Marrëdhënies midis shkencës dhe njohurisë
  - Natyrën dhe strukturën e shkencës
  - Natyrën dhe strukturën e njohurisë
  - Burime të ndryshme të njohurisë së re

Vlerësime dhe rekomandime

- Provime me shkrim
- Ese, refleksione dhe punime reaguese ndaj leksioneve, rasteve të studimit, prezantimeve / këqyrjeve audiovizive
- Pjesëmarrje në veprimtari mësimore në grup
- Prodhimi i materialeve informuese-edukuese-komunikuese (për shembull, posterat, broshurat, infografikat, kartat e mediave sociale, vlogjet).
- Detyrat e kursit
- Tregimet / raportet investigative

Tema për konsideratë të mëtejshme:

- Artikulimi i hipotezave, ligjeve apo modeleve
- Mendimi deduktiv
- Analiza e diskursit

NJËSIA 2: KËRKIMI: EKSPLORIM STRATEGJIK I INFORMACIONIT

KOHËZGJATJA: 4 ORË

Temat kryesore:

- Faktorë për ngushtimin dhe fokusimin e kërkimit tuaj për informacion
- Fjalë kyçe për të prezantuar nevojat tuaja të kërkimit për informacion
- Operatorët "boolean" dhe komanda të tjera kufizuese në kërkim
- Shortcut-et (shkurtimet) në motorët e kërkimit për fituar kohë

Objektivat mësimore

Në fund të kësaj njësie mësuesit do të jenë në gjendje të:

- Krijojnë një strategji eficente për kërkimin e informacionit
- Të mësojnë si të përdorin komandat e kërkimit në baza të dhënash
- Filtrojnë rezultatet informative të prodhuara nga motorët e kërkimit

Niveli i kompetencave të targetura në këtë njësi:

- Bazike

Kërkimi dhe zbulimi

Bollëku i përmbajtjes së disponueshme do të thotë që informacioni që kërkohet jo gjithmonë është lehtësisht i aksesueshëm, duke qenë së është i organizuar në mënyra të ndryshme në baza të dhënash, depozitues, repertorë, biblioteka, qendra informacioni të cilat janë shpesh të organizuar në mënyrë individuale. Prandaj, kur kërkon për informacion, ka një nevojë për të zhvilluar strategji për të eksploruar dhe gjetur informacioni ose të dhëna të përshtatshme. Disa ofrues burimesh, si bibliotekat, kanë mënyra të standardizuara për të klasifikuar dhe kataloguar artikujt informativ që e bëjnë më të lehtë kërkimin. Sidoqoftë, ato që prodhohen dhe ruhen nga ofrues të tjerë, të tilla si faqet e internetit, mund të përdorin një mori metodash organizative informacioni që e bën të vështirë për të kërkuar, lokalizuar dhe nxjerrë atë që është e përshtatshme.

Komandat kryesore për të nxjerrë produkte të përshtatshme nga bazat e të dhënave – përfshirë kërkimet e përgjithshme në internet, qoftë përmes një motori special kërkimi apo një media sociale apo shërbime ecommerce – përdorin operatorët boolean: AND, OR, NOT. Përdorimi i këtyre fjalëve në kërkim, do të eliminonte rezultate të papërshtatshme dhe të kursente kohë dhe përpjekje. Motorët e kërkimit përdorin delimitimues kërkimi për të të ndihmuar të gjesh atë që ke nevojë me minimumin e burimeve të papërshtatshme.

Një mënyrë e mirë për të mësuar operatorët Boolean është duke i praktikuar ato. Kërkoju nxënësve të zgjedhin ty tema të lidhura (qoftë historike apo aktuale), për shembull një virus apo vaksinë, dhe mënyrën se si ato kanë ndikuar vendin tuaj pozitivisht dhe negativisht. Nxënësit më pas zbatojnë operatorë Boolean në kërkimin për informacion mbi këto tema qoftë në një motor kërkimi apo një bazë të dhënash biblioteka, duke përdorur udhëzimet e mëposhtme, përshtatur nga “Database Tips” të Bibliotekave të Institutit Teknologjik të Masaçusetsit (MIT), ku mund të gjesh edhe informacion rreth përdorimin të operatorëve të tjerë të kërkimit.

Qasje dhe veprimtari pedagogjike

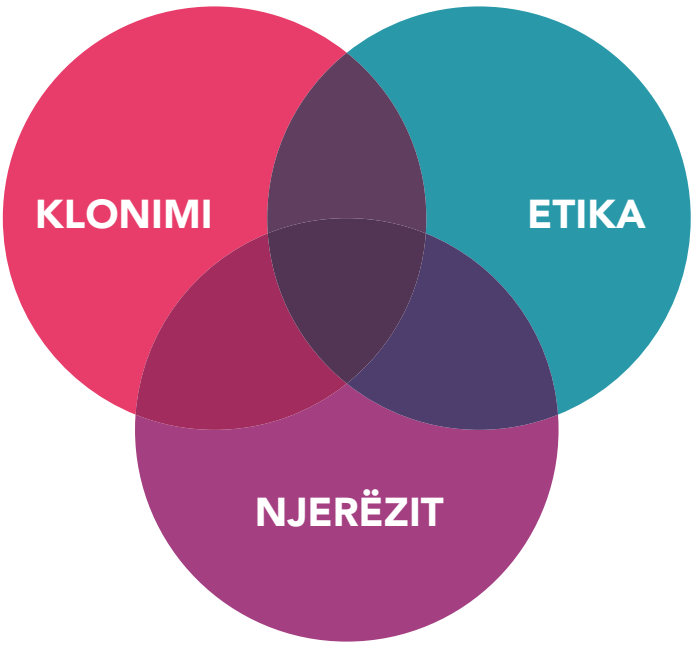
Përmbledhtas: ashtu siç është diskutuar më parë në këtë *Kurikul* (Pjesa 1), pedagogji të ndryshme janë të mundshme. Ju lutem ta rishikoni listën në *Pjesën 1* dhe të vendosni se cilën qasje të zbatoni për veprimtaritë e sugjeruara më poshtë dhe për të tjera që ju mund të formuloni.

1. Përdorimi i operatorit boolean AND (dhe) për të kombinuar tema, vende dhe data

Përdor AND në kërkimin tuaj për:

- Të ngushtuar rezultatet e tua
- T'i treguar bazës së të dhënave që të gjithë termat e përkufizuar të kërkimit duhet të jenë të pranishëm në rezultatet e regjistruara
- Shembull: klonimi AND njerëzit AND etika

Trekëndëshi në qendër ngjyrë lejla në mes të diagramit të Venit më poshtë përfaqëson tërësinë e rezultateve për këtë kërkim. Është një seri e vogël që përdor AND dhe prodhon kombinimin e të treja fjalëve të kërkimit



Duhet të vihet re që në shumë, por jo në të gjitha bazat e të dhënave, AND nënkuptohet.

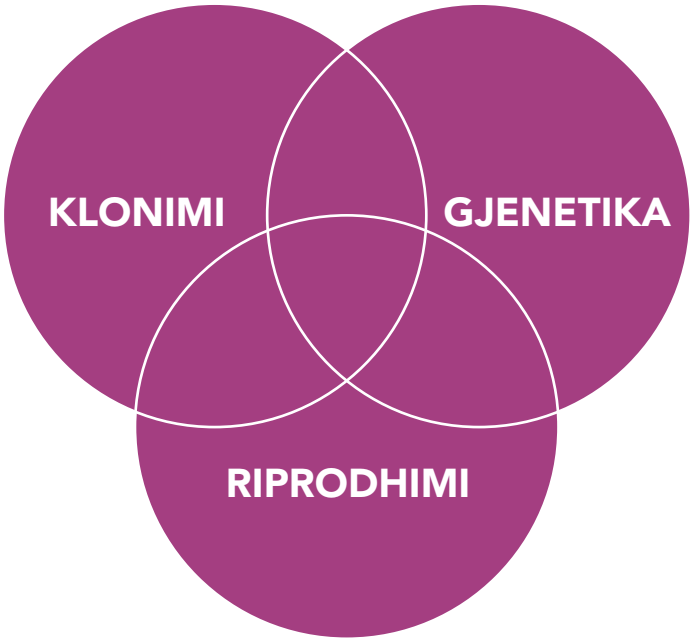
- Për shembull, Google në mënyrë automatike e vendos AND midis termave të kërkimit. Megjithëse termat e kërkimit janë të përfshira në rezultate, ato mund të mos jenë të lidhura bashkë në mënyrën që i dëshiron ti
- Për shembull, ky kërkim: ankthi i provimit te studentët universitarë përkthehet në: ankthi AND i AND provimit AND te AND studentët AND universitarë. Fjalët mund të shfaqen individualisht përgjatë rezultateve të kërkimit.
- Ju mund të kërkoni duke përdorur fraza për t'i bërë rezultatet tuaja të kërkimit më specifike
- Për shembull: "studentët universitarë" AND "ankthi i provimit". Në këtë mënyrë, rezultatet do të korrespondojnë më mirë me informacionin që po kërkoni.

2. Përdorimi i OR për të kombinuar temën me informacione të tjera si vendi dhe data.

Përdor OR në një kërkim që:

- Lidhësh dy ose më shumë koncepte të ngjashme (sinonime)
- Zgjeroji rezultatet e tua, duke i thënë bazës së të dhënave që ANY (secila) nga termat e tua të kërkimit mund të jenë të pranishme në rezultatet e regjistruara
- Shembull: klonimi OR gjenetika OR riprodhimi

Të tre rrathët përfaqësojnë serinë e rezultateve për këtë kërkim, Është një seri e madhe sepse cilado fjalë është e vlefshme kur përdor operatorin OR.



3. Përdorimi i NOT për të kombinuar temën, vendin dhe datën

Përdor NOT në kërkimin tuaj që:

- Të përjashtojë fjalë nga kërkimi juaj
- Të ngushtojë kërkimin tuaj, duke i thënë bazës së të dhënave të shpërfillë koncepte që mund të nënkuptohen në termat e tu të kërkimit
- Shembull: “klonimi NOT dele”

4. Radha e kërkimit

Bazat e të dhënave ndjekin komanda që shtypni ju dhe ju përgjigjen me rezultate bazuar mbi këto komanda. Ji i vetëdijshëm i rendit logjik në të cilin lidhen fjalët kur përdor operatorë Boolean:

- Bazat e të dhënave zakonisht njohin AND si operatori primar dhe do t’i lidhin konceptet me AND dhe fillimisht bashkë

- Nëse përdorni një kombinim të operatorëve AND dhe OR në një kërkim, mbylli fjalët që duhen “OSE-zuar” bashkë në kllapa

Shembuj:

- Etika AND (klonimi OR reproductive techniques)
- (Etika* OR moral*) AND (bioinxhineria OR klonimi)

5. Operatorët e kërkimit Google (merrni në shqyrtim dhe motorë të tjerë si DuckDuckGo, Baidu, Yandex, Ecosia, etj.)

Një instrument më i përparuar kërkimi është Google Search Operators (2020). Ju mund t’i gruponi nxënësit në skuadra për të përdorur operatorët për të kërkuar tema specifike. Kërkoni për këtë temë duke përdoru gjashtë kategoritë e listuara në tabelat më poshtë. Secila skuadër mundet t’i caktohet detyra e prezantimit të avantazheve të përdorimit të këtyre operatorëve kërkimi për të ngushtuar rezultatet e kërkimit dhe për të nxjerrë rezultate më efikase nga kërkimi juaj. Tabela e mëposhtme liston gjashtë kategori. Hyperlink shoqëruese të çojnë te faqen e internetit kur mund të marrësh informacionin e plotë se si të përdorësh këta operatorë kërkimi.

TABELA 3:1 OPERATORËT GOOGLE TË KËRKIMIT

SHËRBIMI I KËRKIMIT	OPERATORËT E KËRKIMIT
Kërkim ueb	allinanchor:, allintext:, allintitle:, allinurl:, cache:, define:, filetype:, id:, inanchor:, info:, intext:, intitle:, inurl:, link:, related:, site:
Kërkim imazhi	allintitle:, allinurl:, filetype:, inurl:, intitle:, site:
Grupe	allintext:, allintitle:, author:, group:, insubject:, intext:, intitle:
Direktori	allintext:, allintitle:, allinurl:, ext:, filetype:, intext:, intitle:, inurl:
Lajme	allintext:, allintitle:, allinurl:, intext:, intitle:, inurl:, location:, source:
Kërkim produkti	allintext:, allintitle:

6. Rast studimor

Vende të ndryshme kanë rregullime të ndryshme për reklamën. Gjej një kompani të medias sociale ose një kompani të motorëve të kërkimit në vende të ndryshme dhe bëj një kërkim për rregullat e reklamimit në vendet përkatëse. Heto nëse kompania e medias sociale apo motorit të kërkimit respekton rregullat e ndryshme në vendet përkatëse, dhe diskuto çështjet të tilla si a) konflikti midis të ardhurave dhe interesit publik, b) çështjet etike midis të ardhurave dhe privatësisë, c) përgjigjja publike ndaj a) dhe b) në vende të ndryshme.

7. Praktikë me kërkimin me instrumente të tjerë kufizues

Duke përdorur internetin dhe operatorët e kërkimit, hetoni rregullat që ekzistojnë në rajonin tuaj për industrinë e reklamave. Identifikoni se ku gjenden rregullimet dhe

sa i aksesueshëm është informacioni për qytetarët që kanë nevojë ta aksesojnë këtë informacion. Identifiko se cilët individë apo grupe i kanë krijuar këto rregullime. Përmblidh fushat kryesore që janë mbuluar nga rregullimet dhe shpjego qëllimin e tyre. Shpjego se si këto rregullime mbështesin interesat e qytetarëve dhe konsumatorëve të kësaj industrie. Në rastet kur një reklamë dhunon rregullat, heto mbi ndihmën që mund t'u ofrohet konsumatorëve. Shiko më shumë mbi reklamën në modulin 10.

Vlerësime dhe rekomandime

- Provime me shkrim
- Ese, refleksione dhe punime reaguese ndaj leksioneve, rasteve të studimit, prezantimeve / këqyrjeve audiovizive
- Pjesëmarrje në veprimtari mësimore në grup
- Prodhimi i materialeve informuese-edukuese-komunikuese (për shembull, posterat, broshurat, infografikat, kartat e mediave sociale, vlogjet).
- Detyrat e kursit
- Tregimet / raportet investigative

Tema për shqyrtim të mëtejshëm

- Artikulimi i hipotezave, ligjeve apo modeleve.
- Kërkimi në katalogët e bibliotekave.
- Vlerësimi paraprak i kredibilitetit të uebit.

NJËSIA 3: VLERËSIMI I INFORMACIONIT AKADEMIK DHE SHKENCOR

KOHËZGJATJA: 4 ORË

Temat kryesore:

- Vlerësimi i parimeve të informacionit akademik dhe shkencor
- Vlerësimi i kritereve për burimet kryesore të informacionit

Objektivat mësimore

Në fund të kësaj njësie mësuesit do të jenë në gjendje të:

- Kuptojë llojet e ndryshme të kërkimit që gjenerojnë informacion dhe njohuri
- Vlerësimi paraprak i përshtatshmërisë dhe besueshmërisë
- Vlerësoni llojet kryesore të informacionit
- Llojet e burimeve

Niveli i kompetencave të targetura në këtë njësi:

- Bazike

Qasje dhe veprimtari pedagogjike

Përmbledhtas: ashtu siç është diskutuar më parë në këtë Kurikul (Pjesa 1), pedagogji të ndryshme janë të mundshme. Ju lutem ta rishikoni listën në Pjesën 1 dhe të vendosni se cilën qasje të zbatoni për veprimtaritë e sugjeruara më poshtë dhe për të tjera që ju mund të formuloni.

- Informacioni ndahet përgjithësisht në burime parësore, dytësore dhe tretësore. Çdo produkt kërkimi si artikull në revistë shkencore, tezë, raport kërkimi dhe produkte të dorës së parë konsiderohen si burime parësore duke qenë se prezanton të dhëna origjinale (përfshirë statistika, patenta, etj.). Burimet dytësore janë përgjithësisht botime përmbajtja e të cilave krijon abstrakte, citon ose përmbledh informacionin primar, në një libër, revistë shkencore, por edhe në artikuj shkencor apo gazetaresk. Një burim terciar është në normalisht një përpilim i këtyre burimeve si bibliografia, një bazë të dhënash, enciklopedi, etj. Cilido qoftë burimi i përdorur, ju duhet të përdorni vlerësim kritik nëse objektivi i kërkimit tuaj është vendimmarrja, por edhe nëse po lexoni në kohë të lirë.
- Vlerësimi i informacionit kërkon një proces kritik për të identifikuar origjinalitetin, besueshmërinë dhe përshtatshmërinë e informacionit. Kjo përfshin se sa i përditësuar/fundit është informacioni, si dhe mbulimi gjeografik dhe i temës. Besueshmëria e informacionit nënkupton vlerësimin e elementëve të mëposhtëm: autori, titulli, botuesi, vendi, data, një pamje të tabelës së përmbajtjes dhe bibliografisë. Këto elemente ekzistojnë nën emra të ndryshëm për monografi (libra, teza, raporte, pamflete), si dhe seri botimesh (revista shkencore, revista, vjetarë, punime konferencash), burime ueb (faqe ueb, masmedia, fjalime, postime, etj) si dhe lloje të ndryshme si patenta, standarde dhe mesazhe masmedia. Burimet kryesore akademike në mjediset mësimore dhe në akademi janë revistat shkencore dhe librat.

Më poshtë keni një shembull se si vlerësohet përshtatshmëria e një burimi kur kërkohet informacion specifik:

1. *Titulli.* Elementi i parë për të kontrolluar është titulli. A tregon përshtatshmëri ndaj nevojave të tua për informacion? A të motivon për të lexuar? Një titull i mirë përshkruan përmbajtjen e këtij botimi.
2. *Autori.* Rishiko peshën autoritare të autorit (apo autorëve), që do të thotë sa shumë njohuri dhe ekspertizë kanë treguar në botimet e mëparshme apo produkteve kërkimore. Përkatësia e autorit në organizma të caktuar është një tjetër faktor për të konsideruar duke qenë se të jep një vështrim në thellësi të paragjykimeve të mundshme të autorit.
3. *Botuesi*. Kontrollo botuesin që ka nxjerrë botimin. Nëse botuesi është një kompani apo organizatë e mirëstabilizuar (për shembull një tregtare, qendër kërkimore, universitet apo trupë qeveritare), botimi ka të ngjarë të ketë kaluar nëpër një proces

të gjatë redaktorial për përfshin redaktim nga kolegë/specialistë të fushës, vlerësim për përmbajtje dhe stil. Një burim më pak i besueshëm do të ishte, për shembull, një libër i vetë-botuar.

4. *Faza e dytë – shqyrto parapraket.* Pasi autori dhe titulli janë vlerësuar, në monografi dhe seri, kontrollo për datën, shko te seksioni paraprak i botimit, siç është tabela e përmbajtjes dhe bibliografia. Këto elementë do të të japin një ide më të mirë rreth përshtatshmërisë së këtij materiali në punën tuaj.

5. *Faza e katërt – shqyrto përmbajtjen.* Lexo hyrjen dhe përfundimet, plus shqyrto kapituj apo seksionet e artikullit. Kur lexon produkte kërkimi, është e rëndësishme të kontrollohet metodologjia aty ku është e përshtatshme, duke vëzhguar një pjesë më të madhe, janë në vetvete elementë të metodologjisë së kërkimit.

- Vlerësimi i elementëve të lartpërmendur mund të kontrollohet online duke përdorur një motor kërkimi. Një vlerësim i tillë i kryqëzuar mund të jenë domosdoshmëri për botimet që përmbajnë bazën e vendimeve tuaja për kërkim ose vendimmarrje. Ndërsa familjarizohesh me temën tuaj, do të jetë më e lehtë për të vlerësuar përshtatshmërinë dhe besueshmërinë e burimeve.

- Gjetja e burimeve të duhura kërkon aftësi për të lokalizuar dhe rikuperuar informacion që duhet vlerësuar për të identifikuar vlefshmërinë e temës, mbulimit gjeografik dhe përshtatshmërinë bashkëkohore, ndër faktorët e tjerë, siç janë përmendur më lart. Informacioni normalisht gjenerohet pas një procesi të gjatë. Informacioni i lëshuar nga institucionet akademike dhe shkencore, apo të dhënat qeveritare kalojnë nëpër procese verifikimi, të tilla si redaktimi në rastin e librave dhe rishikimit nga kolegë/specialistë për artikujt e revistave shkencore. Kontribuuesit publikohen në gjithfarë llojesh monografish dhe botime seriale. Botimet më cilësi më të lartë janë shpesh pjesë e revistave shkencore me abonim dhe indeksohen dhe shpërndahen përmes databazash që kanë një kosto të lartë abonimi. Përveç, bazave të të dhënave me abonim me pagesë për të aksesuar revistat shkencore, e-books dhe lloje të tjera materialesh, përfshirë informacionin tregtar si patentat dhe standardet, ka botime me akses të hapur, të cilat po fitojnë rëndësi.

- Depot me akses të hapur përpilohen nga universitetet, organizatat e njohurisë dhe qeveritë. Ekzistojnë depo institucionale, rajonale, kombëtare dhe madje ndërkombëtare që ndërtohen nën standardet ndërkombëtare të pajtueshmërisë. Bibliotekat, qofshin ato akademike, publike, shkollore, dhe veçanërisht kombëtare, janë, nga ana tjetër, burimet më të mira të informacionit cilësor duke qenë se i marrin, organizojnë dhe shpërndajnë ato te komunitetet e tyre dhe veprojnë si gatekeeper për aksesin e informacionit të hapur dhe relevant të disponueshëm në Internet, duke qenë se kanë shërbime reference që sigurojnë udhëzim dhe asistencë të informacionit për përdoruesit.

Ushtrime mësimore

Mësuesit mund t'u kërkojnë nxënësve të zhvillojnë veprimtari mësimore që mund t'u garantojnë studentëve të vlerësojnë në mënyrë kritike përmbajtjen nga burime të ndryshme si:

1. **Librat.** Kërkoju pjesëmarrësve të gjejnë tre libra mbi një temë të përzgjedhur prej tyre dhe t'i vlerësojnë ato duke përdorur kriteret e përshkruara.
2. **Artikuj të revistave shkencore.** Grupoji pjesëmarrësit në skuadra dhe drejtoi ata të identifikojnë një problem në komunitetin e tyre. Ata duhet të gjejnë tre artikujt akademi që përmbushin kriteret e besueshmërisë të përshkruara. Artikujt mund të sugjerojnë zgjidhje të pjesshme ose, mundësisht, të plota, për problemet e komunitetit. Kërkoju nxënësve të shkruajnë se përse artikujt e përzgjedhur janë të besueshëm.
3. **Autorët** që janë drejtues në fushën e tyre, në kushte normale, kanë disa botime. Drejtoji nxënësit të identifikojnë për shembull një fitues të Çmimit Nobel, të bëjnë kërkim për botimet e tyre, dhe të vlerësojnë se cilat janë më prestigjiozët në lidhje me botuesin, redaktorin dhe institucionin që i përkasin.
4. **Botuesit**. Drejtoji nxënësit të identifikojnë se cilët janë botuesit më të mirënjohur në një fushë të caktuar, të zgjedhur nga ata. Sa më specifike të jetë tema, aq më pak botues të specializuar mund të ketë.
5. **Topologjia e medias dhe informacionit.** Bëj një kërkim për të identifikuar se sa kategori dhe lloje parësore, dytësore dhe tretësore të medias dhe informacionit ka. Renditi nga 1 në 10 secilën kategori apo lloj të medias dhe informacionit të gjetur sipas besueshmërisë, për shembull, të redaktimit të kolegëve/specialistëve apo proceseve editoriale nëpër të cilat kalojnë.

Vlerësime dhe rekomandime

- Provime me shkrim
- Ese, refleksione dhe punime reaguese ndaj leksioneve, rasteve të studimit, prezantimeve / këqyrjeve audiovizive
- Pjesëmarrje në veprimtari mësimore në grup
- Prodhimi i materialeve informuese-edukuese-komunikuese (për shembull, posterat, broshurat, infografikat, kartat e mediave sociale, vlogjet).
- Detyrat e kursit
- Tregimet / raportet investigative

Tema për shqyrtim të mëtejshëm

- Zhvillimi i një rishikimi literature
- Teknika të analizës së të dhënave
- Dallimi i modeleve apo trendeve në gjetjet e kërkimit

NJËSIA 4: KONCEPTE DHE ZBATIME TË EDUKIMIT TË INFORMACIONIT

KOHËZGJATJA: 2 ORË

Temat kryesore:

- Hyrje në informacion dhe edukimin për informacionin
- Koncepte kyçe të edukimit për informacion
- Impakti i informacionit mbi shoqëritë dhe aftësi të reja
- Standarde dhe zbatime të edukimit për informacionin
- Fazat e edukimit për informacionin

Objektivat mësimore

Në fund të kësaj njësie mësuesit do të jenë në gjendje të:

- Përshkruajnë rolin dhe rëndësinë e informacionit dhe nevojat për aftësitë e edukimit për informacionin dhe shoqëritë e njohurisë
- Demonstrojë të kuptuar të fazave/elementeve madhorë të edukimit për informacionin që gjejnë zbatim në të gjitha hapësirat
- Identifikojë dhe eksplorojë burimet e përgjithshme të informacionit (të shtypura dhe elektronike)
- Analizojë standardet e edukimit për informacion
- Identifikojë dhe diskutojë përdorime etike dhe të përgjegjshme të instrumenteve dhe burimeve të informacionit

Koncepte

Termat "informacion", "edukim për informacionin", "TIK-e" dhe "zotësi kyçe" për shekullin e 21-të përdoren shpesh në diskutimet mbi informacionit dhe shoqëritë e njohurisë. Qytetarët kërkojnë kompetenca të reja (njohuri, zotësi dhe mendësi) që të marrin pjesë. Një kuptim i këtyre termave është i domosdoshëm përpara angazhimit në trajnim dhe duhet të fillojë së pari me një të kuptuar të qartë të konceptit të informacionit. Shiko Pjesën 1, Korniza Kurikulare dhe Konceptuale dhe Modulin 1 të kësaj kurikule për më shumë informacion se si janë termat e lartpërmenduara lidhen aftësimin për median, aftësimin dixhitale, aftësimin për mediat sociale, aftësimin mbi bibliotekat dhe terma të tjerë që UNESCO grupon nën ombrellën e edukimit për median dhe informacionin.

Përkufizimi i informacionit

Diskutoni përkufizimet e mëposhtme të informacionit:

- Informacioni janë të dhëna të cilat janë grumbulluar, përpunuar dhe interpretuar që të mund të prezantohen në një formë të përdorshme/dobishme.

- Informacioni është “ajo që na ndryshon” (Staffor Beer, 1979).
- Informacioni është ajo që prek ndërgjegjen e individëve dhe kontribuon në njohurinë e tyre (Blokdjik dhe Blokdjik, 1987).
- “Informacioni janë të dhëna që janë përpunuar në një formë që është kuptimplotë për marrësin dhe që ka vlerë reale ose të perceptuar në veprimet apo vendimet aktuale ose prospektive” (Davis dhe Olsen, 1984).

Çfarë kanë të përbashkët këto përkufizime? A mendoni se ato janë (të përshtatshme) relevante në shekullin e 21-të? Bëni kërkim për përkufizime të tjera të informacionit. A mund të ofrojnë këto përkufizime një përshkrim më të gjerë të termit? Vini re që informacioni vetë mund të shërbejë si e dhënë, që do të thotë që më tej mund të përpunohet në më shumë informacion, i cili, nëse vihet në përdorim, bëhet njohuri.

Qasje dhe veprimtari pedagogjike

Përmbledhtas: ashtu siç është diskutuar më parë në këtë Kurikul (Pjesa 1), pedagogji të ndryshme janë të mundshme. Ju lutem ta rishikoni listën në Pjesën 1 dhe të vendosni se cilën qasje të zbatoni për veprimtaritë e sugjeruara më poshtë dhe për të tjera që ju mund të formuloni.

- Përkufizoni “mendimin kritik”. Diskutoni rolin e analizës, sintezës dhe vlerësimin të informacionit në mendimin kritik. Prezantoni një rast kuptimplotë dhe të vlefshëm në kontekstin e jetës së përditshme të nxënësve.
- Përkufizo termi “mbingarkesë informacioni” (information overload) dhe lidheni atë me konceptin e “infodemisë” kur njerëzit luftojnë të dallojnë informacionin nga përmbajtja çinformuese.

Fazat/elementët e edukimit për informacionin përfshijnë:

  - Identifikimin / njohjen e nevojave për informacion
  - Përcaktimin e burimeve të informacionit
  - Lokalizimin ose kërkimin për informacion
  - Analizimin dhe vlerësimin e cilësisë së informacionit
  - Organizimin, ruajtjen dhe arkivimit e informacionit
  - Përdorimin e informacionit në një mënyrë etike, eficente dhe efikase
  - Krijimin dhe komunikimin e njohurisë së re
- Diskutoni, në përgjithësi, fazat / elementet e edukimit për informacion (Shikoni Woody Horton Jr., 2007, Të Kuptojmë Edukimin për Informacionin – një abetare [Understanding Information Literacy – a Primer], Paris: UNESCO, f. 9-13 dhe Aneksin B).
- Kërkoju pjesëmarrësve që të përgatisin një listë kontrolluese të zotësive bazë të secilës fazë / element të procesit të edukimit për informacion. Si gjen kjo zbatim në kontekstet e ndryshme të zgjidhjes së problemeve? Si do ta identifikoje dhe përkufizoje saktë informacionin e duhur për zgjidhjen e një problemi ose marrjen e një vendimi specifik (p.sh. “informacion i kështillave financiare që duhen për të trajtuar një problem financiar”)?

- Burimet e informacionit mund të kategorizohen në tri grupime të gjera: burime parësore, dytësore dhe tretësore. Përshkruani këto burime informacioni për mësuesit dhe jepuni atyre shembuj të këtyre burimeve.

Shoqëritë e Informacionit dhe Shoqëritë e Njohurisë

- Ka një ndryshim domethënës në mënyrën se si funksion bota sot. Rritja e shpejtë teknologjike ka mundësuar informacionin dhe njohurinë për t'u bërë motori i jetës ekonomike, shoqërore, politike dhe kulturore. Nga ky fenomen ka dalë ajo që është quajtur "shoqëria e informacionit", me objektivin që ajo të bëhet "shoqëritë e njohurisë/njohjes".
    - Bëni një kërkim në bibliotekën tuaj apo në internet për termin "shoqëria e informacionit". Përshkruaj supozimet kryesore që shtrihen poshtë shoqërisë së informacionit. Diskutoni përshtatshmërinë e këtyre supozimeve në jetë dhe nxënie në shoqërinë e sotme. Bëni të njëjtën gjë me termin "shoqëria e njohurisë". Vini re se UNESCO e përdor këtë term në shumës për të reflektuar diversitetin. Cilat janë disa nga ngjashmëritë apo ndryshimet e perceptuara midis dy koncepteve, nëse ka?
    - Kërkoju mësuesve dhe nxënësve të shkruajnë atë që ata mendojnë se edukimin për informacion, përfshirë zotësitë bibliotekare, përfshin, bazuar mbi njohurinë e tyre. Ata duhet të listojnë të paktën pesë arsye se përse pasja e këtyre zotësive është e volitshme për të lundruar shoqërinë e sotme të informacionit.
    - Kërkoju mësuesve të vizatojnë një diagramë me shënimet përkatëse për të përshkruar marrëdhënien midis informacionit, shoqërisë së informacionit, TIK-eve, mbingarkesës së informacionit dhe edukimit për median dhe informacionin (EMI). Diskutoni mbi zgjedhjen e diagramës së përdorur dhe si vendosën vendndodhjen e koncepteve të ndryshme në pozicionet që i vendosën.
    - Diskutoni me mësuesit dhe nxënësit se si niveli i edukimit për informacion ndryshon / rritet gjatë jetëgjatësisë tonë, veçanërisht nga niveli universitar në atë pasuniversitar dhe profesional (në kontekstin e edukimit përgjatë gjithë jetës). Diskutoni ciklin e informacionit dhe njohurisë. Analizoni rolin, funksionet dhe llogaridhënien e ofruesve të përmbajtjes në shoqëri. Diskutoni se si zotësitë për edukimin për informacionin mund të zhvillohen përmes përdorimit të TIK-eve.
    - Përshkruani se çfarë e bën një nxënës të edukuar për informacionin.
    - Krahaso dhe kontrasto se si lloje të ndryshme informacioni gjenerohen, karakteristikat e përbashkëta dhe përdorimet e vlerën e tyre për shëndetin e mirëqenien, në shoqërinë civile, në sektorin edukativ dhe për veprimtarinë e punës dhe ekonomike.
- Bëni kërkime dhe debatoni një ose disa nga temat e mëposhtme:
    - Informacioni është një lëndë e parë për veprimin dhe vendimmarrjen, jo thjesht një produkt tregtar (për referenca, shiko Drejt Indikatorëvë të Aftësimit [Towards Literacy Indicators], UNESCO, 2008, faqja 14).
    - Sigurimi i dhe aksesi në informacion është një burim pushteti dhe kontrolli në shoqëri.

- A kërkon edukimi për informacion zotësi të veçanta për ata që përdorin TIK (që nënkupton, zotësi të lidhura me aftësimin dixhitale)? Për shembull, a mund të jenë njerëzit të edukuar për median dhe informacionin pa patur aftësim dixhital....dhe anasjelltas?
- Diskutoni mendësitë kulturore ndaj informacionit. Si shihet dhe çmohet informacioni në shoqërinë tuaj? Çfarë krahasimi mund të bëhet mbi informacionin e shtypur (p.sh. nga gazetat kryesore) me informacionin që shfaqet në ekran? Cila është marrëdhënia midis informacionit dhe pushtetit, medias së shkruar apo medias dixhitale? Cili është identiteti i personit/ave mbas informacionit të gjeneruar? A është njohuria e këtij informacioni e rëndësishme dhe përse? Propozoni veprimtaritë e mëposhtme për mësuesit:
- Vlerësoni vlerën e informacionit nga media e shkruar (p.sh. gazetat, revistat, etj.) dhe kostove që shoqërojnë ruajtjen, nxjerrjen dhe përdorimin. Hetimi duhet të adresojë gjithashtu çështjet e mëposhtme: vlera e informacionit bazuar mbi përfitimet që gjeneron, vlera realiste e informacionit bazuar mbi disponibilitetin apo mosdisponibilitetin e tij dhe pasojat për përdoruesit të mosdisponibilitetit të informacionit.
- Diskutoni se si zotësitë e edukimit për median dhe informacionin janë të përshtatshme për të luftuar sëmundjet, shtimin e mundësive për punësim apo përmirësimin e praktikave pedagogjike në klasë të një mësuesi/e.
- Duke përdorur ose Internetin ose bibliotekën ose të dyja, identifikoni një problem apo çështje për ta hetuar në një nga fushat e mëposhtme: edukimi qytetar, shkenca, studimet/shkencat shoqërore, historia apo gjeografia. Prezantoni rezultatet e kërkimit tuaj duke përdorur një softuer prezantimesh. Pas prezantimit, reflekto sa më poshtë: Si e përzgjodhe atë që prezantove në larminë e gjerë që ishte e disponueshme mbi temën? Për çfarë dëshiroje më shumë informacion të cilin nuk mund ta aksesojë dhe si e ndikoi kjo prezantimin tuaj? Së fundi, a e transformove informacionin që mund të grumbulloje për të gjetur zbatim për kontekstit tuaj specifik? Si dhe përse?

Vlerësime dhe rekomandime

- Provime me shkrim
- Ese, refleksione dhe punime reaguese ndaj leksioneve, rasteve të studimit, prezantimeve / këqyrjeve audiovizive
- Pjesëmarrje në veprimtari mësimore në grup
- Prodhimi i materialeve informuese-edukuese-komunikuese (për shembull, posterat, broshurat, infografikat, kartat e mediave sociale, vlogjet).
- Detyrat e kursit
- Tregimet / raportet investigative

NJËSIA 5: MJEDISI MËSIMORE DHE EDUKIMI I INFORMACIONIT

KOHËZGJATJA: 3 ORË

Temat kryesore:

- 6 të Mëdhatë (Big 6) – udhërrëfyes për zgjidhjen e problemeve në gjashtë faza
- Përdorimi i bibliotekave
- Mjediset mësimore dhe ofruesit e përmbajtjes

Objektivat mësimore

Në fund të kësaj njësie mësuesit do të jenë në gjendje të:

- Kuptojnë ndryshimet midis transmetimit të informacionit dhe informimit për nxënie / mësim.
- Përshkruajnë dhe demonstrojnë të kuptuarin e aspekteve kyçe të organizimit të informacionit, që nënkupton, përdorimin e skemave të klasifikimit për të lokalizuar informacionin dhe njohurinë (p.sh. klasifikimet e koleksioneve në biblioteka, indekset, abstraktet, bibliografitë, bazat e të dhënave, etj.).
- Të përdorin një bibliotekë në mënyrë efikase për të mësuar – duke vlerësuar mundësitë e ofruara nga biblioteka për të bërë kërkime mbi një temë apo çështje të caktuar.
- Të vënë në zbatim 6 fazat madhore të informacionit për zgjidhje problemesh.

Qasje dhe veprimtari pedagogjike

Përmbledhtas: ashtu siç është diskutuar më parë në këtë Kurikul (Pjesa 1), pedagogji të ndryshme janë të mundshme. Ju lutem ta rishikoni listën në Pjesën 1 dhe të vendosni se cilën qasje të zbatoni për veprimtaritë e sugjeruara më poshtë dhe për të tjera që ju mund të formuloni.

- Kërkoju mësuesve të marrin në shqyrtim kornizë e mëposhtme gjashtëfazëshe për edukimin për informacion dhe informacionit për zgjidhje problemesh (për një përshkrim më të detajuar të kësaj kornize, shikoni tabelën në fund të kësaj njësie).
    - Përkufizimi i detyrës: përkufizo problemin informativ dhe identifiko informacionin që të duhet.
    - Strategji informacion-kërkuese: përcakto të gjithë burimet e mundshme dhe përzgjidh burimet më të mira.
    - Lokalizo dhe akseso: lokalizo burimet dhe gjej informacion brenda burimeve.
    - Përdorimi i informacionit: përfshihu (p.sh. lexo, dëgjo, shiko, prek) dhe nxirr informacion të përshtatshëm.

- Sintezë: organizoje informacionin nga burime të shumëfishta dhe prezantoje informacionin.
- Vlerëso: gjyko produktin (efikasitetin) dhe procesin (eficensën).

- Krahasoje këtë me taksonomi të tjera të ciklit të informacionit, si është procesi i ofruar nga Woody Horton Jr. (2007) apo Taksonomia e Redaktuar e Bloom për edukimin për informacionin. A jeni dakord që gjashtë fazat në "6 madhoret" formojnë elementët bërthamë të aftësimit për informacion? Nëse jo, çfarë do të shtoje dhe përse? A mendoni se këto gjashtë faza ndodhin në një rend sekuencial të mirë siç janë prezantuar?
- Tani drejtoji mësuesit përgjatë secilës fazë të informacionit në procesin e zgjidhjes së problemeve që shfaqet në tabelën në fund të kësaj njësie dhe siguroni që ata investojnë kohë të mjaftueshme për të adresuar të gjitha temat / pyetjet e skicuara në tabelë.
  - Akseso një revistë shkencore në formatin e shtypur apo elektronik nga hapësira juaj mësimore (ose nga biblioteka kryesore në qytezën apo qytetin tuaj) të lidhur me një temë edukative (p.sh. edukimi i mësuesve, edukimi për nevoja speciale, edukimi krahasues, etj.). Identifiko një çështje për të cilën do të doje të mësoje më shumë në revistën shkencore. Përmblidhni gjetjet apo argumentet kryesorë të artikujve. Sa i dobishëm ishte informacioni për praktikën tuaj si edukator? A është informacioni i zbatueshëm për kontekstin e vendit tuaj? nëse po, si mund ta përdorësh këtë informacion?
  - Pjesëmarrësit takojnë një bibliotekar në hapësirën e tyre mësimore dhe diskutojnë zotësitë për informacion që duhen për të siguruar që janë të pajisur për të përdorur plotësisht bibliotekën. Caktoni detyra që u kërkojnë nxënësve të përdorin një gamë të gjerë burimesh në bibliotekë dhe bëni ata të krahasojnë informacionin që kanë marrë nga biblioteka me burimet e tyre (p.sh. Interneti) dhe vlerësoni dobinë e tyre në marrëdhënie me specifikat e detyrës.
  - Vlerësoni një mjedis shkollor për nevojat e tij të edukimit për informacion dhe bëni rekomandime specifike që do të pasuronin edukimin informativ të nxënësve.
  - 6 Madhoret dhe informacioni për zgjidhje problemesh: përdor burimet e informacionit në bibliotekë për të eksploruar një temë apo një çështje të problemeve aktuale (p.sh. të drejtat e votuesve, demokracia, HIV/AIDS, etj). Vër në zbatim 6 Madhoret për të eksploruar këtë temë.
  - Diskuto mundësinë e vendosjes së një radioje në një bibliotekë. Mund të jetë një radio online ose një radio që transmeton në një spektër të caktuar. Drejto një stuhi idesh rreth këtij projekti të mundshëm. Planifiko një diskutim me autoritetet kompetente dhe krijo një plan veprimi. A mendoni se një radio në një bibliotekë mund të përdoret në mënyrë krijuese për të stimuluar aksesin në informacion dhe nxënie? Cilat janë disa nga pro dhe kundra?
  - Përdor Internetin për të aksesuar informacion mbi një temë me interes dhe prezantoni informacionin (tekstual apo numerik) në një tabelë apo format grafik. Krahasoni sasinë, cilësinë dhe dobishmërinë e informacionit nga burimet tuaja bibliotekare me informacionin në Internet.

- Shkruaj një ese se si përdorimi i radios apo teknologjisë së telefonisë së lëvizshme po ndryshon fytyrën e gjenerimit e përdorimit të informacionit në vendin tuaj. Ndaji gjetjet e tua si një prezantim dhe shpërhapi ato online pas një vlerësimi të kujdesshëm nga kolegët tuaj apo nga ekspertët.

TABELA 3.2: KORNIZA GJASHTËFAZËSHE E EDUKIMIT PËR INFORMACION DHE E INFORMACIONIT PËR ZGJIDHJE PROBLEMESH

FAZAT	TEMAT / PYETJET
Faza 1: Përkufizimi i nevojave për informacion apo problemeve	Çfarë dua të gjej? Çfarë problemesh po përpiqem të zgjidh? A e kuptoj natyrën e problemit apo temës që po bëj kërkime? A mund t'i përkufizoj qartë nevojat e mia apo problemin? Çfarë njohurie paraprake kam mbi këtë temë? Sa informacion dëshiroj mbi këtë temë?
Faza 2: Strategji për kërkimin e informacionit	Sa kohë kam për të gjetur këtë informacion? Ku duhet të kërkoj për këtë informacion? Mësuesit duhet të drejtohen te burimet më të mira për disa lloje informacioni dhe përse. Në varësi të kontekstit, këto mund të përfshijnë (i) burime parësore, të cilat janë burime origjinale, ku informacioni nuk interpretohet, siç janë raportet, faturat e shitjeve, fjalime, postë elektronike, vepra arti origjinale, doreshkrime, foto, ditarë, letra personale, histori të ndara / intervista apo shënime diplomatike; (ii) burime dytësore, të siguruara nga ofrues përmbajtje, ku informacioni është interpretuar, analizuar dhe përmbledhur (p.sh. libra studimorë, revista shkencore, revista, kritika apo interpretime; dhe (iii) burime tretësore, të cilat përfshijnë përpilime, indekse apo burime të tjera organizuese (p.sh. abstrakte, bibliografi, Manualë, enciklopedi, indekse, kronologji, baza të dhënash, etj.). A duhet të kërkoj në një biblioteka fizike, Internet (përfshirë bibliotekat dixhitale), muze, arkiva, etj.? Kujt mund t'i kërkoj ndihmë?
Faza 3: Lokalizo dhe akseso	Këtu mësuesit duhet të drejtohen se si të kërkojnë në mënyrë efikase për informacion në burimet e përmendura në fazën 2. Kjo duhet të përfshijë: 1) Ide për kërkimin në Internet, përfshirë kërkimin e përgjithshëm dhe atë të specializuar në një fushë të caktuar (p.sh. shtetin e nxënësit); të kuptuarin e domaineve të ndryshëm (p.sh. .edu, .gov, .org, etj.), kërkimin për foto dhe me zë/figurë (audio dhe video) dhe kërkimin në uebsajt akademik (p.sh. përmes GoogleScholar); 2) përdorimi i indeksit dhe tabelës së përmbajtjes me efikasitet në një libër dhe kërkimi brenda formateve të ndryshme elektronike, të tilla si dokumentet PDF, etj.; 3) përdorimin e bibliotekave (duke bërë kërkime përmes katalogëve të bibliotekave, periodikëve, indekseve dhe abstrakteve apo librave të referencës); 4) kërkimi në baza të dhënash (shembuj të bazave të të dhënave më të njohura janë AGRICOLA, AGRIS/CARIS, EBSCO apo Expanded Academic ASAP dhe të tjerë në shtetin apo rajonin e nxënësit); ide për kërkimin në bazë të dhënash [fjalë kyçe kërkimi, identifikimi i sinonimeve dhe variancave në gërmëzim, kërkimi sipas subjektit apo autorit, kombinimi i fjalëve kyçe si "and", "or" dhe "not", duke përdorur trunction (një simbol i përdorur në fund të fjalës për të kërkuar të gjithë format e kësaj fjale) apo wildcard (një symbol për të përfaqësuar çdo karakter), si dhe kërkimi përmes kufizimeve, të tilla si data, gjuha, lloji i botimit dhe veprat e redaktuara nga kolegë/ekspertë]; dhe 5) përdorimi i RSS feed për të marrë informacionin që doni në mënyrë të menjëhershme.
Faza 4: Vlerësimi kritik	Vlerësimi i kritereve të domosdoshme për të aksesuar / verifikuar besueshmërinë, autenticitetin apo cilësinë e informacionit të librave, faqeve të uebit, burimeve të tjera online, etj.

Faza 5: Sinteza	Çfarë është sinteza? Cila është sinteza ime e informacionit të grumbulluar? Si lidhet kjo me problemit që unë po përpiqem t'i jap zgjidhje? Si mund të organizoj informacion të përshtatshëm nga burime të ndryshme, në mënyrë efikase? Si e prezantoj informacionin? Çfarë instrumentesh janë të disponueshëm? Çfarë instrumentesh më duhen?
Faza 6: Përdorimi, shpërhapja dhe shpërndarja e informacionit	Duke përdorur informacionin, unë kam lokalizuar problemin. Paraqitja e referencave/gjurmimeve të burimeve, duke përdorur bibliografitë/instrumentet e referencës të disponueshme, siç janë zotex, refwork, etj. Instrumente për shpërhapje, shpërndarje dhe bashkëpunim me të tjerët që kanë informacion të ngjashëm për nevojat apo problemet e mia (p.sh. Google Documents, wikis, Slash, etj.). Kuptimi i të drejtave të kopjimit dhe plagjaturës.

Vlerësime dhe rekomandime

- Provime me shkrim
- Ese, refleksione dhe punime reaguese ndaj leksioneve, rasteve të studimit, prezantimeve / këqyrjeve audiovizive
- Pjesëmarrje në veprimtari mësimore në grup
- Prodhimi i materialeve informuese-edukuese-komunikuese (për shembull, posterat, broshurat, infografikat, kartat e mediave sociale, vlogjet).
- Detyrat e kursit
- Tregimet / raportet investigative

Tema për shqyrtim të mëtejshëm

- Lidhja e 6 Madhoreve me mjedisin mediatik dhe dixhitale
- Shqyrtim i modelit i e-ARTISTS për EMI[54]
- Modele të tjera për përpunimin e informacionit

54 http://krmedia.org/pages/download.php?sn=701&fname=m238/2001/07/20200107_ed7810b04db-c1ef7f56f5488f9f471f2

NJËSIA 6: PËRPUNIMI I INFORMACIONIT DIXHITAL

KOHËZGJATJA: 3 ORË

Temat kryesore:

- Natyra e informacionit online
- Eksplorimi i harduerit dhe softuerit të kompjuterëve
- Ligjet mbi të drejtat e kopjimit në epokën e informacionit dixhitale
- Mbrojtja e softuerit kompjuterik dhe të dhënave elektronike
- Shërbimet dixhitale, përfshirë përkthimet përmes makinerive, nga e folur në tekst dhe audio-transkiptimi; mësimi përmes Internetit (që nënkupton e-learning)
- Ruajtja dixhitale dhe formatet dixhitale

Objektivat mësimore

Në fund të kësaj njësie mësuesit do të jenë në gjendje të:

- Përshkruajnë informacionin dixhital dhe analog, përfshirë fazat e krijimit, ruajtjes, transportimit, shpërndarjes dhe ruajtjes së informacionit dixhitale dhe analog.
- Përdorin karakteristikat e instrumenteve të prodhimit për përpunimin e fjalëve, ruajtjen e dokumenteve, aksesin e burimeve të distancë dhe komunikimi ndërpersonal.
- Përdorin teknologjinë e informacionit për të ripërkufizuar shumë aspekte të përvojës akademike dhe personale.
- Kuptojnë dhe zbatojë ligjet e të drejtës së kopjimit, përshirë creative commons dhe licencat e të drejtave të kopjimit.
- Kërkojnë online duke përdorur teknika të përshtatshme (motorët e kërkimit, direktoritë tematike dhe gateways).
- Kuptojnë rolin e ofruesve të përmbajtjes (p.sh. bibliotekat, muzetë dhe arkivat) në ruajtjen e informacionit dixhitale dhe sfidat e ruajtjes për kompanitë e komunikimeve dixhitale.

EMI dhe TIK-et

Ruajtja e informacionit në një format dixhital mundëson aksesin e tij duke përdorur një gamë të gjerë pajisjesh, ndryshe nga format e shumta të informacionit analog. Aksesibiliteti i shtuar e bën dixhitalizimin e informacionit të një rëndësie të veçantë dhe nënvizon nevojën për zotësi dixhitale që të mësohen paralelisht zotësive informative. Në thelb, edukimi për median dhe informacionin përfshin analizimin, lokalizimin, organizimin, vlerësimin, krijimin dhe përdorimin e informacionit përmes teknologjisë dixhitale. Diskutoni

avantazhet dhe disavantazhet e informacionit të formatit dixhitale (transmetimi, ruajtja, kërkimi, manipulimi, apo përshtatshmëria e kryqëzuar efikase, etj.).

Qasje dhe veprimtari pedagogjike

Përmbledhtas: ashtu siç është diskutuar më parë në këtë Kurikul (Pjesa 1), pedagogji të ndryshme janë të mundshme. Ju lutem ta rishikoni listën në Pjesën 1 dhe të vendosni se cilën qasje të zbatoni për veprimtaritë e sugjeruara më poshtë dhe për të tjera që ju mund të formuloni.

- Nëse mësuesit ose nxënësit kanë njohuri të kufizuar ose të munguar të kompjuterëve dhe softuerëve, planifikoni një seri sesionesh laboratorike (fizike apo virtuale). Drejtojeni pjesëmarrësin drejt familjaritetit me bazat e harduerit, softuerit, rrjeteve dhe serverëve. Kjo mund të përfshijë dhe aftësi bazike në përdorin e tastierës apo miut, llojeve të dokumenteve dhe dosjezimit. Pjesëmarrësit duhet të ekspozohen ndaj elementëve bazë të softuerëve me burim të hapur (open source) dhe teknologjive me kosto të ulëta. Siguroju mësuesve një listë me softuerë tipike dhe pajisjeve harduer kryesore. Kërkoju mësuesve të bëjnë kërkim në Internet dhe të listojnë të paktën dy shembuj të një softueri falas me burim të hapur dhe pajisjeve harduer të kompjuterit me kosto të ulët që kanë funksionalitete të ngjashme me *proprietary tools*[55] të përzgjedhura.
- Telefonat celular ngrenë problematikat e tyre dalluese në lidhe me përdorimin e tyre në gjetjen, këqyrjen, organizimin dhe ruajtjen e informacionit.

Vini re se Inteligjenca Artificiale dhe Machine Learning janë dy nga mënyrat më të përparuara për të ruajtur dhe përpunuar informacion dhe për të marrë vendime ose ndihmuar vendimmarrjen. Merrni më shumë informacion mbi këto tema në Modulin 11.

Veprimtari

- Bëni kërkim në Internet dhe në burime të tjera online, të tilla si baza e të dhënave dhe e-bibliotekat, për të grumbulluar informacion mbi një temë kërkimore specifike. Reduktoni burimet e informacionit për t'u përputhur me qëllimin e kërkimit tuaj. Shikoni për fjalë kyçe, operatorë logjikë (p.sh. "and", "or", "not") dhe përcaktoni se cilat funksionojnë më mirë dhe përse.
- Prodhoni një plan veprimi ose një seri veprimtarish për t'i bërë pjesëmarrësit që të përdorin burime të ndryshme të medias dixhitale për të përgatitur një projekt, vlerësim apo detyrë shtëpie. Diskutoni karakteristikat e ofruara nga teknologjitë e reja për njerëzit me aftësi të veçanta për të aksesuar informacionin dixhitale (p.sh. aksesibiliteti ueb dhe krijimi i dokumenteve dixhitale ne formate te aksesueshëm).
- Studioni një faqe Interneti që përdoret për dhënë një lëndë/kurs mbi edukimin e mësuesve ose ndonjë programi tjetër edukues. Shqyrtoni se si ky informacion

55 Shënim i përkthyesit: "proprietary tools" janë një sërë softueresh, modelesh, instumentesh që nuk janë të vlefshme për shitje, por janë në proces zhvillimi dhe kompania zhvilluese ose ajo e autorizuar mund të lejojë përdorimin falas.

organizohet dhe aksesohet në faqe. Cilat burime online të informacionit dixhital po përdoren? Si integrohen burimet dixhitale me materialet e lëndës/kursit? Praktikoni përdorimin e kësaj faqeje dhe diskutoni se sa i dobishëm do të ishte për të mësuarin dhe cilat janë kufizimet e tij. Diskutoni avantazhet dhe dezavantazhet.

- Vizitoni "blogje" apo "wiki" të ndryshme, të cilat përgatiten nga një individ apo bashkëpunim individësh. Çfarë shkëmbimi informacioni po ndodh në këto media online? Cilit qëllim i shërben ky informacion? Kush e siguron informacionin? Cilat mendoni se janë shtysat dhe motivet e tyre?
- Vizito një faqe edukative wiki dhe analizoni se si e shpërndajnë kursin/lëndën apo kurikulën e tyre. Krijo një faqe wiki mbi një temë edukative (p.sh. përmirësimi i leximit dhe aftësi bazike numerike në shkollat fillore). Organizo një forum diskutimi për një detyrë trajnimi për mësuesit në wiki dhe shqyrto përfitimet dhe kufizimet e shpërhapjes së informacionit duket përdorur këtë platformë.
- Eksperimento me shkrimin e një blogu mbi një temë të lidhur me edukimin në shtetin tuaj. Kjo duhet të jetë një çështje tematike që sjell interes dhe ka reagim (p.sh. përmirësimi i aksesit edukativ në shkollat fillore dhe nëntëvjeçare për më të varfrit e shoqërisë, duke diversifikuar aksesin në informacion për nxënësit për të përmirësuar cilësinë e të nxënit, pse të varfrit po varfërohen më shumë në një epokë njohurie dhe informacioni në rritje, etj).
- Diskuto se cili informacioni dixhitale, nga pikëpamja e nxënësit, duhet të ruhet? Cilat janë kriteret madhore të përzgjedhjes e zgjidhjet teknike të disponueshme dhe si mund të garantohet qëndrueshmëria? Cilat janë aspektet e tjera të kësaj çështje ruajtje?
- Identifikoni instrumente dhe programe ndërkombëtare për ruajtjen e informacionit dixhitale (p.sh. Kapitulli i UNESCO-s mbi Ruajtjen e Trashëgimisë Dixhitale, udhëzimet e arkivimit dhe ruajtjes dixhitale; Projekti PERSIST i UNESCO-s, UNESCO IFAP [Information for All Programme]).
- Vizito faqen në internet të Bibliotekës së Trashëgimisë Kulturore, dhe faqen e Programit "Kujtesa e Botës", https://en.unesco.org/programme/mow. Diskuto se si trashëgimia dokumentare është e lidhur me mendimin kritik, verifikimin e informacionit, paragjykimet, përfaqësimin dhe edukimin për median dhe informacionin në përgjithësi.
- Diskuto rëndësinë e ruajtjes dhe promovimit të trashëgimisë dokumentare në kontekstin e fatkeqësive natyrore, siç mund të ishte tërmeti në një shtet dhe diskutoni për punën që ngelet për t'u bërë nga arkivistët e Arkivës Kombëtare në shtetin tuaj. Gjej një artikull që ilustron gjendjen e një shteti pas një fatkeqësie natyrore.
- Pyeti nxënësit se përse është i domosdoshëm arkivimi ueb dhe si mund të bëhet.
- Diskutoni sfidat e bartjes së të dhënave si aftësia e dikujt për nxjerrë, ruajtur dhe ripërdorur përmbajtjen që dikush ka postuar në media sociale dhe çfarë do të duhej për të patur ndërveprimtari interface të shërbimeve të ndryshme dhe gjithashtu për të qenë në gjendje për të tërhequr dhe transferuar të dhënat e një individi nga shërbime të tilla nëse personi zgjedh ta bëjë.

Vlerësime dhe rekomandime

- Provime me shkrim
- Ese, refleksione dhe punime reaguese ndaj leksioneve, rasteve të studimit, prezantimeve / këqyrjeve audiovizive
- Pjesëmarrje në veprimtari mësimore në grup
- Prodhimi i materialeve informuese-edukuese-komunikuese (për shembull, posterat, broshurat, infografikat, kartat e mediave sociale, vlogjet).
- Detyrat e kursit
- Tregimet / raportet investigative

NJËSIA 7: PRONËSIA INTELEKTUALE DHE NJOHJA E AUTORËSISË

KOHËZGJATJA: 3 ORË

Temat kryesore:

- Përkufizimi i pronësisë intelektuale
- Llojet e ndryshme të pronësisë intelektuale
- Llojet e ndryshme të ligjeve që mbrojnë llojet e ndryshme të pronësisë intelektuale

Objektivat mësimore

Në fund të kësaj njësie mësuesit do të jenë në gjendje të:

- Kuptojnë domethënien e pronësisë intelektuale
- Kuptojnë ndryshimin midis autorësisë dhe pronësisë
- Jenë të aftë të kuptojnë llojet e ndryshme të pronësisë intelektuale

Çështje të drejtës së kopjimit (copyright)

- Burimet e informacionit janë, edhe sikur të jenë me akses të hapur, subjekt i pronësisë intelektuale. Përdoruesit duhet të pranojnë autorësinë dhe të ndjekin standardet bibliografike që variojnë sipas secilës disiplinë dhe madje institucion. Mungesa e respektit për pronësinë intelektuale shpesh emërtohet si pirati. Kur shkruan, dikush mund të përdorë një softuer që e ndihmon të ruajë integritetin akademik. Ka shpesh programe me një pagesë abonimi. Disa janë të disponueshme falas.
- Çështjet që rrethojnë pronësinë intelektuale shpesh janë të pështjelluara dhe midis më të debatuarave sot. Situata pështjellohet më tutje nga përdorimi me bazë të gjerë i medias dixhitale. Situatat dhe ligjet që organizojnë pronësinë intelektuale

variojnë nga shteti në shtet. Kjo do të thotë që punime/vepra të cilat mbrohen në mënyrë automatike dhe për rrjedhojë një regjistrim formal i tyre nuk është i nevojshëm që të pranohet dhe respektohet autorësia e këtyre punimeve/veprave. Përgjithësisht, pronësia intelektuale konsiston në çdo produkt të inteligjencës njerëzore të mbrojtur me ligj nga përdorimi i paautorizuar i të tjerëve. Zotërimi i pronësisë intelektuale në vetvete krijon një monopol të kufizuar të pronësisë së mbrojtur.

- Është gjithashtu e rëndësishme të dallojmë midis dy termave që përdoren zakonisht bashkë në këtë drejtim, pronësia dhe autorësia. Një autor shkruan një doreshkrim dhe e shet (që nënkupton, "cakton") të drejtat e pronësisë një kompanie botimi. Autori në këtë mënyrë ka hequr dorë, të paktën pjesërisht, nga të drejtat e pronësisë mbi këtë doreshkrim.
- Më poshtë janë listuar katër lloje identitetesh të ndryshme të së drejtave të pronësisë dhe mbrojtjes intelektuale. Sigurimi i mbrojtjes së duhur për pronësinë intelektuale është i rëndësishëm, ndaj konsultimi i një eksperti ligjor mund të jetë i dobishëm. Ka shumë debate rreth faktin nëse interesi publik duhet të tejkalojë të drejtat korporative të kopjimit, duke përfshirë dhe kohëzgjatjen e periudhës së mbrojtjes. Katër kategoritë më të zakonshme të mbrojtura në e pronësia intelektuale përfshijnë:

Sekretet tregtare

Sekretet tregtare i referohet informacionin specifik dhe privat që është i rëndësishëm për një biznes sepse i jep biznesin avantazh krahasues në treg. Nëse një sekret tregtar sigurohet nga një kompani tjetër, ai mund t'i shkaktojë dëme mbajtësit origjinal të tij. Shembuj të sekreteve tregtare përfshijnë receta për disa ushqime apo pije të caktuara, shpikje të reja, softuerë, procese dhe madje strategji të ndryshme marketingu. Kur një individ ose një biznes ka një mbrojtje nga sekreti, bizneset duhet që aktivisht të sillen në mënyrë të tillë që demonstron dëshirën e tyre për ta mbrojtur këtë informacion.

Sekretet tregtare mbrohen pa regjistrim zyrtar; sidoqoftë, zotëruesi i një sekreti tregtar të cilit është shkelur – që nënkupton, dikush ka vjedhur sekretin e tyre tregtar – mund t'i kërkojë një gjykate të veprojë kundra një individi apo biznesi dhe të parandalojë përdorimin e sekretit tregtar.

Patentat

Sipas përkufizimit të Zyrës së Patentave dhe Markave të Regjistruara të Sh.B.A (USPTO), një patentë është një lloj mbrojtje e kufizuar në kohë që mund të përdoret për të mbrojtur shpikjet (ose zbulimet) që janë të reja, jo të dukshme dhe të dobishme, siç do të ishin një proces, makineri apo detal i ri apo përbërje të tjera lënde. Kur një zotëruesi i një prone ka një patentë, të tjerët ndalohen me ligj të ofrojnë për shitje, të krijojnë apo të përdorin produktin pa autorizim.

Të drejtat e kopjimit (copyrights)

Të drejtat e kopjimit dhe patentat nuk janë e njëjta gjë, megjithëse ato ngatërrohen shpesh. Një e drejtë kopjimi është një lloj mbrojtje e pronësisë intelektuale që mbron punimet origjinale të autorësisë, që mund të përfshijë vepra, muzikë, art e të tjera. Sot,

e drejta e kopjimit mbron softuerët dhe arkitekturën kompjuterike. Mbrojtja e të drejtës së kopjimit është e menjëhershme; sapo të krijosh diçka, ajo është e jotja derisa/ përveç kur heq dorë ose e transferon të drejtën ose ndonjë aspekt të saj. Ndërsa e drejta e kopjimit shpesh detyrohet me ligj, një formë me ndikim të lartë e normave për kushtet e përdorimit dhe ripërdorimit të përmbajtjes ka fituar terren, e njohur si Creative Commons. Sidoqoftë, nëse të drejtat në mbrojtjen e copyrights pësojnë ndërhyrje dhe ka një dëshirë që mbajtësi i të drejtës së kopjimit të ngrejë një padi, atëherë regjistrimi i të drejtës së kopjimit duhet bërë.

Markat tregtare

Lloji i katërt i mbrojtjes së pronësisë intelektuale është mbrojtja e markës tregtare (trademarks). Kujtoni që patentat përdoret për të mbrojtur shpikjet dhe zbulimet dhe të drejtat e kopjimit përdoren për të mbrojtur shprehjen e ideve dhe krijimeve, si arti dhe shkrimi. Kështu që, markat tregtare u referohen frazave, fjalëve apo simboleve që dallojnë burimin e një produkti apo shërbimi të një grupi nga një grup tjetër. Për shembull, simboli i Nike – të cilin pothuajse të gjithë mund ta dallojnë dhe identifikojnë – është një lloj marke tregtare. Ndërsa patentat dhe të drejtat e kopjimit mund të skadojnë, të drejtat e markës tregtare vijnë nga përdorimi i markës tregtare, dhe ndaj mund të mbahet pa kufizim në kohë. Ashtu si e drejta e kopjimit, regjistrimi i markës tregtare nuk kërkohet, por regjistrimi mund të ofrojë disa avantazhe shtesë.

- Veprimtaritë e kësaj njësie konsistojnë kryesisht në ndërveprimin midis mësuesve dhe nxënësve. Drejtoi nxënësit të kërkojnë, prezantojnë dhe diskutojnë shembuj sipas çështjeve të mëposhtme:
    - Kuptimi i pronësisë intelektuale
    - Ndryshimi midis autorësisë dhe pronësisë
    - Llojet e ndryshme të pronësisë intelektuale
    - Shembuj të ndryshëm të llojeve të ndryshme të pronësisë intelektuale
    - Shembuj të cenimit të së drejtave të pronësisë intelektuale
    - Përdorimi i drejtë i pronësisë intelektuale
    - Organizata Botërore e Pronësisë Intelektuale (World Intellectual Property Organization) dhe ente/organizata të tjera me interes të njëjtë

Vlerësime dhe rekomandime

- Provime me shkrim
- Ese, refleksione dhe punime reaguese ndaj leksioneve, rasteve të studimit, prezantimeve / këqyrjeve audiovizive
- Pjesëmarrje në veprimtari mësimore në grup
- Prodhimi i materialeve informuese-edukuese-komunikuese (për shembull, posterat, broshurat, infografikat, kartat e mediave sociale, vlogjet).
- Detyrat e kursit
- Tregimet / raportet investigative

Tema për shqyrtim të mëtejshëm

- Standardet ndërkombëtare të ligjeve mbi të drejtat e pronësisë intelektuale
- Transferimi teknologjik
- Të drejtat morale
- Kuptimi i ekuilibrit midis të drejtave tradicionale të pronësisë intelektuale dhe iniciativave me akses të hapur

Burime për këtë modul

Anderson, R. (2018). Komunikimi në nivel studiuesisht: Çfarë duhet të dijë gjithësecili [Scholarly Communication: What Everyone Needs to Know].Oxford: Oxford University Press.

Arevik Avedian (2014). Hartimi i Analizës [Survey Design], Harvard Law School, 1-34 http://hnmcp.law.harvard.edu/wp-content/uploads/2012/02/Arevik-Avedian-Survey-Design-PowerPoint.pdf

Association of College & Research Libraries, (2016). Korniza e Edukimit për Informacion [Framework for Information Literacy], https://www.ala.org/acrl/sites/ala.org.acrl/files/content/issues/infolit/framework1.pdf

Badke, W. (2017). Strategji Kwrkimi [Research Strategies]. Bloomington: iUniverse.

Bruce B. F. (2018). Enciklopedia e Urtë e Kërkimit, Matjeve dhe Vlerësimit të Edukimit [The Sage Encyclopedia of Educational Research, Measurement, and Evaluation].

Bitange Ndemo dhe Tim Weiss (2017). Ti japësh kuptim Transormimit Dixhital në zhvillimin e Afrikës dhe shumë të ardhmet e saj [Making Sense of Africa's Emerging Digital Transformation and its Many Futures], Africa Journal of Management, 3:3-4, 328-347, DOI: 10.1080/23322373.2017.1400260

Check, J. and Schutt, R. K. (2011). Metoda kërkimore në Edukim [Research Methods in Education], SAGE Publications, 1-27, https://wwwsagepub.com/sites/default/files/upm-binaries/43589_8.pdf

Dainik, S. (2019), Analiza me pyetësor në kërkimin mediatik [Questionnaire Surveys in Media Research], https://www.academia.edu/40048140/QUESTIONNAIRE_SURVEYS_IN_MEDIA_RESEARCH

Gaunt, J., Morgan, N., Somers, R., Soper, R., dhe Swain, E. (2007). Manuali i Mësimit të Edukimit për Informacionin [Handbook for Teaching Information Literacy]. Cardiff: Cardiff University

Google (2020). Operatorët Google të Kërkimit [Google Search Operators]. http://www.googleguide.com/advanced_operators_reference.html

Tutoriale të Edukimit për Informacion dhe Dixhitalen [Information and Digital Literacy Tutorials]: https://www.sheffield.ac.uk/library/idlt Kjo faqe burimore diskuton karakteristikat e ndryshme të edukimit për informacionin dhe dixhitalen. Ajo gjithashtu ofron lidhje në faqe të tjera ueb dhe burime të ndryshme.

Kebede, G. (2004). Nevojat informative të përdoruesve fundorë në Afrikën sub-Saharane në mjediin e informacionit dixhital [The information needs of end-users of

sub-Saharan Africa in the digital information environment]. International Information & Library Review, 36(3), 273-279. doi:10.1080/10572317.2004.10762644

Bibliotekat e MIT (Instituti i Teknologjisë Masaçusets) (2020). Ide për bazat e të dhënave [Database Tips]. https://libguides.mit.edu/c.php?g=175963&p=1158594

Myers, G. (2017). Parimet e Ligjit të Pronësisë Intelektuale [Principles of Intellectual Property Law]. USA: West Academic Publishing.

Owens, L. (2002), Hyrje në Projektimit e Analizave Kërkimore [Introduction to Survey Research Designer], 1-19 https://www.researchgate.net/publication/253282490_INTRODUCTION_TO_SURVEY_RESEARCH_DESIGN

Dilema Sociale [The Social Dilemma] (film, 2020) https://www.imdb.com/title/tt11464826/?ref_=nv_sr_srsg_0

Tayie, S. (2013), Metodat e Kërkimit në Media [Media Research Methods]. Cairo: Cairo University Press.

Tayie, S. (2005). Metodat e Kërkimit dhe Shkrimi për Kërkim [Research Methods and Writing Research]. Qendra për Përparimin e Studimeve Pasuniversitare dhe Kërkimit në Shkencat Inxhinierike, Fakulteti i Inxhinierisë, Universiteti i Kajros, fq. 1-136. http://www.pathways.cu.edu.eg/subpages/training_courses/C3-Research-EN.pdf.

UNESCO. (2008). Drejt Indikatorëve të Edukimit për Informacion – Një kornizë konceptuale [Towards Information Literacy Indicators – conceptual framework paper]. Paris, UNESCO

http://www.big6.com. Ky uebsajt ofron një pasuri burimesh në lidhje me fazat e edukimit për informacion.

Wimmer, R.D., Dominick, J.R. (2014). Kërkimi për Masmedian: Një Hyrje [Mass Media Research: An Introduction]. Boston, Mass: Wadsworth, Cengage Learning.

MODULI 4:

KOMPETENCAT E EDUKIMIT PËR MEDIAN DHE INFORMACIONIN PËR TË LUFTUAR ÇINFORMIMIN, DEZINFORMIMIN DHE GJUHËN E URREJTJES: NË MBROJTJE TË KËRKIMIT PËR PAQEN DHE TË VËRTETËN

"Gënjeshtra fluturon dhe e vërteta vjen zvarrë nga pas, kështu që kur njerëzit duan të shkundin nga vetja gënjeshtrën, është tepër vonë; ashtu si një burrë që ka menduar për një kundërpërgjigje të mirë kur është ndërruar tema e bisedës apo shoqëria është larguar; apo si mjeku që ka zbuluar ilaçin e pagabueshëm, pasi pacienti ka vdekur"

– Jonathan Swift (Shekulli XVI).

SFONDI DHE ARSYEJA

Kërkimi për të vërtetën është historia e njerëzimit. Në dekadat e fundit, ne kemi qenë dëshmitarë të shpikjeve të paprecedent në Teknologjitë e Informacionit dhe Komunikimit (TIK) të një shpejtësie dhe shtirjeje që nuk përfytyrohej dot më parë. Por këto shpikje dhe risi jo gjithmonë e çuan përpara kërkimin për të vërtetën. Në fakt, ajo që u tha nga shkrimtari anglo-irlandez Xhonathan Suift në shekullin XVI ka një tingëllimë me vend për ne sot, "Mashtrimi fluturon dhe e vërteta vjen zvarrë nga pas". Studimi i Laboratorëve Mediatik të Institutit të Teknologjisë së Masaçusets (MIT) mbi Twitter-in i jep vlerë satirës së Suift kur arrin në përfundimin që "Mashtrimi shpërndahet më larg, më shpejt, më thellë dhe më gjerësisht se e vërteta në të gjitha kategoritë e informacionit".[56]

56 Vosoughi, Soroush & Roy, Deb & Aral, Sinan. (2018). Shpërndarja e lajmeve të vërteta dhe të rreme on-line [The spread of true and false news online]. https://www.science.org/doi/10.1126/science.aap9559

Ky modul, Vënia në Zbatim e Kompetencave EMI për të Luftuar Çinformimin dhe Gjuhën e Urrejtjes ndahet në dy pjesë kryesore. Së pari, ai shqyrton llojet e ndryshme të çinformimit që mbushin në të ashtuquajturën epoka pas të vërtetës. Së dyti, ai ilustron se si çinformimi mund të prodhojë mosbesim, ndasi dhe intolerancë. Ky modul përforcon disa module të mëparshme duke rievidentuar për lexuesit se si kompetencat dhe instrumentet EMI mund të sillen për të ndikuar dhe mbrojtur të vërtetën, të parandalojnë shpërndarjen e informacionit të rremë dhe të krijojë një shoqëri gjithëpërfshirëse, pjesëmarrëse dhe të hapur.

Moduli përdor "çinformimin" si një term të përgjithshëm, edhe pse, në një nivel tjetër, dallon midis dezinformimit, çinformimit dhe keqinformimit, përfshirë dhe teoritë konspirative. Ai shpërbën termin e njohur "fake-news" dhe e emërton për atë që është – përmbajtje e rreme dhe çorientuese. UNESCO e shkurajon përdorimin e termit fake news, mbi bazën që është i rremë, dhe që nuk është lajm. Mësuesit dhe nxënësit duhet të shqyrtojmë me kujdes çinformimin për trazirat e shumta që ka krijuar dhe vazhdon të shkaktojë tek individët dhe shoqëritë. Kjo përfshijnë një mbulesë mosbesimi në mediat faktike të lajmeve, në shkencë dhe institucionet zyrtare, rritjen e gjuhës së urrejtjes, intolerancën dhe polarizimin, ndërprerjet e proceseve demokratike (veçanërisht zgjedhjet e lira), kërcënimin në përmbushjen e objektivave të Zhvillimit të Qëndrueshëm dhe, së fundi daljen e një "infodemie" në marrëdhënie me krizën e koronavirusit që ka mbuluar botën në kohën në kohën e shkrimit të këtij materiali. Këto janë vetëm disa nga dëmet e çinformimit.

Së dyti, moduli na mundëson të kuptojmë se si lajmet dhe informacioni mund të korruptohen për të krijuar mosbesim, ndasi, intolerancë dhe paragjykim midis individëve dhe shoqërive. Ai shqyrton perceptimin që masmedia dhe mediat sociale janë "platformat e zgjedhura" në propagandimin e gjuhës së urrejtjes, diskriminimit, teorive konspirative dhe miteve, radikalizimit dhe ekstremizmit të dhunshëm.

EMI ofron kompetencat dhe instrumentet që na mundësojnë të parandalojmë më tej përhapjen e informacionit të rremë dhe të kundërshtojmë matrapazët e mashtrimit e intolerancës dhe modelet e biznesit dixhitale që shumëfishojnë përmbajtje dhe lidhje të tilla midis atyre që e ofrojnë atë. EMI i mundëson nxënësit të (1) identifikojnë përmbajtjet çinformuese dhe të

dëmshme, (2) t'i demaskojnë ato përmes fact-checking (kontrollit të fakteve), (3) kur të jetë e nevojshme, t'i kundërshtojmë ato pa i lejuar të shumëfishohen më tepër përmes raportimit dhe/ose mesazheve kundërpeshuese. Ky modul prezanton instrumente dhe zbatime fact-checking që mund të përfshihet në paketën EMI. Strategjia dhe Planveprimi i Kombeve të Bashkuara mbi Gjuhën e Urrejtjes,[57] Përkushtimi 7, Veprimi 20, nxjerr në pah nevojën e përdorimi të edukimit si një instrument në adresimin dhe kundërshtimin e gjuhës së urrejtjes përmes promovimit të vlerave dhe zotësive të edukimit të qytetarisë globale dhe pasurimit me edukimit për median dhe informacionin. Shënimet Udhëzuese të Kombeve të Bashkuara në Adresimin dhe Kundërpërgjigjen e Gjuhës së Urrejtjes të COVID-19,[58] nga ana tjetër, e lidhin gjuhën e urrejtjes me dezinformimin ndërsa inkurajojnë përgjigje që fokusohen te mendimi kritik, zotësitë sociale e emocionale dhe angazhimi i përgjegjshëm përmes qytetarisë globale dhe edukimit mbi të drejtat e njeriut. EMI ka të bëjë me mendimin kritik, duke mundësuar një qytetari globale dhe vetëdije për të drejtat e njeriut, në mënyra që i kundërpërgjigjen çinformimit.

Mënyra se si programet EMI promovojnë gjithëpërfshirjen, barazinë gjinore, diversitetin dhe pluralizmin është gjithashtu një çelës në kundërpërgjigjen ndaj çinformimit. Një EMI e ndjeshme ndaj gjinisë krijon hapësira për të vërtetën e rolit të grave në zhvillimet e ndryshme shoqërore në botë. Për shembull, komunikimi ndërkulturor (ndëretnik) dhe dialogu ndërfetar (midis besimeve) mund të ndihmojë të ndihmojë luftimin e maskilitetit toksik, diskriminimit, përfaqësimeve stererotipike dhe paragjykimit. EMI mund të ndihmojë me kontributin për të forcuar pikëpamjet nga perspektiva të shumta dhe kujtesa historike. Dekadat e fundit ne kemi qenë dëshmitarë të shpërthimeve teknologjike të cilat, në disa raste, kanë drejtuar dhe në rebuse teknologjike, hendeqe informacioni dhe madje thyerje etike.

57 Strategjia dhe Planveprimi i Kombeve të Bashkuara mbi Gjuhën e Urrejtjes [United Nations Strategy and Plan of Action on Hate Speech], https://www.un.org/en/genocideprevention/documents/advising-and-mobilizing/Action_plan_on_hate_speech_EN.pdf Parë më 4 janar 2021.

58 Shënimet Udhëzuese të Kombeve të Bashkuara në Adresimin dhe Kundërpërgjigjen e Gjuhës së Urrejtjes të COVID-19 [United Nations Guiding Note on Addressing and Countering COVID-19 related Hate Speech], https://www.un.org/en/genocideprevention/documents/Guidance%20on%20COVID-19%20related%20Hate%20Speech.pdf. Parë më 4 janar 2021.

NJËSITË VIJUESE:

NJËSIA 1:
ÇËSHTJE TË SË VËRTETËS

NJËSIA 2:
EKOSISTEMI I ÇINFORMIMIT
DHE DEZINFORMIMIT

NJËSIA 3:
MEDIA DHE ÇINFORMIMI

NJËSIA 4:
EFEKTET E ÇINFORMIMIT
MBI INDIVIDËT DHE SHOQËRINË

NJËSIA 5:
EDUKIMI PËR MEDIAN DHE
INFORMACIONIN DHE AKSESI
NË INFORMACION

NJËSIA 1: ÇËSHTJE TË SË VËRTETËS

KOHËZGJATJA: 3 ORË

Temat kryesore:

- Refleksioni mbi teoritë e të vërtetës
- E ashtuquajtura "epoka post-truth"
- E vërteta si thelbi i gazetarisë dhe bibliotekarisë

Objektivat mësimore

Në fund të kësaj njësie mësuesit do të jenë në gjendje të:

- Shpjegojë teoritë e të vërtetës
- Analizojë kushtet që ilustrojnë, për shembull epokën pas të vërtetës
- Mbrojë se përse e vërteta është thelbi i gazetarisë dhe bibliotekarisë

Qasje dhe veprimtari pedagogjike

Përmbledhtas: ashtu siç është diskutuar më parë në këtë Kurikul (Pjesa 1), pedagogji të ndryshme janë të mundshme. Ju lutem ta rishikoni listën në Pjesën 1 dhe të vendosni se cilën qasje të zbatoni për veprimtaritë e sugjeruara më poshtë dhe për të tjera që ju mund të formuloni. Disa shembuj renditen më poshtë. Shikoni Pjesën 1 për të tjera dhe udhëzim më të detajuar të tyre.

- Kërkim mbi një çështje: planifiko veprimtari që hetojnë ose kërkojnë rreth të vërtetës në kontekstin e temave të renditura më lart.
- Rast studimor / shembuj rastesh: identifiko dhe diskuto shembuj të ndryshëm nga jeta reale mbi kërkimin për të vërtetën dhe perspektivat konfliktuese. Mendoni rreth tregimeve historike të disa ngjarjeve të njohura. Gjithashtu, merrni në shqyrtim rolin e grave në histori dhe/ose kontributin e tyre në pavarësisë e vendeve të zgjedhura nga ju.
- Lojëra: kërkoni në Internet për lojëra (dixhitale/elektronike ose jo) që promovojnë kërkimin për të vërtetën, arsyetimin dhe logjikën, mendimin kritik ose median dhe informacionit, etj. dhe përdorni këto lojëra në klasë. Shikoni për shembuj të lojërave që kanë fituar çmime si Go Viral! e laboratorit për vendimmarrje sociale nga Universiteti Kembrixh https://www.goviralgame.com/books/go-viral/. Kërko për lojëra të ngjashme në rajonin apo shtetin tuaj.
- Analizë tekstuale/kontekstuale: identifiko libra joartistik, artikuj revistash shkencore dhe video që ofrojnë gjetjet e një kërkimi mbi një çështje të caktuar sociale apo japin tregime të historisë. Diskuto dhe analizo argumentet dhe faktet e ofruara. Shiko këtë video të shkurtër 5 Ide për të përmirësuar mendimin tënd kritik *[5 Tips to improve your critical thinking],* https://www.youtube.com/results?search_query=Critical+thinking+

- Mësuesit duhet të bëjnë një census të shpejtë (me ngritje dore) të nxënësve të cilët dëgjojnë ose ndeshin më shpesh termin “fake news” se sa ndeshin termat çinformimi dhe dezinformimi. Përsërite censusin, por këtë herë fokusohu te personat që e përdorin më shpesh “fake news” sesa çinformim dhe dezinformim. Drejtoji nxënësit që të reflektojnë në arsyen se përse e përdorin secilin term. Kërkoju atyre të reflektojnë nëse shohin ndonjë problem me termin “fake news”. Shpjegoju atyre se çfarë është lajmi dhe cila është rëndësia e tij për shoqërinë. Shikoni Modulet 1, 2 dhe 13 për më tepër lidhje të lajmeve dhe mediave me zhvillimin. Drejtoji nxënësit të kuptojnë që lajmet profesionale duhet të jenë informacione të verifikuara. Prandaj, nëse përmbajtja është e rreme, ajo nuk mund të jetë lajm. Shpjegoji nxënësve që përdorimi i termit “fake news” mund të instrumentalizohet për të shtypur lajme që janë legjitimisht lajme. Drejto një diskutim rreth kësaj perspektive. Bëj një census tjetër për të parë sesa individë janë gati të heqin dorë nga përdorimi i termit “fake news” dhe në vend të tij të përdorin shprehje si përmbajtje e rreme apo çorientuese dhe çinformim dhe dezinformim. Shikoni Fjalorin e Termave për përkufizimet e çinformimit dhe dezinformimit.
- Organizoje grupin e madh në dy apo tre grupe më të vogla, mundësisht 5-7 veta për grup. Kërkoji secilit grup që të organizohet në formë rrethi. Udhëzoje pjesëtar grupi të mendojë tri pohime për veten e tij/saj. Dy prej tyre duhet të jenë të vërteta dhe një duhet të jetë e rreme. Për të luajtur raundin e parë, secili individ ndan tri pohimet e tij/saj (sipas radhës që zgjedh) me grupin. Pohimet duhet të jenë interesante dhe jo pohime të përgjithshme apo të zakonshme. Synimi i kësaj loje është që pjesëtarët të përcaktojnë se cili pohim është i rremë. Secili pjesëtar përzgjedh se cili pohim ajo/ai mendon se është i gënjeshtërt. Në fund të secili raund, secili pjesëtar zbulon se cili ishte gënjeshtër (adoptuar nga icebreaker.ws - https://www.icebreakers.ws/small-group/two-truths-and-a-lie.html). Për t’i dhënë më shumë jetë lojës, lejo secilin grup ose të gjithë grupin e madh t’u përgjigjet pyetjeve të mëposhtme dhe të mendojë për të tjera: A ishte e vështirë të mendoje mbi pohime të vërteta dhe të rreme? Pse po ose pse jo? Çfarë strategjie përdore për të dalluar cili pohim ishte i vërtetë dhe cili ishte i rremë? A vëzhgove ndonjë model mbi temat nga vinin shumica e pohimeve të rreme?
- Mësuesit duhet të intervistojnë ose drejtojnë nxënësit të intervistojnë një raportues lajmi dhe një redaktor nga i njëjti organizëm lajmesh. Bëji raportuesit pyetjet e mëposhtme: Çfarë kriteresh përdorni në përzgjedhjen e të dhënave apo informacionit për të garantuar saktësinë e raportimit? Çfarë teknikash për grumbullimin e informacionit përdornin për të dhënat faktike dhe informacionin? Si i korrigjoni gabimet faktike në raportimet që i keni publikuar tashmë? Redaktorit, i drejtoni këto pyetje: Si e verifikoni që të dhënat ose informacioni i ofruar nga raportuesit tuaj është i saktë apo faktik? A ka standarde mbi saktësinë organizata juaj e lajmeve? Nëse po, ju lutem përshkruajini ato. Çfarë bën organizatat juaj për të korrigjuar gabimet faktike në historitë e publikuara? A ka rregulla të brendshme që garantojnë perspektiva nga aktorë/stakeholder të ndryshëm të përfshirë në verifikimin e informacionit? A ka perspektiva gjinore që merret në shqyrtim në proceset e verifikimit të informacionit?

- Mësuesit mund të intervistojnë ose drejtojnë nxënësit për të intervistuar bibliotekarë, arkivistë apo kuratorë muzesh në komunitetin e tyre. Bëni pyetjet vijuese (mund të shtoni të tjera): Çfarë kriteresh përdorni në përzgjedhjen e librave joartistik, dokumenteve origjinale apo artefakteve për bibliotekën / arkivën / muzeun mbi tematika të ndryshme për të garantuar saktësinë dhe autenticitetin? Çfarë teknikash për mbledhjen e informacionit përdorni për të mbledhur informacione mbi librat, dokumentet origjinale apo artefaktet e përzgjedhura? Si i korrigjoni gabimet që gjeni pas zhvillimeve dhe kërkimeve të reja në disa libra, dokumente origjinale apo artefakte që nuk janë më të vërteta ose plotësisht autentike? Kryebibliotekarit / Kryearkivistit / Drejtorit të muzeut, bëni pyetjet vijuese: Si e verifikoni që të dhënat apo informacioni nga librat dhe burimet e tjera bibliotekare, dokumentet origjinale apo artefaktet që iu është ofruar nga stafi/kolegët tuaja janë të sakta apo faktike? A ka organizata juaj standarde në lidhje me saktësinë? Nëse po, ju lutem i përshkruani ato. A ka rregulla të vendosura për të garantuar balancën gjinore në autorësi dhe përfaqësimet/prezantimet sterotipike gjinore në grumbullimin e librave apo burimeve të tjera bibliotekare, dokumenteve origjinale apo artefakteve?
- Fto një historian në hapësirën mësimore për të shpjeguar dhe diskutuar çështjet e revizionimit (rishkrimit) historik dhe negativizimit apo mohimit. Çështjet për diskutim mund të përfshijnë si më poshtë: cilat janë ndryshimet midis revizionimit dhe mohimit? Shqyrtoni shkallë të ndryshme të revizionimit dhe mohimit, përfshirë shtrembërimin apo zvogëlimin; për shembull, në rastin e holokaustit / gjenocidit ndaj popullit hebre. Shikoni më tepër mbi këtë në Aleancën Ndërkombëtare për Kujtimin e Holokaustit (International Holocaust Remembrance Alliance – IHRA) dhe faqen e UNESCO-s www.againstholocaustdistortion.org, që krijon vetëdije mbi shtrembërimin e Holokaustit, motivet dhe efektet dëmtuese të tij. Cilat janë disa nga çështjet apo ngjarjet globale dhe / ose kombëtare të cilat janë tani synim i revizionimit apo negativizimit? A është revizionimi i historisë konsistent me kërkimin për të vërtetën? Cilat janë motivet e disa nga individëve që ndjekin këto koncepte? Bëj një prezantim përpara grupit dhe drejtoni diskutime mbi pikat kryesore të intervistës duke përdorur çfarëdo softueri për prezantimin e diapozitivave.

Vlerësime dhe rekomandime

- Provime me shkrim
- Ese, refleksione dhe punime reaguese ndaj leksioneve, rasteve të studimit, prezantimeve / këqyrjeve audiovizive
- Pjesëmarrje në veprimtari mësimore në grup

Tema për shqyrtim të mëtejshëm

- Liria e shprehjes dhe liria e informimit
- Kodi i Sjelljes dhe Etikës për Gazetarët dhe Profesionistët e Informacionit
- Aftësimi historik
- Revizionimi historik dhe negativizmi historik
- Kërkimi për të dhëna, analiza e të dhënave dhe thënia e të vërtetës

NJËSIA 2: EKOSISTEMI I ÇINFORMIMIT DHE DEZINFORMIMIT (ORIGJINA, PËRKUFIZIMI, KARAKTERISTIKAT DALLUESE, SHTYSAT, ETJ.)

KOHËZGJATJA: 2 ORË

Temat kryesore:

- Elementet e përmbajtjes së rreme dhe çorientuese – Dezinformimi, Çinformimi dhe Keqinformimi, përfshirë teoritë e konspiracionit
- Kategoritë e zakonshme (p.sh. përmbajtja çorientuese, përmbajtja mashtruese, lidhja e rreme, konteksti i rremë dhe përmbajtja manipuluese)
- Çinformimi dhe gjuha e urrejtjes

Objektivat mësimore

Në fund të kësaj njësie mësuesit do të jenë në gjendje të:

- Dallojnë llojet e ndryshme të përmbajtjes së rreme dhe çorientuese, që nënkupton, dezinformimin, çinformimin dhe keqinformimin, përfshirë teoritë e konspiracionit / mitet në termat e karakteristikave, shtysave, etj.
- Ilustrojnë me shembuj kategoritë e zakonshme të përmbajtjes së rreme dhe çorientuese që gjenden në platforma të ndryshme mediash.

Niveli i kompetencave të targetura në këtë njësi:

- Bazike / Mesatare

Qasje dhe veprimtari pedagogjike

Përmbledhtas: ashtu siç është diskutuar më parë në këtë Kurikul (Pjesa 1), pedagogji të ndryshme janë të mundshme. Ju lutem ta rishikoni listën në Pjesën 1 dhe të vendosni se cilën qasje të zbatoni për veprimtaritë e sugjeruara më poshtë dhe për të tjera që ju mund të formuloni. Disa shembuj renditen më poshtë. Shikoni Pjesën 1 për të tjera dhe udhëzim më të detajuar të tyre.

- Raste studimi / shembuj rastesh të formave të zakonshme të përmbajtjes së rreme dhe çorientuese
- Qasja e kërkimit mbi çështje
- Kërkim
- Prodhim

- Analizë përmbajtje / konteksti
- Kategoritë e zakonshme të informimit dhe çinformimin dhe dezinformimin përfshijnë:
    - Përmbajtjen çorientuese,
    - Përmbajtjen mashtruese,
    - Përmbajtjen e fabrikuar,
    - Lidhjen e rreme,
    - Kontekstin e rremë,
    - Përmbajtjen e manipuluar,
    - Teoritë e konspiracionit apo konspirative,
    - Mitet.

Vini re që përmbajtja e urrejtjes jo domosdoshmërish është përmbajtje e rreme. Për shembull, pavërtetësia kundër vaksinave rrallë kombinohet me urrejtje. Sidoqoftë, edhe pse e dallueshme, ndodh gjithashtu që shprehjet e urrejtjes dhe armiqësisë janë shpesh të mbingarkuar me përmbajtje të rreme dhe çorientuese.

Shikoni përkufizimin e secilit term në Fjalorin e Termave në fund të Kurikulës EMI. Ose lexoni më shumë mbi to në burimet e UNESCO-s dhe partnerëve të saj më poshtë. Ju mund të kërkoni për burime të ngjashme online në gjuhën tuaj. Drejto diskutime në klasë për të krahasuar ose kontrastuar termat e ndryshëm. Pasi të keni një të kuptuar të qartë, ndajini nxënësit në grupe dhe bëni ata të kërkojnë e të prezantojnë shembuj të secilës kategori çinformimi që ndeshin në faqet e tyre të mediave sociale.

- Gazetaria, Fake news dhe Dezinformimi: Një Manual për Edukimin dhe Trajnimin e Gazetarisë [Journalism, Fake news and Disinformation: A handbook for Journalism Education and Training], https://en.unesco.org/news/innovative-test-teaches-abcs-disinformation
- Teste inovative mësojnë ABC-në e dezinformimit [Innovative tests teaches ABC's of disinformation], https://en.unesco.org/news/innovative-test-teaches-abcs-disinformation
- Veprimi Ekuilibrues: Kundërshtimi i Dezinformimit Dixhital ndërsa respektohet Liria e Shprehjes [Balancing Act: Countering Digital Disinformation while respekting Freedom of Expresssion], https://en.unesco.org/publications/balanceact
- Edukimi për Median dhe Informacioni në Gazetari: Një Manual për Gazetarët dhe Mësuesit e Gazetarisë [Media and Information Literacy in Journalism: A Handbook for Journalists and Journalism Educators], https://en.unesco.org/sites/default/files/mil_eng.pdf
- Burime Micro-mësimi të Edukimit për Median dhe Informacionin [Media and Information Literacy Micro-Learning Resources], https://en.unesco.org/covid19/communicationinformationresponse/visualresources
- Udhërrëfyes i Teorive të Konspiracionit [Guide to Conspiracy Theories], https://conspiracytheories.eu/_wpx/wp-content/uploads/2020/03/COMPACT_Guide-2.pdf

- Manuali i Teorive të Konspiracionit [The Conspiracy Theory Handbook], https://www.climatechangecommunication.org/wp-content/uploads/2020/03/ConspiracyTheoryHandbook.pdf
- Fushata e UNESCO dhe partnerëve të saj #ThinkBeforeSharing (#MendoParaSeTëShpërndash) për të luftuar përhapjen e teorive të konspiracionit https://en.unesco.org/themes/gced/thinkbeforesharing.

- Ndaje klasën në çifte apo grupe të vogla. Kërkoji secilit grup të bëj një kërkim të përgjithshëm në internet dhe offline; duke analizuar përmbajtje nga platforma të ndryshme (masmedia, media online, media sociale, libra) dhe të nxjerrin shembuj që përputhen me kategoritë e përmbajtjes së rreme dhe çorientuese. Pasi të jenë kryer të gjitha prezantimet, pasuroje diskutimin duke i dhënë përgjigje këtyre pyetjeve (më shumë mund të shtohet): Nga cila platformë erdhën shumica e shembujve? Cilat ishin temat më të zakonshme që u përmendën më shumë dhe cilat ishin të kategorisë së përmbajtjes së rreme dhe çorientuese?
- Në momentin e shkrimit të kësaj kurikule, ndër temat më të zakonshme për dez/çinformim janë ndryshimet klimaterike, vaksinimi dhe pandemia COVID-19 (dhe epidemitë e tjera). Bëj një kërkim online/offline mbi dez/çinformimet më të zakonshme në këto tema. Pasi t'i keni renditur ato, bëj një kërkim pasues mbi informacionin e bazuar në fakte për demaskimin e këtyre informacioneve të rreme.
- Ndër burimet e informacionit autentik dhe të besueshëm, shqyrtoni informacionin nga Organizata Botërore e Shëndetësisë, autoritetet tuaja vendore të shëndetësisë, UNESCO dhe Programi Mjedisor i Kombeve të Bashkuara mbi Ndryshimet Klimaterike. Identifiko institucione kredibile që keni përdorur në demaskimin e informacionit të rremë. Përse i konsideroni ato si burime të besueshme informacioni?
- Organizo një diskutim me nxënësit. Kupto nëse ata kanë ndeshur teori konspiracioni. Nëse po, cilat? Ku i kanë ndeshur ata këto teori, online apo offline? A ishin në gjendje të dallonin që informacioni që kanë marrë përbën teori konspirative? A mendojnë ata se ekzistojnë teori konspiracioni në realitet? A mund të ndajnë disa prej tyre? Drejtoji nxënësit që të bëjnë kërkim për disa nga teoritë konspirative më të njohura. Tani mendoni për tërësinë e burimeve mësimore të krijuara nga UNESCO, Komisioni Europian dhe Twitter, të lidhura me fushatën #ThinkBeforeSharing se si identifikojnë, parandalojnë dhe demaskojnë teoritë e konspiracionit https://en.unesco.org/themes/gced/thinkbeforesharing. Organizoni diskutime, veprimtari dhe prezantime/feedback të ndryshme në grupe të vogla me këto burime.
    - Teoritë e konspiracionit shpesh prezantohen si gazetari investigative. Shikoni gjithashtu këto burime në mënyrat e identifikimit të gazetarisë cilësore dhe profesionale të krijuara nga UNESCO, https://en.unesco.org/covid19/communicationinformationresponse/visualresources Organizo veprimtari të ngjashme me veprimtaritë më lart. Shikoni për më shumë burime nga UNESCO në faqet e mediave sociale mbi UNESCO MIL CLICKS https://en.unesco.org/MILCLICKS
- Nuk ekziston një përkufizim i pranuar ndërkombëtarisht mbi "gjuhën e urrejtjes". Kërkoni në internet për përshkrime të ndryshme të ofruara nga organizata të

respektuara ndërkombëtare, rajonale dhe kombëtare. Vendosi nxënësit në grupe dhe drejtoji ata të vlerësojnë ndryshimin midis përkufizimeve të ndryshme të ofruara. Ata duhet të reflektojnë mbi rrezikun e fokusimit mbi një përkufizim në dëm të një tjetri. Çfarë është lënë jashtë? Çfarë është mbajtur? Kush duhet ta marrë vendimin? Cilat janë implikimet?

- Kërkoni ose zgjidhni paraprakisht disa postime që prezantojnë llojet e ndryshme të gjuhës së urrejtjes të lidhura me identifikimin e animeve, paragjykimeve dhe motiveve nënvizuese, përfshirë diskriminimin gjinor, racial, antisemitizmin, urrejtjen ndaj komunitetit LGBTQI+, etj. Përsëriteni dy veprimtaritë e propozuara më lart dhe shpjegoni se cili lloj përmbajtje e rreme apo çorientuese është përdorur. Këtë herë fokusohu në llojet e gjuhës së urrejtjes. Nëse ata duan që duan të ndodhë kështu, drejtoji nxënësit të ndajnë përvoja të mëparshme të urrejtjes dhe intolerancës, ose nëse kanë qenë dëshmitarë të dikujt që ka përjetuar këtë online apo offline. Cila ishte përgjigjja e tyre? Përse apo përse nuk iu përgjigjën ata? Merrni në shqyrtim këto burime të UNESCO-s dhe partnerëve të saj:
  - Kundërpërgjigjja ndaj Gjuhës së Urrejtjes Online [Countering Online Hate Speech] https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000233231
  - Rimendimi i të nxënit: Një recensë e mësimit social dhe emocional për sistemet edukative [Rethinking learning: A review of social and emotional learning for education Systems}, https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373890?locale=en
  - Adresimi i Antisemitizmit përmes Edukimit: Udhëzime për politikbërësit [Addressing Anti-Semitism through Education: Guidelines for policymakers], https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000263702
- Në Strategjinë dhe Pranveprimin e Kombeve të Bashkuara mbi Gjuhën e Urrejtjes[59], Përkushtimi 7, thuhet: *Përdorimi i Edukimit si një instrument për adresimin dhe kundërpërgjigjen ndaj gjuhës së urrejtjes detyron që entet e Kombeve të Bashkuara duhet të ndërmarrin edukim formal dhe informal për të vënë në zbatim Objektivin e Zhvillimit të Qëndrueshëm 4, për të promovuar vlerat dhe zotësitë e Edukimit të Qytetarisë Globale dhe të pasurojnë edukimin për median dhe informacionin.* Dokumenti sugjeron gjithashtu *Programe, projekte dhe veprimtari mbështetëse të edukimit për median dhe informacionin, përfshirë aftësimin dixhital dhe teknologjik që inkurajon mendimin kritik dhe kompetencat kritike të individëve dhe i promovon ato, bashkë me gjëra të tjera.* Ju mund t'i aksesoni këto dokumente përmes lidhjeve të poshtëshënuara. Planifiko veprimtari të ndryshme mësimore rreth përmbajtjes së burimeve. Për shembull, vendosi nxënësit në grupe dhe kërkoju atyre të bëjnë kërkime për shkallën në të cilën këto lloje veprimesh vihen në zbatim në komunitetet apo rajonet e tyre.

59 Strategjia dhe Planveprimi i Kombeve të Bashkuara mbi Gjuhën e Urrejtjes [United Nations Strategy and Plan of Action on Hate Speech], https://www.un.org/en/genocideprevention/documents/advising-and-mobilizing/Action_plan_on_hate_speech_EN.pdf Parë më 4 janar 2021. Shikoni gjithashtu, Shënimet Udhëzuese të Kombeve të Bashkuara në Adresimin dhe Kundërpërgjigjen e Gjuhës së Urrejtjes të COVID-19 [United Nations Guiding Note on Addressing and Countering COVID-19 related Hate Speech], https://www.un.org/en/genocideprevention/documents/Guidance%20on%20COVID-19%20related%20Hate%20Speech.pdf. Parë më 4 janar 2021.

Vlerësime dhe rekomandime

- Provime me shkrim
- Ese, refleksione dhe punime reaguese ndaj leksioneve, rasteve të studimit, prezantimeve / këqyrjeve audiovizive
- Pjesëmarrje në veprimtari mësimore në grup
- Prodhimi i materialeve informuese-edukuese-komunikuese (për shembull, posterat, broshurat, infografikat, kartat e mediave sociale, vlogjet).
- Detyrat e kursit
- Tregimet / raportet investigative

Tema për shqyrtim të mëtejshëm

- Propaganda dhe Çinformimi e Dezinformimi
- Teknika të Propagandës Kompjuterike
- Implikimet e IA në çinformim dhe dezinformim
- Deepflakes dhe format e tjera të medias sintetike (përfshirë teknologjitë e manipulimeve audio-vizive)

NJËSIA 3: MEDIA DHE ÇINFORMIMI

KOHËZGJATJA: 2 ORË

Temat kryesore:

- Dezinformimi dhe manipulimi mediatik
- Media sociale si platforma e parapëlqyer për dezinformim
- Arkitektura e dezinformimit dhe përmbajtja trolling/clickbait

Objektivat mësimore

Në fund të kësaj njësie mësuesit do të jenë në gjendje të:

- Shpjegojnë cilësitë apo karakteristikat që e bëjnë median sociale platformën e parapëlqyer për dezinformacion në disa kontekste
- Përshkruajnë se si operon trolling/clickbait, përfshirë në marrëdhënie me dezinformimin
- Vlerësojnë mekanizmat ekzistues dhe efikasitetin e ndërmjetësuesve në Internet në adresimin e dezinformimit dhe urrejtjes
- Përgatisin një planveprimi të thjeshtë se si të adresojnë përmbajtjen e rreme dhe çorientuese në një hapësirë mësimore

Qasje dhe veprimtari pedagogjike

Përmbledhtas: ashtu siç është diskutuar më parë në këtë *Kurikul* (Pjesa 1), pedagogji të ndryshme janë të mundshme. Ju lutem ta rishikoni listën në *Pjesën 1* dhe të vendosni se cilën qasje të zbatoni për veprimtaritë e sugjeruara më poshtë dhe për të tjera që ju mund të formuloni. Disa shembuj renditen më poshtë. Shikoni *Pjesën 1* për të tjera dhe udhëzim më të detajuar të tyre.

- Raste studimi / shembuj rastesh të formave të zakonshme të përmbajtjes së rreme dhe çorientuese
- Qasja e kërkimit mbi çështje
- Kërkim
- Prodhim

- Ndaje klasën në grupe dhe kërkoji çdo pjesëmarrësi të përgatisë një planveprimi të thjeshtë se si të adresojë çinformimin në hapësirat mësimore. Planveprimi mund të përfshijë elementët e mëposhtëm: audiencat, objektivat, mesazhet, strategjitë dhe veprimtaritë. Kërkoju nxënësve që ta përkthejnë mesazhin e tyre kryesor në materiale fushatash (postera, infografika, lajmërime për shërbime publike, karta për media sociale, meme) duke përdorur platformën/at e zgjedhura prej tyre, p.sh. të shkruar, të transmetuar dhe dixhitale.
- Diskuto se çfarë është një "bot" dhe si ta dallosh atë. Shiko te https://firstdraftnews.org/articles/how-to-spot-a-bot-or-not-the-main-indicators-of-online-automation-co-ordination-and-inauthentic-activity/
- Në grup të vogël (4-5 veta), pyet çdo pjesëmarrës në lidhje me përvojën e saj apo të tij me përmbajtjen e rreme përmes përdorimit të një platforme të medias sociale. Mësuesit i drejtojnë nxënësit përmes pyetjeve të mëposhtme: A keni ndarë përmbajtje të rremë online më parë? Çfarë të motivoi të pëlqeje apo ndaje përmbajtje të rreme? A ishe i vetëdijshëm që përmbajtja ishte e rreme para se ta pëlqeje / ndaje atë? Cili ishte reagimi yt fillestar kur zbulove se përmbajtja ishte e rreme (duke supozuar se nuk e dije se ishte e tillë kur e pëlqeve/ndave përmbajtjen)? Cilat janë rekomandimet e tua për të rinjtë se si të përdorin dallueshmëri me llogaritë e tyre të mediave sociale? (Shënim: Nëse pjesëmarrësit nuk kanë përvojë me përmbajtjen e rreme, ata mund të intervistojnë të rinj të tjerë që kanë përvojë me pëlqimin ose ndarjen e përmbajtjes së rreme).
- Diskuto se si algoritmat shumëfishojnë dhe rekomando përmbajtje dhe grupe që ekspozojnë urrejtjen dhe/ose dezinformimin. Cilat janë detyrimet e këtyre kompanive në këtë drejtim? A duhet të njoftohet përdoruesit nëse janë ekspozuar ndaj një përmbajtje të tillë?
- Intervistoni ose organizoni një vizitë me bibliotekarë, arkivistë apo kuratorë muzesh për të folur se si dhe nëse mund të identifikojnë libra, dokumente apo artefakte historike që propagandojnë dezinformim, keqprezantim apo nëse ka fakte dhe perspektiva kundërshtuese mbi vërtetësinë e autenticitetit të plotë të këtyre burimeve dhe atyre të lidhura me to. Konsideroni shembuj ku gratë e një race/origjine të caktuar janë lënë jashtë apo nuk janë mbuluar sa duhet në tregimet historike. Si trajtohen çështje të tilla?

Vlerësime dhe rekomandime

- Provime me shkrim
- Ese, refleksione dhe punime reaguese ndaj leksioneve, rasteve të studimit
- Prodhimi i materialeve informuese-edukuese-komunikuese (për shembull, posterat, broshurat, infografikat, kartat e mediave sociale, vlogjet).
- Detyrat e kursit
- Pjesëmarrje në veprimtari mësimore në grup
- Tregimet / raportet investigative

Tema për shqyrtim të mëtejshëm

- Teoritë e konspiracionit
- Softuerët që mundësojnë çinformimin, p.sh., Inteligjenca Artificiale, Algoritmat dhe Bots

NJËSIA 4: IMPAKTET E PËRMBAJTJES SË RREME DHE ÇORIENTUESE MBI INDIVIDËT DHE SHOQËRINË

KOHËZGJATJA: 2 ORË

Temat kryesore:

- Impakti i çinformimit dhe dezinformimit mbi besimin në gazetari (media)
- Dezinfodemia dhe Pandemia COVID-19 – Impakti mbi Shëndetit dhe Sigurinë Individuale dhe Publike (shiko https://en.unesco.org/covid19/disinfodemic)
- Dezinformimi dhe Demokracia (përfshirë Zgjedhjet. Shiko "Zgjedhjet dhe Media në Kohët Dixhitale", Raporti i Trendeve Botërore të UNESCO-s https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000371486)
- Çinformimi dhe ekonomia

Objektivat mësimore

Në fund të kësaj njësie mësuesit do të jenë në gjendje të:

- Analizojnë impaktin e çinformimit dhe dezinformimit mbi besimin publik të kompanive mediatike të lajmeve
- Shtjellojnë se si "dezinfodemia" ka ndikuar sjelljet dhe praktikat e atyre që kërkojnë shërim, veçanërisht të prindërve dhe të rinjve

- Ilustrojnë se si teknikat e dezinformacionit ka ndikuar pjesëmarrjen qytetare në qeverisje, përfshirë dhe zgjedhjet
- Shpjegojnë se si llojet e ndryshme të çinformimit mund të ndikojnë ekonominë

Qasje dhe veprimtari pedagogjike

Përmbledhtas: ashtu siç është diskutuar më parë në këtë *Kurikul* (Pjesa 1), pedagogji të ndryshme janë të mundshme. Ju lutem ta rishikoni listën në *Pjesën 1* dhe të vendosni se cilën qasje të zbatoni për veprimtaritë e sugjeruara më poshtë dhe për të tjera që ju mund të formuloni. Disa shembuj renditen më poshtë. Shikoni Pjesën 1 për të tjera dhe udhëzim më të detajuar të tyre.

  - Raste studimi / shembuj rastesh të formave të zakonshme të përmbajtjes së rreme dhe çorientuese
  - Qasja e kërkimit mbi çështje
  - Kërkim
  - Prodhim
  - Analizë përmbajtje / konteksti
- Ndaje klasën në çifte ose grupe të vogla. Kërkoji secilit pjesëmarrës të intervistojë një zyrtar / punonjës të shëndetit publik mbi impaktin e "dezinfodemisë" mbi sjelljet dhe praktikat e atyre që kërkojnë të shërohen, veçanërisht të prindërve dhe kryesisht mbi parandalimin, imunizimin (vaksinimin) dhe probleme të tjera shoqëruese në dritën e pandemisë COVID-19. Temat e intervistës mund të përfshijnë çinformimin dhe dezinformimin e zakonshëm në shqetësimet e shëndetit dhe strategjitë për të adresuar këtë "dezinfodemi".
- Lexoni përmbledhjen ekzekutive të *Arkitektët e Dezinformimit të Rrjetëzuar [Architects of Networked Disinformation]* në http://newtontechfordev.com/wp-content/uploads/2018/02/Architects-of-Networked-Disinformation-Executive-Summary-Final.pdf. Shkruaj një ese / vlog ose prodhoni një blog mbi teknikat e komunikimit bindës që përdoret nga "arkitektët e dezinformacionit të rrjetëzuar" në mobilizimin e ndjesive populiste në përfitim të axhendave të politikanë. Ju mund edhe të intervistoni ekspertë vendorë për të krahasuar kontekstin vendor në esenë / blogun apo vlogun tuaj (Shënim: raporti i plotë është gjithashtu i disponueshëm online në https://newtontechfordev.com/wp-content/uploads/2018/02/ARCHITECTS-OF-NETWORKED-DISINFORMATION-FULL-REPORT.pdf).

Vlerësime dhe rekomandime

- Provime me shkrim
- Ese, refleksione dhe punime reaguese ndaj leksioneve, rasteve të studimit, leximeve
- Pjesëmarrje në veprimtari mësimore në grup
- Prodhimi i materialeve informuese-edukuese-komunikuese (për shembull, posterat, broshurat, infografikat, kartat e mediave sociale, vlogjet).

- Detyrat e kursit
- Tregimet / raportet investigative

Tema për shqyrtim të mëtejshëm

- Çinformimi dhe objektivat e zhvillimit të qëndrueshëm
- E drejta e privatësisë
- Teoritë e paragjykimeve konjitive
- E vërteta në reklamim dhe marrëdhënie me publikun

NJËSIA 5: EDUKIMI PËR MEDIAN DHE INFORMACIONIN DHE AKSESI NË INFORMACION/ÇINFORMIMI[60]

KOHËZGJATJA: 2 ORË

Temat kryesore:

- Fact checking (kontrolli i fakteve) dhe instrumente të tjera
- Kompetencat EMI në adresimin e çrregullimeve të informacionit
- Modele programesh dhe projektesh EMI që adresojnë çinformimin

Objektivat mësimore

Në fund të kësaj njësie mësuesit do të jenë në gjendje të:

- Ilustrojnë se si të ndërmarrin fact-cheking dhe teknika e instrumente të tjera të lidhura me të për të luftuar çinformimin dhe dezinformimin
- Përkthejnë kompetencat EMI në indikatorë specifikë performance siç tregohet në termat e njohurisë, mendësisë dhe zotësive
- Përgatisin një program/projekt veprimi për të adresuar çinformimin

Qasje dhe veprimtari pedagogjike

Përmbledhtas: ashtu siç është diskutuar më parë në këtë Kurikul (Pjesa 1), pedagogji të ndryshme janë të mundshme. Ju lutem ta rishikoni listën në Pjesën 1 dhe të vendosni se cilën qasje të zbatoni për veprimtaritë e sugjeruara më poshtë dhe për të tjera që ju

60 Në fillim të këtij kapitulli kjo njësi quhet “dhe aksesi në informacion”, ndërsa këtu quhet “dhe çinformimi”

mund të formuloni. Disa shembuj renditen më poshtë. Shikoni Pjesën 1 për të tjera dhe udhëzim më të detajuar të tyre.

- Raste studimi / shembuj rastesh të formave të zakonshme të përmbajtjes së rreme dhe çorientuese
- Qasja e kërkimit mbi çështje
- Kërkim
- Prodhim
- Analizë përmbajtje / konteksti

Veprimtari në grup mbi fact-checking: Analizoni një fjalim apo deklaratë të bërë nga një zyrtar i qeverisë në mjedisin tuaj mësimor. Jepni citime nga fjalimi apo deklarata. Pyesni nxënësit nëse secili citim është një pohim të cilit mund t'i kontrollohen faktet apo thjesht një opinion. A mund të verifikohet apo kontrollohet për fakte ky pohim? Përse po ose jo? Nëse pohimi mund të verifikohet apo të faktkontrollohet, si do ta bëni ju këtë? Më pas, kërkoju nxënësve që të procedojnë me procesin e kontrollimit të fakteve. Udhëzoji ata të dokumentojnë procesin hap-pas-hapi, e pastaj diskutoni dhe kritikoni mënyrën se si u bë kërkimi.

Për ta pasuruar diskutimin, analizo implikimet e deklarimeve të rreme kështu: Si i ndikoj qytetarët kjo përmbajtje? Kush është përgjegjës për adresimin e efekteve/pasojave të deklarimeve të rreme? A bëhet diçka për të adresuar efektet / pasojat e deklarimeve të rreme?

Vlerësime dhe rekomandime

- Provime me shkrim
- Ese, refleksione dhe punime reaguese ndaj leksioneve, rasteve të studimit, leximeve dhe këqyrjeve audiovizive
- Prodhimi i materialeve informuese-edukuese-komunikuese (për shembull, posterat, broshurat, infografikat, kartat e mediave sociale, vlogjet).
- Detyrat e kursit
- Pjesëmarrje në veprimtari mësimore në grup
- Tregimet / raportet investigative

Tema për shqyrtim të mëtejshëm

Rekomandimet e Grupit të Ekspertëve të Nivelit të Lartë të Komisionit Europian (HLEG) mbi Fake News dhe Dezinformimin Online.[61]

61 Drejtoria e Përgjithshme e Komisionit Europian për Rrjetet, Përmbajtjen dhe Teknologjinë e Komunikimit (2018), Një qasje shumëdimenionale ndaj dezinformimit: Raporti i Grupit të Pavarur mbi fake news dhe dezinormmin online [A multidimensional approach to disinformation. Report of the independent High-Level Group on fake news and online disinformation]. Belgium: Bashkimi Europian.

Burime dhe referenca

Neni 19 (2015. Gjuha e Urrejtjes e Shpjeguar [Hate Speech Explained], https://www.article19.org/resources/hatespeech-explained-a-toolkit/

Veprimi Balancues: Kundërpërgjigjja ndaj Dezinformimit Dixhital Ndërsa Respektohet Liria e Shprehjes [Balancing Act: Countering Digital Disinformation While Respecting Freedom of Expression]. Broadband Commission for Sustainable Development, International Telecommunications Union, dhe UNESCO (2020). https://www.broadbandcommission.org/Documents/working-groups/FoE_Disinfo_Report.pdf

Bradshaw, Samantha dhe P. Howard. (2019). Rendi i Dezinformimit Global 2019: Inventar i Manipulimit të Organizuar të Medias Sociale [Global Disinformation Order 2019: Global Inventory of Organized Social Media Manipulation]. Punim i papërfunduar 2019. Projekti i Propogandës Kompjuterike, Oxford: UK.

Bulizmi kibernetik [Cyberbully], (film, 2011), https://www.imdb.com/title/tt1930315/?ref_=nv_sr_srsg_0

David, Marian. (2004). "Teoritë e të Vërtetës" në "Manualin e Epistemologjisë" ["Theories of Truth" in "Handbook of Epistemology"], redaktuar nga Ilkka Niiniluoto, Matti Sintonen dhe Jan Wolenski. Springer Science dhe Business Media Dodrecht.

Drejtoria e Përgjithshme e Komisionit Europian për Rrjetet, Përmbajtjen dhe Teknologjinë e Komunikimit (2018), Një qasje shumëdimenionale ndaj dezinformimit: Raporti i Grupit të Pavarur mbi fake news dhe dezinormmin online [A multidimensional approach to disinformation. Report of the independent High-Level Group on fake news and online disinformation]. Belgium: Bashkimi Europian.

Ireton, C. & Posetti, J. (2018). Gazetaria, "fake news" dhe çinformimit: Manualt për edukimit dhe trajnimit gazetaresk [Journalism, 'fake news' & disinformation: Handbook for journalism education and training]. Paris: UNESCO.

Jackson. Dean. (17 tetor 2017). Përmbledhja e Çështjes: Dallimi i Dezinformimit nga Propaganda, Çinformimi dhe "Fake news" [Issue Brief: Distinguishing Disinformation from Propaganda, Misinformation, and "Fake News"], https://www.ned.org/issue-brief-distinguishing-disinformation-from-propaganda-misinformation-and-fake-news/

Kovach, B. and Rosenstiel, T. (2014). Elementet e Gazetarisë: Çfarë duhet të dinë njerëzit e lajmeve dhe ajo që publiku pret [The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect]. New York: Three Rivers Press of Random House.

Mësimi i Anglishtes / Learning English. (22 maj 2018) Mësimi 2, Aftësimi për lajmet: Verifikimi, pavarësia, llogaridhënia [News literacy lesson 2: Verification, independence, accountability]. Marrë nga https://learningenglish.voanews.com/a/news-literacy-lesson-2-verification-independence-accountability/4388049.html

Levitin, D. J. (2017). Gënjeshtra të armatosura: Si të mendojmë në nënyrë kritike në epokën pas të vërtetës [Weaponized lies: How to think critically in the post-truth era], New York, NY: Dutton.

Nery, J. (2019). Kalbëzimi dhe dezinformimi në epokën dixhitale [Democratic decay and disinformation in the digital age], Friedrich Nauman Foundation for Freedom, 1-36.

Marrë nga https://www.freiheit.org/sites/default/files/import/2019-04/17960-democracydecayanddisinformationinthedigitalage.pdf

Ong, Jonathan Corpus dhe Jason A. Cabanes (2017). Arkitektët e Dezinformacionit të Rrjetëzuar [Architects of Networked Disinformation], Newton Tech4Dev Network http://newtontechfordev.com/wp-content/uploads/2018/02/ARCHITECTS-OFNETWORKED-DISINFORMATION-FULL-REPORT.pdf

Ordway, D. (2020). "Graduar e rreme": Ja ku është kërkimi më i ri mbi fake news dhe fact-checking ["Rated false": Here's the most interesting new research on fake news and fact checking]. Marrë në https://www.niemanlab.org/2020/01/ratedfalse-heres-the-most-interesting-new-research-on-fake-news-and-fact-checking/?fbclid=IwAR2K6OPYxCwpU0m5IRkXJnoYPjww7u8h_UiHCZMoYOAk3ljiLTZIyb3wns

Silverman, Craig (2014), Manuali i Verifikimit për Raportimin Investiguese [Verification Handbook for Investigative Reporting]. Qendra Europiane e Gazetarësisë. Marrë nga https://verificationhandbook.com/downloads/verification.handbook.pdf

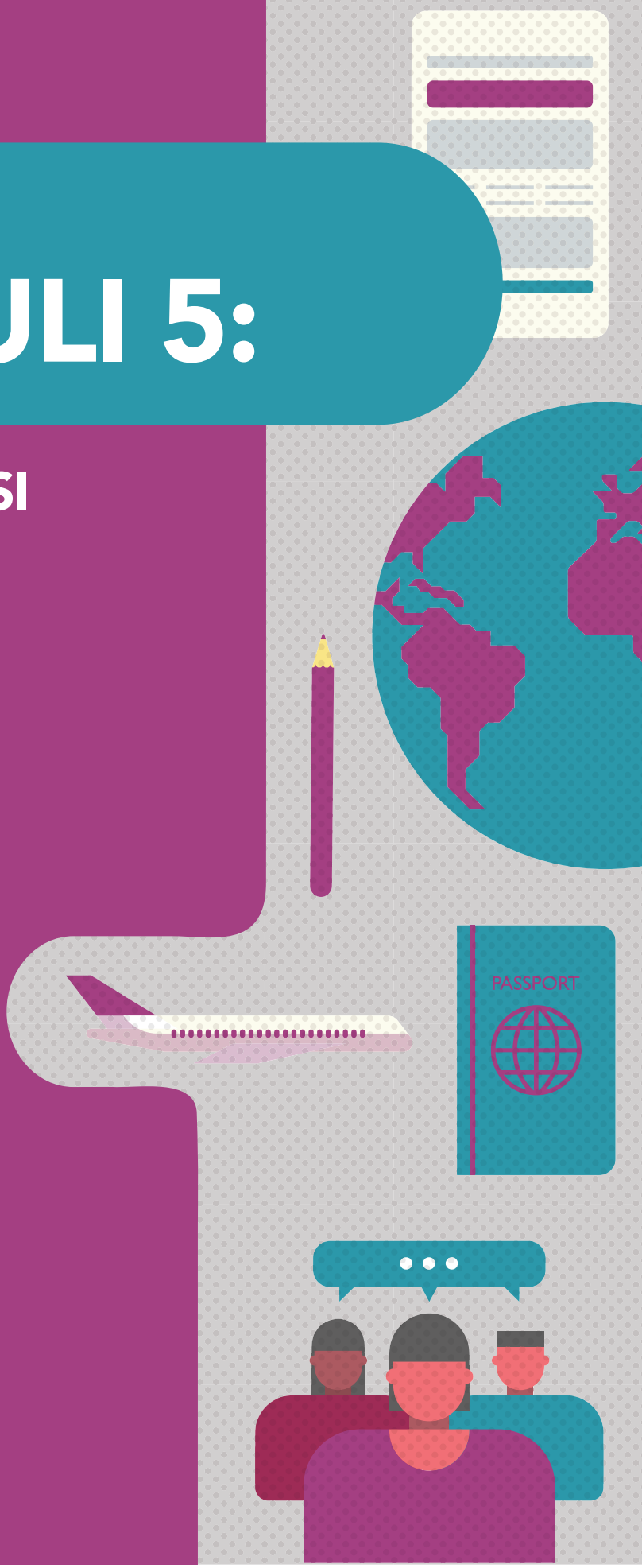
UNESCO, Mendo Para se të klikosh, Mendo Para se të Shpërndash [Think Before Clicking, Think Before Sharing] https://en.unesco.org/covid19/communicationinformationresponse/visualresources

UNESCO, #ThinkingBeforeSharing, https://en.unesco.org/themes/gced/thinkbeforesharing

Zuboff, S. (2019), Epoka e Kapitalizmit Mbikqyrës: Lufta për të Ardhmen Njerëzore në Frontin e Ri të Pushtetit [The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power]. New York: Public Affairs (shikoni dhe videot në YouTube).

MODULI 5:

AUDIENCAT SI QYTETARË



SFONDI DHE ARSYEJA

Ne të gjithë kemi përvoja të ndryshme si audienca të përmbajtjes online dhe offline. Gjithmonë e më shumë, kjo vjen përmes kompanive të komunikimeve dixhitale dhe sipërmarrësve dixhitalë online të nxjerrë në pah nga mediat sociale dhe teknologjitë dixhitale si telefonat celularë dhe aplikacionet. Në shumë rajone, fëmijët edhe të rriturit shpenzojnë një sasi domethënëse të kohës së tyre ditore të angazhuar në media dhe veprimtari të komunikimeve dixhitale. Në pjesën e fundit të shekullit të njëzetë, një supozim i zakonshëm ishte që audiencë e caktuar mund të ketë qenë një grup homogjen individësh pasiv apo pranues që do ta interpretonte një tekst apo një formë mediatike në mënyrë të njëjtë apo të ngjashme. Kjo është shpesh e vërtetë me televizionin, veçanërisht në fazat e hershme, kur komunikimin nuk ishte përgjithësisht shumëdimensional dhe me shtresa të shumëfishta feedback-u. Konteksti i sotëm me bazë interneti ka bërë më komplekse jo vetëm mënyrat tona të komunikimit por edhe me kë komunikojmë. Ne mund të konsiderohemi tani, në të njëjtën kohë, konsumatorë (shpesh të referuar si "audienca të targetura" duke përfshirë synime për reklamim të shtyrë nga të dhënat dhe artikuj të përzgjedhur të përmbajtjes) si dhe pjesëmarrës aktiv, që do të nënkuptonte se ne jemi dhe prodhues dhe krijues të përmbajtjes.

Audiencat e targetuara janë grupe lexuesish, shikuesish e dëgjuesish, dhe gjithmonë e më shumë përdoruesish, të përkufizuar nga demografi specifike dhe karakteristika të tjera, të tilla si mosha, prejardhja etnokulturore, statusi socio-ekonomik, gjinia, identiteti apo interesat. Këta mund të quhen një grup specifik për të cilin aktorë të ndryshëm zhvillojnë dhe formësojnë mesazhe. Për shembull, tradicionalisht, reklamuesit janë interesuar për blerjen e kohës apo hapësirës që u ofron atyre akses në një demografi specifike apo audiencë të targetuar. Në industrinë e televizionit, reklamuesit blejnë hapësira kohore tregtare nga një rrjet gjatë një programi të caktuar, nëse ai program po tërheq një audiencë që duan të ndikojnë. Shumë programe janë projektuar që në gjenezë për të tërhequr lloje reklamash. Në këtë moment, brenda kontekstit të mediave të reja dhe rrjeteve sociale, në veçanti, ekzistojnë algoritme, që gjurmojnë madhësitë dhe gjurmët dixhitale që fshehurazi identifikojnë dhe izolojnë përdoruesit. Për këtë arsye, skemat e sofistikuara të marketingut mund të krijohen për t'u prezantuar përdoruesve reklama dhe përmbajtje të tjera pa kërkesën apo dijeninë e audiencës për reklamat që po ndërthuren në konsumimin e tyre. Për shembull, dikush që interesohet në destinacion specifik mund të kërkojë informacion përmes një shfletuesi uebi dhe më pas të shikojë se si reklama dalin para tij/saj nga faqet e mediave sociale që akseson më pas pa u shkëputur nga shfletuesi, duke ilustruar kështu se si aksesi, përdorimi dhe targetimi i informacionit dhe mesazheve ndërthuret në mënyrë eksponenciale. Shikoni më shumë mbi reklamimin në Modulin 10.

Sidoqoftë, njerëzit janë qytetarë, jo thjesht audienca. Njerëzit kanë vlerë që tejkalon ato që kanë përmbajtje konsumatore. Mënyra se si ne i interpretojmë mesazhet dhe ndërveprimet mund të lidhet me përvojat tona socio-psikologjike apo të jetuara, si dhe me vlerat, mendësitë dhe sjelljet tona, nisur nga identitetet tona kulturore, ekonomike, etniko-racore dhe të tjera si këto. Ndërsa ende ka pabarazi, barriera, pengesa dhe ndasi që pengojnë dhe zvogëlojnë marrëdhëniet shoqërore nëpër botë, ekzistojnë dhe mori mundësish dhe hapësirash për t'u angazhuar dhe komunikuar me të tjerët përgjatë kufijve gjuhësorë, gjeografik, kulturor dhe politik. Ky realitet, i kombinuar me çështje serioze që i tejkalojnë interesat kombëtare dhe vendore, të tilla si mjedisi, migrimi, racizmi, konflikti, varfëria dhe politikat ekonomike, lidhen drejtpërsëdrejti me qytetarinë globale. Me lëvizshmërinë e shtuar të njerëzve (të kërcënuar nga kriza e COVID-19 në kohën kur shkruhet ky material), aksesi në komunikimet me bazë internetit dhe qarkullimi i ideve, kulturave dhe edukimit, qytetaria globale po bëhet gjithmonë e më shumë e domosdoshme që të kundërshtohen problemet afatgjata dhe të bëhen përpjekje për paqe, barazi shoqërore dhe mbijetesë kulturore, në një masë të madhe për grupet e margjinalizuara dhe popujt indigjenë. Sipas "IDEAS for global citizenship"[62] (dhe Oxfam):

Një Qytetar Global është dikush që:

- Është i vetëdijshëm për botën e gjerë dhe ka një ndjesi të rolit të vet si qytetar i botës
- Respekton dhe çmon diversitetin
- Ka një të kuptuar se si funksionon bota
- Është i zemëruar nga padrejtësia sociale
- Merr pjesë në komunitet në një gamë nivelesh, nga vendore në globale
- Është i gatshëm të veprojë për ta bërë botën një vend më të barabartë dhe të qëndrueshëm
- Merr përgjegjësi për veprimet e tij/saj

UNESCO i është qasur kësaj teme në këtë mënyrë: "Përkufizimi i qytetarisë është debatuar dhe nuk ka një përkufizim të pranuar gjerësisht për qytetarinë globale. Në

62 Shënim i përkthyesit: "IDEAS for global citizenship" është një rrjet organizatash dhe invididësh në Skoci të përfshirë në edukimin për qytetari globale, ku "IDEAS" është një shkurtim për "The International Development Education Association of Scotland" [Shoqata Ndërkombëtare e Zhvillimit të Edukimit të Skocisë].

të gjitha rastet, qytetaria globale nuk mbart një status ligjor. Ajo i referohet më shumë ndjenjës së përkatësisë në një komunitet global dhe një ndjesie të përbashkët të humanitetit, me anëtarët e supozuar të saj që përjetojnë solidaritet dhe identitet kolektiv midis tyre dhe një përgjegjësi kolektive në nivelin global. Qytetaria globale mund të shihet më shumë si një karakteristikë apo metaforë dhe jo anëtarësi formale. Duke qenë një kornizë për veprim të përbashkët, qytetaria globale mund, dhe pritet të, prodhojë veprime dhe angazhime midis, dhe për, pjesëtarët e saj përmes veprimeve civile për të promovuar një botë dhe të ardhme më të mirë".[63]

Për të qenë Qytetarë Globalë efikas, të rinjtë dhe të rriturit duhet të jenë fleksibël, krijues dhe proaktiv. Ata kanë nevojë të aftësohen të zgjidhin probleme, marrin vendime, mendojnë në mënyrë kritike, komunikojnë ide me efikasitet dhe të punojnë mirë si pjesëtar skuadrash apo grupesh. Këto zotësi dhe atribute po pranohet gjithmonë e më shumë si thelbësore për të patur sukses në fusha të tjera të jetës në shekullin e 21-të, përfshirë dhe në shumë vende pune. Këto zotësi dhe cilësi nuk mund të zhvillohen pa përdorimin e metodave aktive të të mësuarit përmes të cilave nxënësit mësojnë duke bërë dhe duke bashkëpunuar me të tjerët.

Edukimi, dhe për qëllimet tona, edukimit për qytetari globale (EQG), përbën një nevojë të madhe të ekuacionit të edukimit për median dhe informacionin (EMI). Siç do ilustrohet më poshtë, EMI dhe EQG kanë disa objektiva të përbashkëta.

Ky modul do të eksplorojë disa pyetje kryesore:

1. Si ndikon qytetaria globale mënyrat në të cilat ne e konsiderojmë nocionin e audiencës në lidhje me përmbajtjen, institucionet dhe teknologjitë?
2. Si mund të ndikojë prejardhja dhe sfondi i një prodhuesi / autori të kuptuarin e një teksti në të gjitha format?
3. Cilat janë faktorët e tjerë që formësojnë mënyrën se si përmbajtja interpretohet, përfshirë variablat kulturore, edukative dhe identitare?
4. Si mund ta forcojë ndërtimi i një guidë tekstuale apo modeli edukimi për median dhe informacionin një proces interpretimi kritik?
5. Si e përdorin audiencat ekologjinë e komunikimit në një jetën e përditshme dhe cili është impakti?

63 UNESCO (2017). ABC-ja e edukimit të qytetarisë globale [The ABCs of global citizenship education]. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000248232.locale=en

NJËSITË VIJUESE:

NJËSIA 1:
KUPTIMI I QYTETARISË GLOBALE

NJËSIA 2:
AUDIENCAT

NJËSIA 3:
EMI, OFRUESIT E PËRMBAJTJES DHE ANGAZHIMI QYTETAR

NJËSIA 4:
INFORMACIONI I DREJTUAR NGA QYTETARËT, GAZETARIA QYTETARE

NJËSIA 1: KUPTIMI I QYTETARISË GLOBALE

KOHËZGJATJA: 2 ORË

Temat kryesore:

- Kompetencat EMI që kërkohen për të analizuar dhe punuar drejt zgjidhjes së sfidave të jetës reale
- Rëndësia e edukimit për median dhe informacionin në marrëdhënie me qytetarinë globale
- Nevoja e bashkërendimit të shumë palëve në dhe jashtë hapësirës mësimore
- Pranimi i supozimeve, përvojave, prejardhjeve dhe bindjeve tona dhe mënyrë se si ato e ndikojnë botëkuptimin tonë
- Mënyrat se si globalizimi i informacionit dhe komunikimit mund të drejtojë qytetarinë globale. Për më shumë mbi këtë temë, shikoni modulet 13 dhe 14.

Objektivat mësimore

Në fund të kësaj njësie mësuesit dhe nxënësit do të jenë në gjendje të:

- Përshkruajnë lidhjen midis EMI dhe EQG dhe rëndësia e saj për mësimin
- Kuptojnë rëndësinë e mendimit kritik për dhe veprimit me respekt dhe etikë ndaj çështjeve globale, rajonale, kombëtare e vendore dhe njohja e ndërlidhjes dhe ndërvarësisë të vendeve dhe popullatave të ndryshme
- Rendisin përfitimet e përkatësisë në një humanitet të përbashkët, me vlera dhe individualitete të përbashkëta, empati, solidaritet dhe respekt për ndryshimet dhe diversitetin

Shtjellimi i EQG-së

Pothuajse të gjithë aspektet e mbuluara në këtë Kurikul EMI kanë lidhje me EQG-në. UNESCO ka zhvilluar shumë burime mësimore dhe vlerësimi mbi EQG. Shumë prej tyre janë të renditura në seksionin e Burimeve më poshtë. Fokusi i kësaj njësie, bëhet kështu, që t'u japë përdoruesve vëzhgimet në mënyrën se si EMI lidhet me EQG dhe t'i drejtojë ata në burimet EQG të UNESCO-s dhe partnerëve të saj.

UNESCO e përkufizon EQG-në si më poshtë vijon:

> Edukimi për qytetari globale synon të jetë transformues, duke ndërtuar njohurinë, zotësitë, vlerat dhe mendësinë që nxënësit kanë nevojë për të qenë në gjendje të kontribuojnë në një botë më gjithëpërfshirëse, të drejtë dhe paqësore. Edukimi për edukim qytetar ndërmerr "një qasje shumëfaqëshe, duke përdorur koncepte dhe metodologji të zbatuar ndërkohë në fusha të tjera, përfshirë edukimin për të drejtat e njeriut, edukimin për paqen, edukimin për zhvillimin e qëndrueshëm dhe edukimin për të kuptuar ndërkombëtar" dhe synon të përparojë objektivat e tyre të përbashkët. Edukimi i qytetarisë globale vë në zbatim një perspektivë të mësimit përgjatë gjithë jetës, duke filluar me fëmijërinë e hershme dhe duke vazhduar në të gjitha nivelet e edukimit dhe deri në moshën e rritur, duke kërkuar njëkohësisht "qasje formale dhe informale, ndërhyrje kurikulare e ekstrakurikulare dhe shtigje konvencionale dhe jokonvencionale të pjesëmarrjes'.[64]

Kur ne konsiderojmë "audiencën", mendojmë për këtë në kontekstin e qytetarisë globale. Është e rëndësishme që të mos i shohim audiencat si një veçori të izoluar sikur të kishte shumë publikë dhe "mini-publikë" të ndryshme dhe mbivendosura që mund të formohen lehtësisht dhe të informohen e jo thjeshtë si marrës, por dhe si transmetues dhe shpërndarës të përmbajtjes. Njësitë tradicionale dhe zyrtare mediatike, megjithëse janë ende të rëndësishme, tani mund të sfidohen, formësohen dhe errësohen nga një shumëllojshmëri alternative ofruesish përmbajtje, rrjetesh, aplikacionesh dhe sistemesh. Ne mund të mos jemi saktësisht të sigurtë se kush po lexon, shikon, dëgjon ose përfshihet me përmbajtjen në çdo moment të caktuar. Kjo është e rëndësishme sepse disa nga mesazhet, videot, podkastet, komentet dhe imazhet tona, etj. mund të bëhen "virale" ose mund të shpërfillen fare, ose mund të keqinterpretohen, ose mund të gjejnë audienca të reja e të panjohura me të cilat dhe të cilët të ndërtojë aleanca. Ato mund të jenë miksuar apo përpunuar në kontekste të ndryshme dhe përzier me elementë të tjerë (p.sh. aspekte të ndryshme vizuale ose audio). Ky realitet ka disa implikime. Ai mund të kompromentohet ose të mundësojë objektivat e shpallur të qytetarisë globale siç përmendet më lart. Ai krijon zmbrapsje si për prodhuesit/ofruesit e përmbajtjes si për konsumatorët. Kjo është në shtesë të sfidave të sektorit arsimor që duhet të ndërmjetësojë përdorimin, interpretimin dhe përfshirjen e produkteve të përmbajtjes në një bazë të gjerë. Në të njëjtën kohë, ekologjia e informacionit dhe komunikimit përshkohet nga konsiderata të qytetarisë globale. Të rinjtë, veçanërisht, janë të preokupuar me llojin e botës që po shohin, kontribuojnë në dhe po trashëgojnë.

Edukimi i Qytetarisë Globale dhe EMI

UNESCO dhe stakeholderat e shumtë nëpër botë promovojnë konceptin e edukimit të qytetarisë globale. Sipas kornizës së UNESCO-s, ka disa dimensione dalluese të edukimit për qytetari globale. Në hyrjen e këtij moduli, ne theksuam rëndësinë e mësimit social dhe mësimit socio-emocional. Ka dy elemente kyç që i përkasin mësimit social dhe të qenit një qytetar dixhitale. Shikoni një listë të detajuar të objektivave të edukimit të qytetarisë globale në burimin e UNESCO-s Edukimi i qytetarisë globale: Tema dhe objektiva mësimorë [Global citizenship education: Topics and learning objectives] https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000232993

Tabela 5:1 më poshtë ilustron këtë marrëdhënie dhe si media sociale mund të përdoret për mësim krijues, me veprimtaritë e sugjeruara të lidhura me qëllimet e edukimit qytetar global.

64 UNESCO (2015), Edukimi i Qytetarisë Globale: Tema dhe objektiva mësimorë [Global citizenship education: topics and learning objectives], https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000232993

TABELA 5:1 EDUKIMI PËR MEDIAN DHE INFORMACIONIN DHE EDUKIMI PËR QYTETARI DIXHITALE

QËLLIMET E EDUKIMIT PËR QYTETARI GLOBALE[65]	QËLLIMET E EDUKIMIT PËR MEDIAN DHE INFORMACIONIN	LIDHJA E EDUKIMIT PËR QYTETARI DIXHITALE ME EMI	VEPRIMTARI: PËRDORIMI I MEDIAS SOCIALE PËR MËSIM KRIJUES EMI DHE EDUKIM PËR QYTETARI DIXHITALE
Të inkurajojë nxënësit që të analizojnë situata nga jeta reale në mënyrë kritike dhe të identifikojnë zgjidhje të mundshme krijuese dhe inovative	EMI është mbi fitimin e kompetencave për të analizuar dhe për t'u përfshirë në mënyrë kritik me çështje të jetës reale që reflektohen dhe nganjëherë shumëfishohen nga ofrues përmbajtje individual dhe institucional në platforma të ndryshme teknologjike.	EMI është një mënyrë për të stimuluar mendimin kritik të njerëzve dhe ka më shumë forcë kur integrohet me kompetenca të tjera sociale si kompetencat ndërkulturore ose aftësimi ndërkulturor.	Mediat sociale janë burime të kuruara përmes algoritmeve dhe të shtyrë nga komercialiteti që ju lejojnë të zbuloni, vlerësoni dhe analizoni diskutimet apo çështjet që po ndodhin në vendin tuaj ose në botë. Mediat sociale mund të mundësojnë sheshe publike online, por gjithashtu të fragmentojnë, madje dhe të polarizojnë komunitetet. Mësuesit dhe nxënësit mund të identifikojnë tematika apo tema që janë me interes specifik për ta dhe objektivat e tyre mësimore. Nga këtu, ata mund të analizojnë dhe të diskutojnë në mënyrë kritike elementet e debatit mbi atë pikë siç po zhvillohet në media sociale – konteksti, lojtarët, çështjet apo e perspektivat e diskutimit; cila është narrativa më dominuese, a kanë gjithë aktorët akses të barabartë në debat, a është përfaqësues, si e ndikon kjo politik-bërjen? Ka një larmi mënyrash në të cilat ne mund të dizenjojmë veprimtari për mendim kritik dhe që i lejojnë individët të shqyrtojnë debate nga bota reale. Mësuesit mund të zhvillojnë gjithashtu veprimtari për t'u mësuar nxënësve se si të praktikojnë teknikat e tyre të kërkimit dhe si ato mund të verifikojnë informacionin përmes burimesh të shumta në media sociale. Këto burime mund të vendosen me referenca të kryqëzuara dhe kontroll faktesh përmes burimeve të tjera të informacionit, siç janë faqe lajmesh dhe raportues të besueshëm. Shikoni shembuj më lart. (Shikoni seksionin e Veprimtarive më poshtë në Njësinë 2 për shumë shembuj).
Të mbështesë nxënësit që të rishikojnë supozimet, botëkuptimet dhe marrëdhëniet e pushtetit në zbulimet tipike dhe të shqyrtojë individë / grupe që janë të nënpërfaqësuara / margjinalizuara	Një pjesë kryesore e EMI është që të mundësojë individët të vlerësojnë në mënyrë kritike se si ofruesit e përmbajtjes marrin pushtet, privilegjojnë një përmbajtje të caktuar ose mundësojnë diversitetin e zërave dhe lirinë e shprehjes, prezantojnë realitetin, informacionin, etninë, gjininë, racën, etj. Ky i kuptuar përfshin vlerësimin nëse ofruesit e përmbajtjes e mbështesin apo lejojnë apo kryejnë dhunim të të drejtave të njerëzve. Kjo lidhet me rolin individual në gjithçka dhe atë që Frau-Meigs (2013), i referohet si "vetë-menaxhim ashtu dhe angazhim"[66] (f. 183, cituar poshtë)	EMI është edhe mjet edhe qëllim për të përmbushur edukimin për qytetari globale.	Shikoni shembujt lart. (Shikoni seksionin e Veprimtarive më poshtë në Njësinë 2 për më shumë shembuj).

Të fokusohet në përfshirjen në aksion individual dhe kolektiv për të sjellë ndryshimet e dëshiruara	EMI i mundëson njerëzit që të konsiderojnë strukturat dhe mjediset e tyre shoqërore. Ai i fuqizon ata të veprojnë individualisht, në bashkëpunim dhe në mënyrë të pavarur në ekologjinë e tyre të komunikimit, duke ndërmarrë veprime që mund të çojnë në efekte pozitive, ndryshime, debate ose objektiva të dëshiruar...	EMI është një formë e angazhimit qytetar.	Si më lart, mësuesit duhet të zhvillojnë veprimtari rreth Objektivave të OKB-së për Zhvillimin e Qëndrueshëm për të eksploruar me nxënësit se i një individ apo grup solli ndryshim në diskutimet dhe ndryshimet sociale të sektorit privat apo të politikave publike. Në kryerjen e këtyre lloje veprimtarish, garantojë ekuilibrin midis lëvizjeve dhe veprimeve që kanë qenë të suksesshme dhe atyre që nuk kanë qenë – eksploro se përse ky mund të jetë rasti.
Të përfshijë stakeholder të shumtë, përfshirë ata që janë jashtë mjedisit mësimor në komunitet dhe shoqërinë e gjerë	EMI zgjeron mësimin që ndodh në klasë dhe mësimin që ndodh jashtë klasës, duke i mundësuar që të dy të pasurojnë njëri-tjetrin	EMI mundëson lidhje kritike midis përmbajtjes, institucioneve dhe stakeholderave në mjediset formale mësimore.	Mediat sociale mund të jenë instrumente për mësimin jashtë klasës si dhe brenda klasës. Mësuesit duhet të projektojnë veprimtari që i marrin nga përvojat mësimore të njerëzve / qytetarëve jashtë klasës dhe t'i integrojë ato në mjedise formale mësimi. Eksploro se çfarë përbën mësim në këtë kontekst, çfarë drejtoi te kjo nxënie, a ka një kontradiktë midis asaj që mësohet online dhe realiteteve offline; eksplorojë cilët stakeholder e kanë ndikuar përmbajtjen, për çfarë qëllimi dhe a përfitoi apo jo nxënia si pasojë e hyrjes së tyre? (Shikoni seksionin e veprimtarive më poshtë në Njësinë 2 për më shumë shembuj).

65 UNESCO (2014), Edukimi i Qytetarisë Dixhitale: Përgatitja e nxësësve për sfidat e shekullit të 21-të [Global citizenship education: preparing learners for the challenges of the 21st century], UNESCO, Paris, France, https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000227729?posInSet=1&queryId=36cccc9a-72ad-4fae-86f8.

66 Frau-Meigs (2013), f. 183 nw Carlsson dhe Culver (2013), Edukimi për Median dhe Informacioni dhe Dialogu Ndërkulturor [Media and Information Literacy and Intercultural Dialogue], Vjetari i 2013 i The International Clearinghouse on Children, Youth and Media, Nordicom, Universiteti i Gëtenborgut, Suedi,

Vlerësime dhe rekomandime

- Provime me shkrim
- Ese, refleksione dhe punime reaguese ndaj leksioneve, rasteve të studimit, prezantimeve / këqyrjeve audiovizive
- Pjesëmarrje në veprimtari mësimore në grup
- Prodhimi i materialeve informuese-edukuese-komunikuese (për shembull, posterat, broshurat, infografikat, kartat e mediave sociale, vlogjet).
- Detyrat e kursit
- Tregimet / raportet investigative

NJËSIA 2: AUDIENCAT: KONTEKSTET KOMBËTARE DHE GLOBALE

KOHËZGJATJA: 4 ORË

Temat kryesore:

- Zhvillimi dhe targetimi i audiencave
- Si e negociojnë kuptimin audiencat
- Si preket audiencat nga nocioni i qytetarisë globale
- Si i konsiderojmë përdoruesit e medias njëkohësisht si konsumues, prodhues dhe përdorues aktiv

Objektivat mësimore

Në fund të kësaj njësie mësuesit dhe nxënësit do të jenë në gjendje të:

- Eksplorojnë nocionin e audiencës, përfshirë faktorët që mund të ndikojnë se si individët dhe audiencat e interpretojnë përmbajtjen ndryshe
- Analizojnë se si audiencat identifikohen dhe targetohen, në mënyrë eksplicite dhe implicite
- Shpjegojnë se si audiencat zgjedhin të konsumojnë dhe ndërveprojnë me lloje specifike të informacionit, medias së shkruar dhe si kjo është një situatë të paqëndrueshme
- Analizojnë se si audiencat i përgjigjen informacionit, medias së shkruar e teksteve dixhitale dhe shpjegojnë faktorët përcaktues, veçanërisht brenda kontekstit të qytetarisë globale
- Shqyrtojnë marrëdhëniet dinamike, të ndërlidhura dhe potencialisht transformuese midis prodhimit, mesazhit, përfshirjes dhe audiencës

- Konsiderojnë rëndësinë e edukimit të qytetarisë globale në prodhimin, konsumin dhe angazhimin me median

Audiencat dhe përjashtimi

Negocimi i kuptimit nga teksti (përfshirë imazhet, videot dhe mediat ndërvepruese si lojërat elektronike), në përgjithësi, mund të ndikohet nga një sërë faktorësh në nivelet e prodhimit dhe interpretimit të audiencës. E njëjta përmbajtje mund të kuptohet shumë ndryshe, në varësi se kush është audienca. Prania apo mungesa e, për shembull, vajzave në media mund të dërgojë mesazhe dhe kuptime eksplicite e implicite të asaj që ne e shohim si anësi, duke i dhënë zë përvojave tonë nga jeta reale. Për shembull, konsideroni këtë pyetje si shembull: çfarë konsiderohet si raciste apo diskriminuese, në një narrativë të dhënë apo një seri diskutimesh? Në varësi të personave që konsulton, përgjigjja mund të variojë gjerësisht. Media sociale luan një rol domethënës në lejimin e njerëzve që të zhvillojnë dhembshuri dhe të kuptuar, dhe të formojë aleanca të solidaritetit, kur ata mund të sigurojnë qoshe dhe hapësira kur më shumë diskriminim, stereotipa dhe margjinalizim të prodhohet.

Funk, Kellner dhe Share (2016) kanë evidentuar dimensionet e një audience dhe pyetje të tjera kyçe, brenda kornizës së tyre mbi aftësimin kritik për median (AKM). Ne do të thoshim gjithashtu që edukimi për median dhe informacionin si një referencë e gjerë dhe përshtatin idetë e tyre në tabelën e mëposhtme.

PYETJET AKM	KONCEPTET AKM
1. Kush janë njerëzit e mundshëm që bënë zgjedhjet që krijuan këtë tekst?	Konstruktivizmi social: I gjithë informacioni është i bashkë-ndërtuar nga individët dhe /ose grupet e njerëzve që marrin vendime mbi kontekstet shoqërore të pushtetit dhe influencës.
2. Si u ndërtua dhe shpërnda / aksesua ky tekst?	Gjuhët / semiotika: Çdo ofrues institucional i përmbajtjes përdor gjuhë me një gramatikë dhe semantikë specifike, përfshirë zhanret vizuale dhe audio. Shikoni Modulin 7 për më shumë informacion mbi këtë temë.
3. Si mund të kuptohet ndryshe ky tekst?	Audienca / Pozicionimi: Individët dhe grupet kuptojnë mesazhet e mediave njësoj dhe / ose ndryshe në varësi të faktorëve të shumtë kontekstualë.
4. Cilat vlera, pikëpamje dhe ideologji përfaqësohen apo mungojnë në këtë tekst ose influencohen nga ofruesi?	Politika e Përfaqësimit: Mesazhet dhe institucionet përmes të cilave ato udhëtojnë gjithmonë kanë një anësi; ato mbështesin dhe / ose sfidojnë hierarkitë dominuese të pushtetit, privilegjit dhe kënaqësisë.
5. Përse u krijua dhe/ose u nda ky tekst?	Prodhimi / Institucionet: Të gjithë tekstet kanë një qëllim (shpesh tregtar ose qeveritar) që formësohet nga krijuesit dhe / ose sistemet brenda të cilave operojnë.
6. Kë avantazhon apo dezavantazhon ky tekst?	Drejtësia sociale: Përmbajtja është një terren lufte që vazhdon ose sfidon ide pozitive dhe / ose negative rreth njerëzve, grupeve dhe çështjeve; ajo nuk është kurrë asnjanëse.

Ky model, shto kontekstin e qytetarisë globale (dhe EQG) dhe sfondin e mjedisit me zhvillim të shpejtë të medias, nënvizon sesa dinamik, me shtrirje të gjerë dhe ndikim të madh mund të jetë angazhimi në ekologjinë e informacionit dhe komunikimit. Edhe kur nuk po angazhohemi me median, ne shpesh ndikohemi dhe formësohemi nga ajo, duke qenë se forma të caktuara kulturore dhe ngjarje globale mund të futen fuqishëm në diskutimin vendor dhe shpërhapjen e informacionit. Për këtë arsye, ne duhet të interesohemi për kontrollin dhe ndikimin hegjemonik përmes ekologjisë së informacionit dhe komunikimit që mund të dezavantazhojë dhe margjinalizojë në përpjesëtim të madh grupe, madje dhe shoqëri apo rajone.

Qasje dhe veprimtari pedagogjike

Përmbledhtas: ashtu siç është diskutuar më parë në këtë Kurikul (Pjesa 1), pedagogji të ndryshme janë të mundshme. Ju lutem ta rishikoni listën në Pjesën 1 dhe të vendosni se cilën qasje të zbatoni për veprimtaritë e sugjeruara më poshtë dhe për të tjera që ju mund të formuloni.

- Mblidh dhe përshkruaj shembuj se si njerëzit përdorin ofrues të ndryshëm përmbajtje dhe TIK-et në jetën e përditshme. Eksploro dhe shqyrto fokusin e personave të njohur të spektaklit dhe diskuto se kush mund të jetë audienca e targetuar? Kush përfshihet, lihet jashtë dhe cilat janë temat dhe treguesit kryesorë që mund të riafirmojnë identitetin dhe audiencën? Çfarë të thonë këto burime rreth mënyrës sipas të cilës audiencat e përdorin përmbajtjen? Si mund të ishin të ndryshme këto përdorime nga ajo që synuar nga prodhuesit?
- Përfytyroni një familje nga një prejardhje krejtësisht e ndryshme nga ajo që portretizohet në një reality show, performancë argëtuese, lajmet, etj. dhe interpretoni disa nga programet dhe reklamat e sotme. Çfarë do të tregonte kjo mbi ofruesit e përmbajtjes dhe audiencat e sotme? Cilat janë implikimet për shoqërinë?
- Merrni në shqyrtim mënyrën se si grupet e margjinalizuara – që mund të përfshinte popuj indigjenë, grupe racore, grupe me një status të ulët ekonomiko-social apo në varfëri, minoritete etnike apo fetare, gratë, pjesëtarë të komunitetit LGBTQI+ (grupet mund të variojnë në varësi të kontekstit) – lidhen me median standarde në termat e përfaqësimit dhe përgjigjes së audiencës.
- Shqyrtoni ndryshimet midis medias standarde dhe tradicionale, përfshirë gazetat, televizionet dhe radiot standarde dhe ofruesve më të rinj dhe alternativ si rrjetet alternativë të medias apo grupet e aktivistëve të formuar online, etj.
- Diskutoni se njerëzit, veçanërisht studentët, përfshihen me mediat sociale dhe përfshirja me të ndikon jetën e tyre të përditshme në termat e mendësisë, sjelljeve dhe veprimeve. Cilat janë implikimet? A ecën paralelisht angazhimi i tyre mediatik me një pjesëmarrje më të madhe qytetare apo jo? A ka një rritje në “plogështi-vizëm”, që nënkupton që veprimet civile kufizohen në klikimin e butonave “pëlqej/like” apo ndarjen e postimeve? Cilat janë shqetësimet dhe interesat e tyre kryesore? Mësuesit duhet të bëjnë kërkime dhe të zhvillojnë veprimtari të tjera të lidhura me aksin e qytetarisë globale dhe medias sociale.

- Merrni në shqyrtim se si reklamat ndikojnë përdorimin, interpretimin dhe të kuptuarin tonë të ofruesve të përmbajtjes dhe të vetë përmbajtjes. A jemi të vetëdijshëm që reklamat po na mbillen fshehurazi në filma, televizione, botimet e shkruara, radio dhe kudo në internet? Si i kuptojmë algoritmat që programohen bazuar mbi gjurmët tona dixhitale apo atë që vendimmarrësit besojnë se do të na interesojë individualisht? Analizimi i reklamave në mediat sociale mund të jetë pikënisja për të përcaktuar se si targetohemi. Bëj studentët që të ngrenë pyetje mbi dimensionet ekonomike të reklamës dhe si kjo ndikon atë që ne dimë, përfshirë si inkurajohemi të përfshihemi? A mund të ekzistojnë mediat dhe platformat dixhitale pa reklama ose të paktën pa reklamim të drejtuar nga të dhënat dhe mikro-targetim që është i aftë të manipulojë sjelljen? Cili do të ishte një biznes alternativ biznesi? Shikoni më tepër mbi reklamën në Modulin 10.
- Shqyrtoni se si motorët e kërkimit në internet prezantojnë të dhënat. Diskutoni se si reklamuesit ose prodhuesit mund të blejnë renditje që dalin më lart në kërkimet në internet përfshirë informacione të caktuara, më shumë se disa të tjera. Si merret në konsideratë konteksti lokal kur përdorimin internetin? Me rëndësi është të vëzhgohet se cilat informacione, imazhe, ide dhe shqetësime theksohen ose lihen jashtë, dhe cilat parashtrohen në mënyrë predominante? Cilat janë implikimet në konsumin e përmbajtjes, prodhimin dhe qytetarinë globale?
- Analizoni mesazhet dhe vlerat e përçuara përmes një teksti të njohur mediatik, përmes një programi televiziv apo media sociale. Si mund të ndryshojnë mesazhet nëse njerëz nga një grup i ndryshëm shoqëror (p.sh. mosha, prejardhje etnike) përfshihen ose nëse personazhet meshkuj dhe femra do të ndryshonin rolet? Si mund të ndikojë kjo tek audienca? Çfarë do të ndryshonte, përse dhe cilat do të ishin pasojat nëse këto ndryshime ndodhin?
- Analizoni se si gjuha është një faktor kryesor në përcaktimin se çfarë përmbajtje prezantohet, si, në çfarë shkalle dhe si mund të ndikojë atë që dimë ose mënyrën se si veprojmë? A janë gjuhën vendore lehtësisht të disponueshme, të prezantuara dhe ndikuese krahasuar me disa gjuhë të tjera? Cili është impakti i disa gjuhëve që janë më predominuese se disa të tjera? A i jep kjo formë bazës sonë të njohurive në favor të vlerave, mendësive dhe sjelljeve që mund të mos përkojnë me vlerat e kulturës tonë vendore? A mund të transformohet hegjemonia në diversitet?
- Shikoni dhe diskutoni meme që shpërndahen përgjatë mediave sociale dhe kërkoni të kuptoni se kush mund të jetë audienca për to. Përzgjidhni disa meme dhe analizoni çfarë duhet për t'i kuptuar ato dhe nëse do të kuptoheshin ndryshe në varësi të audiencës. Bëji studentët që të ndërtojnë meme për të kontekstualizuar dhe nxjerr në hap probleme dhe çështje në vetë shoqërinë e tyre. Më pas, diskutoni për implikimet e mënyrës së përdorimit, shpërndarjes (nganjëherë duke u bërë virale) dhe interpretimit të memeve. Përfshini në analizë variabla humori, ironie, krijimtarie, njohurie kulturore dhe interpretimi të audiencës si mjete për vlerësimin e ndikimit të memeve në qytetarinë globale.
- Çfarë mund të thuhet në dhe përmes medias dhe çfarë po bllokohet apo përjashtohet dhe përse? Si përdoren imazhet për të përcjellë mesazhe? Diskutoni pse disa tema shfaqen i tabu dhe profilizohen më pak sesa disa të tjera. Çfarë tregon kjo për audiencën dhe marrëdhëniet e pushtetit në lidhje me ofruesit e përmbajtjes?

- Shqyrtoni materialin promocional që është i disponueshëm për kolegjet dhe universitetet në rajonin tuaj. Nëse shfaqin studentë, çfarë pamje kanë ata? Çfarë janë duke bërë? Cili imazh i shkollës tregohet në material? Çfarë përshtypjesh japin për shkollën që prezantojnë? A janë këta studentë realë apo modele? A ka një anësi gjinore? Nëse studentët nuk shfaqen, çfarë imazhesh u zgjodhën dhe çfarë thonë ato për institucionin? Bazuar në analizën tuaj të materialit, cila është audienca e synuar? Çfarë mesazhi po përcillet? Si e ndikon ky kornizim i qëllimshëm pranimin e tij?

Vlerësime dhe rekomandime

- Krijimi i një modeli, tabele apo instrumenti vlerësimi për të përcaktuar kush është audienca për një lloj specifik përmbajtje
- Kolazh mesazhesh në media dhe online bashkë më një hartë fjalës ose një Wordle që përshkruan ndikimet madhore si dhe audiencat
- Analiza tekstuale në mediat standarde dhe platformat dixhitale (orientimi, fokusi, impakti potencial, audienca, etj)
- Analizë tekstuale e mediave sociale (që nënkupton, Facebook, WeChat, VK, Twitter, Instagram, TikTok, Taringa!, YouTube, etj) për të përcaktuar faktorët kryesorë (orientimi, fokusi, impakti potencial, audienca, etj)
- Dizenjo dhe lanço një sondazh të shkurtër mbi kuptimin e njerëzve të domethënies së qytetarisë globale në marrëdhënie me audiencat, përmbajtjen dhe institucionet që sigurojnë përmbajtje.

NJËSIA 3: EMI, OFRUESIT E PËRMBAJTJES DHE ANGAZHIMI QYTETAR

KOHËZGJATJA: 2 ORË

Sot, nevoja për dhe interesi në "qytetarinë globale" dhe "angazhimin qytetar" duket se kanë fituar një urgjencë të re, të shkaktuar, pjesërisht, nga një akses i paprecedent i ofruesve të përmbajtjes dhe instrumentet dixhitale për njerëzit sot dhe që ka lejuar bashkëpunimin, komunikimin dhe pjesëmarrjen në një shkallë që nuk e kemi parë kurrë më parë.

Mbi një shekull më parë, eksperti i komunikimit Marshall McLuhan zhvilloi idetë që do të kishin një ndikim domethënës në mënyrën se si ne e përkufizojmë "ndërgjegjen globale". McLuhan ishte i vetëdijshëm për impaktin e thellë të teknologjisë në identitetin tonë, marrëdhëniet tona dhe komunitetet tona, përfshirë mënyrat se si ne do merrnim pjesë në to. Shumë kohë përpara se të përdorej interneti dhe mediat sociale, ai krijoi frazën "fshati global" për të përshkruar mënyrat se si ofruesit e përmbajtjes do të lidheshin me audiencat dhe përdoruesit. Në të vërtetë, ai besonte se ofruesit e përmbajtjes do të ndikonin veprimet, mendësitë dhe sjelljet tona, përfshirë mënyrën se si ne mendojmë

për botën dhe veten tonë. McLuhan (1964) tha: “Ne u japim formë veglave tona dhe pastaj ato na japin formë ne”.

Duke shkuar më larg sot, studiuesit kanë shqyrtuar më nga afër se kush përfshihet në “ne”. Ata pyesin se cilat entitete krijojnë veglat dhe përse, cili është modeli i tyre i biznesit dhe nëse ka elementë të brendshëm apo të jashtëm që janë potencialisht të dëmshëm. Kjo më pas drejton në vlerësimin se kush përfiton dhe kush jo, në rritjen e TIK në botën e sotme.

Futja e përdorimit, konsumit, prodhimit, angazhimit dhe krijimtarisë së mediave sociale në të gjithë aspektet e jetëve tona personale, shoqërore, profesionale dhe me bazë komunitare ka ndryshuar mënyrat se si mendojmë për qytetarinë, demokracinë dhe pjesëmarrjen qytetare. Prandaj, çështja e EMI është qendrore në këtë ekologji të re komunikimi dhe informacioni, duke e hapur marrjen në pyetje të mënyrës se si angazhohemi me të tjerët dhe audiencat – të njohura dhe të panjohura, të dukshme dhe të padukshme, të angazhuara apo rastësore – dhe cili mund të jetë impakti potencial i këtij angazhimi.

Temat kryesore:

- Implikimet e teknologjive të reja për qytetarinë globale dhe angazhimin qytetar
- Roli i zërit dhe “individualitetit” personal dhe kolektiv në angazhimin qytetar
- Strategji pedagogjike që theksojnë përfshirjen aktive me mediat sociale dhe lidhin të drejtat demokratike, qytetarinë aktive dhe kompetencat
- Shembuj strategjish që njohin dhe promovojnë diversitetin e përdoruesve, kompanive të komunikimeve dixhitale dhe mundësive për pjesëmarrje civile
- Potenciali i edukimit për median dhe informacionin dhe angazhimit qytetar në klasë, në komunitet dhe institucionet civile

Objektivat mësimore

Në fund të kësaj njësie, mësuesit dhe nxënësit do të jenë në gjendje të:

- Shqyrtojnë strategjitë që përdoren për të tërhequr audiencat në hapësirat e ndryshme online
- Identifikojnë rolet që pjesëmarrësit mund të marrin në hapësirat online
- Analizojnë mënyrat në të cilat identiteti, qëllimi dhe audienca e synuar krijohen dhe komunikohen përmes rrjeteve të ndryshëm social dhe ofruesve të tjera të pjesëmarrjes
- Identifikojnë mënyrat në të cilat audiencat mund të bëhen të përfshira në angazhimin qytetar or aksionin social përmes kompanive të komunikimeve dixhitale

Angazhimi qytetar dhe mjedisi i klasës

Në shqyrtimin e mundësive për angazhim qytetar, shumë mësues dhe studentë përfshihen në një proces kërkimi ku ata analizojnë rrjetet sociale dhe mënyrat në të cilat ata mund të përdoren për aksion social. Ata diskutojnë mënyrat në të cilat kompanitë

e komunikimeve dixhitale krijojnë hapësira online kur njerëzit që kanë një interes të përbashkët në një çështje të ngjashme ose "afërsi" mund të mblidhen së bashku dhe ku informacioni mund të firohet lehtësisht dhe shpërndahet gjerësisht përmes rrjeteve ekzistuese (Jones dhe Hafner, 2012).

Këto përvoja në klasë evidentojnë nevojën për një pedagogji kritike që fokusohet te teknologjia dhe përdorimi i saj. Pedagogjia kritike, siç është zhvilluar nga Paulo Freire dhe e çuar më përpara nga shumë studiues dhe aktivistë, synon të shqyrtojë dhe problematizojë marrëdhëniet e pabarabarta dhe kuptimin e shtypjes në marrëdhëniet sociale, duke kërkuar të drejtojnë te emancipimi dhe ndërgjegjësimi. E thënë më thjeshtë, pedagogjia kritike nuk është një metodologji, por, përkundrazi një proces i pafundmë i shqyrtimit se si të kultivojë dhe përmbushë një edukim transformues kuptimplotë dhe të angazhuar në mënyrë kritike për të gjithë studentët dhe anëtarët e shoqërisë.

Pedagogjia kritike në EMI fton nxënësit të konsiderojnë se si teknologjia mund të përdoret për të pasuruar ose shtypin mundësitë për angazhim dhe transformim civil. EMI kërkon që mësuesit të krijojnë hapësira për nxënësit që jo vetëm të përdorin teknologjitë e reja për të eksploruar tema dhe çështje të rëndësishme për klasat e tyre (që nënkupton, për të mësuar përmes teknologjive të ndryshme), por edhe që të përdorë këto mundësi për të mësuar në mënyrë kritike rreth teknologjisë. Kjo përfshin që t'u ofrosh nxënësve mundësi për të menduar në mënyrë kritike për hapësirat online, përmbajtjen online, teknikat e tërheqjes së audiencave, vetë sjelljen e tyre online dhe aspekte kryesore të procesit të angazhimit. Mënyra se si nxënësit e shohin vetveten duke përdorur faqet e rrjeteve sociale, mediat sociale, aplikacionet dhe praktikat e lidhura me to janë tema të rëndësishme për çdo klasë.

Analiza dhe vlerësimi i një hapësire online, përfshirë implikimet e saj shoqërore dhe politike, bazohet në tri fusha kryesore: 1) identifikimi i qëllimit të vetë hapësirës dhe shqyrtimin e ideologjisë e vlerave që nënvizojnë hapësirën dhe prezantohen në atë hapësirë; 2) identifikimin se kush krijon e kontrollon hapësirën dhe analizën se përse është projektuar në një mënyrë të caktuar; 3) identifikimin se kush është audienca e synuar e kësaj hapësire, si e përdorin njerëzit dhe kush përfiton si rezultat i saj.

Pyetjet vijuese mund të përdoren nga mësuesit dhe nxënësit për të çuar përpara këtë linjë kërkimi. Pyetje si këto mund të na ndihmojnë të krijojmë një kornizë për të analizuar dhe kuptuar në mënyrë kritike kompanitë e komunikimeve dixhitale si "hapësira" të ndërtuara, të cilat përfaqësojnë ideologji dhe vlera të caktuara dhe të cilat mund të përdoren në mënyrë të ndryshme nga audienca të ndryshme.

Qasje dhe veprimtari pedagogjike

Përmbledhtas: ashtu siç është diskutuar më parë në këtë Kurikul (Pjesa 1), pedagogji të ndryshme janë të mundshme. Ju lutem ta rishikoni listën në Pjesën 1 dhe të vendosni se cilën qasje të zbatoni për veprimtaritë e sugjeruara më poshtë dhe për të tjera që ju mund të formuloni.

- Si i afrojnë njerëzit këto dy hapësira – ose i shtyjnë drejt eko-dhomave dhe komuniteteve potencialisht ekskluzive? A janë këto të ndryshme nga mënyrat në të cilat ato afron off-line? Çfarë lloj marrëdhëniesh shoqërore krijohen përmes kësaj faqeje?

- Çfarë lloj komunikimi apo ndërveprimi është i mundshëm? Një-me-një, një-me-shumë, shumë-me-shumë? Cili është efekti i këtij lloj komunikimi? Cilat janë rregullat apo normat e ndërveprimit? Si mësohen këto rregulla?
- Çfarë dini lidhur me njerëzit në rrjetin tuaj? Çfarë dinë ata për ju? Çfarë informacioni është zbuluar dhe është mbajtur i fshehur? Pse ka ndodhur kjo?
- Cilat vlera promovohen në këtë hapësirë? Si janë të dukshme këto vlera? A është kjo hapësirë në pronësinë dhe kontrollin e një individi, institucioni apo korporate? Nga e ke këtë informacion?
- Kush ka akses të kësaj faqeje? Cila është "kosto" apo metoda e bërjes pjesë e apo e komunikimin në këtë hapësirë? Çfarë mundësish të tjera ekzistojnë për pjesëmarrje? Sa efikase / të aksesueshme janë ato?
- Cilat instrumente përdor kjo faqe në tërheqjen e vëmendjes të të tjerëve ose në ndarjen e informacionit? Cilat strategji përdoret për të përfshirë pjesëmarrësit dhe angazhimin e disave prej tyre në ndonjë lloj veprimi?
- Si e përdor tekstin dhe elementet vizuale kjo hapësirë për të krijuar dhe përçuar kuptimin? Cilat janë elementet kryesore që përkufizojnë apo ndërtojnë hapësirën? Çfarë lloj "realiteti" apo komuniteti krijohet si rezultat? (Jones dhe Hafner, 2012).
- Shqyrtoni kompanitë e komunikimeve dixhitale që përdoren nga agjencitë e zhvillimit dhe OJF-të për të inkurajuar angazhimin civil. Cilat janë faktorët, që në mendimin tuaj, do të kontribuojnë në suksesin e tyre?[67]

Vlerësime dhe rekomandime

- Zhvillo një plan për krijimin e hapësirave online për të promovuar një çështje aktuale globale për një audiencë të rinjsh. Konsiderata duhen bërë mbi strategjitë që "shtyjnë" informacionin përpara dhe "tërheqin" një audiencë të re në hapësirë.
- Analizo hapësirat online për elementet e tyre të dizenjos, mesazhet dhe vlerat e përçuara, mundësitë për angazhim, efektin potencial mbi audiencat, etj.
- Krijo profile të audiencave për kompanitë ekzistuese të komunikimeve dixhitale. Profili duhet të evidentojë cilat karakteristika të faqeve janë kryesore në përcaktimin e audiencave të targetuara.
- Dizenjo dhe lanço një sondazh të thjeshtë për të përcaktuar impaktin e hapësirave online në të kuptuarit e çështjeve globale dhe gatishmërinë e tyre për të angazhuar në aksion social.
- Analizo një hapësirë online për të përcaktuar çështjet e pronësisë dhe kontrollit, si financohet hapësira dhe nëse është apo jo e lidhur me një rrjet apo komunitet online më të madh.

67 Burimi: Përshtatur nga M. Johnson dhe C. Wilson, Edukimi për Median, Teknologjitë Dixhitale dhe Angazhimi Civil: Një perspektivë kanadeze" në Carlsson dhe Culver (2014) Vjetari i Edukimit për Median dhe Informacionin dhe Dialogu Ndërkulturor, Qytetaria Globale në një Botë Dixhitale ["Media Literacy, Digital Technologies and Civic Engagement: A Canadian Perspective" in Carlsson and Culver (2014), Media and Information Literacy and Intercultural Dialogue Yearbook, Global Citizenship in a Digital World}. The International Clearinghouse on Children, Youth and Media, Nordicom, University of Gothenburg, Sweden.

NJËSIA 4: INFORMACIONI I DREJTUAR NGA QYTETARËT, GAZETARIA QYTETARE

KOHËZGJATJA: 4 ORË

Temat kryesore:

- Kuptimi i konceptit të informacionit të drejtuar nga qytetarët për të mirën publike nga perspektiva e Edukimit për Median dhe Informacionin (EMI)
- Gazetaria qytetare në marrëdhënie me informacionin e drejtuar nga qytetarët
- Qytetarë të edukuar për median dhe informacionin si baza intelektuale e informacionit të drejtuar nga qytetarët
- Roli i gazetarisë së qytetarëve në një shoqëri të hapur dhe demokraci liberale
- Informacioni i drejtuar nga qytetarët për angazhim civil dhe dialog ndërkulturor
- Gazetaria e drejtuar nga qytetarët e edukimit për median dhe informacionin

Objektivat mësimore

Në fund të kësaj njësie, mësuesit dhe nxënësit do të jenë në gjendje të:

- Përshkruajnë lidhjen midis informacionit të drejtuar nga qytetarët dhe gazetarisë qytetare
- Kuptojnë rëndësinë e edukimit për median dhe informacionin në informacion të verifikueshëm të drejtuar nga qytetarët në angazhime civile dhe dialog ndërkulturor kuptimplotë
- Kuptojnë rolin e qytetarëve gazetarë të edukuar për median dhe informacionin në advokimin për një shoqëri të hapur e demokratike dhe informacionin për përfitimin publik
- Përshkruajnë përfitimet e qytetarëve gazetarë të edukuar për median dhe informacionin si influencues në sferën e sotme publike të ekosistemit të informacionit dhe komunikimit

Qytetarët dhe informacioni

Përparimi i edukimit për zhvillimin e qëndrueshëm dhe edukimi për qytetari dixhitale ngre çështje si: 1) vendimmarrja dhe aksioni i informuar nga qytetarët (për shembull, konsultimi dhe të dhënat e qytetarëve në zbatimin dhe monitorimin e Objektivave të Zhvillimit të Qëndrueshëm ose modelet votuese bazuar në debat), 2) angazhimi civil dhe pjesëmarrja masive në informacionin si e mirë publike; qeverisje, konsorcium, udhëheqës vendorë komunitarë, zyrtarë publikë dhe ata me pushtet për llogaridhënie dhe transparencë; pronësia dhe demokratizimi i kanaleve të komunikimit; pjesëmarrja civile, aksesi publik në informacion dhe garantimi i aksesit të barabartë; debati publik dhe demokratizimi i ideve në sferën publike, etj.

Bazuar në parimet e angazhimit publik në zhvillim dhe përfaqësi demokratike, gazetaria me bazë institucionale mund të vihet në pikëpyetje bazuar mbi mënyrën se si përfaqëson popullatat e ndryshme shumëgjuhëshe. Për këtë arsye, UNESCO dhe partnerët e saj, janë mbështetës të radios komunitare. https://en.unesco.org/themes/community-media-sustainability Në të njëjtën kohë, media konvencionale dhe kompanitë e komunikimeve dixhitale duhet të demokratizojnë praktikat e tyre për më shumë mendime të ndryshme dhe angazhuese. Kjo konsideratë duhet të formojë bazën për pluralitet të medias dhe platformave dixhitale, duke ofruar kështu më shumë mundësi që qytetarët për të qenë pronar të medias së tyre, për të konkurruar me për më shumë burime informacioni dhe kundërshtuar efektet e viteve të hendekut, lënies jashtë apo raporteve të vogla mbi disa çështje të caktuara që kanë marrë shkas nga përqendrimi i pronësisë së medias dhe shumëfishimit algoritmik të një numri të caktuar "influencuesish" nga kompanitë e komunikimeve dixhitale.

Me daljen e mediave të reja dhe mediave sociale të mundësuara nga informacioni i ri dhe teknologjitë e komunikimit, qytetarët tani janë robëruar nga përmbajtje e shumtë që është bërë një sfidë. Sfida e shumë vendeve në sferën e sotme publike nuk është një mungesë apo rrallësi e informacionit, por një mbingarkesë me gjithë ngatërrimin e saj me çinformim, dezinformim, gjuhë urrejtje dhe deep fakes. Për të arritur që informacioni të jetë e mirë publike, qytetarët kanë nevojë të bëhen të edukuar për median dhe informacionin.

Me fjalë të tjera, qytetarët në shekullin e 21-të kanë nevojë për aftësi të mendimit kritik për të akesuar përmbajtje të ndryshme dhe për të kontribuar në informacionin si e mirë publike dhe për të lundruar në mënyrë efikase "infodeminë" në marrjen e vendimeve të informuara. Në këtë kuptim, edukimi për median dhe informacionin është në vetvete një e mirë publike. Kontributi me informacion nga qytetarët mund të marrë shumë forma – nga korrigjime të postuara në mediat sociale, përmes artikujve në Wikepedia dhe madje gazetari qytetare që përfshin raportimin dhe etikën profesionale.

Qasje dhe veprimtari pedagogjike

Përmbledhtas: ashtu siç është diskutuar më parë në këtë Kurikul (Pjesa 1), pedagogji të ndryshme janë të mundshme. Ju lutem ta rishikoni listën në Pjesën 1 dhe të vendosni se cilën qasje të zbatoni për veprimtaritë e sugjeruara më poshtë dhe për të tjera që ju mund të formuloni.

- Cili është i kuptuari juaj mbi gazetarinë qytetare? Diskutoni, intervistoni dhe mblidhni pikëpamje të ndryshme të të kuptuarit të njerëzve (në status të ndryshëm social dhe ekonomik) mbi gazetarinë qytetare? Bëj një përmbledhje të perspektivave të ndryshme. A vini re ndonjë trend dallues?
- Si e shikojnë mediat konvencionale nocionin e gazetarisë qytetare? Bëj një përpjekje të qëllimshme të intervistosh njerëz të ndryshëm në institucionet e medias konvencionale që të njohësh perceptimet e tyre rreth gazetarisë qytetare dhe të krahasor rezultatet me ushtrimin e mësipërm. A vini ndonjë ndryshim në perceptim?

- Pjesëmarrja qytetare në median komunitare mund të përfshijë prodhimin e informacionit dhe gazetarisë, por edhe barazisht angazhim në dialog, përfaqësim të kulturave, etj. “UNESCO mbron fort mediat komunitare që janë të pavarura dhe drejtohen nga komuniteti ... Radiot komunitare janë themelor në ofrimin e mekanizmit të aksesit të shtuar në edukim, shprehjes së vetvetes dhe komunikimit midis popullatave rurale dhe ato që janë të vështira për t’u arritur. Këto stacione lejojnë një ndjesi pronësie rreth vetë agjendës së tyre zhvillimore, duke u bëra të vetëfuqizuara për të shprehur publikisht opinione, debatuar çështje dhe promovuar kultura, histori e gjuhë në komunitetin e tyre”. Organizo një debat në klasë rreth këtij pohimi. Cakto një grup nxënësish që do dokumentojë rezultatet e debatit dhe do të përgatisë një raport. Cilat organizata po promovojnë median komunitare në vendin apo rajonin tuaj? A ka media komunitare në komunitetet tuaja? Nëse jo, diskuto pse jo? Nëse po, a janë ato të qëndrueshme? A përfshihen gratë dhe vajzat në menaxhimin e radiove komunitare dhe a janë të reflektuara në përmbajtje barazisht me burrat dhe djemtë? Formulo dhe përgjigju pyetjeve të tjera rreth debatit. Ndani raportin me autoritetet përkatëse në komunitetin apo vendin tuaj.
- Përdorni Serinë e Politikave të Medias që Qëndrueshme Komunitare [Community Media Substainability Policy Series] të UNESCO-s si një bazë për diskutime, kërkime dhe veprime të mëtejshme, https://en.unesco.org/community-media-sustainability/policy-series.
- Konsideroni se si njerëzit ndajnë informacione (tekste, video, grafika, etj.) në platforma të ndryshme të medias sociale. A do të thoshit që informacioni i drejtuar nga qytetarët në këto platforma ka kontribuar pozitivisht në sferën publike dhe është një ekosistem mundësues informacioni dhe komunikimi dixhitale?
- Diskutoni se si media tradicionale përfshihet me median sociale dhe se si gazetarët qytetarë ndikojnë përmbajtjen e tyre lajmeve përmes mediave sociale. Cilat janë implikimet e këtyre angazhimeve për informacionin e drejtuar nga qytetarët? A çon angazhimi me median sociale në një pjesëmarrje më të madhe të qytetarëve në diskursin e sferës publike qytetare? Cilat mendoni se kanë të ngjarë të jenë shqetësimet dhe interesat kryesore?
- Konsideroni se si “influencuesit” mediatik dhe të teknologjisë dixhitale lidhen me gazetarinë qytetare. Në konsideratë të këtij reflektimi, diskuto mënyrat e ndryshme që informacioni i drejtuar nga algoritmet në internet ka ndikuar informacionin e drejtuar nga qytetarët. Cilat janë implikimet e këtyre narrativave të ndikuara në aksesin publik të qytetarëve ndaj informacionit për angazhimin politik dhe dialogun ndërkulturor të ardhshëm? Shikoni Modulin 11 mbi Inteligjencën Artificiale dhe algoritmet për më tepër.
- Diskutoni kërkesat e trajnimit të edukimit për median dhe informacionin për gazetarët qytetarë dhe impaktin e këtyre trajnimeve mbi informacionin e drejtuar nga qytetarët në një masë më të gjerë. Konsideroni burimin e UNESCO-s EMI në gazetari: Një Manual për gazetarët dhe mësuesit e gazetarisë [EMI in Jornalism: A handbook for journalists and journalism educators], https://en.unesco.org/sites/default/files/mil_eng.pdf, në diskutimet mbi këtë dhe veprimtari të tjera në këtë seksion.

- Analizo se si edukimi për median dhe informacionin mund të ndikojë cilësinë e informacionit në të cilin qytetarët kanë akses në motorët e kërkimit internet dhe impaktin e një edukimi të tillë mbi fuqizimin e qytetarëve për angazhim civil. Organizo veprimtari konkrete online në këtë proces.
- Ndaji nxënësit në grupe. Drejtoji ata të kërkojnë Databaza të Hapura si dhe baza të dhënash për teza masteri dhe doktorature. Drejto një diskutim rreth këtyre depove si informacione të drejtuara nga qytetarët. Kërko për raporte kërkimi në lidhje me barazinë gjinore, zhvillimin komunitar apo tema të tjera me interes. Diskutoni pyetjet e mëposhtme dhe përpiloni pyetje shtesë. A po përdoren këto burime informacioni në debatet vendore dhe kombëtare? Pse jo? Çfarë mund të bëhet për të bërë që komunitetet vendore, qeveritë kombëtare dhe organizatat ndërkombëtare të zhvillimit të jenë më të vetëdijshme për këto gjetje? A ka tema me interes për ty ku gjen se ka pak ose aspak raporte kërkimi në nivel master apo doktorature? Çfarë mund të bëhet për këtë? Përgatit një raport të shkurtër të procesit. Planifiko një plan ndjekje në shkolla, qendra komunitare, etj. Shikoni për më shumë mbi ciklin jetësor të informacionit dhe si informacioni akademik ndërtohet dhe verifikohet në **Modulin 3**.

Vlerësime dhe rekomandime

- Zhvillo një instrument vlerësimi apo tabelë analizë krahasues për të përcaktuar influencuesit mediatik dhe formuesit e opinioneve të narrativës së qytetarëve në mediat konvencionale dhe mediat sociale.
- Bëni një analizë tekstuale të narrativave të mediave sociale mbi një çështje të caktuar shoqërore dhe politike dhe përcaktoni faktorët kryesorë të informacionit të drejtuar nga qytetarët (mendësia, ndjeshmëria, anësitë potenciale, orientimi mediatik, etj.).
- Dizenjo dhe lanço një sondazh të shkurtër mbi kuptimin e njerëzve të konceptit të gazetarisë qytetare.
- Kryej një diskutim me një grup të fokusuar dhe intervistoji mbi ndikimin e gazetarit qytetar në përmbajtjen e sotme të medias konvencionale qoftë online apo offline.
- Dizenjo dhe lanço një analizë të shkurtër, por shteruese, mbi kuptimin e qytetarëve për edukimin për median dhe informacionin.

Burime dhe referenca për këtë Modul

Adresimi i Antisemitizmit përmes Edukimit. Udhëzimë për Politikbërësit [Addressing anti-Semitism through Education. Guidelines for Policymakers], UNESCO, https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000263702

Adresimi i Antisemitizmit në Shkolla: Kurikul trajnimi [Addressing anti-Semitism in Schools: Training curricula], UNESCO? https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000374864?posInSet=1&queryId=dbd05bbf-952c-4111-b584-1a2a009d923a

DEEEP. (2015). Paketa e Rikornizimit të Komunikimit Transformues për Drejtësi Globale [Transformational Communications for Global Justice Reframing Toolkit].

DEEEP: United Kingdom. https://www.bridge47.org/sites/default/files/2018-12/17_transformational_communications_toolkit.pdf

DiMaggio, P., E. Hargittai, W.R. Neuman dhe J.P. Robinson (2001). "Implikimet Sociale në Internet" ['Social implications of the Internet'], Annual Review of Sociology 27: 307±36.

Elementary Teachers' Federation of Ontario (ETFO), (2010). Edukimi për qytetari globale: Një kurikul e EFTO-s për Iniciativën e Zhvillimit të Kërkimit [Education for global citizenship: An ETFO Curriculum Development Inquiry Initiative]. Toronto: ETFO. http://etfo.net/globaled/HTML5/

Fuqizimi i Studentëve për Shoqëri të Drejta: Manualë për mësuesit e shkollave fillore dhe tetëvjeçare [Empowering Students for Just Societies: Handbooks for primary and secondary school teachers], UNESCO dhe UNDOC, https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000370902?posInSet=2&queryId=301e5abc-edd0-462c-8433-5600c64490ee

Funk, S., Kellner, D. &Share, J. (2016). Aftësimi Kritik për Mediat si Pedagogji Transformuese [Critical Media Literacy as Transformative Pedagogy]. https://www.researchgate.net/publication/342214960_Critical_Media_Literacy_as_Transformative_Pedagogy

Edukimi i Qytetarisë Globale: Tema dhe Objektiva mësimorë [Global citizenship education: Topics and learning objectives], UNESCO https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000232993

Jones, R. H. dhe Hafner, C. A. (2012). Kuptimi i Aftësimeve Dixhitale: Një Hyrje Praktike [Understanding Digital Literacies: A Practical Introduction]. New York: Routledge.

Maguth, B. M. (2013). Përdorimi i rrjeteve sociale në studimet sociale për edukimin e qytetarisë globale: Reflektime mbi tragjedinë e 11 marsit 2011 në Japoni [The use of social networks in the social studies for global citizenship education: Reflecting on March 11, 2011 disaster in Japan]. The Georgia Social Studies Journal, 3(2), 80-93.

Share, J., Mamikonyan, T. & Lopez, E. (2019). "Aftësimi Kritik i Medias në Edukimin, Teorinë dhe Praktikën e Mësuesve" në Gazetaria dhe Etika: Zbulime të mëdha në Kërkim dhe Praktikë ["Critical Media Literacy in Teacher Education, Theory, and Practice" in Journalism and Ethics: Breakthroughs in Research and Practice], (f. 318-348). Hershey, Pennsylvania: ICI Global. https://www.researchgate.net/publication/339675387_Critical_Media_Literacy_in_Teacher_Education_Theory_and_Practice

UNESCO (Deardorff, D et al.) Edukimi i Qytetarisë Globale: Në nivel vendor [Global citizenship education: taking it local]. Paris: UNESCO. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000265456?posInSet=1&queryId=4087efd2-0912-4a83-ae0e-b1ddcae1f637

UNESCO (Offfice Bangkok and Regional Bureau for Education in Asia and Pacific), (2018). Përgatitja e Mësuesve për edukimin e qytetarisë globale: një model [Preparing teachers for global citizenship education: a template]. Bangkok: UNESCO. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000265452

UNESCO (Santiago Office), (2017). Edukimi i Qytetarisë Globale në Amerikën Latine dhe Karaibet: "Drejt një bote pa mure: edukimi i qytetarisë globale në OZhQ 4 – Axhenda E2030" [GLOBAL CITIZENSHIP EDUCATION IN LATIN AMERICA AND THE CARIBBEAN: "Towards a world without walls: global citizenship education in the SDG

4 – E2030 Agenda"]. Santiago: UNESCO. https://www.bridge47.org/sites/default/files/2018-12/22_gce_in_latin_america_and_the_carribean.pdf

UNESCO (2014). Edukimi i Qytetarisë Globale: Përgatitja e nxënësve për sfidat e shekullit të 21-të [Global Citizenship Education Preparing learners for the challenges of the 21st century]. Paris: UNESCO. https://www.bridge47.org/sites/default/files/2018-12/20_unesco_gce_2.pdf

Faqe interneti / Baza të dhënash

Qendra e Azi-Paqësorit e Edukimit për Kuptim Ndërkombëtar (QAEPKN)
Asia-Pacific Centre of Education for International Understanding (APCEIU)

Që nga themelimi i saj në vitin 2000 përmes një marrëveshje të UNESCO-s dhe Qeverisë së Republikës së Koresë, QAEPKN ka bërë përpjekje të mëdha në kërkim të masave për të fuqizuar nxënësit me këto vlera. QAEPKN është përjekur të bëhet një katalizator ndikues e EQG-së përmes fushave kryesore të programit si vijon: ngritja e kapaciteteve të mësuesve, kërkimi dhe zhvillimi i politikave, shpërndarja e informacionit, krijimi i materialeve mësimore dhe programi ndërkombëtar i shkëmbimit të mësuesve. QAEPKN po përmbush mandatin e UNESCO-s përmes programe të Edukimit për Kuptim Ndërkombëtar dhe Edukimit për Qytetari Dixhitale. http://www.unescoapceiu.org/en/index.php

Bridge 47

Bridge 47 është krijuar të bashkojë njerëz për të ndarë me dhe mësuar nga njëri-tjetri. Ajo mobiliozon shoqërinë civile nga gjithë bota për të kontribuar në transformimin drejt drejtësisë globale dhe zhdukjes së varfërisë përmes Edukimit për Qytetari Globale. https://www.bridge47.org/about

RrEEG Rrjeti Europian i Edukimit Global
GENE Global Education Network Europe

RrEEG - Rrjeti European i Edukimit Global – është një rrjet Ministrish dhe Agjensish me përgjegjësi kombëtare për Edukimin Global në shtetet europiane. RrEEG mblesh së bashku Ministri, Agjensi dhe institucione të tjera që krijojnë politika kombëtare dhe sigurojnë financim për edukimin global në shtetet europiane. Ministritë dhe Agjensitë që marrin pjesë në RrEEG kombinojnë ekspertizën e tyre përmes rrjeteve të strukturuara, duke ndarë strategji dhe një qasje mësimore prej kolegësh që prin drejt rezultave të larta kombëtare.
https://gene.eu/

Shërbimi i Edukimit për Qytetari Globale
Global Citizenship Education Clearinghouse

Shërbimi i EQG është një bazë të dhënash globale mbi EQG e themeluar nga UNESCO dhe QAEPKN për të lehtësuar ndarjen e informacionit dhe pasurimin e njohurisë dhe të kuptuarit të EQG-së. https://www.gcedclearinghouse.org

IDEAS për qytetari globale
IDEAS for global citizenship

Shoqata Skoceze e Zhvillimit Ndërkombëtar të Edukimit (shkurt IDEAS) është një rrjet organizatash dhe individësh në Skoci (Mbretëria e Bashkuar) që mbështet dhe promovon në mënyrë active Edukimin e Zhvillimit dhe Edukimin për Qytetari Globale. http://www.ideas-forum.org.uk/

MediaSmarts (Qendra Kanadeze e Aftësimit Dixhital dhe Medias)

MediaSmarts është një organizatë bamirëse jofitimprurëse kanadeze e aftësimit dixhitale dhe median. Vizioni i saj është që fëmijët dhe të rinjtë të kenë zotësi të menduari kritik për t'u përfshirë me median si qytetarë dixhitale aktiv dhe të informuar. Për të përmbushur këtë qëllim, ajo ofron udhëheqje në përparimin e aftësimit dixhital dhe mediatik në shkollat, shtëpitë dhe komunitetet kanadeze; zhvillon dhe shpërnan burime të cilësisë së lartë të aftësimit dixhitale dhe për median me bazë kanadeze; dhe zhvillon dhe shpërndan kërkime që kontribuojnë në zhvillimin e një politike publike të informuar mbi çështjet që i përkasin medias. https://www.mediasmarts.ca/?gclid=CjwKCAjwnK36BRBVEiwAsMT8WEBH51ws5Rb6k7iQ_cFukbkNjFs8nIOoneVhyQfIqzoZZNwX09In_hoCOpMQAvD_BwE

Fondacioni McLuhan i Edukimit për Median Dixhitale
McLuhan Foundation for Digital Media Literacy

Fondacioni McLuhan është i përkushtuar ndaj edukimit për median dixhitale dhe themelimit të një Sheshi real dhe virtual të Fshatit Global. Fondacioni lehtëson ndarjen e praktikave më të mira për mijëra iniciativa, OJF, bashkime dhe agjensi të përfshira në edukimin e medias dixhitale në mbarë botën. Sheshi është një vendtakim real dhe virtual i mësuesve, praktikanëve, pjesëtarëve të industrisë dhe politkëbërësish. Përmes bashkëpunimit, eksplorimit dhe shtrirjes publike, Sheshi i Fshatit Global është një nyjë ndërkombëtare për të lundruar inovacionin dhe partneritetet në edukimin e medias dixhitale. www.mcluhanfoundation.org

UNESCO – Edukimi i Qytetarisë Globale

UNESCO vepron duke mbështetur Vendet Anëtare në përpjekjet e tyre për të vënë në zbatim EQG-në. Kjo përfshin krijimin e vetëdijes për EQG-në, advokimin e implementimin të saj dhe zhvillimin e udhëzimeve dhe instrumenteve të ndërtimit të kapaciteteve.

Qasja e UNESCO-s ndaj EQG është:

- Tërësore: duke adresuar përmbajtjen dhe rezultatet e nxënies, pedagogjinë dhe mjedisn mësimor formal, joformal dhe informal
- Transformuese: duke kërkuar të mundësojë nxënësit të transformojnë veten dhe shoqërinë
- E kontekstualizuar: e pështatur me nevojat vendore dhe realitetet kulturore
- Bazuar në vlera: duke promovuar vlera të përbashkëta universale si mosdiskriminimi, barazia, respekti dhe dialogu
- E vendosur në një përkushtim më të madh për të promovuar një edukim cilësor gjithëpërfshirës dhe të barabartë

https://en.unesco.org/themes/gced

MODULI 6:

PËRFAQËSIMI NË MEDIA DHE INFORMACION: EVIDENTIMI I BARAZISË GJINORE

“Mënyra se si shihemi përcakton pjesërisht mënyrën se si trajtohemi: si trajtojmë të tjerët bazuar në mënyrën se si i shohim ata; një vështrim i tillë vjen nga përfaqësimi”.

– Richard Dyer, Çështja e Imazheve

SFONDI DHE ARSYEJA

Përfaqësimi në përmbajtje dhe produkte mund të marrë shumë forma. Shumë nga ne jetojmë në një kulturë të mbushur nga imazhet dhe në bazë ditore ne rrethohemi nga përfaqësime në televizion, në filmat e njohur, në raportimin e lajmit dhe në libra, online dhe offline.

Raportuesit, autorët, videografët, reklamuesit, botuesit dhe prodhuesit e filmave, blogerat, vlogerat, prodhuesit e përmbajtjes së gjeneruar nga përdoruesit, dhe të tjerë njerëz në përgjithësi, përdorin imazhe, audio dhe fjalë të shkruara për të përcjellë përmbajtje. Ata zakonisht ballafaqohem me kufizime të kohës, hapësirës, burimeve dhe kufizime të tjera editoriale për të përgatitur dhe prezantuar historitë për publikun. Në mënyrë të pashmangshme, ata “ri-prezantojnë” njerëzit, çështjet apo ngjarjet duke sinjalizuar se çfarë ata quajnë të përshtatshme ose jo, në karakteristika të tilla si raca, gjinia, seksualiteti, mosha apo klasa. Kjo përzgjedhje, nganjëherë, përfshin paraqitje stereotipike apo të tejthjeshtuara, të cilat mund të përdoret për të etiketuar individë apo grupe dhe të përdoren për të përligjur bindje apo qëndrime të ngushta. Kjo mund ose mund të mos jetë qëllimi i autorit, producentin apo gazetarit / raportuesit. Nganjëherë, është interpretimi i marrësit (shikues, lexues apo dëgjues). Aty ku folësi vepron si instrument

konflikti, gjuhe urrejtjes apo diskriminimi, është logjike që ata duhet të mbahen përgjegjës për veprimet e tyre. Në të njëjtën kohë, diversiteti dhe pluraliteti i zërave dhe i përmbajtjes pranohen ndërkombëtarisht. Një ekuilibër duhet kërkuar që shqetësimet rreth përfaqësimit të mos zbehin diversitetin dhe që pluraliteti të veprojnë brenda parametrave të ligjërimit të mbrojtur.

Ne duhet të kuptojmë gjithashtu që ofruesit e përmbajtjes punojnë në një kontekst social dhe që ata janë aktorë socialë brenda një konteksti social. Ata ndikohen nga shoqëria dhe pastaj ndikojnë shoqërinë. Ne duhet të shohim më thellë në kontekstin specifik kombëtar brenda të cilit bibliotekat, arkivat, muzetë, mediat dhe kompanitë e komunikimeve dixhitale veprojnë.

Për të qenë të edukuar për median dhe informacionin, ne duhet të shqyrtojmë imazhet apo përfaqësimet dhe të analizojmë jo vetëm imazhin apo tekstin vetë, por edhe kontekstin narrativ dhe marrëdhëniet e tij të pushtetit që e rrethojnë këtë përmbajtje dhe që nganjëherë nuk i shohim. Është e rëndësishme të pranojmë që ndërsa mediat e kompanitë e komunikimeve dixhitale, bibliotekat, arkivat e muzetë kanë shumë fuqi për të sfiduar shoqërinë, ato janë gjithashtu reflektim i shoqërisë dhe marrëdhënieve të saj të pushtetit duke siguruar llojet e historive dhe përfaqësimeve që zakonisht pranohet pa diskutim.

Shumë ofrues përmbajtje në rajone të ndryshme kanë krijuar kode vullnetare diversiteti, me synimin që të demonstrojnë një përkushtim ndaj përmbajtjes dhe iniciativave që janë gjithëpërfshirëse dhe të ndryshme. Shumë gjithashtu ndjekin një kod etike që ndalon përdorimin e materialeve abuzuese ose diskriminuese mbi racën, etninë, moshën, gjininë, identitetin gjinor, orientimin seksual, aftësitë fizike apo gjendjen civile.

Pyetjet kryesore në këtë modul përfshijnë: kush përfiton nga pranimi i përfaqësimit diskriminues dhe kush humbet? Si e ndikojnë këto imazhe mënyrën se si shohim vetveten dhe të tjerët? Si e ndikojnë ato njohurinë dhe të kuptuarin tonë të botës përtej përvojës tonë të menjëhershme? Cilat janë implikimet e barazisë gjinore dhe formave të tjera të pabarazisë?

NJËSITË

NJËSIA 1:
KONCEPTI I PËRFAQËSIMIT

NJËSIA 2:
RAPORTIMI I LAJMIT DHE FUQIA E IMAZHIT

NJËSIA 3:
KODET E INDUSTRISË MBI DIVERSITETIN DHE PËRFAQËSIMIN

NJËSIA 4:
TELEVIZIONI, FILMAT DHE VIDEOT, BOTIMET E SHKRUARA, MEDIA E LAJMEVE, KOMPANITË E KOMUNIKIMEVE DIXHITALE DHE TEKNOLOGJITË E REJA

NJËSIA 5:
VIDEOT MUZIKORE DHE PËRFAQËSIMI

NJËSIA 1: KONCEPTI I PËRFAQËSIMIT

Edukimi për median dhe informacionin përfshin një analizë kritike të përfaqësimit që gjendet në media, kompanitë e komunikimeve dixhitale, biblioteka, arkiva dhe muze, etj.: mënyrat se si individët, grupet, vendet/komunitetet dhe madje vetë artikujt e lajmeve të ditës "ri-prezantohen" ose portretizohen në burime të ndryshme mediatike dhe informacioni.

EMI përfshin një kuptim kritik të fuqisë së përfaqësimit – të çështjeve, individëve dhe komuniteteve – dhe ndikimit të këtyre përfaqësimeve në diskutimin e ditës dhe si e shohim veten dhe të tjerët. EMI ka të bëjë me kuptimin e fuqisë së përmbajtjes për të formësuar mënyrën se si i përgjigjemi një pandemie apo krize shëndetësore, zgjedhjeve që bëjmë kur hedhin votën në kutitë e votimit, apo mënyrës se si mendojmë rreth identiteteve, komuniteteve dhe kulturave tona.

Len Masterman i kujton mësuesve rëndësinë e analizës së ofruesve të ndryshëm të përmbajtjes dhe pranimit së të gjithë ofruesit përmbajtjes janë sisteme përfaqësimi. Nëse shohim median dhe kompanitë e komunikimeve dixhitale si sisteme përfaqësimi, atëherë pyetja pashmangshmërisht ngrihet se kush po i krijon këto përfaqësime? Kush po na thotë se kjo është mënyra se si duhet të jetë bota? Që mënyra e tyre të parit është thjesht e natyrshme? Pyetje të tjera ngrihen. Cila është natyra e botës që po paraqitet? Cilat janë vlerat dhe supozimet dominuese të tyre? Cilat janë teknikat e përdorura për të krijuar "autenticitetin" [e saj]? Si lexohen dhe si kuptohen përfaqësimet e medias dhe kompanive të komunikimeve dixhitale nga audiencat e tyre? Si pozicionohemi ne, si audiencë, nga vetë teksti? Çfarë interpretimesh të ndryshme ekzistojnë...? (Përshtatur nga Masterman, 2010).

Si gjithmonë, analiza kritike e edukimit për median dhe informacionin kërkon që mësuesit dhe nxënësit të eksplorojnë se si përfaqësimet e të gjitha formave mund të ndikojnë veprimet dhe sjelljet tona, njohurinë dhe të kuptuarin tonë, mendimet dhe ndjenjat tona, ndjenjën tonë të vetvetes dhe marrëdhënien tonë me të tjerët. Edukimi për median dhe informacionin ka gjithashtu një rol domethënës në promovimin e dialogut, diversitetit, barazisë dhe gjithëpërfshirjes, duke i mundësuar qytetarët të krijojnë dhe të dallojnë tregime dhe perspektiva që nuk janë shpesh pjesë e përmbajtjes standarde.

Në shumë raste, përfaqësimi që shfaqet përmes ofruesve të ndryshëm të përmbajtjes bazohet në stereotipa – përfaqësime të tejthjeshtuara që theksojnë ndryshimin. Për shkak të këtij tejthjeshtimi, një audiencë i shfaqet nganjëherë vetëm disa karakteristika që nuk mund të përfaqësojnë saktësisht apo plotësisht një çështje, individ apo grup. Ky lloj fokusi i ngushtë mund të na ndalojë shpesh të dallojmë dhe të kuptojmë pasurinë dhe kompleksitetin që ekzistojnë përtej këtyre portretizimeve. Anësitë gjinore janë nga stereotipat më të zakonshme. Kjo ka efekt dëmtues duke qenë se një përfaqësim i tillë çon në një padukshmëri në media të pothuajse gjysmës së popullsisë së botës. Projekti i Monitorimit Global të Medias, kërkimi më i gjatë i vazhdueshëm në këtë temë, ka gjetur se "në 2015, gratë përbëjnë vetëm 24% të individëve që dëgjohen, lexohen ose

shihen në gazeta, lajme televizionesh dhe radiosh, saktësisht sa ishte në vitin 2010"[68]. Ky hendek është edhe më domethënëse në lajmet mbi politikën dhe qeverisjen, kur gratë përbëjnë vetëm 16^ të individëve në ato histori.

Në një peizazh multikulturor që është fshati ynë global, pjesë e të qenit i edukuar për median dhe informacionin është ndërgjegjësimi i mënyrave në të cilat ofruesit e përmbajtjes prezantojnë diversitetin e individëve, grupeve dhe komuniteteve që përbëjnë pëlhurën shoqërore dhe kulturore të botës sonë.

Temat kryesore:

- Stereotipat në media dhe kompanitë e komunikimeve dixhitale
- Rëndësia e diversitetit, barazisë dhe gjithëpërfshirjes në përfaqësimin nga ofruesit e përmbajtjes
- Mënyra se si mesazhet dhe vlerat mund të përçohen përmes përfaqësimit nga ofruesit e përmbajtjes
- Impakti i përfaqësimit mbi audiencat
- Roli i individualitetit në përfaqësim
- Roli i politikave në garantimin e diversitetit, barazisë dhe gjithëpërfshirjes

Objektivat mësimore

- Analiza e përfaqësimit nga ofruesit e përmbajtjes si ndërtime
- Vlerësimi i impaktit të përfaqësimit nga ofruesit e përmbajtjes mbi audiencat
- Vlerësimi i impaktit të vendimeve politike mbi diversitetin, barazinë dhe gjithëpërfshirjen
- Identifikimi i karakteristikave të përfaqësimit nga ofruesit e përmbajtjes që kontribuojnë në diversitetin në media

Qasje dhe veprimtari pedagogjike

Përmbledhtas: ashtu siç është diskutuar më parë në këtë Kurikul (Pjesa 1), pedagogji të ndryshme janë të mundshme. Ju lutem ta rishikoni listën në Pjesën 1 dhe të vendosni se cilën qasje të zbatoni për veprimtaritë e sugjeruara më poshtë dhe për të tjera që ju mund të formuloni.

- Çfarë përfaqësimesh të racës, gjinisë apo klasave ekzistojnë në përmbajtjen e përdorur nga ju ose në hapësirat më të gjera online të frekuentura nga ju? A do t'i përshkruaje këto si përfaqësime stereotipike apo të ndryshme? Si e përforcojnë apo shpërbëjnë stereotipizimin vizualet apo gjuha e përdorur?
- Cilat grupe gjinore shikon në media (prania / parashikueshmëria) dhe në çfarë rolesh (stereotipesh)?

68 Projekti i Monitorimit Global të Medias [Global Media Monitoring Project}, https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/who-makes-thenews/Imported/reports_2015/highlights/highlights_en.pdf.

- Intervisto profesionistë të bibliotekave, arkivave, muzeve, kompanive botuese, etj. Zbuloni nëse kanë politika për barazinë gjinore dhe diversitetin e përmbajtjes. Si vendosin ata se çfarë informacioni të mbajnë, prioritizojnë, promovojnë dhe publikojnë? A kanë ata një fokus specifik mbi barazinë gjinore siç përshkruhet nga Objektivi i Zhvillimit të Qëndrueshëm (OZhQ 5)?
    - Përfaqësime tipike të "të tjetrit" në përmbajtje shpesh bien nën kategori të veçanta, përfshirë: të seksualizuara, ekzotike, të rrezikshme, humoristike dhe të vajtueshme. Sa të zakonshme janë këto paraqitje sot? A ka kategori të tjera që nuk shfaqen në këtë përmbajtje të listuara këtu? A janë këto përfaqësime të shoqëruara me grupe të caktuara gjinore (përfshirë, gratë, burrat dhe LGBTQI+)?
    - Si ndërtohen këto portretizime? Cilat janë elementet teknike që janë zgjedhur? Si e përforcojnë ato përmbajtjen?
    - Cili është mesazhi që përçohet përmes këtyre përfaqësimeve? Kush përfiton nëse mesazhi pranohet? Kush humbet?
    - Sa e lehtë është të gjesh shembuj nga media standarde apo alternative që prishin ose shkojnë në kundërshtim me stereotipat dhe sigurojë portrete komplekse të një individi ose grupi? Bëni kërkime për barazinë gjinore, grupet minoritare dhe tema të tjera me interes për ju. Çfarë keni gjetur?
    - Në çfarë shkalle janë larmia e zërave të prezantuara në përmbajtjen që përdorni apo krijoni? Pse ndodh kështu? Çfarë impakti kanë zërat e prezantuar mbi audienca të caktuara? Cili është impakti i mungesës së zërave të caktuar?
    - Cilët faktorë merrni në shqyrtim kur vendosni se si të "përfaqësoni" veten online apo në krijimet tuaja të përmbajtjes mediatike apo dixhitale? Si e përcaktoni se cilët faktorë janë të rëndësishëm?
    - Përshkruani karakteristikat e një platforme mediatike që mishëron parimet e diversitetit, barazisë, gjithëpërfshirjes dhe përfaqësimit të drejtë të fshatit tonë global. Cilat janë përdorimet dhe efektet potenciale të një platforme të tillë?

Vlerësime dhe rekomandime

- Ese, refleksione dhe punime reaguese ndaj leksioneve, rasteve të studimit, prezantimeve / këqyrjeve audiovizive
- Pjesëmarrje në veprimtari mësimore në grup
- Prodhimi i materialeve informuese-edukuese-komunikuese (për shembull, posterat, broshurat, infografikat, kartat e mediave sociale, vlogjet).
- Analiza tekstuale e ofruesve të përmbajtjes për shembuj të përfaqësimit
- Krijimi i një modeli, tabele apo instrumenti vlerësimi për të përcaktuar kush është audienca për një lloj specifik përfaqësimi në media
- Kolazh mesazhesh në media dhe online bashkë më një hartë fjalës ose një Wordle që përshkruan ndikimet madhore si dhe audiencat
- Krijimi i një skice për një ofrues përmbajtje që mishëron parimet e diversitetit, barazisë, gjithëpërfshirjes dhe përfaqësimit të drejtë të fshatit tonë global. Plani mund të skicojë edhe përdorimet dhe efektet potenciale të kësaj platforme.

NJËSIA 2: RAPORTIMI I LAJMIT DHE FUQIA E IMAZHIT

KOHËZGJATJA: 3 ORË

Temat kryesore:

- Rast studimi: raportimi i lajmit dhe fuqia e imazhit
- Paraqitja e katastrofave
- Paraqitja e gjinisë

Objektivat mësimore

Në fund të kësaj njësie, mësuesit dhe nxënësit do të jenë në gjendje të:

- Analizojnë përfaqësimin në mbulimin e lajmeve të ngjarjeve të caktuara
- Shqyrtojnë raportimin e lajmeve që ofron përfaqësime alternative mbi audiencën dhe mbi temën e portretizuar
- Vlerësojë impaktin e përfaqësimit të gjinisë në media dhe platformat dixhitale dhe sisteme të tjera informacioni

Qasje dhe veprimtari pedagogjike

Përmbledhtas: ashtu siç është diskutuar më parë në këtë Kurikul (Pjesa 1), pedagogji të ndryshme janë të mundshme. Ju lutem ta rishikoni listën në Pjesën 1 dhe të vendosni se cilën qasje të zbatoni për veprimtaritë e sugjeruara më poshtë dhe për të tjera që ju mund të formuloni.

- Disa kritikë të medias kanë shprehur shqetësime se si disa ngjarje të caktuara, veçanërisht fatkeqësitë natyrore dhe tragjeditë, prezantohen në media.
    - Shqyrto mbulimin e medias mbi ngjarje dhe çështje aktuale dhe vlerëso se në çfarë shkalle janë me vend këto shqetësime.
    - Diskuto reagimin ndaj imazheve të njerëzve të prekur personalisht nga tragjedia apo fatkeqësie natyrore. Bëni kërkime dhe reflektoni mbi strategjitë që janë përdorura nga gazetarët që punojnë në mediat standarde dhe alternative për të paraqitur impaktin emocional të ngjarjeve ndërsa respektohet privatësia dhe dinjiteti i njerëzve të përfshirë.
- Bëni kërkime dhe analizoni mbulimin e një ngjarje madhore si fatkeqësitë natyrore apo të shkaktuara nga dora e njeriut. Ky rast studimi duhet të fokusohet në imazhet e mbulimit të lajmit dhe përfaqësimin/paraqitjen e njerëzve dhe çështjeve të lidhura me këto ngjarje. Mësuesit mund të bëjnë një analizë në internet për të lokalizuar imazhet që shfaqen në mbulimin e medias standarde apo mediave sociale të këtyre ngjarjeve. Pyetjet vijuese mund të përdoren për të analizuar mbulimin dhe imazhet në detaje:

- Përshkruani atë që është paraqitur në faqet e lajmeve online, në televizion dhe në mbulimin e gazetave. Identifikoni imazhet që janë përdorur më shpesh. Shqyrtoni se si janë ndërtuar përfaqësimet, duke konsideruar përdorimin e këndeve të kamerave, kompozimi i një fotografie, llojet e shkrepjeve, kush apo çfarë shfaqen në regjistrim / fotografi dhe kush apo çfarë përjashtohet.
- Çfarë mesazhi përçohet përmes përdorimit të këtyre imazheve? Çfarë historie tregojnë imazhet? Vlerëso potencialin e këtyre mesazheve për t'u bërë ikonike. Çfarë impakti mund të kenë këto mesazhe mbi një audiencë? Konsideroni efektet e imazheve mbi kuptimin e apo marrëdhënien ndaj subjektit nga ana e shikuesit.
- Diskutoni nëse informacioni mbi ngjarjen që nuk ekziston në imazhe do të kujtohet. Shqyrtoni fuqinë e imazheve për të "zhdukur" informacione të tjera që nuk ekzistojnë në një formë vizuale. Cilat janë implikimet e kësaj për një qytetari të informuar?

Barazia gjinore dhe fuqizimi i grave

Çështjet gjinore janë bërë gjithmonë e më të rëndësishme në axhendën zhvillimore të agjencive ndërkombëtare të zhvillimit (të tilla si OKB-ja), sistemet kombëtare dhe rajonale qeveritare, si dhe organizatat e shoqërisë civile. Objektivi i Zhvillimit të Qëndrueshëm 5 kërkon të "arrijë barazinë gjinore dhe fuqizimin e grave dhe vajzave" dhe përfshin nëntë synime, duke mbuluar çështje të shumta që ndikojnë gratë dhe vajzat[69]. Duke shkuar mbrapa në kohë deri në 1995-n, Deklarata dhe Platforma për Veprim e Pekinit, adoptuar nga Konferenca e Katërt Botërore e Kombeve të Bashkuara mbi Gratë, ka evidentuar rolin kryesor të medias në promovimin e barazisë gjinore në të gjitha sferat. Të gjithë stakeholderat janë thirrur që të bashkojnë forcat për luftuar "stereotipizimin e grave dhe pabarazinë e aksesit të grave tek dhe pjesëmarrjen në të gjitha sistemet e komunikimit, veçanërisht në media". Asambleja e Përgjithshme e Kombeve të Bashkuara ka krijuar UN Women në korrik të 2010-s. Ky është Enti i Kombeve të Bashkuara për Barazinë Gjinore dhe Fuqizimin e Grave për adresimin e këtyre sfidave. Vendet Anëtare të OKB-së dërguan një mesazh shumë të fortë global përmes ndërmarrjes së këtij hapi historik. Mesazhi është që objektivat e organizatës mbi barazinë gjinore dhe fuqizimin e grave duhet të përshpejtohen përbrenda dhe nga brenda Vendeve Anëtare të Organizatës.[70] UNESCO, për aq sa i takon, njeh Përparësinë e Barazisë Gjinore në gjithë punën e saj (bashkë me Priority Africa).

- Ka një nevojë të qartë për të theksuar rolin e ofruesve të përmbajtjes si mediat, kompanitë e komunikimeve dixhitale, bibliotekat, arkivat dhe muzetë për të përmbushur këto objektiva të Deklaratës së Pekinit, OZhQ-të dhe UN Women. Në një diskutim në klasë eksploroni pyetje si: Si mund të vlerësojnë në mënyrë efikase ofruesit e përmbajtjes përgjigjen e tyre të ndjeshmërisë gjinore dhe si rezultat i kësaj, si mund ta vlerësojnë këtë përgjigjen e tyre shoqëria civile? Kush i drejton institucionet që ofrojnë përmbajtje? Përse ofruesit e përmbajtjes duhet

69 OZhQ 5, Arritja e Barazisë gjinore dhe fuqizimi i të gjihë grave dhe vajzave, https://sdgs.un.org/goals/goal5. Parë më 10 dhjetor 2020.
70 UN Women, https://www.unwomen.org/en

të operojnë në një mënyrë që është gjithëpërfshirëse për gjininë? Si mund të adresojnë dhe godasin ofruesit e përmbajtjes paraqitjen që portretizon gratë, burrat dhe grupet minoritare në mënyrë stereotipike? A janë ofruesit e përmbajtjes thjesht transmetues të kuptimit të pabarazisë gjinore apo janë ata partnerë në veprueshmërinë e Deklaratës së Pekinit dhe objektiva të tjera të përmendura më lart, duke mundësuar krijimin e informacionit e njohurisë dhe shumëfishimit të rezultateve? Nëse ata vërtetë janë partnerë, si mund ta luajnë në mënyrë efikase këtë rol këta ofrues?

Për shumë vite, stakeholderat globalë janë fokusuar në zhvillimin mediatik dhe zgjerimin e platformave dixhitale për të adresuar çështjet që i përkasin barazisë gjinore dhe fuqizimit të grave, por progresi ka qenë shumë i ngadaltë. EMI mund të promovojë sjellje me ndjeshmëri gjinore. Përmes EMI, audiencat (lexues, shikues, dëgjues dhe krijues përmbajtje) pajisen me kompetencat e domosdoshme (njohuri, zotësi dhe mendësi) për të vlerësuar performancat e ndjeshme ndaj gjinisë të ekosistemit të përmbajtjes dhe të marrin pjesë në to.

- Kërkoju mësuesve të bëjnë një sondazh të vogël për t'iu përgjigjur pyetjeve të mëposhtme: A po e promovojnë organizmat e medias EMI në shtetin tuaj? Si po e bëjnë këtë? Çfarë faktesh ekzistojnë se ata po e bëjnë këtë promovim? Ofro shembuj specifik nëse është e mundur. Në çfarë mënyrash mund të ndihmojë EMI për të adresuar stereotipat gjinore dhe për të kontribuar në barazinë gjinore? Cilat programe vendore zhvillimi në lidhje me çështjet gjinore ekzistojnë në vendet apo komunitetet tuaja? Cilat janë disa nga sfidat e implementimit të këtyre programeve? Në çfarë shkalle janë grupet e ndryshme gjinore – gratë, burrat dhe minoritetet gjinore (LGBTQI+) – konsultuar dhe përfaqësuar? Në çfarë drite janë portretizuar? Në çfarë shkalle ofruesit e ndryshëm të përmbajtjes përfshihen në këto projekte? Cilat janë mënyrat krijuese në të cilat ju mendoni se EMI mund të përdoret për të normalizuar çështjet gjinore në media dhe informacion dhe për të përmirësuar përfaqësimin e grave? Përmes këtyre pyetjeve dhe të tjera si këto, bëj kërkim për përvoja e praktika të mira dhe bëj rekomandime në konsiderimin e barazisë gjinore dhe edukimit për median dhe informacionin. Cilat janë pikëpamjet tuaja personale mbi barazinë gjinore? Si mund ta ndikojnë pikëpamjet dhe përvojat tuaja personale interpretimin tuaj të përfaqësimit gjinor në media dhe burime të tjera informacioni?

Ka dy perspektiva kryesore në lidhje me gratë dhe ofruesit e përmbajtjes si mediat, kompanitë e komunikimeve dixhitale, bibliotekat, arkivat dhe muzetë. Njëra është mbi statusin e grave që punojnë në këto institucione dhe tjetra mbi mbulimin apo imazhin e grave, vajzave dhe grupeve të tjera gjinore në përmbajtje.

- Konsideroni disa nga gjetjet e Projektit të Monitorimit të Global të Medias të 2015-s dhe Raportit Global mbi Statusin e Grave në Dhomën e Lajmeve (shikoni këto burime të listuara në fund të kësaj njësie) apo kërkime të reja të lidhura me gratë dhe ofruesit e përmbajtjes. Diskutoni cilindo kombinim të këtyre pyetjeve: Cilat janë implikimet e këtyre gjetjeve individualisht dhe kolektivisht? Cilët lloj imazhesh të grave mbizotërojnë? Cilët faktorë shoqëror, ekonomik, kulturor dhe politik mund të jenë motivimi pas këtyre imazheve? A duhet të jetë ky një burim shqetësimi? A duhet qeveria juaj të ndërmarrë veprime për të adresuar imazhet negative? Nëse

po, përshkruani si dhe çfarë. Cilat aksione duhen ndërmarrë nga shoqëria civile në adresimin e këtyre çështjeve? A mendoni se është më e mirë për ofruesit e përmbajtjes të veprojnë përmes vetë-rregullimit sesa detyrimit qeveritar apo të organizmave të tjerë të jashtëm? A ekziston ndonjë nevojë për të patur një formë/masë rregullimi qeveritar? Shpjegoni. Ka raste me çështje përmbajtje kur rregullimet qeveritare dhe mbikëqyrja e jashtme janë të domosdoshme. Cilat janë disa nga këto raste? A duhet të jetë ndryshe për ofruesit publikë të përmbajtjes nga ata privatë? A mendoni se ofruesit e përmbajtjes të financuar nga fondet publike kanë një detyrim të veçantë për të garantuar barazinë gjinore dhe fuqizimin e grave? A të ka fuqizuar ty EMI për të ndërmarrë veprime aksione të barazisë gjinore? Si? Cilat janë pikëpamjet tuaja personale mbi barazinë gjinore? A mendoni se nëse më shumë gra do të punonin për ofruesit e përmbajtjes, përfshirë mediat, kompanitë e komunikimeve dixhitale, bibliotekat, arkivat dhe muzetë, që imazhi i grave përballë atij të burrave do të ndryshonte? Përse mendon kështu? Çfarë tregojnë kërkimet mbi këtë?

Mizogjinia, bullizmi online dhe ngacmimi i grave gazetare janë në rritje. Merrni në konsideratë këto gjetje të 2018 nga sondazhi global i Federatës Ndërkombëtare e Gazetarëve[71] më poshtë:

- Gjetjet tregojnë se 64% e grave të anketuara kanë përjetuar abuzim online
- Ngacmimi online merr forma të ndryshme, përfshirë kërcënime për vdekje dhe përdhunim, fyerje, zhvlerësim të punës së tyre, komente seksiste, dërgimin e imazheve të pahijshme, bullizmin kibernetik, përndjekjen kibernetike dhe krijimin e llogarive në emër të tyre
- Ndër ato që kishin përjetuar ngacmim online, 47% e grave thanë se nuk e raportuan abuzimin dhe kur e bënë kryesisht e kishin bërë te menaxherët e tyre në media (40%)
- Një rezultat tjetër shqetësues është që shumica e të abuzuarave të anketuar thanë se këto sulme kishin patur efekte psikologjike si ankthi apo stresi (63%), ndërsa 38% pranuan se kishim bërë censurë të vetvetes dhe 8% kishin humbur vendin e punës

Krahasojeni këtë me gjetjet e 2020-s nga Anketa Globale e UNESCO-s mbi Dhunën Online kundër Gazetareve[72]:

- 73% e gazetareve që iu përgjigjën anketës kanë përjetuar dhunë online në punën e tyre
- 25% kanë marrë kërcënime për dhunë fizike
- 18% kanë marrë kërcënime për dhunë seksuale
- 20% kanë raportuar sulmin offline të lidhur me dhunën online që kanë përjetuar

71 https://www.ifj.org/media-centre/reports/detail/ifj-survey-one-in-two-women-journalists-suffer-gender-based-violence-at-work/category/press-releases.html

72 Dhuna Online ndaj Gazetareve: Një Fotografim Global i Incidenteve dhe Impakteve {Online violence Against Women Journalists: A Global Snapshot of Incidence and Impacts}. Autorwt e United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization: Julie Posetti, Nermine Aboulez, Kalina Bontcheva, Jackie Harrison, and Silvio Waisbord (2020). https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000375136

- Çfarë ngjashmërish apo ndryshimesh vini re në këto të dhëna? Çfarë mendojnë nxënësit se janë shkaqet e rritjes së kësaj armiqësie ndaj gazetareve? Investigoni mbi rekomandimet e të dyja anketave dhe drejtojini nxënësit që të krijojnë postera apo tabela tregimesh mbi mënyrën se si mund të implementohen këto rekomandime, nga kush dhe me çfarë mekanizmash monitorimi? Drejtojini nxënësit të hetojnë metodologjinë e përdorur në të dyja studimet. A janë ata të kënaqur me vendosmërinë e përdorur që të çojë në besueshmërinë dhe vlefshmërinë e saj? Bëni kërkim mbi kuptimin e këtyre termave dhe shikoni për më tepër mbi kërkimin akademik në Modulin 3. Diskutoni kufizimet e të dyja anketave globale.
    - "Adresimi i dhunës me bazë gjinore do të thotë adresimi i një teme që shqetëson njerëzimin. Reflektimi mbi paraqitjet me anësi, stereotipizimet, paragjykimet dhe dhunën ndaj vajzave dhe grave do të thotë të vësh në veprim ndryshime në mënyrë që, të paktën, kjo dhunë të mbulohet nga media në një mënyrë që reflekton plotësisht shqetësimet e shoqërive tona [...] Gazetarët duhet ta thyejnë kodin e heshtjes dhe ta nxjerrin këtë çështje nga sfera private, ku shpesh vazhdon të dërgohet".[73]
    - Mësuesit duhet të drejtojnë një diskutim me nxënësit mbi pohimin e mësipërm. Shikoni statistikat mbi gratë që kanë përjetuar dhunë fizike dhe seksuale, vajzat që nuk ekzistojnë për shkak të përzgjedhjes prenatale të seksit, të cilat kanë pësuar gjymtim të organeve gjenitale femërore – në faqen 8 të burimit të UNESCO-s, Raportimi i Dhunës ndaj Grave dhe Vajzave: Një Manual për Gazetarët, https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000371524. Nxënësit duhet të hetojnë dhe eksplorojnë pyetjet e mëposhtme. A po e raporton media e tyre vendore dhunën ndaj grave? A ka media e tyre vendore politika të brendshme për të raportuar dhunën ndaj grave? A mundet që nxënësit apo mësuesit të kontaktojnë mediat lokale për të mësuar mbi këtë? Cilat veprime mund të ndërmarrin mësuesit apo nxënësit në lidhje me kompanitë e komunikimeve dixhitale?
    - Drejtoji nxënësit të vënë në zbatim kompetencat EMI në investigimin e procesit. Ata duhet t'i ndajnë gjetjet e tyre me të tjerë në komunitetet e tyre, përfshirë dhe ato online. Ata duhet që të shohin burimin e mëposhtëm mbi politikat dhe përmbajtjen e mediave, *Përcaktimi i Axhendës Gjinore për Politikën e Komunikimit: Propozime të reja nga Aleanca Globale mbi Median dhe Gjininë [Setting the Gender Agenda for Communicaiton Policy: New Proposals from the Global Alliance on Media and Gender],* https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000368962.locale=en

Mësuesi duhet të konsiderojë zhvillimin e veprimtarive të ngjashme, si këto më lart të cilat lidhen me gjininë, për grupet e margjinalizuara si personat me aftësi ndryshe, grupet indigjene, grupet e minoriteteve etnike dhe komunitetet e brendësisë së qyteteve apo ato rurale, etj. Objektivi duhet të jetë eksplorimi i përfaqësimit të këtyre grupeve në media që të kuptohet se si këto përfaqësime krijohen dhe nga kush, dhe për të vënë në pikëpyetje se kush përfiton nga pranimi i këtyre përfaqësimeve dhe kush dezavantazhohet si pasojë.

73 Shkëputur nga "Raporti mbi Dhunën kundër Grave dhe Vajzave: Një Manual për Gazetarët [Extract from "Reporting on Violence against Women and Girls: A Handbook for Journalists]. Impe, AM. (2019). https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000371524. (Red. Mirta Lourenco). UNESCO, Paris.

Vlerësime dhe rekomandime

- Analiza dhe vlerësim i vizuales në raportimin e lajmit – përfshirë përbërësit teknik / e dizenjimit
- Kërkoni për studime dhe raporte të tjera mbi temën dhe dizenjoni një fushatë të media sociale mbi to. Sigurohuni që të artikuloni se si të matni impaktin e fushatës suaj
- Identifikoni dhe vlerësoni procedurat e raportimit që kontribuojnë më mirë në krijimin e një qytetarie të informuar
- Vlerësoni impaktin e vizualeve mbi audiencën

NJËSIA 3: KODET E INDUSTRISË MBI DIVERSITETIN DHE PËRFAQËSIMIN

KOHËZGJATJA: 2 ORË

Temat kryesore:

- Kodet dhe etika për ofruesit e përmbajtjes si mediat, kompanitë e komunikimeve dixhitale, bibliotekat, arkivat dhe muzetë
- Zbatime të kodeve të vlerësimeve të mediave të ndryshme mbi kodet dhe rregullimet

Objektivat mësimore

Në fund të kësaj njësie mësuesit do të jenë në gjendje të:

- Shqyrtojnë diversitetin dhe kodet etike për institucione të ndryshme të përmbajtjes
- Zbatojnë kode dhe etika për një larmi imazhesh dhe tekstesh mediatike; vlerësoje tekste online dhe offline bazuar mbi kodet dhe etikat e pranuara
- Vlerësojnë qëllimin dhe efektshmërinë e këtyre kodeve
- Rekomandojë sugjerime / ndryshime të kodeve dhe etikës për ofrues të ndryshëm përmbajtje

Qasje dhe veprimtari pedagogjike

Përmbledhtas: ashtu siç është diskutuar më parë në këtë Kurikul (Pjesa 1), pedagogji të ndryshme janë të mundshme. Ju lutem ta rishikoni listën në Pjesën 1 dhe të vendosni se cilën qasje të zbatoni për veprimtaritë e sugjeruara më poshtë dhe për të tjera që ju mund të formuloni.

Nevoja për të shmangur rregullimet shtetërore të medias ka çuar në krijimin vullnetar nga rajone të ndryshme të industrive mediatike të kodeve të diversitetit, të cilat kanë

për qëllim të garantojnë që këto industri demonstrojnë një përkushtim ndaj përmbajtjes dhe iniciativave gjithëpërfshirës dhe të ndryshme. Shumë industri ndjekin gjithashtu një kod etike që ndalon përdorimin e materialit abuzues apo diskriminues me bazë racën, etninë, moshën, gjininë, aftësitë fizike apo gjendjen civile. Disa kompani të komunikimeve dixhitale kanë standarde komunitare, megjithëse ato kritikohen shpesh nga mospërkushtimi i mjaftueshëm për t'i zbatuar ato. Bibliotekat dhe muzetë gjithmonë e më shumë kanë politika lidhur me çështjet e gjithëpërfshirjes dhe barazisë, si dhe çështje të përvetësimit dhe përfaqësimit kulturor.

- Bëni kërkime mbi kodet e praktikës / udhëzimet etike që ekzistojnë në rajonin tuaj. Ato mund të lidhen me mediat, kompanitë e komunikimeve dixhitale, bibliotekat, arkivat dhe muzetë. Identifikoni se kush është përgjegjës për krijimin e kodeve të praktikës. Përmblidh fushat kryesore që janë të përfshira dhe shpjeguar qëllimin e tyre. Si e mbështesin ato interesat e qytetarëve dhe konsumatorëve? Cilat efekte kanë këto rregullime mbi institucionet e përfshira?
- Vini në zbatim kodet e praktikës së përfaqësimit në raportimin e lajmeve, zhvillimin e përmbajtjes dhe shpërndarjen e ushtrimeve të mëparshme. Vlerësoni në çfarë shkalle vihen në zbatim këto rregullime. Sigurohuni që në vlerësimin tuaj të përfshini edhe tekst edhe kontekst. Jep shembuj specifik të mbulimit që e mbështesin përgjigjen tuaj. Në rastet kur përmbajtja i thyen rregullat, çfarë ndëshkimi ka për individët?
- Shqyrtoni fusha të tjera të ofruesve të ndryshëm të përmbajtjes që janë të mbuluara nga këto kode (p.sh. portretizimet gjinore, përfshirë stereotipat dhe seksualizimi i reklamave). Vlerëso se në çfarë shkalle ndiqen këto rregulla. Skico feedback-un që u jep institucioneve dhe/ose prodhuesve të këtyre teksteve.

Vlerësime dhe rekomandime

- Përmbledhje e kodeve të diversitetit / zbatimeve etike të këtyre kodeve nga ofrues të ndryshëm të përmbajtjes si mediat, kompanitë e komunikimeve dixhitale, bibliotekat, arkivat dhe muzetë. Dizenjo një fushatë në media sociale apo komunitet offline mbi to. Sigurohu që të artikulosh se si do ta masësh impaktin e fushatës tënde.
- Rekomandime për ndryshime / shtesa ndaj kodeve / etikave.

NJËSIA 4: TELEVIZIONI, FILMAT DHE VIDEOT, BOTIMET E SHKRUARA [74]

KOHËZGJATJA: 2 ORË

Temat kryesore:

- Filmat me metrazh të gjatë dhe përfaqësimi
- Përfaqësimi në botimet e shkruara
- Industria e filmit dhe televizionit, komuniteti dhe tregimet indigjene

Objektivat mësimore

Në fund të kësaj njësie mësuesit do të jenë në gjendje të:

- Shqyrtojnë suksesin e programeve televizive dhe filmave me metrazh të gjatë të momentit
- Vlerësojnë përfaqësimin në filma, televizion dhe shtyp (përfshirë librat)
- Zhvillojnë një trajtesë për filma dhe / ose televizion
- Shqyrtojë vendosjen e programeve televizive në programin e një rrjeti
- Analizojë përfaqësimin gjinor në reklama
- Analizojë strategjitë teknike në përfaqësim
- Shqyrtojë tregimet alternative dhe indigjene në televizion dhe filma

Filmi përballë formave të tjera të përmbajtjes

Filmi është një nga mediat më të fuqishme të njëqind viteve të fundit, me audienca masive kudo në botë. Në vitet e fundit, televizioni dhe më pas audiovizivet online kanë arritur një publik të madh në shumë pjesë të botës. Në të njëjtën kohë, librat ngelen një burim domethënës i ideve dhe informacionit, qoftë online qoftë offline. Të gjithë mund të luajnë një rol domethënës në formësimin e mënyrës se si shoqëria e kupton vetveten duke treguar histori dhe duke promovuar versione të caktuara të historisë kombëtare. Një pjesë e rëndësishme e edukimit për median dhe informacionin (EMI) është i kuptuari se si këto forma i japin formë ndjenjës tonë për botën në të cilën jetojmë.

Qasje dhe veprimtari pedagogjike

Përmbledhtas: ashtu siç është diskutuar më parë në këtë Kurikul (Pjesa 1), pedagogji të ndryshme janë të mundshme. Ju lutem ta rishikoni listën në Pjesën 1 dhe të vendosni se cilën qasje të zbatoni për veprimtaritë e sugjeruara më poshtë dhe për të tjera që ju mund të formuloni.

74 Shënim i përkthyesit: Titulli këtu është më i shkurtër sesa në tabelën e përmbajtjes së modulit.

- Përdor internetin për të kërkuar mbi suksesin e filmave të fundit. Bëj një listë prej pesë filmash që kanë patur sukses në arkëtime në nivel vendor ose ndërkombëtar. Nëse është e mundur, shikoni trailerat online të secilit nga këto filma ose përzgjidhni një film dhe shikojeni në tërësinë e tij. Përshkruani se kush ose çfarë përfaqësohet si qendrore në fabulën e filmit. Shpjegoni se përse ky përfaqësim mund t'i ketë apeluar audiencës.
- Kërkoju mësuesve të identifikojnë variante të ndryshme të përfaqësimit në ngjarjet historike. Për shembull, librat e botuar gjatë dhe rreth kohës që po shqyrtohet filma të krijuara në zhanre të ndryshëm; vepra arti apo piktura; çfarëdo elementi vizual si fotografitë apo videot muzikore. Vizito një muze apo arkiva (nëse ekziston një e tillë mbi këtë tematikë në rajonin tuaj) dhe bazuar mbi këtë, mblidh materiale për të përgatitur një ese rreth vëzhgimeve të tua.
- Përzgjidh një libër apo artikull të shkruar mbi vendin tuaj. Mund të jetë mbi komunitetin apo kulturën tuaj ose një ngjarje specifike. Identifiko se si aspektet e ndryshme të subjektit të përzgjedhur janë përfaqësuar. A jeni dakord me këto përfaqësime? Pse po apo jo? Diskutoni.
- Siguroni një përmbledhje reklamash audiovizuale nga interneti apo televizioni në vendin tuaj. Përpiqu të sigurosh që këto reklama kanë në to gra dhe burra. Në grupe të vogla, diskutoni se si përfaqësohen gratë në reklama përballë burrave. Shkruani disa nga vëzhgimet. Shihen disa përfaqësime në mënyrë të ndryshme nga disa prej pjesëtarët e grupit tuaj? Pse mendoni se ndodh kështu?
- Një karakteristikë e njohur e formulës së filmave është miti arketip i "udhëtimit heroik". Mitet përfaqësojnë sistemin implicit të besimeve që shprehin frikë, dëshira dhe aspirata në një kulturë. Në këto histori, heroi (zakonisht një mashkull) – i pavetëdijshëm për fatin e tij – thirret të ndërmarrë një kërkim të rëndësishëm. Heroi zakonisht kalon nëpër disa faza si pjesë e kërkimit të tij, përfshirë: "lindjen" apo fillimin e tij, fitimi i vetëdijes për "thirrjen" apo fatin e tij, përjetimi i romancës, takimi me armiqtë, marrja e këshillave nga një i moshuar më i mençur dhe, në fund, kthimi në shtëpi.
    - Krijoni një listë filmash bazuar mbi këtë formulë. Shpjegoni se çfarë i bën ato tërheqëse. Përshkruani heroin, shpjegoni se në çfarë shkalle heroi përfaqëson dëshirat dhe vlerat e individit në shoqëri.
    - Përshkruani punën që është bërë me kamerat si dhe zërat dhe muzikën. Vlerësoni se si këto elementë teknikë përforcojnë paraqitjet që janë qendrore për tregimin (që nënkupton, përshtypjen e krijuar nga i personazhi negativ apo heroi romantik). Shpjegoni se si kuptimi i skenave të caktuara në film ndryshon nëse, për shembull, kolona zanore do të ishte e ndryshme.
- Vizitoni faqe interneti për media tradicionale, indigjene apo komunitare që paraqesin alternativa penguese. Skanoni përzgjedhjen e tregimeve që tregohen përmes këtyre kompanive apo organizatave. Krahasoni këto tregime me ato që po prodhohen nga studio e mëdha kinematografike. Peshoni vlerën e organizatave "të pavarura" në ofrimin e përfaqësimit apo zërit për tregimet alternative dhe indigjene.

> "Synimi ynë është të marrim një larmi perspektivash përfaqësimi në filma dhe televizion. Duke shtuar numrin e pikëpamjeve të disponueshme në ekran nuk do të thotë të heqës diçka nga dikush tjetër. Në fakt, kjo çon në më programim më të madh e më të mirë, vizione të reja në ekran".
>
> Joan Pennefather, e para grua kryetare e Bordit Kombëtar Kanadez të Filmit te Maclean, 29 mars 1993

- Diskutoni llogaridhënien e industrive të filmit dhe televizive për shikuesit e tyre dhe marrëdhënien e tyre për progresin njerëzor. Përse duhet të jenë në gjendje gjithë shikuesit për të parë vetveten dhe tregimet e tyre në ekran? Diskutoni implikimet e tregimeve tradicionale dhe përfaqësimeve për audienca të ndryshme. Eksploroni se si kanalet e specializuara, faqet e ndryshme të internetit, blogjet dhe teknologjitë e reja po ndikojnë artin e tregimit të historive dhe po afrojnë përfaqësime alternative për audiencat.

Vlerësime dhe rekomandime

- Analizë e shembujve aktualë të programeve televizive dhe filmave me metrazh të gjatë.
- Vlerësim i impaktit të strategjive dhe formave teknike në përmbajtje dhe përfaqësim
- Shqyrtim i vlerësimit të organizatave kombëtare të filmit dhe kompanive të pavarura të prodhimit të sigurimin e historive alternative dhe indigjene

NJËSIA 5: VIDEOT MUZIKORE DHE PËRFAQËSIMI

KOHËZGJATJA: 2 ORË

Temat kryesore:

- Analizimi i videove muzikore dhe përfaqësimit
- Muzika dhe ndryshimi social

Objektivat mësimore

Në fund të kësaj njësie mësuesit do të jenë në gjendje të:

- Krijojnë një storyboard dhe trajtimin e një videoje muzikore
- Analizojnë një video muzikore, me theksin që vihet te përfaqësimi i gjinisë, racës dhe seksualitetit

- Shqyrtojnë përfaqësimin në muzikë “alternative”
- Krahasojë përfaqësime në mediat alternative përballë atyre standarde

Qasje dhe veprimtari pedagogjike

- Muzika luan një rol të rëndësishëm në shoqërinë njerëzore. Muzika përgjithësisht shihet si argëtim, por luan një rol domethënës në shumë praktika fetare e kulturore dhe shpesh përdoret në lëvizje politike. Të kuptuari se si muzika ndikon audiencat është pjesë e EMI-t.
- Duke përdorur internetin, shqyrtoni video të artistëve më të mirë të momentin në vendin tuaj apo ndërkombëtarisht. Analizo mesazhet dhe vlerat e videove muzikore të zgjedhura (bazuar në disponibilitetin e lirikave të këngëve si dhe videos së këngës). Analiza duhet të përfshijë si më poshtë vijon:
    - Shqyrtimi i përmbajtjes së lirikave, përfshirë një përshkrim të mënyrave në të cilat imazhet e videos lidhen me lirikat dhe melodinë e këngës, si dhe interpretimin e mësuesit për këto lirika.
    - Shqyrtimi i komponentëve teknikë të videos, duke marrë në konsideratë përdorimin e ngjyrave, ndriçimit, redaktimit (ritmi, ballafaqimi, ndërprerja e rrahjeve), efektet speciale dhe lidhja midis komponentëve audio dhe video.
    - Shqyrtimi i një çështje sociale që trajtohet nga videoja, me konsiderata se si këto mesazhe mund të ndryshojnë nëse njerëzit e një klase shoqërore apo race tjetër ishin përfshirë, apo nëse karakteret meshkuj dhe femra ndërruan rolet.
- Interpretoni mesazhet ideologjike dhe të vlerave që prezantohen në një video duke përdorur pyetjet e mëposhtme si udhërrëfyes:
    - A prezanton videoja bindjet e një grupi të caktuar?
    - Përshkruani përfaqësimin burrave dhe grave në këtë video. A përdoret ndonjë stereotip? Nëse po, me çfarë qëllimi?
    - Kush është në një pozitë pushteti? Kush nuk është? Kush përfiton si rezultat?
    - A përjashton videoja ndonjë grup njerëzish apo bindjet e tyre?
    - Cilat janë përkufizimet e lumturisë, suksesit apo moralit që nënkuptohen?
- Përcakto audiencën e synuar. Vlerësoni se në çfarë shkalle videoja do të bënte një apel edhe përtej kësaj audience.
- Vlerëso fuqinë e kulturës dhe muzikës së parapëlqyer si instrumente për ndryshimin transformues. Në çfarë shkalle luajnë një rol muzikantët dhe artistët në ofrimin e një komentari politik dhe social dhe në promovimin e drejtësisë sociale? Shikoni punën e organizatës më bazë në Danimarkë, Freemuse, që mbështet muzikantët që janë përfshirë në kauza sociale dhe politike. Cilat janë çështjet dhe ngjarjet që janë përfaqësuar në muzikën e tyre? Me çfarë efekti?
- Përzgjidh lirika këngësh dhe përgatit një storyboard për videon muzikore që përçojnë mesazhin e lirikave. Konsidero me kujdes imazhet që përfaqësojnë lirikat. Identifiko dhe përzgjidh elementet teknikë që pasurojnë këtë përfaqësim.

- Nëse ekziston ndërkohë një videoklip i këngës, krahaso storyboard me videon që është prodhuar, duke vënë re ndryshimet apo ngjashmëritë në imazhe dhe teknika. Vizito faqen në internet të një organizate si MediaWatch (www.mediawatch.org), të përkushtuara ndaj sfidimit të "racizmit, seksizmit dhe dhunës në media përmes edukimin dhe aksionit". Investigoni synimet dhe fushatat e kësaj organizate apo të ngjashme me të.

Vlerësime dhe rekomandime

- Analizë dhe vlerësim i shembujve aktualë të videove muzikore të bazuar te përfaqësimi, elementet teknikë, ideologjitë dhe mesazhet me vlera
- Krijimi i një tabelës së historive (storyboard) për lirikat e këngëve të zgjedhura

Burime për këtë Modul

Disa nga burimet mund të mos jenë të përshtatshme, prandaj trajnerët duhet të krijojnë apo bëjnë kërkime për burimet e tyre bazuar kryesisht mbi rajonin e tyre.

BIRTH, arkivat historike të televizioneve Europiane: http://www.birth-of-tv.org/birth

Cynopsis, lajme ditore falas që synojnë industrinë televizive – një numër botimesh ekzistojnë: www.cynopsis.com

Box Office guru, statistikat e arkëtimeve të filmave amerikanë dhe ndërkombëtare, të momentin apo të shkuara, gjenden këtu, http:///boxofficeguru.com

Barazia në Gazetari: Bruksel, Beligjikë e tjerë [Equality in Journalism: Brussels, Belgium at], G., S. (2018). Promovimi i barazisë gjinore përmes edukimit në Indi. Barazia Gjinore dhe Fuqizimi i Grave – Sfidat dhe Shtegu para nesh, [Promoting gender equality through education in India. Gender Parity and Women Empowerment–Challenges and Way Forward], 31-34. doi:10.9756/bp2018.1012/06

Figura të Fshehura [Hidden figures}, (film, 2016) ttps://www.imdb.com/title/tt4846340/?ref_=nv_sr_srsg_0

http://portal.unesco.org/ci/en/files/28397/12435929903gender_booklet_en.pdf/gender_booklet_en.pdf

Imob, një gamë e gjerë lidhjesh muzikore: regjistrime, filma, teknologji, kurse produksioni: www.imob.com

Federata Ndërkombëtare e Gazetarëve (2009). Kuptimi i saktë i ekuilbrit: Barazia Gjinore në Gazetari [Getting the Balance Right: Gender Equality in Journalism], IFJ: Bruksel, https://www.ifj.org/fileadmin/images/Gender/Gender_documents/IFJ_Gender_Booklet__Getting_the_Balance_Right_-_English_version.pdf

Fondacioni Ndërkombëtar Gjinor i Grave në Media (2011). Raporti Global mbi Statusin e Grave në Mediat e Lajmeve [Global Report on Status of Women in the News Media], Washington, DC, USA AT, http://www.iwmf.org/pdfs/IWMF-Global-Report.pdf

Masterman, L. (2010). Zëra të Edukimit për Median me intervistuesin Len Masterman dhe Dee Morgenthaler. Center for Media Literacy. Parë më http //www.medialit.org/ reading-room/voices-media-literacy-international-pioneers-speak-len-mastermaninterview-transcript

Reconstructions [rindërtimet], një faqe e lançuar nga anëtarët e komunitetit të studimeve krahasues të medias në MIT pas ngjarjve të 11 shtatorit 2001: http://web.mit.edu/cms/reconstructions

Sidahmed, A., 2012. Plaga e Gazetareve Femra online [The Plight of Female Journalists, online]. Qendra e Dohas për Lirinë e Medias. Gjendet te http://www.dc4mf.org/en/content/plight-female-journalists

Baza e të Dhënave të Filmave në Internet, faqja më shteruese për kërkimin e filmave dhe televizionit. Këtu gjendet një pasuri informacioni për tituj të veçantë, recensa, biseda, regjizorë, zhanre: www.imbd.com

Konferenca e Katërt e Kombeve të Bashkuara mbi Gratë, Deklarata e Pekinit dhe Platforma e Veprimit (1995) në http://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/platform/

World Association of Christian Communication. (2010). Kush e bën lajmin? Projekti Global i Monitorimit të Medias: Toronto, Canada at, www.whomakesthenews.org

MODULI 7:

MËNYRA SE SI MEDIA DHE TEKNOLOGJIA NDIKOJNË PËRMBAJTJEN

“Gjuha është burimi i keqkuptimeve”.

– Antoine de Saint-Exupéry (1900-44)

SFONDI DHE ARSYEJA

Marshall McLuhan shkroi në 1964 që “Mediumi është mesazhi”. McLuhan është një etërit themelues të asaj që quhet sot edukimi për median dhe informacionin. Ndërsa mediumi mund të ndikojë mënyrën se si merren/pranohen mesazhet, prejardhja/përvoja e vetë përdoruesve/audiencave mund të ndikojë gjithashtu interpretimin e mesazheve. Një hap i rëndësishëm në procesin e edukimit për media dhe informacionin është kuptimi se si informacioni, idetë dhe kuptimet që komunikohen nganjëherë ndryshe përmes ofruesve të ndryshëm të përmbajtjes si mediat, kompanitë e komunikimeve dixhitale, bibliotekat, arkivat, muzetë, etj.

Mënyrat e komunikimit apo transmetimit të informacionit kanë ekzistuar që nga kohët parahistorike me gdhendjen në mure, gur, përdorimi i guaskave, tamburet, gonget apo shkrimet në rrotullame. Shtypshkrimi erdhi në 1455 me Johan Gutenberg, duke i hapur derën gazetave dhe librave. Pas daljes së telegramit dhe telefonit, doli radio në 1901 me një zhvillim më të plotë në dy dekadat e ardhshme. Televizioni ishte progresi i ardhshëm në futjen e imazhit bashkë me audion në 1927. Zhvillimi i kompjuterit filloi në 1937-n. Gjatë gjysmës së dytë të shekullit të 20-të, shumë ndryshime ndodhën në fushën e informacionit dhe komunikimeve dixhitale. Këto ndryshime filluan të dalin pas Luftës së Dytë Botërore me kompjuterët mainframe (1946) që ishin zbulimi kryesor që solli daljen e Interconnecting Networks (Rjeteve Ndërlidhëse apo Internet) në fund të viteve 1960. Nga vitet 1990, Interneti përdorej për qëllime tregtare dhe aksesi u hap për të gjithë njerëzit që kishin mjetet për ta aksesuar (Web 2.0). Me fillimin e shekullit të 21-të, më shumë ndërveprimtari

dolën dhe interfaqet u bënë më të lehta për përdoruesin dhe media sociale u shpërnda gjerësisht ndër njerëzit. Zhvillimi më i fundit në evolucionin teknologjik ishte përdorimi i inteligjencës artificiale (IA) dhe teknologjisë blockchain.

Secili medium ka sjellë forma të ndryshme të shpërthimeve të përmbajtjes. Secili medium nga variantin e tij të "gjuhës" apo "gramatikës" që punon për të përcjellë kuptimin në mënyra unike. "Gjuha" në këtë kuptim do të thotë që përbërësit teknik dhe simbolik apo kodet dhe konvencionet që informacioni, mediat dhe profesionistët dixhital përzgjedhin dhe përdorin për të komunikuar ide, informacion dhe njohuri. Kodet teknike përfshijnë zërin, këndin e kamerës, llojet e shkrepjeve, ndriçimin, ngjyrat, grafikat, ikonat, menutë, kodet programuese, algoritmet, GIF-tet, memet, emojit, etj. Ato mund të përfshijnë për shembull, muzikë të frikshme për të komunikuar rrezik në një film, një shkrepje me kënd të lartë me kamera për të krijuar një ndjenjë force në një fotografi, kode programimi që shfaqin disa grafika të caktuara apo prodhojnë ndërveprim me përmbajtjen ose emoji që komunikojnë emocionet shpejt dhe virtualisht. Kodet simbolike përfshijnë gjuhën, veshjen ose ndërveprimin e personazheve, apo simbole ikonike që kuptohen lehtë. Për shembull, një trëndafil i kuq mund të përdoret simbolikisht për të përcjellë romancë, apo një grusht i ngritur mund të përdoret për të komunikuar zemërim. Disa kode, si zërat apo informacioni i përdorur për zërat sintetikë në sistemet IA, mund të përdoren për të përforcuar ose kundërshtuar pabarazi gjinore. Gjuhët e përdorura nga media të ndryshme mund të përfshijnë përdorimin e përsëritur të fjalëve, frazave dhe imazheve të caktuara, të njohura gjithashtu si gjuhë verbale apo vizuale. Kur ne studiojmë gjuhën e mediave, tri pyetje duhet të merret në shqyrtim: Cilat janë kodet dhe konvencionet madhore që përdoren nga njerëzit që punojnë sot në ofrimin e përmbajtjes? Si kuptohen këto gjuhë nga audiencat dhe qytetarët? A mundet që njerëz të ndryshëm të derivojnë kuptime jo të njëjta nga i njëjtin tekst apo informacion? Vini re që "media" këtu nuk i referohet institucioneve (të cilët shtojnë nuancat e tyre), por mjeteve teknike të përdorura për komunikim.

Komunikimi dixhital ndodh në platforma kur përdoruesit – persona dhe organizata – mund të lidhen me njëri-tjetrin. Ky mjedis dinamik i mediave sociale përfshin faqe të rrjetëzimin social si Facebook dhe VK, platforma për shpërhapjen e

videove si YouTube apo Vimeo, platforma për shpërhapjen e materialeve vizuale dhe audiovizuale si TikTok, Instagram, Snapchat dhe Pinterest, mikroblogje si Sina, Weibo dhe Twitter, si dhe vlogjet dhe wiki-t. Bizneset dhe njerëzit përdorin tani instrumente për të ndarë dhe kërkuar për informacion, promovuar ide dhe produkte, mësuar dhe ndërvepruar. Mësuesit dhe nxënësit ballafaqohen me sfidat e mbajtjes së ritmit me këto ndryshime, për t'i kuptuar ato dhe për përcaktuar mënyrat më të mira për përdorur këto instrumente për argëtim, mësim, angazhim social dhe vendimmarrje.

Ky modul do të adresojë se si llojet e ndryshme të formave teknologjike të mediave (përfshirë atë dixhitale) sjellin ndryshime në mënyrë se si përcillen mesazhet. Ai do të shohë gjithashtu dhe stilet gjuhësore të përdora nga këto media. Për shembull, audiovizualet lejojnë zhvendosjen e kamerës për të mbajtur ritmin e kalërimit të një kali, por u desh kohë derisa prodhuesit e filmave ta kuptonin dhe përdornin këtë mundësi. Po kështu, u desh kohë që zhvillohen zhanre si sitkomet, dokumentarë, "reality TV", raportimin në vend i lajmeve, memet, filmat avangardë dhe abstraktë, etj.

Ky modul synon trajnimin e mësuesve për të fituar njohuri mbi një larmi gjuhësh dhe zhanresh që përdoren për të mundësuar kuptimin e mënyrave në të cilat informacioni dhe mesazhet përcillen dhe se si interpretimi i informacionit dhe ideve të ofruesve të përmbajtjes mund të jetë më të vëmendshëm për mënyrën se si njerëzit ndërveprojnë me llojin e gjuhës së përdorur.

NJËSITË

NJËSIA 1:
LEXIMI I MEDIAS DHE TEKSTEVE INFORMUESE

NJËSIA 2:
MEDIUMI DHE MESAZHI: LAJMET E SHKRUARA DHE TË TRANSMETUARA

NJËSIA 3:
ZHANRET E FILMAVE DHE TREGIMI I HISTORIVE

NJËSIA 4:
KOMUNIKIMI NË PLATFORMAT DIXHITALE TË MEDIAVE SOCIALE

NJËSIA 1: LEXIMI I MEDIAS DHE TEKSTEVE INFORMUESE

KOHËZGJATJA: 2 ORË

Temat kryesore:

- Shqyrtimi i kodeve dhe konvencioneve në media dhe tekstet informuese
- Analizimi i kuptimi – simbolet dhe gjuha vizuale
- Eksplorimi i gjuhës së medias dhe teknologjisë – kolazhet e fotove dhe videove

Objektivat mësimore

Në fund të kësaj njësie, mësuesit dhe nxënësit do të jenë në gjendje të:

- Identifikojnë kodet dhe konvencionet e përdorura për të përcjellë kuptimin në një larmi mediash dhe tekstesh informuese
- Identifikojnë shenjat dhe simbolet e përdorura për një larmi qëllimesh në komunitetet vendore dhe globale

Qasje dhe veprimtari pedagogjike

Përmbledhtas: ashtu siç është diskutuar më parë në këtë Kurikul (Pjesa 1), pedagogji të ndryshme janë të mundshme. Ju lutem ta rishikoni listën në Pjesën 1 dhe të vendosni se cilën qasje të zbatoni për veprimtaritë e sugjeruara më poshtë dhe për të tjera që ju mund të formuloni.

Rendisni disa kode dhe konvencione teknike dhe simbolike që përdoren në zhanret e mëposhtme: telenovelat, broshurat turistike, filmat dokumentarë, sitcomet familjare dhe reklamat politike. Çfarë mesazhesh dhe informacionesh përcillen përmes këtyre kodeve?

- Identifikoni shenjat dhe simbolet në komunitetin tuaj që përdoren për një larmi qëllimesh për të përcjellë informacionin (p.sh. për drejtim, vendndodhje tërheqëse, etj.). Përshkruani “gjuhët” verbale dhe vizuale të përdorura në këto shenja dhe simbole, që të mund të kuptohen njësoj nga individët në komunitetin tuaj. konsideroni përdorimin e fonteve, imazheve të stilizuara, dizenjos, etj.
- Shqyrtoni një larmi kartolinash nga vendi apo komuniteti juaj. Identifikoni simbolet dhe kodet teknike kryesore që përdoren në secilën. Çfarë informacioni komunikohet mbi vendin tuaj duke përdorur këto kode? Çfarë informacioni lihet jashtë? Krijo një kartolinë për një vend apo organizata sipas zgjedhjes tuaj. Çfarë kodesh teknike dhe simbolike do të përdorje për të përcjellë informacione të rëndësishme dhe për të krijuar përshtypjet e dëshiruara?
- Duke përdorur imazhe të fiksuara apo video, krijoni një kolazh me imazhe për të përcjellë rëndësinë e institucionit tuaj edukativ për një audiencë të caktuar.

Konsideroni përdorimin e përshtatshëm të ikonave, simboleve, gjuhës vizuale/verbale, muzikës, ngjyrave, shkrepjeve e këndeve të aparatit, etj. për të përfshirë dhe për t'i folur kësaj audience. Audiencat e këtij kolazhi mund të jetë studentë potencialë që mund të regjistrohen, prindër, anëtar të bordeve të besimit, një politikan, dhe të tjera si këto.

- Mediat sociale është efektivisht një platformë bashkëbisedimi dhe ndarje, zakonisht e fuqizuar nga algoritmet e projektuara për qëllime biznesi. Ndërsa një nga përdorimet madhore të mediave sociale është ruajtja e lidhjeve me miq dhe të afërm nëpër botë, por është edhe një platformë për klientët, investitorët dhe punëmarrësit për të komunikuar me njëri-tjetrin. Ka një industri të madhe dhe gjithmonë në rritje ku marketingu përmes mediave sociale po merr rol kryesor. Ndaji nxënësit në grupe më të vogla. Bëj që secili grup të zgjedhë një platformë të mediave sociale. Drejtoji atë në studimin e platformës për të identifikuar kodet dhe konvencionet teknike që përdoren nga secila platformë për të komunikuar dhe për t'i dhënë formë mesazheve. Mendo, për shembull, që një postim të Twitter nuk mund të kalojë 240 karakteret. Organizoji prezantimet e secilit grup dhe diskutimet për t'ju përgjigjur pyetjeve të mëposhtme dhe të tjerave që mësuesi mund të mendojë. Çfarë e dallon një platformë të medias sociale nga një tjetër? Çfarë është e njëjtë? Çfarë është unike për secilën prej tyre? A ndikojnë këto kode dhe konvencione teknike mënyrën se si nxënësit përfshihen me informacionin e instrumentet dixhitale dhe kuptimin që derivojnë prej tyre – bazuar mbi eksperiencën? Si i ndikojnë ata nxënësit? A janë këto kode dhe konvencione gjithmonë të ndjeshme ndaj teknologjisë apo ato nganjëherë tregojnë anësi ndaj grave dhe burrave? Tani që mësuesit dhe nxënësit janë më të vetëdijshëm për praninë dhe efektin potencial të këtyre kodeve mbi mesazhet dhe kuptimin, cilat janë hapat kritikë që ata duhet të vënë në zbatim me më shumë dallueshmëri në të ardhmen? Vini re që platformat e ndryshme zhvillojnë karakteristika të ndryshme (p.sh. TikTok për klipe kërcimi). Vini re gjithashtu që platformat nuk janë faza pasive në të cilat përdoruesit të veprojnë pa qenë të udhëzuar. Ata janë sisteme te krijuara nga algoritme që përcaktojnë se cila përmbajtje del në pah. Inkurajoji mësuesit dhe nxënësit që të ndajnë atë që kanë mësuar nga miqtë e tyre dhe familja në mediat sociale.
- Duke qenë se informacionin dinamik dhe mjedisi i komunikimeve dixhitale nuk është ngadalësuar, mësuesit dhe nxënësit do të detyrohen të adresojnë kërkesa konkurruese në të ardhmen e afërt. Organizo një sesion për gjenerim idesh dhe debati midis mësuesve dhe nxënësve. Drejtoji ata të ndajnë se çfarë teknologjie dhe media e re mund të zhvillohet në të ardhmen dhe cilat kode të reja dhe konvencione teknike mund të përdorin. Për shembull, përfytyroni një monitor të një kompjuteri fizik siç e njohim sot të jetë virtual dhe në tre dimensione. Çfarë ndryshimesh mund të sillte kjo në të ardhmen? Mendoni për instrumentet e sotëm dhe të ardhshëm për klasat dhe hapësirat komunitare si "klasa". Organizo një debat rreth mënyrës se si përdorimi i kodeve dhe konvencioneve teknike mund të mundësojë apo të pengojë më tutje procesin e mësimdhënies dhe nxënien.
- Potenciali bashkëpunues i mediave të reja dhe telefonave smart siguron mundësi të reja për shprehjen e talentit dhe krijimtarisë. Platformat e reja të mediave në ditët e sotme mundësojnë njerëz të zakonshëm të shprehin vetveten dhe të prodhojnë

përmbajtjen e tyre pa barrierat e zakonshme. Ata nuk pengohen më nga nevoja për buxhete të mëdha, pajisje dhe burime njerëzore që duheshin më parë për të treguar aftësinë e tyre dhe për të arritur shikuesit kudo në botë. Gjithashtu, ato ndihmojnë në shpërndarjen dhe kultivimin e një ideje që arti dhe krijimtaria nuk janë të kufizuara në disa kategori të veçanta njerëzish nga shoqëri të caktuara. Ndaji nxënësit në grupe të vogla. Bëji ata të bëjnë kërkime për të identifikuar media dhe kode e konvencione teknologjike unike të krijuara nga individë të zakonshëm për të pasuruar produktet e tyre mediatike dhe dixhitale. A janë këto të ndryshme nga ato që përdoren nga mediat dhe kompanitë e komunikimeve dixhitale të mëdha? Si e ndikojnë modelet e biznesit se cilat përmbajtje krijuese dalin në majë dhe paguhet për to? Organizo prezantime dhe diskutim.

Vlerësime dhe rekomandime

- Analizo kodet dhe konvencionet në një larmi tekstesh
- Analizo shenjat dhe simbolet në komunitetin tuaj
- Analizo dhe vlerëso kodet e përdorura në kartolina vendore dhe kombëtare
- Krijimi i kolazheve

NJËSIA 2: MEDIUMI DHE MESAZHI: LAJMET E SHKRUARA DHE TË TRANSMETUARA

KOHËZGJATJA: 2 ORË

Temat kryesore:

- Analiza e kodeve dhe konvencioneve në mediat e lajmeve
- Vënia në zbatim e kodeve dhe konvencioneve në një raportim lajmi
- Gjuha e mediave dhe kuptimi; vlerësimi dhe analiza e lajmeve dhe informacionit

Objektivat mësimore

Në fund të kësaj njësie, mësuesit do të jenë në gjendje të:

- Analizojnë kodet dhe konvencionet e përdorura në televizion, radio dhe gazetë, online dhe offline, mbulimin e një ngjarje
- Zbatojnë këto kode dhe konvencione në një raportim të caktuar lajmi
- Vlerësojnë mënyrat në të cilat mediumi dhe kodet dhe konvencionet e caktuara mund t'i japin formë mesazhit që përçohet
- Vlerësojnë informacionin që mund të përçohet përmes përdorimit të një mediumi të caktuar

Qasje dhe veprimtari pedagogjike

Përfytyroni një qeveri që po planifikon të ndryshojë legjislacionin që do të ndikojë negativisht shqetësimet e zhvillimit të qëndrueshëm mbi mbrojtjen mjedisore apo barazinë gjinore. Një zyrtar i qeverisë sapo ka bërë një fjalim për të përligjur pozicionin e qeverisë. Një grup i madh të rinjsh janë mbledhur për të protestuar në mënyrë paqësore. Disa individë të dhunshëm infiltrohen në protestë dhe një përleshje fillon midis protestuesve dhe forcave të sigurisë. Për të analizuar se si media mund ta mbulojë këtë situatë, mësuesit dhe nxënësit duhet të reflektojnë mbi pyetjet e mëposhtme: Konsideroni se kush mund të jenë këta të rinj? Çfarë grupesh gjinore janë të pranishëm? Si e prezantojnë ato vetveten? Kjo ka të ngjarë të ndikojë prezantimin e dhënë nga media dhe duhet të ndihmojë individët që të bëhen të vetëdijshëm për dhe të aftë të dallojnë stereotipa specifike.

Përmbledhtas: ashtu siç është diskutuar më parë në këtë Kurikul (Pjesa 1), pedagogji të ndryshme janë të mundshme. Ju lutem ta rishikoni listën në Pjesën 1 dhe të vendosni se cilën qasje të zbatoni për veprimtaritë e sugjeruara më poshtë dhe për të tjera që ju mund të formuloni.

- Parashikoni se si është mbuluar kjo ngjarje nga një gazetë, kanal radiofonik dhe një kanal televiziv. Si mendoni se do të ndryshojnë mbulimet dhe përse? Sa pjesë e këtij ndryshimi do të jetë e bazuar mbi karakteristikat unike të secilit medium?
- Përzgjidh një ngjarje ose çështje me interes të afërt, siç është papunësia e të rinjve, një skandal korrupsioni apo një tragjedi ndotje mjedisore. Duke punuar në grupe, zhvillo një raportim lajmi mbi këtë ngjarje që do të dalë në radio, në një gazetë dhe në një edicion informativ në televizion. Për radion, historia nuk mund të jetë më e gjatë se 20 sekonda; për gazetën, 210 fjalë; dhe për televizionin, 1-2 minuta. Pasi të kesh përfunduar kronikën, diskuto rezultatet e ndryshme duke përdorur pyetjet e mëposhtme si udhëzues:
    - Si e ndikojnë mediat e ndryshme llojin e mbulimit dhe informacionin që jepet?
    - Cilat kode dhe konvencione përdoren në zhvillimin e secilit tregim?
- Krijo një kolazh imazhesh dhe simbolesh që mund të përdoren për të promovuar një shkollë apo institucion tjetër, duke marrë në shqyrtim audiencat e synuara dhe informacionin e përcjellë.

Vlerësime dhe rekomandime

- Përshkrimi dhe vlerësimi i një lloji të mundshëm mbulimi nga lloje të ndryshme mediash
- Zhvillimi dhe analiza e një tregimi lajmi për radion, televizionin dhe gazetën

NJËSIA 3: ZHANRET E FILMAVE DHE TREGIMI I HISTORIVE

KOHËZGJATJA: 2 ORË

Temat kryesore:

- Zhanret e filmave
- Kodet teknike dhe simbolike në filma
- Paraqitja e tregimit në një tabelë për një skenë filmi

Objektivat mësimore

Në fund të kësaj njësie, mësuesit do të jenë në gjendje të:

- Identifikojnë një larmi zhanresh filmi dhe kodet dhe konvencionet e shoqëruara me to (përdor teknika filmi, tematika, tema, personazhe, fabula konvencionale, situata dhe sfonde)
- Identifikojnë kodet teknike dhe simbolike që janë përdorur për të përcjellë kuptimin në film
- Zhvillojë një storyboard për një skenë filmi që përfshin kodet dhe konvencionet e veçanta të atij zhanri
- Identifikojnë kodet dhe konvencionet e përdorura në një zhanër filmi të njohur nga një vend tjetër

Qasje dhe veprimtari pedagogjike

Përmbledhtas: ashtu siç është diskutuar më parë në këtë Kurikul (Pjesa 1), pedagogji të ndryshme janë të mundshme. Ju lutem ta rishikoni listën në Pjesën 1 dhe të vendosni se cilën qasje të zbatoni për veprimtaritë e sugjeruara më poshtë dhe për të tjera që ju mund të formuloni.

- Krijo një listë me zhanre filmash që të pëlqejnë. Identifiko elementet kryesore që përshkruajnë secilin zhanër. Shiko një skenë nga njëri prej këtyre filmave. Vini re si më poshtë: linjën e tregimit, sfondin, llojet e personazheve, muzikën, ndriçimin, efektet speciale, redaktimi dhe puna me kamerat. Cilat janë mesazhet dhe vlerat e përcjella përmes përdorimit të këtyre elementeve në film? Shpjego se si kuptimi i skenës mund të ndryshojë duke ndryshuar elementë të ndryshëm (p.sh. sfondin, kolonën zanore, etj.).
- Në grupe, krijoni një tabelë të historisë nga një skenë e një zhanri filmi sipas zgjedhjes tuaj. Shpjegoni mënyrat në të cilat “gjuha” e zhanrit është kapur nga secila skenë.
- Shfaq për mësuesit një klip nga një film i njohur nga një vend i huaj. Krahasoni dhe kontrastoni “gjuhën” me një film të prodhuar në vendin tuaj. Diskutoni efektet e

teknikave të ndryshme të përdorura. Çfarë komunikohet përmes këtyre teknikave? Kush mendoni se është audienca e synuar për secilin film?

- Duke përdorur internetin apo bibliotekën vendore, lokalizoni dy postera të të njëjtin film që do të shfaqet në vende të ndryshme dhe mendoni për pyetjet e mëposhtme:
  - Çfarë përshtypje e filmit po përcillet nga këto postera?
  - Cilat janë kodet teknike dhe simbolike që po përdoren? Çfarë efekti prodhojnë?
  - A mund të identifikoni audiencën e synuar për secilin film bazuar nga posterat?
  - Çfarë informacioni rreth filmit përçohet përmes posterave?

Vlerësime dhe rekomandime

- Analiza e një skene filmi
- Krijimi i një tabele tregimi (storyboard) për një skenë filmi
- Analiza e posterit të filmit
- Krahasim filmi

Tema për shqyrtim të mëtejshëm

- Përdorimi i kolonave zanore në filma
- Puna e artistëve që kanë krijuar efektet zanore
- Konvencionet e prodhimit të filmave dokumentarë

NJËSIA 4: KOMUNIKIMI NË PLATFORMAT DIXHITALE TË MEDIAVE SOCIALE

KOHËZGJATJA: 2 ORË

Temat kryesore:

- Mediat sociale
- Prodhimi, monetizimi dhe datafikimi i platformizuar
- Estetika, zhanret dhe mënyrat e komunikimit në medias sociale

Objektivat mësimore

Në fund të kësaj njësie, mësuesit dhe nxënësit do të jenë në gjendje të:

- Kuptojnë specifikën e mediave sociale si mjedis komunikimi
- Kuptojnë se si funksionon komunikimi në platformat dixhitale dhe si njerëzit e zakonshëm janë të përfshirë në të
- Identifikojnë modelet e komunikimit në mediat sociale

Karakteristikat e mediave sociale

Kur përfshihemi me masmedian tradicionale, qoftë edhe online, ne tipikisht pozicionohemi si pjesëtarë të audiencave që po marrin dhe dekostruktojnë mesazhe. Në mediat sociale dhe komunikimet e tjera dixhitale, ndërsa ne qëndrojmë në një pozitë pasive të leximit të mesazheve, ne gjithashtu jemi agjentë publikë që janë në gjendje të prodhojnë mesazhe dhe aksione që ndikojnë përdoruesit e tjerë. Mediat sociale janë kështu jo thjesht për marrjen dhe interpretimin e mesazheve, por edhe për reagimin ndaj tyre, si dhe për shpërhapjen dhe modifikimin e tyre dhe prodhimin e komunikimeve të reja domethënëse. Mediat sociale, të cilat përfshijnë gjithë shërbimet me teknologjie dixhitale mundësojnë ndërveprimin midis përdoruesve, na sigurojnë mjedise ku komunikimi ndodh dhe mundet eventualisht që të vëzhgohet nga grupe njerëzish. Mediat sociale mbulojnë një larmi shërbimesh, shpesh të referuara si platforma, që kanë dalë nga shekullit të 21-të: aplikacione për dërgim mesazhesh, platforma për shpërhapjen e imazheve dhe videove, shërbime transmetimi, podkaste, blogje dhe mikroblogje, uikis, dhe shpesh kombinojnë mënyra të ndryshme komunikimi, si ato të komunikimeve të shkruara, audio dhe audiovizuale, të njohura si komunikime multimodale. Përmbajtja gjithashtu qarkullon nga njëra platformë në tjetrën dhe mund të aksesohet nga pajisje të ndryshme. Algoritmet përcaktojnë prodhuesit më të pëlqyer të përmbajtjes, me më shumë ndjekës, abonentë apo përdorues të pëlqyer që marrin më shumë vëmendje dhe janë në gjendje të fitojnë para me komunikimin e tyre. Ato kthehen në formues kuptimi, opinionistë dhe degustues me influencë. Është me vend të vëmë re që e gjithë media sociale është publike. Shumë është e kufizuar për grupe të mbyllura ose rrjete me madhësi të kufizuar të mesazheve sociale. Në të gjithë rastet, mbani mend kontributin e mediave sociale në minimizimin dhe profilizimin e të dhënave nga korporatat apo interesa të tjera.

Qasje dhe veprimtari pedagogjike

Përmbledhtas: ashtu siç është diskutuar më parë në këtë Kurikul (Pjesa 1), pedagogji të ndryshme janë të mundshme. Ju lutem ta rishikoni listën në Pjesën 1 dhe të vendosni se cilën qasje të zbatoni për veprimtaritë e sugjeruara më poshtë dhe për të tjera që ju mund të formuloni.

Për të kuptuar aksionin e kompanive të komunikimeve dixhitale, grupi i mëposhtëm i diskutimeve dhe detyrave mund të jetë i dobishëm:

- Krijo një hartë të aplikacioneve më të përdorura të mediave sociale duke vendosur një ose dy shërbimet më të përdorura globalisht dhe/ose në vendin tuaja sipas kategorive të mëposhtme, pasi të keni gjetur: a) sa përdorues ka në botë dhe/ose në vendin tuaj, b) kur është themeluar ai shërbim, dhe c) kush e zotëron atë: A) Komunitete përmbajtje (p.sh. YouTube, blogjet); B) faqe të rrjetëzimit sociale (p.sh. VK dhe Facebook); C) Komunitete bashkëpunimi (p.sh. Wikipedia); D) bota virtuale e lojërave (p.sh. World of Warcraft); E) të tjera. Prezantoni hartën tuaj në grupe të vogla dhe diskutoni: si mund të komunikojë një përdorues në një platformë? Si mund të reagojnë të tjerët ndaj përmbajtjes dhe cilat janë mënyrat kryesore të komunikimit? Sa të kufizuara janë audiencat tipike (që nënkupton, grupi i ndjekësve)

dhe çfarë e ndikon madhësinë? Si janë përdoruesit, në përvojën tuaj, duke përdorur apo keqpërdorur në funksion të mesazheve që mund të mbështesin zhvillimin e qëndrueshëm dhe të drejtat njerëzore, dhe përse? Një temë për diskutim të mëtejshëm mund të jetë se si përdoruesit mund të marrin të ardhura nga prodhimi i përmbajtjes – që nënkupton, cilat janë parimet dominuese të monetizimit në atë platformë.

- Platforma të ndryshme krijojnë gjuhë dhe praktika komunikimi të ndryshme. Krahasoni gjuhën e një blogu, një mikroblogu (p.sh. Sina Weibo), një përditësi të një faqe të një rrjeti social (p.sh. Facebook), një aplikacion me bazë imazhin (p.sh. Instagram) dhe një aplikacion video (p.sh. TikTok). Zgjidh një mesazh që do të doje të përcillje në një audiencë të caktuar (p.sh. të informojë prindërit me fëmijë në moshë shkollore mbi një kurs të ri kërcimi të projektuar për fëmijë) dhe krijoni një mesazh për këto platforma të ndryshme duke përdorur gjuhë tipike të platformës. Si e ndikojnë mesazhin mundësitë dhe kufizimet e funksioneve të platformës (të ashtuquajturat "përballueshmëri")?
- Komunikimi i mediave sociale është i vetëqendërzuar, që reflekton mënyrat e shprehjes, si dhe rrjetet individualisht të qendërzuara duke mbledhur ndjekës, abonentë dhe reagime mbi postimet e një individi. Diskutoni estetikën dhe funksionin e sellfive (fotografi autoportret) në kulturat e komunikimeve online. Në cilat platforma dhe në çfarë kontekstesh shfaqen sellfitë? Cili është funksioni social i sellfive? Pse njerëzit (nuk) bëjnë sellfi? Çfarë lloj pasojash pozitive dhe negative gjenden në kulturën e sellfive? Si do të dukej kultura e komunikimeve në Internet dhe çfarë do të humbisnim nëse sellfitë do të ndaloheshin? Konsideroni shqetësimet mbi softuerët e njohjes së fytyrës në lidhje me shqetësimet e privatësisë.
- Si diskutohen librat në platformat e ndryshme? Diskuto se si prezantimi i librave varet nga mjetet e komunikimit të platformës. Gjeni shembuj të komuniteteve të librave në blogje, vlogje, platforma të ndarjes së imazheve dhe platforma specifike të leximeve sociale, librashënimeve dhe recensave (si Goodreads dhe bibliotekat kombëtare / vendore që përdorin karakteristika të mediave sociale).
- Kategorizoni përmbajtjen e mediave sociale sipas kategorive të mëposhtme: informuese, konfensionale, edukative, argëtuese. Si krijohen këto përmbajtje për t'i bërë apel audiencave të tyre? Pse përdoruesit janë të interesuar në këtë lloj përmbajtje? Pse ndiqen ato? Cilat janë karakteristikat në përmbajtje që e shtojnë popullaritetin e këtyre kategorive të përmbajtjes? Si po përpiqen krijuesit e përmbajtjes të tërheqin vëmendjen?
- Konsidero podkastet si tregim historish dhe vlerësoni se çfarë funksionon në këtë format.
- Në mediat sociale, zhanret janë shpesh hibride, që nënkupton, kombinim dhe përzierje e karakteristikave të një numri zhanresh. Çfarë lloj "mishele" zhanri gjendet në YouTube? Përzgjidhni disa shembuj videosh dhe përpiquni të përshkruani zhanrin që është përdorur në një mënyrë sa më të detajuar duke identifikuar cilat strategji komunikimi specifike, të përbashkëta dhe të zakonshme për YouTube rrezikohen. Për shembull, ju mund të merrni një postim blogu video (vlog) dhe të përshkruani

se si komunikon me audiencën e tij. Zhanret apo formatet e komunikimit që mund të gjendet të kryqëzuara në zhanre janë, për shembull, tutorialet, haulet (diçka që personi ka blerë së fundi), dita ime, mukbang (ngrënia përpara kamerave), shfaq e trego, sfida dhe hapja e kutive.

- Praktikat e komunikimeve në mediat sociale janë në një farë shkalle shumë të ndikuara nga gjinia. Punoni në grupe të vogla dhe identifikoni kultura dhe praktika tipike komunikimi femërore dhe mashkullore në platforma të ndryshme. Për shembull, blogimet dhe vlogimet e bukurisë janë tipikisht të dominuara nga prodhues përmbajtje femra, ndërsa kulturave e lojërave dhe teknologjisë shpesh janë të dominuara nga meshkujt. A sigurojnë këto shtigje ku të dëgjohet zëri i grave dhe të ndodhi fuqizimi i tyre apo përforcojnë stereotipet gjinore? Pse po ose jo? Përpiqu të identifikosh shembuj të gjinive në minorancë në kulturat e identifikuara dhe të diskutuara se si këto raste minorancash mund të ndryshojnë praktikat dhe normat e komunikimit. A ka kultura online me barazi gjinore? Çfarë roli luajnë gjinia në komunikimin dhe çfarë pasojash ka dominanca femërore apo mashkullore?
- Vlerëso një reklamim të përgatitur ndaj të cilit ekspozohet çdo nxënës kur përdor mediat sociale dhe nëse kjo është e përshtatshme për rekomandimet dhe kërkimet e përmbajtjes që ka përjetuar. A janë ata të vetëdijshëm për gjurmët e të dhënave kanë një impakt të tillë? A është rezultati përforcimi i një "flluske" në vend që t'i ekspozojë ato ndaj një përmbajtje më të ndryshme?

Vlerësime dhe rekomandime

- Hartëzimi i peizazhit të medias sociale; identifikimi i shpejtësisë së kompanive të komunikimeve dixhitale
- Analiza kritike e funksioneve të mediave sociale dhe pasojat e zgjedhjeve estetike dhe komunikuese mbi platformat
- Inspektimi kritik i përvojës së përditshme të përdoruesit që derivohet nga platformat e ndryshme

Burime për këtë modul

Beckman, K. (2016). Breshka, Lepuri dhe të Huajt Ndërtues: Riformulimi i Kinemave të Shpejta dhe të Ngadalta [The Tortoise, the Hare, and the Constructive Outsiders: Reframing Fast and Slow Cinemas]. Cinema Journal, 55(2).

Bone, Jan dhe Johnson, Ron (2001). Kuptimi i Filmit: Një Hyrje në Vlerësimin e Filmit [Understanding Film: An Introduction to Film Appreciation]. US: Glencoe McGraw Hill.

Bordwell, David dhe Thompson, Kristin (1998). Arti i Filmit: Një hyrje [Film Art: An Introduction], Botimi i 6-të. US: McGraw Hill

Burgess, Jean dhe Green, Joshua (2009). YouTube: Videot Online dhe Kultura e Pjesëmarrjes [YouTube: Online Video and Participatory Culture]. New York: Polity Press.

Dzandza, P. dhe Kolan, B. (2018). Efektet e Medias Sociale në Arritjet Akademike të Studentëve në Universitetet Ganeze: Një rast studimi i Universitetit Gana,

Legon [Effect of Social Media on Academic Perfomance of Students in Ghanaian Universities: A Case Study of University of Ghana, Legon. Library Philosophy and Practice (e-journal). Marrë nga https://digitalcommons.unl.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=4687&context=libphilprac

Edukimi i Filmave [Film Education], 91 Berwick Street, London UK W1F 0BP. Këtu përfshihen një larmi materialesh falas dhe guida studimore të jashtëzakonshme, shumë prej të cilave mund të shkarkohen nga faqja ueb www.filmeducation.org

Guida Studimore e Filmave për Shkollat e Mesme [Film Study Guides for High School]. Shkruar nga Pacific Cinematheque dhe e shpërndarë nga Agjensia e Mësimit të Hapur të BC, Kanada. Këtu përfshihen guida studimore për filma të veçantë www.cinemantheque.bc.ca

Ghani, M., Habes, M., Salloum, S. dhe Alghizzawi, M. (2019). Efekti i përdorimit të mediave sociale nga studentët në pranimin e-learning në arsmin e lartë: Një rast studim nga EBA [The effect of social media usage on students' e-learning in higher education: A case study from UAE]. International Journal of Information Technology and Language Studies. Marrë nga https://www.researchgate.net/publication/338225144_The_effect_of_social_media_usage_on_students'_e-_learning_acceptance_in_higher_education_A_case_study_from_the_United_Arab_Emirates

Goodman, Steve (2003). Mësimi i Medias për të Rinjtë: Një guidë kritike për aftësimin, prodhimin e videove dhe ndryshimit social [Teaching Youth Media: A Critical Guide to Literacy, Video Production, and Social Change]. NY: Teacher's College Press.

Hitchcock, Peter (1992). Videografia: Një guidë në krijimin e videove [Videography: A Guide to Making Videos]. Ontario, Kanada: Peter Hitchcock Productions.

Howard, Sue (redaktore) (1998). Të mirëlidhur: Të rinjtë dhe Media Elektronike [Wired-Up: Young People and Electronic Media]. UK: Routledge. Kjo antologji është projektuar si një hyrje e aksesueshme për kërkime të rëndësishme rreth teknologjive të reja të komunikimit.

Jenkins, Henry (2006). Kultura e Konvergjimit: Aty Ku Mediat e Vjetra dhe Mediat e Reja Përplasen [Convergence Culture: Where Old Media and New Media Collide}. US: New York University.

Leaver, Tama; Highfield, Tim, dhe Abidin, Crystal (2020). Instagrami: Kulturat e Medias Sociale Vizuale [Instagram: Visual Social Media Cultures]. New York: Polity Press.

Lindgren, Simon (2017). Media Dixhitale dhe Shoqëria [Digital Media & Society]. London: Sage.

Lipschultz, Jeremy Harris (2018). Komunikimet e Mediave Sociale: Koncepte, Praktika, të Dhëna, Ligje dhe Etika [Social Media Communications: Concepts, Practices, Data, Law and Ethics]. Botimi i 2-të. New York: Routledge.

Luttrell, Regina (2016). Mediat Sociale: Si të angazhohesh, ndash dhe lidhesh [Social Media: How to Engage, Share and Connect]. Botimi i 2-të. Lanham: Rowman & Littlefield.

Mandiberg, Michael (redaktor) (2012). Lexues i Mediave Sociale [Social Media Reader]. New York: New York University Press.

Manovich, Lev (2019). Estetika IA (AI Aesthetics). Moscow: Strelka Press.

McLuhan, Eric dhe Zingrone, Frank (1995). McLuhan në Esencë [Essential McLuhan]. Kanada: Anansi.

Bordi Kombëtar Kanadez i Filmit. www.nfb.ca Bordi punon me shkollat, bibliotekat publike dhe muzetë për të bashkuar filmin dokumentar dhe edukimin.

Raportimi i Afrikës: Roli i Medias në (Sh)Formimin e axhendës demokratike (e padatuar) [Reporting Africa: The role of the media in (Un)Shaping democratic agenda]. ResearchGate, https://www.researchgate.net/publication/313731941_Reporting_Africa_The_Role_of_the_Media_in_UnShaping_Democratic_Agenda

Saied, S., ElSabagh, H. Dhe El-Afandy, A. (2016). Vartësia nga Interneti dhe Facebook midis të studentëve egjiptianë dhe malajzanë të mjekësisë: Një studim krahasues [Internet and Facebook addiction among Egyptian and Malaysian medical students: A Comparative Study]. Universiteti i Tantas, Egjipt. International Journal of Medicine and Public Health, 3(5).

Ramanathan, U., Subramanian, N. dhe Parrott, Guy (2017). Roli i Mediave Sociale në operacionet dhe rrjetet e shitjes me pakinë për të përmirësuar përmbushje konsumatore [Role of Social Media in retail network operations and marketing to enhance customer satisfaction]. International Journal of Operations & Production Management. Marrë nga https://www.semanticscholar.org/paper/Role-of-social-media-in-retail-network-operations-Ramanathan-Subramanian/7fb6085d7da22250510e487f7b7a1d374702fd7f

Pasuria e Pestë [The Fifth Estate], (film, 2013). https://wwwimdb.com/title/tt1837703/

Van Dijck, José (2013). Kultura e Lidhjes: Një Histori Kritike e Medias Sociale [The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media]. Oxford: Oxford University Press.

Wang, Y. dhe Yang Y. (2020). Komunikimet Dialoguese në mediat sociale: Mënyra se si organizatat e përdorin Twitter për të ndërtuar marrëdhënie dialoguese me publikët e tyre [Dialogic communications on social media: How organizations use Twitter to build dialogic relationships with their publics]. Computers in Human Behaviour, 104. Artikulli 106183.

MODULI 8:

PRIVATËSIA, MBROJTJA E TË DHËNAVE DHE JU

Asambleja e Përgjithshme e OKB-së u bën thirrje sipërmarrjeve të bizneseve

"T'i informojnë përdoruesit në një mënyrë të qartë dhe të aksesueshme rreth mbledhjes, përdorimit, ndarjes dhe mbajtjes së të dhënave të tyre që mund të ndikojnë të drejtën e tyre për privatësi dhe të themelojnë politika transparente, ashtu si të jetë e përshtatshme".

– Rezoluta: E Drejta për Privatësinë në Epokën Dixhitale. A/RES//179

SFONDI DHE ARSYEJA

Privatësia është një nga çështjet më të rëndësishme dhe të debatuara të kohëve tona. Si shumë koncepte, është e vështirë të japësh një përkufizim të plotë të privatësisë në një apo dy fjali. Prandaj, nuk ka një përkufizim universal për të. Termi "privatësi" sugjeron një nevojë për të mbrojtur dhe kufizuar aksesin e të tjerëve në informacionin personal.[76] Privatësia na shqetëson të gjithëve ne si individë dhe si grupe. Ajo lidhet me informacionin rreth nesh të cilin e krijojmë në mënyrë të qëllimshme apo të pandërgjegjshme. Privatësia është barazisht e përshtatshme për informacionin e grumbulluar ose të shpërndarë nga institucione private, publike dhe me bazë komunitare.

Joseph Cannataci, Raportuesi Special i Kombeve të Bashkuara mbi të Drejtën e Privatësisë dhe kolegët e tij propozojnë që nga tri grupime të mëdha të shqetësimeve të privatësisë. Grupi i parë lidhet me hapësirat fizike që prekin individët apo grupet që mbrojnë hapësirat e tyre nga aksesi, interferenca dhe ndërhyrja e padëshiruar. Grupi i dytë i shqetësimeve të privatësisë lidhet me

76 Anketa Globale mbi Privatësinë në Edukimin për Median dhe Informacionin, me perspektiva rinore [Global Survey on Privacy in Media and Information Literacy, With Youth Perspectives]. Seritë e UNESCO-s mbi lirinë në internet. UNESCO, Paris.

individidët si person – çfarë individualiteti apo autonomie ka një person që të mendojë lirshëm, të bëjë zgjedhjet e veta dhe të shprehet lirshëm pa patur frikë nga interferencat e jashtme. Së fundi, grupi i tretë, po kështu interesohet me individin si person, por përqendrohet te rrjedhja e informacionit personal. Kjo është ajo që quhet informacioni privat.[77] Kjo lloj privatësie shtrihet përtej asaj individuale te shoqëria në tërësi, në atë pikë që shqetësohet dhe me mënyrën se si privatësia ndikon rrjedhën e informacionit në shoqëri dhe se si kjo ndikon zhvillimin e individëve si qytetarë.[78]

Privatësia e informacionit apo privatësia informacionale janë të lidhura me privatësinë e të dhënave. Në epokën dixhitale, hapësira personale e dikujt, autonomia personale dhe mënyra se si personi krijon dhe përdor të dhëna mblidhet e gjitha në teknologjitë e reja dhe transformohet në hapësirat virtuale dhe të dhënat virtuale. Për shembull, përpara teknologjisë, dikush mund të aksesonte informacionin në biblioteka aq shpesh sa të dëshironte, dhe vetëm zyrtarët e pushtetshëm të bibliotekës kishin akses në historinë apo llojin e informacioneve që ajo ose ai po aksesonte. Kur ti shkon në një dyqan, vetëm shitësi do ta dinte se çfarë po blen. Në mjedisin e sotëm online, kjo ka ndryshuar plotësisht. Sa herë që ju bëni blerjen e diçkaje në një pikë shitje te një dyqan apo online, kryeni një transaksion në një faqe qeveritare, viziton një doktor apo një spital, kërkoni për diçka online duke përdorur një motor kërkimi apo angazhoheni në një formë veprimtarie në mediat sociale, të dhënat krijohen, grumbullohen dhe ruhen. Kush ka akses ndaj këtyre të dhënave, për çfarë përdoret dhe çfarë leje ka dikush për përdorimin e tyre ose jo është një shqetësim për të gjithë njerëzit.

Privatësia është një e drejtë njerëzore dhe mbrohet nga Neni 12 i Deklaratës Universale të të Drejtave të Njeriut dhe nga Neni 17 i Besëlidhja Ndërkombëtare mbi të Drejtat Civile dhe Politike. Vendet dhe blloqet gjeografike rajonale kanë ligje për mbrojtjen e të dhënave të cilat fuqizojnë mbrojtjen e privatësisë.[79] Mbi 132 vende në botë kanë krijuar dhe adoptuar ligje për mbrojtjen e të dhënave bazuar mbi standardet ndërkombëtare.[80]

77 Cannataci, J., Zhoa B., e të tjerë (2016). Privatësia, Liria e Shprehjes dhe Transparenca: Ripërkufizimi i Kufinjve e tyre të Rinj në epokën dixhitale [Privacy, Free Expression and Transparency: Redefining their new Boundaries in the digital age], Paris: UNESCO.

78 Po aty, f. 1.

79 Po aty, f. 55.

80 Konferenca e Kombeve të Bashkuara mbi Tregtinë dhe Zhvillimin: Legjislacioni Mbarëbotëror për Mbrojtjen e të Dhënave dhe Privatësisë [United Nations Conference on Trade and Development: Data Protection and Privacy Legislation Worldwide]. https://unctad.org/en/Pages/DTL/STI_and_ICTs/ICT4D-Leg-islation/eCom-Data-Protection-Laws.aspx Aksesuar më 19 gusht 2020.

Nëse po pyet vetveten se çfarë lidhje ka privatësia me edukimin për median dhe informacionin, kjo do të thotë që je duke menduar në mënyrë kritike sepse kjo do të ishte një pyetje e vlefshme. Në modulin 1 dhe në module të tjera të lidhura, kompetencat e edukimit për median dhe informacionin skicohen dhe shpjegohen gjerësisht. Këto kompetenca përfshijnë njohurinë, zotësitë dhe mendësitë për të cilat ka nevojë një individ për të ndërvepruar në mënyrë kritike dhe të qëllimshme me informacionin, median dhe teknologjitë dixhitale në të gjitha format. Kompetencat e nevojshme për të mbrojtur privatësinë e dikujt janë në vetvete kompetenca të lidhura me angazhimin me përmbajtjen, TIK-et dhe institucionet që ofrojnë përmbajtje. "Mbrojtja e privatësisë së një individi dhe respektimi i privatësisë së të tjerëve është një shembull i kompetencave EMI në veprim".[81] Dy ilustrime ofrohen për lexuesin. Së pari, kompetenca EMI që interesohet me lokalizimin dhe aksesimin e informacionit dhe përdorimin e etik dhe të përgjegjshëm të tij do t'i ndihmojë njerëzit të kuptojnë se kush mund të lokalizojë dhe të aksesojë informacionin e tyre privat, si do të bëjnë këtë, për çfarë qëllimi e përdorin dhe çfarë mund të bëjë individi për të mbrojtur të dhënat e tyre private. Një shembull i dytë i kompetencës EMI që lidhet me kuptimin e rolit dhe funksionit të ofruesve të përmbajtjes online dhe offline për të ndihmuar njerëzit që të kuptojnë kontekstin social, ekonomik dhe politik të privatësisë. Kuptimi i TIK-eve dhe institucioneve qëndron në themel të njohurisë se si sensorët dhe algoritmet gjurmojnë dhe mbikëqyrin sjelljen tonë, prodhimin e të dhënave që, pa mbrojtje, shpesh përdoret për të na targetuar në mënyra që minojnë individualitetin dhe autonominë tonë në vendimmarrjet e ardhshme.

Privatësia është e rëndësishme për Objektivat e Zhvillimit të Qëndrueshëm (OZhQ). Angazhimi i njerëzve me zhvillimin dhe demokracinë në lidhje me OZhQ ndërmjetësohet nga ofruesit e përmbajtjes dhe formësohet nga niveli i kompetencave të tyre EMI. Në këtë drejtim, interferenca me privatësinë mund të ndryshojë rrjedhën e informacionit në shoqëri. Konsideroni për shembull OZhQ 5, barazia gjinore dhe fuqizimi i grave, kur shtimi i mizogjinisë online dhe sulmet online ndaj gazetareve dhe blogereve përdorin informacion për të frikësuar shprehjen e tyre, etj. Kuptimi i privatësisë në kuadër të edukimit për median dhe informacionin e lidh informacionin personal të individit me informacionin rreth zhvillimit dhe informacionit publik në marrëdhënie me dimensionet ekonomike, shoqërore dhe mjedisore të OZhQ-ve.

Ky modul konsiston në tri njësi të cilat sigurojnë shpjegime, shembuj pedagogjikë dhe burime të lidhura me bazat e privatësisë në EMI, krijimin dhe përdorimin e të dhënave, marrëdhënien midis privatësisë dhe zhvillimit, dhe etikën dhe detyrimet institucionale për mbrojtjen e privatësisë dhe të dhënave të të tjerëve.

81 Po aty, f. 54.

NJËSITË

NJËSIA 1:
KUPTIMI I PRIVATËSISË NË EMI

NJËSIA 2:
PRIVATËSIA, TË DHËNAT DHE ZHVILLIMI

NJËSIA 3:
VETËDIJA E DETYRIMEVE INSTITUCIONALE NDAJ PRIVATËSISË DHE MBROJTJES SË TË DHËNAVE

NJËSIA 1: KUPTIMI I PRIVATËSISË NË EMI

KOHËZGJATJA: 2 ORË

Temat kryesore:

- Hyrje në kompetencat e privatësisë
- Menaxhimi i privatësisë online
- Mbrojtja e të dhënave personale
- Përdorimi etik i të dhënave online
- Krijimi dhe përdorimi i të dhënave online

Objektivat mësimore

Në fund të kësaj njësie, mësuesit dhe nxënësit do të jenë në gjendje të:

- Përshkruajnë shqetësimet dhe implikimet e privatësisë online për EMI
- Identifikojnë strategjitë për të mbrojtur të informacionin personal online
- Kuptojnë që veprimtaritë online krijojnë të dhëna dhe se si të menaxhojnë informacioni dhe reputacionin personal online

Niveli i kompetencave të targetura në këtë njësi:

- Bazike

Ndërprerja e Privatësisë dhe EMI-t

Kompetencat për mbrojtjen e privatësisë së dikujt janë kompetenca EMI

Kompetencat që individët kanë nevojë për të ndihmuar në mbrojtjen e privatësisë së tyre janë në themel kompetenca EMI, megjithëse është detyra e shtetit që të respektojë dhe të mbrojë të drejtat e njeriut si privatësi. Më poshtë gjenden dy tabela të adoptuara nga Anketa e UNESCO-s mbi Privatësinë në Edukimin mbi Median dhe Informacionin nga Perspektiva Rinore. Burimi ofron një lidhje të dukshme midis privatësisë dhe EMI dhe ofron një seri burimesh për mësuesit. Mësuesit mund të krijojnë planet dhe veprimtaritë e tyre mësimore si diskutime në grup / debate rreth secilës kompetencë që renditet më poshtë.

TABELA 8:1 PRIVATËSIA E LIDHUR ME INDIVIDIN[82] DHE LIDHJA E SAJ ME EMI

KOMPETENCAT E PROPOZUARA MBI PRIVATËSINË	PRIVATËSIA E PËRFSHIRË / INTEGRUAR NË EMI
Kuptim i nevojës dhe vlerës së të drejtave të privatësisë në hapësirën kibernetike →	Në EMI, të drejtat e privatësisë personale duhet të ndërlidhen me të drejtat e njeriut online dhe offline. Kjo përfshin aksesin dhe mosdiskrinimin në internet, lirinë e shprehjes dhe të informacionit, lirinë e grumbullimit, bashkëpunimit dhe pjesëmarrjes, edukimin dhe aftësimin, mbrojtjen e veçantë për fëmijët dhe të rinjtë, dhe "të drejtën për një zgjidhje efikase kur të drejtat e njeriut dhe liritë themelore kufizohen ose dhunohen".[83]
Vetëdije e kthimit në produkt apo monetizimit të profileve personale dhe informacionit, veçanërisht online →	Mban përgjegjësi ndërmjetësues interneti / teknologjik dhe media për politikat e tyre të privatësisë ndërsa çmon që të dhënat e anonimizuara mbështesin aplikacionet dhe shërbimet në Internet. Ka një kosto privatësie për aksesimin e shërbimeve "falas" në Internet dhe medias "falas", të pavarur dhe pluraliste. Sidoqoftë, kjo kosto nuk duhet kurrsesi të abuzohet dhe duhet të kërkojë dakordësim transparent nga përdoruesi.
Kuptimi se kur dhe si të kërkosh privatësinë dhe anonimatin dhe kur të respektosh privatësinë dhe anonimatin e të tjerëve →	Kupton dhe çmon që privatësia dhe anonimati janë të domosdoshme për të mbrojtur lirinë e shprehje, përfshirë të drejtën e aksesit në informacion dhe mbështetjen e kësaj nga sistemet e inkriptimit.
Të zotërojë gjykim dallues kur ndan informacion personal online apo offline →	Qytetarët duhet të marrin vendime personale dhe të informuara mbi atë ndajnë me ndërgjegje apo jo, ndërsa ruhen ndaj vetëcensurës, që mund të pengojë dhe lirinë e shprehjes.
Aftësia për të vlerësuar dhe për t'u angazhuar me organizime, përfshirë platformat online, për të përkufizuar privatësinë dhe praktikat e tyre për menaxhimin e të dhënave →	Angazhimi me ndërmjetësues dhe media në zhvillimin dhe zbatimin e politikave, ndërsa favorizon dhe ekuilibron vetë-rregullimin apo bashkë-rregullimin mbi rregullimin qeveritar si një masë për të reduktuar dhunimin e të drejtave nga fuqia e pushtetit.
Të kuptojë rreziqet dhe përfitimet në një mjedis dixhitale dhe për të qenë në gjendje të përshtatë radhitjen / nivelet e privatësisë sipas nevojës →	Peshon risqet dhe përfitimet e privatësisë përballë sigurisë personale, sigurisë së të tjerëve dhe sigurisë kombëtare. Vlerëson se disa nivele të privatësisë mund të kufizohen për mbrojtjen e të drejtave të tjera (përfshirë të drejtën për siguri apo të drejtën e reputacionit), për aq kohë sa standardet ndërkombëtare ruhen në lidhje me ligjshmërinë, domosdoshmërinë, përpjesëtimin e drejtë dhe qëllime të ligjshme.
Përdorimi etik i informacionit personal të të tjerëve dhe respektimi i privatësisë së të tjerëve →	Një i kuptuar i gjerë i etikës së informacionit dhe medias

Burimi: Anketa Globale e UNESCO-s mbi Privatësinë në Edukimin për Median dhe Informacionin, me Perspektiva Rinore. UNESCO, Seritë mbi Lirinë e Internetit, UNESCO, Paris,

82 Këto kompetenca janë përshtatur nga Copëza Privatësie, Rrjeti i Vetëdijes për Median, 2011, fq 77. Shiko Këshillin e Europës, 2014.
83 Shiko Këshilli i Europës, 2014.

Qasje dhe veprimtari pedagogjike

Përmbledhtas: ashtu siç është diskutuar më parë në këtë Kurikul (Pjesa 1), pedagogji të ndryshme janë të mundshme. Ju lutem ta rishikoni listën në Pjesën 1 dhe të vendosni se cilën qasje të zbatoni për veprimtaritë e sugjeruara më poshtë dhe për të tjera që ju mund të formuloni.

- Prezanto koncepte të privatësisë (përkufizime dhe terminologji) të tilla si: privatësia, informacioni personal/vetjak, gjurmët dixhitale, reputacioni online, atë që Shoshana Zuboff (2019) e quan "kapitalizmi mbikëqyrës", dhe aranzhimet (settings) të privatësisë. Shikoni Fjalorin e Termave për propozime të tjera si këto apo të ngjashme me këto koncepte në këtë kurikul. Pasi të kuptohen konceptet bazike të lidhura me privatësinë, prezanto kompetencat e lidhura me këto koncepte, të tilla si: implikimet e privatësisë personale në përdorimin e teknologjive dixhitale dhe aplikacioneve të saj, llojet e informacionit që mund të ndahen në mënyrë të mbrojtur, kur dhe çfarë lloj informacionesh duhet të mbeten private, menaxhimi i privatësisë dhe aranzhimi online, kuptimi që informacioni i ndarë online është aty përgjithmonë dhe impakti i teknologjive dixhitale në jetët tona online dhe offline.
- Theksoni rëndësinë e gjurmëve dixhitale të dikujt. Për shembull, edhe pse djem dhe vajza të vegjël mund të mos kenë llogaritë e tyre të mediave sociale, është e mundur që familjarët apo miqtë e tyre të kenë postuar informacion mbi ta online në një pikë të caktuar. Gjurmët tona dixhitale janë paraqitje tonat online. Sjellja jonë online pasqyron sjelljen ballë-për-ballë dhe anasjelltas.[84] Mesazhet, fotot, lidhjet dhe "pëlqimet" duhen postuar me kujdes. Pasi informacioni të jetë online, është e vështirë të kontrollohet dhe ekziston online më gjatë se postimi fillestar. Gjurma jote dixhitale mund të shihet nga njerëz që nuk i ke takuar kurrë. Ofruesit e shërbimeve të internetit dhe "masa" e ofruesve të aplikacioneve që janë aksesuar përmes tyre, priren të gjitha të mbajnë dhe analizojnë ndërveprimet e tua dixhitale përfshirë kërkimet dhe kapërcimet nëpër faqe uebi.
- Drejto një diskutim duke përdorur pikat e mëposhtme: (1) Kur është në rregull të ndash informacione, video, foto, etj. të një individi tjetër? (2) Me kë i ndan sekretet? (3) Përse e ndan këtë informacion me njerëz të tjerë? (4) Çfarë lloj informacionesh janë të rëndësishme që t'i mbrosh? (p.sh. fjalëkalimet, email, numrat celular, etj.). Drejtoji nxënësit në një diskutim rreth informacionit personal që dikush nuk do të donte të postohej online apo t'u ofrohet të tjerëve.
- Nëse je një mësues, drejtoje grupin e nxënësve të kryejë një kërkim mbi veten e tyre duke përdorur motor kërkimi të ndryshëm si Baidu, Google, Yandex, DuckDuckgo, Yahoo, Bing, Apple, etj. Kërkoju nxënësve të ndajnë disa nga informacioni që kanë gjetur. Ata duhet të ndajnë nëse u habitën apo jo nga një pjesë e informacionit që u gjet online nga motorët e ndryshëm të kërkimit. Çfarë është ndryshe dhe çfarë është e njëjtë? Si përfundoi në internet ky informacion? A e postuan ata vetë? Drejtoji nxënësit të diskutojnë në mënyrë kritike implikimet e llojit të të dhënave që zotërohet mbi ta nga llojet e ndryshme të motorëve të kërkimit.

84 Carlsson, U. (redaktor) (2019), Kuptimi i Edukimit për Median dhe Informacionin (EMI) në Epokën Dixhitale: Një Çështje e Demokracisë [Understanding Media and Information Literacy (EMI) in the Dixhital Age: A Question of Democracy]. UNESCO, Gotenborg, Suedi.

- Rishiko vendosjet e privatësisë në platformat e mediave sociale të tilla si Line, WeChat, Instagram, VK, Snapchat, Facebook, LinkedIn, TikTok, Twitter, Telegram, Signal, etj. Fotot dhe përmbajtjet e tjera të postuara në media sociale nuk janë gjithmonë të sigurta. Nganjëherë fotot kanë të fshehura piketa të fshehura kohe dhe vendndodhje, të cilat mund të jenë adresa juaj. Është e rëndësishme të mësosh rreth elementëve të privatësisë që ofrohen në llogaritë e tua të mediave sociale. Llogaritë e tua të mediave sociale kanë një karakteristikë të titulluar "privacy settings", karakteristikë që duhet ta eksplorosh për të ditur se kush do të jetë në gjendje të aksesojë informacionin që poston online, nëse të tjerët mund të të bashkëngjisin në postimet e tyre online dhe çfarë lloji informacioni biografik është i dukshëm të profilet e tua online.
- Ka artikuj të shumtë në internet që rendisin fjalëkalimet më të përdorshëm nga llogari të ndryshme. Gjej njërin nga këto artikuj dhe ndaje atë me nxënësit. A përdorin ata njërin nga këto fjalëkalime? A njohin ata dikë tjetër që përdor fjalëkalime tillë? Diskutoni rëndësinë e përdorimit të një fjalori të fortë për të mbrojtur informacionin e tyre.
- Nga njëra anë, zotësia e menaxhimit të të dhënave në mjedise të ndërmjetësuar mund të ofrojë përfitimet për përdoruesit meshkuj të cilët mund të jenë më të aftë në detyra të ndryshme të privatësisë që lidhen me teknikalitetet e Internetit (që nënkupton, sjelljet teknike në mbrojtjen e të dhënave). Nga ana tjetër, shqetësime e brendshme të privatësisë lidhur me ekspozimin e mundshëm të të dhënave mund – ose mund të mos – ka më të ngjarë t'i bëjnë femrat të ushtrojnë zotësi mbi privatësinë që janë më të përshtatshme nga ana shoqërore për t'u përdorur në një renditje kufizuese të privates e publikes (që nënkupton, sjellje shoqërore në mbrojtjen e të dhënave). Ata që kanë cilësi më të ulëta në angazhimin e tyre me privatësinë e internetit do të pengohen në një cikël pabarazie dhe mund të mos u jetë dhënë formë për të patur sukses online dhe kjo kërkon nivele të shtuara të zotësive mbi privatësinë (Park, 2015; f. 253). Organizo një debat në grup mbi këto deklarata. Drejtoji nxënësit të kërkojnë dhe të ofrojnë mbështetje me fakte nëse janë apo jo dakord me pohimin në tërësinë e vet apo pjesërisht dhe përse.
- Kaspesky, Norton, Avira dhe Avast janë kompanitë më të njohura të antiviruseve dhe mbrojtjes së të dhënave. Ka dhe të tjera. Shqyrtoni idetë e dhëna nga Norton më poshtë. Diskutoni këto ide me nxënësit. Eksploroni se në çfarë shkalle ato po i praktikojnë këto ide. A jeni dakord me të gjitha? Pse ose pse jo?
    - Kufizoni informacionin personal që ndani në mediat sociale.
    - Përdorni internetin në modelimin incognito (i panjohur) ose privat.
    - Përdor një motor kërkimi të ndryshëm
    - Ki kujdes së ku klikon
    - Siguro pajisjet tuaja celulare
    - Përdor softuer antivirusi cilësor
- Shqyrto listën e mëposhtme të instrumenteve të privatësisë online
    - www.haveibeenpwned.com për të kontrolluar nëse fjalëkalimi, emri i përdoruesit dhe adresa e emailit janë kompromentuar.

- TOR: www.torproject.org është një nga shërbimet VPN (Virtual Private Network) të përdorura më shpesh që ofrohet falas.
- Anonymizer, https://ntrepidcorp.com/ është një faqe që të ndihmon të kërkosh në mënyrë anonime. Disa shërbime e ruajnë informacionin tuaj me shumë kujdes. Lexo me kujdes politikat e privatësisë dhe merr ndihmë nga individë me më shumë përvojë në rrjetin tuaj.
- Privacy Badger, https://privacybadger.org/ është një zgjatur në shfletuesit e internetit që të ndihmon të mundësosh karakteristika do-not-track-me (mos-më-gjurmo).
- Në këtë artikull gjenden mbi 73 instrumente falas për të mbrojtur privatësinë online të dikujt[85], që janë renditur nga eksperti dhe avokati i privatësisë, Paul Bischoff.

- Kërkoji nxënësve shpejt e shpejt të ngrijnë dorën për të sonduar se sa prej tyre janë të vetëdijshëm për këto instrumente. A i përdorin ato në fakt? Ndaji nxënësit në grupe të vogla dhe udhëhiqi ata në hetimin e pikave të forta dhe të dobëta të disa elementeve të përzgjedhura. A janë ata në gjendje të emërtojnë dhe të rendisin disa nga instrumentet më të dobishme për të mbrojtjen e privatësisë online të dikujt? Kini kujdes sepse disa instrumente kërkojnë suport teknik nga specialistë.
- Bëj një kërkim online rreth numrit të numrit të të dhënave të tua që grumbullohen nga aplikacionet dhe si po përdoren këto për profilizimin apo kontrollin e përmbajtjes së ushqyer, rekomandimeve dhe reklamimeve. Kërkoni informacion dhe ndiqni dokumentarë mbi këto çështje, të tilla si filmi “The Social Dilemma”, dhe debatoni mbi zgjidhje përtej vetë-mbrojtjes.

Vlerësime dhe rekomandime

- Kontrollo fuqinë e fjalëkalimeve të tua duke përdorur një faqe si nordpass.com dhe password.kaspersky.com. Nxënësit mund të bëjnë një stuhi idesh për fjalëkalime të reja të mundshme dhe kontrollojnë fuqinë e këtyre fjalëkalimeve dhe të marrin feedback në cilat elementë mund ta pasurojnë fuqinë e fjalëkalimeve të tyre. Në të njëjtën mënyrë, kjo mund t’i asistojë nxënësit në gjetjen e shembujve për të frymëzuar fjalëkalimet e tyre.
- Analizo praninë tuaj online – vendosi nxënësit që të analizojnë praninë e tyre në mediat sociale. A mund ta gjejnë veten e tyre përmes një kërkimi online? A harmonizohet përmbajtja e medias sociale të zgjedhur nga nxënësit me qëllimin e asaj platforme (p.sh. shoqërore, profesionale, etj.)? A i paraqet ata në mënyrë të saktë platforma e medias sociale?

85 Paul Bischoof, https://www.comparitech.com/blog/vpn-privacy/75-free-tools-to-protect-your-privacy-online/.

NJËSIA 2: PRIVATËSIA, TË DHËNAT DHE ZHVILLIMI

KOHËZGJATJA: 3 ORË

Temat kryesore:

- Zhvillimi sipas të dhënave
- Objektivat e Edukimit të Zhvillimit
- Mbrojtja e privatësisë dhe të dhënave
- Ndikimi i privatësisë mbi zhvillimin personal dhe zhvillimin social
- Privatësia, liria e shprehjes, aksesi në informacion
- Privatësia dhe transparenca

Objektivat mësimore

Në fund të kësaj njësie, mësuesit dhe nxënësit do të jenë në gjendje të:

- Kuptojnë dhe përshkruajnë bazat se si të dhënat mund të drejtojnë përmbajtjen dhe modelet e biznesit, si dhe zhvillimin ekonomik dhe social.
- Dallojnë midis privatësisë dhe mbrojtjes së të dhënave.
- Eksplorojnë ndërveprimin e privatësisë, zhvillimit personal dhe zhvillimit social.
- Shpjegojnë se përse privatësia është kryesore që njerëzit të shprehin vetveten lirshëm dhe të përfitojnë nga aksesi në informacion.
- Eksplorojnë dhe bëjnë kërkime mbi këtë çështje në kontekstet personale, vendore dhe shoqërore.

Niveli i kompetencave të targetura në këtë njësi:

- Nga bazike deri në mesatare

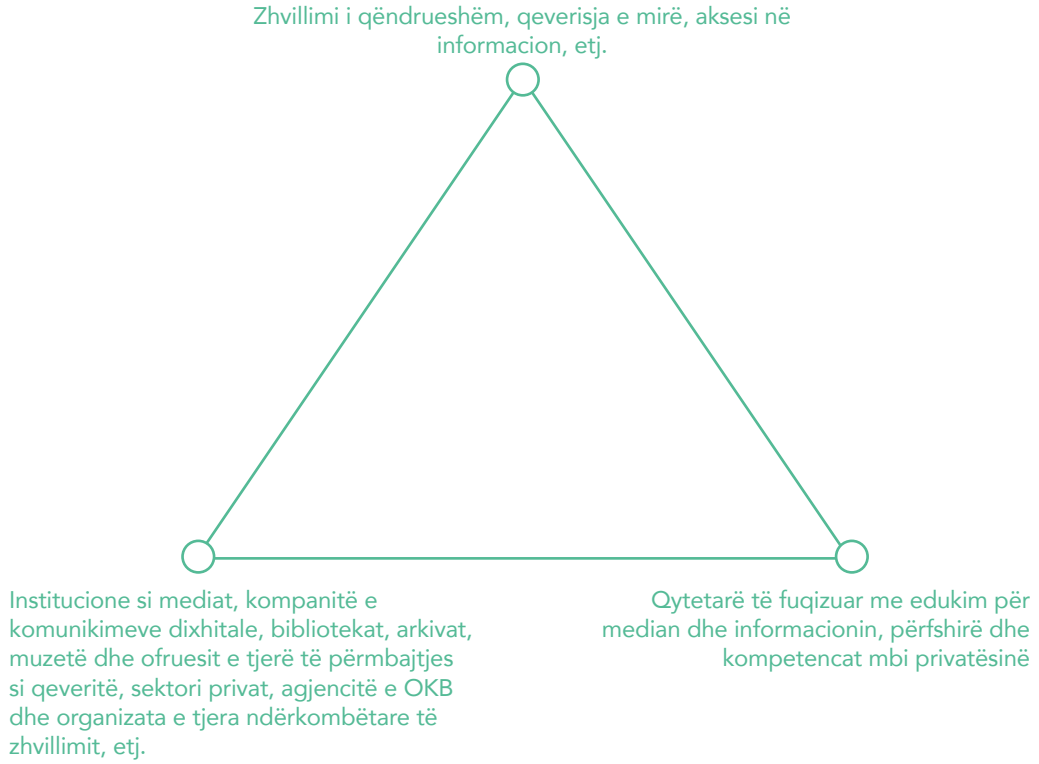
Të dhënat dhe shoqëria

Të dhënat dhe privatësia: Implikimet e Objektivave të Zhvillimit të Qëndrueshëm

Nëse ne do t'i bëjmë shoqëritë më gjithëpërfshirëse dhe të garantojë një angazhim dhe të kuptuar më të gjerë të zhvillimit të qëndrueshëm, është e domosdoshme që të kemi një lloj të dhënash që do të mundësojnë një dizenjo më të qëllimshme, si dhe një monitorim dhe vlerësim sistematik dhe të saktë. Përmbushja e Objektivave të Zhvillimit të Qëndrueshëm (OZhQ) në vitin 2030 ka, në themel të saj, një revolucion të dhënash. Përparimet e shpejta në teknologji dhe rritja eksponenciale në kapacitetet e shpejtësisë dhe ruajtjes dixhitale krijojnë mundësi për sasi marramendëse të dhënash që të grumbullohen dhe përdoren. Revolucioni i të dhënave të lidhura me zhvillimin është i dyfishtë. Së pari, janë të dhëna rreth zhvillimit (qeveria dhe sektori privat) që garantojnë një perfomancë më precize dhe të matshme. Së dyti, janë të

dhëna rreth individëve, grupeve dhe institucioneve. Konsiderata mbi këtë të fundit është vendi ku çështja e privatësisë bëhet me interes për OZhQ dhe pjesëmarrjen e individëve në këto procese qeverisëse. Ju mund të lexoni më shumë në lidhje me këto në Modulin 13. Kompetencat EMI mund të ndihmojnë të kuptojmë se si OZhQ do të maten dhe monitorohen dhe si këto lidhen me jetët e tyre individuale dhe kolektive[86] – private dhe publike.

FIGURA 8.1: EMI DHE RËNDËSIA E TIJ PËR ZHVILLIMIN E QËNDRUESHËM DHE DEMOKRACINË (LIRIA E SHPREHJES, PRIVATËSIA, ETJ.).



Sistemi i Kombeve të Bashkuara ka ata që njihen si raportues i veçantë. Këta janë individë që kanë përvojë të zgjeruar dhe ekspertizë të thelluar në tema të ndryshme zhvillimorë. Raportuesit specialë vishen me autoritet për të kryer kërkime të zgjeruara dhe për të prezantuar raporte ndaj Kombeve të Bashkuara mbi çështje të ndryshme zhvillimore. Këto raporte formojnë pjesë të një dokumentimi zyrtar në debatet dhe vendimet e Kombeve të Bashkuara. Joseph Cannataci është raportuesi special i privatësisë për Kombet e Bashkuara në kohën e shkrimit të këtij moduli. Personat e përcaktuar u ngarkohet detyra për periudha të caktuara. Në një nga raportet e tij, ai propozoi tri shtylla të zhvillimit të papenguar të personalitetit. Këto janë:

86 A. Grizzle (2015), Matja e Edukimit Për Median dhe Informacionin: Implikimet e Objektivave të Zhvillimit të Qëndrueshëm (Measuring Media and Information Literacy: Implications for the Sustainable Development Goals); UNESCO dhe NORDICOM, Edukimi për Median dhe Informacionin për Objektivat e Zhvillimit të Qëndrueshëm (Media and Information Literacy for the Sustainable Development Goals), Redaktorë Jagtar Singh, Alton Grizzle, Sin Joan Yee dhe Sherri Hope Culver.

1. Privatësia
2. Liria e shprehjes
3. Liria e informimit

Në këtë seksion, ne do të fokusohemi te shtylla e privatësisë dhe do të adresojmë lidhjet e privatësisë me lirinë e shprehjes dhe lirinë e informimit në seksionin e ardhshëm.

Siç tregohet në sfondin e këtij Moduli, aspekte të informacionit tonë personal na ndihmojnë të informojmë dhe të kontribuojmë në zhvillimin e informacionit dhe madje, në disa raste, informacionit publik. Merrni për shembull informacionin mbi zakonet e konsumatorëve. Ky informacion personal kolektiv na ndihmon të informojmë llojin e produkteve apo shërbimeve të ofruara nga aktorët ekonomik. Në të njëjtën mënyrë, informacioni i mbledhur mbi shëndetin tonë vetjak ndihmon qeverinë në ofrimin e informacionit të domosdoshëm publik mbi, për shembull, normat e rritjes në sëmundjet e stilit të jetesës, sëmundjeve kronike apo pandemike si COVID-19, diabeti, hipertensioni, sëmundjet e zemrës, kanceri, etj. Ose në kontekstin e angazhimit politik apo pjesëmarrjes qytetare, përqindjet e popullatës së re që shkon për të votuar. Në njëjtën mënyrë, dikush mund të përfytyrojë lehtësisht se si aksesi në gjithë këto të dhëna mund të përdoret për të ndikuar pjesëtarët e shoqërisë.

Privatësia, liria e shprehjes, aksesi në informacion dhe transparenca

Në seksionin e mëparshëm, vihet re që privatësia është e ndërthurur me lirinë e shprehjes dhe lirinë e informimit, dhe së bashku, këto ndikojnë zhvillimin personal. Në një mendim më të gjerë, së bashku ato ndikojnë jo vetëm ne si individë por edhe individët që janë në mënyrë të pandarë të lidhur me familjet tona, komunitetet, kombet dhe botën. UNESCO përdor konceptin e qytetarëve global për të shpjeguar detyrimin tonë qytetar ndaj atyre që na rrethojnë qofshin ata afër apo larg. Shikoni më shumë mbi lirinë e shprehjes dhe lirinë e informimit në Modulin 1 dhe në Modulin 2. Gjithashtu, shihni më shumë mbi qytetarinë globale në Modulin 5. Ky seksion fokusohet më tepër në shpjegimin e mënyrës se si privatësia mund të mundësojë apo rrezikojë lirinë e shprehjes apo aksesin në informacion.

Pothuajse 20 vjet më parë, disa autorë ngritën problemin e "vdekjes së privatësisë",[87] duke argumentuar se përparimet e shpejta dhe eksponenciale në teknologji do të nënkuptonin që njerëzit progresivisht do të kishin gjithmonë e më pak kontroll mbi informacionin rreth vetes së tyre dhe familjes. Dikush mund të pyesë se çfarë lidhje ka kjo me lirinë e shprehjes? Konsideroni për një moment që do të donit të shpreheshit vetë në internet mbi një çështje sociale, por do të donit ta bënit këtë në mënyrë anonime për t'iu shmangur viktimizimit. Pa patur garancinë e integritetit të mekanizmave të mbrojtjes së të dhënave, ju mund të zgjidhnit vetë-censurimin, që do të thotë të mos shpreheshit fare vetë mbi këtë çështje sepse jeni të shqetësuar që ky informacion

87 Privatësia, shprehja e lirë dhe transparenca: Ripërkufizimi i kufijve të rinj në epokën dixhitale [Privacy, free expression and transparency: Redefining their neë boundaries in the digital age], Seritë e UNESCO-s mbi Lirinë në Internet. Cannataci, Joseph A., Bo Zhao, Torres Vives, Gemma, Monteleone, Shara, Bonnici, Jeanne Mifsud, Moyakine, Evgeni (2016).

mund të gjurmohet mbrapsht te ju. Ky skenar është një realitet për shumë individë, përfshirë gazetarët investigativë apo bilbilfryrësit në rastet kur është e domosdoshme të mbetesh anonim.

Organizata si Transparency International ekzistojnë për të promovuar llogaridhënien dhe për të zhdukur korrupsionin në qeverisje, sektorin privat dhe organizatat joqeveritare e të tjera. Transparency International është shembulli i një rrjeti global me kapituj në mbi 100 vende. Ka rrjete të tjera të ndërlidhura. Promovimi i transparencës është i domosdoshëm për përmbushjen e ndershmërisë, drejtësisë dhe barazisë për të gjithë. Kjo kërkon dhe një nivel të caktuar hapje në respekt të informacionit që ndahet me publikun. Aktorë në organizata, qeveri dhe ente private të ndryshme shpesh mund të fshihen përtej velit të privatësisë. Standardet dhe ligjet ndërkombëtare vendosin vijën se ku fillon e ku mbaron privatësia në lidhje me veprimet që ndikojnë të tjerët, pozitivisht e negativisht, dhe publikun në përgjithësi. Transparenca nuk lidhet vetëm me institucionet. Koncepti i "transparencës personale" ose etika, propozohet gjithashtu. Ideja është që e vërteta dhe besimi duhet të ekzistojnë fillimisht brenda individëve që sjellja morale në shkallë të madhe të ndikojë standardet dhe intolerancën institucionale ndaj praktikave korruptive. Në të njëjtën kohë, ka një argument që thekson privatësinë për të pafuqishmit dhe transparencën për të fuqishmit.

Qasje dhe veprimtari pedagogjike

Përmbledhtas: ashtu siç është diskutuar më parë në këtë Kurikul (Pjesa 1), pedagogji të ndryshme janë të mundshme. Ju lutem ta rishikoni listën në Pjesën 1 dhe të vendosni se cilën qasje të zbatoni për veprimtaritë e sugjeruara më poshtë dhe për të tjera që ju mund të formuloni.

- Diskutoni 17 Objektivat e Zhvillimit të Qëndrueshëm. Drejtoji nxënësit të bëjnë pyetje si: Ç'lidhje kanë këto me mua personalisht, veçanërisht në termat e privatësisë dhe autonomisë time? Si mendoni se këto lidhen me familjen dhe miqtë tuaj? a mendoni se këto objektiva janë në fakt të arritshëm? Çfarë kontributi personal mund të jepni në përparimin e ndonjë OZhQ specifik? Çfarë kontributi mendoni se mund të bëni përmes grupeve? Bëji vetes pyetjen, për cilin nga OZhQ nuk mund të bëni asgjë? Përse mendoni se është kështu? Mësuesit duhet t'i drejtojnë nxënësit në shtigje të ndryshme në të cilat ata mund të kontribuojnë dhe veprojnë, pavarësisht nëse kjo lidhet me privatësinë e tyre personale apo jo.
- Shkoni në faqen zyrtare të OKB-së që përmban informacion mbi dhe të dhënat monitorimi të OZhQ – baza e dhënave të Indikatorëve (treguesve) global të OZhQ https://unstats.un.org/sdgs/indicators/database/. Kjo platformë ofron akses në të dhëna të përpiluara mbi progresin e përmbushjes së OZhQ-ve. Drejtoni nxënësit të shikojnë më thellë në indikatorët që janë të lidhura me objektiva të ndryshëm. Mësoju atyre si të lundrojnë bazën e të dhënave. Nxënësit duhet të përzgjedhin të paktën një objektiv që mendojnë se i lidh ato personalisht dhe një objektiv që i lidh ata me komunitetin e tyre. Ata duhet të nxjerrin treguesit e lidhura me këto dy objektiva dhe të bëjnë një kërkim bazik mbi llojin e të dhënave që ekzistojnë në vendin apo komunitetin e tyre rreth asaj që po bëhet nga stakeholderat në

komunitetin apo vendin e tyre për të çuar përpara OZhQ të zgjedhura prej tyre. Bëj pyetje të tilla si: Si lidhen të dhënat e mia personale me këto tregues të OZhQ-ve? Si mund të lidhet informacioni mbi anëtarët e komunitetit tim me këto tregues të OZhQ-ve? A mund që të dhënat e gjetura mbi OZhQ-të në fjalë të entet qeveritare apo private në komunitetin apo vendin tim të gjurmohen te grupe të veçanta njerëzish? A po përfitojnë apo viktimizohen këto grupe njerëzish si rezultat i këtyre të dhënave? Diskutoni se si të dhënat mund të bëhen anonime apo t'u shtohet "zhurmë" që t'i ndihmojë ato të mbrojnë identitetin individual apo identitetin dhe autonominë e grupit.

- Drejtoni grupin e nxënësve që të kryejë një kërkim për veten e tyre në motorë të ndryshëm kërkimi si Google, Yandex, Baidu, DuckDuckGo, Bing, etj. Kërkoju nxënësve që të ndajnë një pjesë nga informacioni që mund të gjendet. Ata duhet të ndajnë nëse u habitën nga një pjesë e informacionit të zgjedhur. Çfarë është e ndryshme? Çfarë është e njëjtë? Drejtoni nxënësit të diskutojnë në mënyrë kritike implikimet e llojit të të dhënave që kanë motorët e ndryshëm të kërkimit mbi ta dhe si kjo ndikon rezultatet e kërkimit tjetër.
- Debatoni se kush i zotëron të dhënat e grumbulluara për ju dhe nëse "bartja e të dhënave" mundësohet apo parandalohet nga shërbimet online të përdorura nga ju – që nënkupton nëse ju mund t'i tërhiqni të dhënat e regjistruara dhe t'i çoni ato diku tjetër nga "kopshtet e murosura" në të cilat mbahen sot.
- Organizoni një debat mbi "Veprimi Ekuilibrues: Entet tregtare dhe privatësia jonë përballë privatësisë dhe zhvillimit". Përdorni si basë për debatin çështje të tipit: a ekzistojnë mediat, interneti dhe kompanitë e harduerëve dhe softuerëve teknologjik vetëm për qëllime tregtare apo kanë ato dhe përfitime ekonomike, shoqërore dhe kulturore për qytetarët që janë të pandashme nga përmbushja e OZhQ-ve?
- Identifikoni një bashkim që promovon transparencën ose lufton korrupsionin në komunitetin tuaj apo ndërkombëtarisht. Pyeti nxënësit nëse ishin të vetëdijshëm për këtë organizatë më parë. Bëni një diskutim të shkurtër rreth asaj që bën kjo organizatë, fokusohu te natyra bashkëpunuese e strategjisë së saj, bëj pyetje mbi mënyrën se si veprimet e Transparency International lidhen me realitetet vendore të nxënësit. Diskutoni pohimin: "Qeveria dhe zyrtarët publikë kanë të drejtë për privatësinë e tyre".
- Diskutoni pyetjen: Në çfarë shkalle duhet që aktorët e organizatave të sektorit privat të cilët shesin produkte dhe shërbime për publikun duhet të mbrohen nga ligjet e privatësisë?
- Bëni një kërkim për tri raportet e fundit të Raportuesit Special të Kombeve të Bashkuara mbi Privatësinë. Ndaji nxënësit në tri grupe. Drejtoje secilit grup në seksionin e rekomandimeve në secilin raport. Drejtoji ata në mënyra për të hetuar nëse këto rekomandime të zgjedhura po vihen në zbatim në vendet e tyre. A janë këto rekomandime të lidhura me EMI apo shtimin e kapaciteteve qytetare për privatësinë? Si lidhen këto rekomandime me fuqizimin e njerëzve me kompetenca EMI? Organizo një diskutim. Cilat janë disa nga trendet që vihen re në të gjitha rekomandimet e bëra në çdo raport? Cilat janë implikimet e kësaj për mua dhe komunitetin tim?

- Drejtoni grupet për të zhvilluar postera apo infografika mbi lidhjen e privatësisë, lirisë së shprehjes dhe aksesit në informacion. Secili grup duhet të bëjë një prezantim 10-minutësh duke përdorur posterin. Drejto një diskutim që të fokusohet mbi implikimet për komunitetin, grupet, institucionet, sektorin privat dhe qeverisjen.
- Drejtoni nxënësit të kërkojnë në YouTube apo në një depozitues online videosh për burime mësimore mbi privatësinë dhe EMI. Drejtojini ata se për çfarë të kërkojnë për të vërtetuar besueshmërinë e përmbajtjes video. Inkurajoji nxënësit të ndajnë video të certifikuara në rrjetet e tyre në mediat sociale.
- Organizoni një veprimtari mësimore duke përdorur iniciativën mësimore EMI mbi mediat sociale "UNESCO MIL CLICKS" (https://en.unesco.org/MILCLICKS). Kërkoni në MIL CLICKS për përmbajtja të shkurtra mësimore mbi privatësinë. Përdori këto në mësimdhënie dhe mësim.

Vlerësime dhe rekomandime

- Drejtoji nxënësit në grupe për të dizenjuar, planifikuar dhe përgatitur një sondazh të vogël në shkollën e tyre, komunitetin apo vendin e tyre të adhurimit. Sondazhi duhet të eksplorojë njohurinë, mendësitë dhe praktikat e target-grupit të zgjedhur në lidhje me ofruesit e përmbajtjes, zhvillimin e qëndrueshëm dhe kompetencat e edukimit mbi median dhe informacionin, përfshirë kompetencat e privatësisë.
- Drejtoji nxënësit të përgatisin një ese me 1000 fjalë me temën "Privatësia ime, transparenca e tyre, zhvillimi ynë".

Tema për shqyrtim të mëtejshëm

- Kornizat ligjore kombëtare, rajonale dhe ndërkombëtare mbi privatësinë.
- Përjashtime të ligjshme ndaj privatësisë.
- Teknologjitë e reja si inteligjenca artificiale dhe kërcënimet e reja të privatësisë.
- Privatësia dhe burimet EMI për mësimdhënie dhe nxënie.
- Anti-terrorizmi dhe politikat apo ligjet e privatësisë.

NJËSIA 3: VETËDIJA E DETYRIMEVE INSTITUCIONALE PËR MBROJTJEN E PRIVATËSISË DHE TË DHËNAVE TUAJA

KOHËZGJATJA: 3 ORË

Temat kryesore:

- Aktorët kryesorë në mbrojtjen e privatësisë.
- Llojet e detyrimeve institucionale.
- Korrigjimet e cenimit të privatësisë.
- Institucionet që promovojnë EMI si një mbrojtje e privatësisë.
- Llojet e cenimit të privatësisë.

Objektivat mësimore

Në fund të kësaj njësie, mësuesit dhe nxënësit do të jenë në gjendje të:

- Identifikojnë aktorët kryesorë dhe rolet e tyre në mbrojtjen e privatësisë.
- Dallojnë midis detyrimeve individuale dhe detyrimeve institucionale në mbrojtjen e privatësisë.
- Kuptojnë ku mund të shkojnë ata dhe çfarë hapash mund të marrin për të korrigjuar në rastet e cenimit të privatësisë së tyre.
- Kuptojnë dhe të dinë se si të mbrojnë edukimin për median dhe informacionin për të qenë pjesë e mekanizmave institucionalë që forcojnë privatësinë e individëve dhe grupeve.

Niveli i kompetencave të targetura në këtë njësi:

- Bazike

Kush ka detyrime mbi Privatësinë?

Aktorë të shumëfishtë ekzistojnë në sferën e mbrojtjes së të dhënave. Kryesorët përfshijnë organet legjislative, gjyqësore, rregullatore, Kombet e Bashkuara dhe organizma ndërqeveritar dhe shumëpalësh. Nën standardet ndërkombëtare, individët dhe institucionet duhet të përmbahen nga dhunimi i të drejtave dhe veçanërisht bizneset duhet të respektojnë të drejtat e njeriut.

TABELA 8.2 AKTORËT E SFERËS SË MBROJTJES SË TË DHËNAVE TË PRIVATËSISË

AKTORËT	ROLET
Qeveria, legjislativi dhe gjyqësori	Artikulimi dhe detyrimi i ligjeve të mbrojtjes së privatësisë, përfshirë mbrojtjen e të dhënave.
Organizmat rregullatorë si ministritë e informacionit dhe komunikimit, organizatat e sigurisë kibernetike, komisionet e mbrojtjes së privatësisë dhe të dhënave	Harton, zbaton dhe monitoron rregulloret, politikat dhe programet për të garantuar më shumë veprime në nivel mikro bazuar në ligjet për mbrojtjen e privatësisë dhe të dhënave të vendit apo standardet ndërkombëtare.
Entet private dhe publike, në përgjithësi, që ruajnë informacion personal mbi individët. Këto përfshijnë entet qeveritare që ofrojnë shërbime sociale, spitalet, shërbime të ndryshme online dhe Internet, etj.	Harton, zbaton dhe monitoron mekanizma të ndryshëm institucional për të mbrojtur privatësinë e përdoruesve, qytetarëve dhe klientëve të tyre. Kjo përfshin përgjigjen ndaj interesit publik për të korrigjuar ndërhyrjet në privatësinë.
Organizatat joqeveritare dhe organizatat me bazë komunitare, institucionet edukative	Harton dhe zbaton aksione për të promovuar EMI në lidhje me vetëdijen mbi privatësinë dhe të mbrojë të drejtat e privatësisë.
Agjencitë e Kombeve të Bashkuara, organizatat multilaterale dhe organizma të tjerë ndërqeveritar	Lehtësojë bashkëpunim ndërkombëtar, dialog, përcaktimin e standardeve ndërkombëtare dhe monitorimin e ligjeve, rregulloreve, politikave dhe iniciativave mbi privatësinë. Ndihmon në mbështetjen e forcimit të kapaciteteve për të gjithë personave që kanë për detyrë dhe të gjithë ata që e kanë të drejtë për të përmbushur në mënyrë efikase rolet e tyre.
Individët dhe grupet	Të bëhet aktivisht i angazhuar në advokimin për mbrojtjen e privatësisë dhe proceseve të vetëdijes EMI; duke fituar kompetenca EMI për të mbrojtur privatësinë personale dhe për të respektuar të drejtat e privatësisë së të tjerëve.
Kërkuesit shkencorë dhe komuniteti akademik	Të ekzekutojë dhe mbështesë me fakte përmes kërkimit mbi natyrën e cenimeve të privatësisë, impaktit dhe suksesit apo dështimit të mekanizmave për të mitiguar dhunimet e privatësisë – një synim kyç këtu është informimi dhe monitorimi i politikave të privatësisë.

Qasje dhe veprimtari pedagogjike

Përmbledhtas: ashtu siç është diskutuar më parë në këtë Kurikul (Pjesa 1), pedagogji të ndryshme janë të mundshme. Ju lutem ta rishikoni listën në Pjesën 1 dhe të vendosni se cilën qasje të zbatoni për veprimtaritë e sugjeruara më poshtë dhe për të tjera që ju mund të formuloni.

- Vendosi nxënësit në grupe të vogla sipas aktorëve të tabelës 8.2 më lart. Kërkoji secilit grup të bëjë kërkime mbi organizata / aktorë specifikë në vendet apo komunitetet e tyre që po vënë në zbatim rolet përshkruara më lart. Drejtoji ata që t'u

përgjigjen pyetjeve të tilla si: Cilët aktorë ekzistojnë dhe janë aktiv në përmbushjen e roleve të tyre? A ka vetëdije të mjaftueshme mbi këto organizata dhe veprimet e tyre lidhur me privatësinë? Cilët aktorë po ndërmarrin veprime të mjaftueshme mbi privatësinë? Cila mund të jetë arsyeja për këtë? Çfarë mund të bëhet për të ndryshuar apo përmirësuar situatën? Secili grup prezanton gjetjet e veta në një sesion me diskutime të organizuara.

Institucionet dhe privatësia

TABELA 8.3 PRIVATËSIA NË LIDHJE ME INSTITUCIONET

KOMPETENCAT E PROPOZUARA MBI PRIVATËSINË	PRIVATËSIA EKZISTUESE / E INTEGRUAR NË EMI (KONTEKSTI INSTITUCIONAL)
Kupton detyrimet e institucioneve në hapësirën kibernetike →	Formulimi i politikave të brendshme që garantojnë trajnimin e të gjithë stafit të institucioneve mbi EMI si një mësim përgjatë gjithë jetës dhe i domosdoshëm për qëndrueshmërinë institucionale.
Adreson ekuilibrimin e privatësisë dhe transparencës, lirisë së shprehjes dhe aksesit në informacion →	Përkushtohet të respektojë privatësinë e të tjerëve si përdorues fundorë (të brendshëm dhe të jashtëm të institucionit) përmes zhvillimin të vlerësimit transparent të impaktit të modeleve të biznesit të bazuara te të dhënat dhe përmes investimit në programet e zgjerimit të korporatës për të trajnuar përdoruesit / qytetarët mbi EMI. Aty ku ka një interes publik dhe mënyra se si kjo ndikon "situatat" e privatësisë. Këto trajnime gjithashtu garantohen aty ky aksesi në dhe njohuria e informacioneve të caktuara institucionale mund të ndikojnë përfitimet dhe të drejtat e përdoruesve fundorë.
Vlerëson kufizimet legjitime (në termat e standardeve ndërkombëtare) të privatësisë online →	Siguron që politikat e brendshme për përdoruesit fundorë nuk dhunojnë privatësinë online dhe offline, dhe që ato përfshijnë konsiderata EMI dhe garantojnë trajnim të qenësishëm e të përshtatshëm vetëdije.
Kupton marrëdhënien midis privatësisë, anonimatit dhe inkriptimit →	Garanton trajnimin e përdoruesve fundorë mbi EMI që nënvizon implikimet shoqërore të privatësisë, anonimatit dhe inkriptimit.
Dallon dhe pranon kur ka cenime të privatësisë →	Është transparent me publikun (të brendshëm dhe të jashtëm mbi organizatat) mbi rastet kur mbrojtja dhe siguruar e plotë e informacionit të tyre mund të mos jetë (ose mund të jetë) e mundur – për aq sa lejojnë politikat, rregulloret dhe ligjet e bazuara mbi standardet ndërkombëtare.
Përdor në mënyrë etike informacionin personal të të tjerëve dhe respekton privatësinë e të tjerëve →	Përkushtohet të respektojë privatësinë e përdoruesve fundorë (të brendshëm dhe të jashtëm për institucionin) përmes investimit në programet e zgjerimit të korporatës për të trajnuar përdoruesit/ qytetarët mbi EMI-n, në veçanti kur përfshihet informacioni personal i përdoruesve fundorë. Duke shkuar përtej politikave të publikuara të privatësisë që janë tejet legaliste apo teknike dhe të cilat janë të vështira për t'u lexuar dhe kuptuar.

Burimi: UNESCO, Anketa Globale mbi Privatësinë në Edukimin për Median dhe Informacionin, me Perspektiva Rinore (Global Survey on Privacy in Media and Information Literacy, with Youth Perspective). Seritë e UNESCO-s mbi Lirinë në Internet. UNESCO: Paris.

- Drejto diskutim ose planifiko veprimtari rreth përmbajtjes të secilit rresht në Tabelën 8.3 më lart. Kjo mund të përfshijë prezantime posteri, kuice me libër të hapur (ose kërkim në internet), vizita në institucione të lidhura, etj., dhe vizita e prezantime nga profesionistë të jashtëm dhe ekspert të fushës. Ajo mund të përshijë identifikimin dhe ndarjen e rasteve studimore (p.sh. njerëz që kanë përjetuar dhunimet e privatësisë së tyre). Për më tepër, pjesëmarrësit mund të kërkohen të identifikojnë dhe diskutojnë akesesibilitetin dhe kuptueshmërinë e politikave të privatësisë nga kompanitë e komunikimeve dixhitale, institucionet qeveritare dhe organizatat ndërkombëtare të zhvillimit.

Korrigjimi i Cenimeve të Privatësisë

Nuk është një detyrë e thjeshtë që të realizohen korrigjime kur një person apo institucion dhunon privatësinë e të tjerëve. Sidoqoftë, është e rëndësishme që të mos ndihesh i pafuqishëm sepse shumë vende dhe institucione kanë ose duhet të kenë mekanizma për të mbështetur qytetarët dhe përdoruesit e tyre sipas nevojës.

Më poshtë gjenden disa hapa të sugjeruar për t'u ndërmarrë në rast se dhunohet privatësia juaj.

1. Së pari, kontakto organizatën apo institucionin që dhunon privatësinë tënde që të ngresh një ankesë.
2. Zbulo nëse ka një periudhë të caktuar në të cilën organizmi të kthejë përgjigje, bazuar mbi rregulloret / politikat kombëtare apo politikat e brendshme të vëtëorganizmit.
3. Nëse ky shteg dështon, merrni në shqyrtim ndihmën e një *mekanizmi korrigjimi privatësie të pavarur.*
4. Sigurohu të certifikosh që mekanizmi korrigjues i privatësisë është në fakt i pavarur dhe i besueshëm duke kontrolluar dhe kërkuar ndihmë për të verifikuar nëse ato kanë deklaruar të mëposhtmet:
   a. Paanësinë
   b. Përbërje dhe financim transparent
   c. Regjistër i vërtetuar gjurmimi
   d. Identifiko dhe kërko ndihmë nga njerëz që kanë njohuri
5. Vlerëso cilësinë e përgjigjes që merr bazuar mbi atë që kërkon ligji mbi politikën e privatësisë se institucionit të përfshirë. Kërko ndihmë kur të duhet. Ndaj përvojën tënde. Bëhu pjesë e një rrjeti apo bashkimi privatësie me reputacion të mirë. Konsidero mundësinë e krijimit të një klubi të vogël EMI dhe privatësie.
6. Advoko për transparencë të kompanive të komunikimeve dixhitale dhe për rregullime dhe bashkërregullime në lidhje përdorimin dhe abuzimin e të dhënave personale.

88 Korniza e Mbrojtjes së Privatësisë [Privacy Shield Framework], www.privacyshield.gov/article?id=11-Dispute-Resolution-and-Enforcement-a-c Aksesuar më 5 nëntor 2020.

Vlerësime dhe rekomandime

Planifiko projekte në grup për të thjeshtuar politikat e privatësisë mbi kompanitë e përzgjedhura që evidentojnë komponentë problematikë dhe përfitues. Sistemoni dhe promovoni gjetjet online. Vlerëso me notë projektin.

Tema për shqyrtim të mëtejshëm

- Transparenca e politikës së privatësisë organizative
- Privatësia financiare
- Nxitja e kërkesës publike për privatësi
- Shpifja dhe privatësia

Burime për këtë Modul

1. Guida

- Cannataci, J. (2016). Përfundimi i gjërave në mbrojtjen e privatësisë, Pjesa 2: Një dimension tjetër i privatësisë: privatësia komunitare, privatësia e komunitetit dhe privatësia personale [Getting things done in privacy protection Part 2: Another dimension of privacy: communal privacy, privacy of the community and personal privacy]. Artikull online. https://www.privacyandpersonality.org/2016/06/gettingthings-done-in-privacy-protection-part-2-another-dimension-of-privacycommunal-privacy-privacy-of-the-community-and-personality/
- UNESCO, Anketa Globale mbi Privatësinë në Edukimin për Median dhe Informacionin, me Prespektiva Rinore (Global Survey on Privacy in Media and Information Literacy, with Youth Perspective). https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000258993/PDF/258993eng.pdf.multi

2. Faqe ueb

- Programi i Kornizës Mbrojtëse të Privatësisë (Privacy Shielf Framework Programme), ShBA-BE-Zvicër, https://www.privacyshield.gov/welcome
- Shoqata Ndërkombëtare e Profesionistëve të Privatësisë (IAPP). www.iapp.org

3. Burime online si video, lojëra, aplikacione celuari, etj.

- Të dhënat e mia dhe Privatësia Online: Një paketë për të rinjtë [My Data and Privacy Online: A toolkit for young people], https://www.lse.ac.uk/myprivacy-uk
- Privatësia/Privacy (film, 2012), https://www.imdb.com/title/tt2008602/?ref_=ttpl_pl_tt
- **Video** "Pse Uebi është kaq rrëmujë" ["Why the Web Is Such A Mess"], nga Tom Scott, Youtube, https://youtu.be/OFRjZtYs3wY
- Shikoni listën e plotë të burimeve të UNESCO-s, Anketa Globale mbi Privatësinë në Edukimin për Median dhe Informacionin, me Prespektiva Rinore (Global Survey on Privacy in Media and Information Literacy, With Youth Perspectives). UNESCO Series on Internet Freedom. UNESCO, Paris. (2017). https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000258993.

Libra/artikuj

"IA dhe e Ardhmja e Privatësisë ["AI and the Future of Privacy"], Michael Deane, Drejt një Shkencë të Dhënash [Towards Data Science], Postuar më 5 shtator 2018, https://towardsdatascience.com/ai-and-the-future-ofprivacy-3d5f6552a7c4

"Bazat e Aktit të Privatësisë së Klientit në Kaliforni" ["California Consumer Privacy Act Basics"] Data Brokers. Privacy Rights Clearinghouse. Postuar më 6 janar 2020. https://www.privacypolicies.com/blog/california-consumer-privacy-act/#:~:text=Consumers%20have%20the%20right%20to%20access%20all%20the%20data%20a,their%20data%20was%20sold%20to

"Sa të dhëna krijojmë çdo ditë? Statistikat marramendase që duhet t'i lexojnë të gjithë" ["How Much Data Do We Create Every Day? The Mind-Blowing Stats Everyone Should Read"] Bernard Marr, Forbes, 21 maj 2018. Një kuintilon është 1 i ndjekur nga 30 zero.

Cannataci, J., Zhoa, B. e të tjerë (2016). Privatësia, Shprehja e Lirë dhe Transparenca: Ripërkufizimi i kufinjve të rinj në epokën dixhitale [Privacy, Free Expression and Transparency: Redefining their new boundaries in the digital age], Paris: UNESCO.

Gunby, M. (2012). Ndryshimet në Kuadrin e Privatësisë së Facebook: Një Perspektivë e Edukimit për Informacion [Changes to Facebook Privacy Settings: An Information Literacy Perspective]. Syracuse University iSchool.

http://infospace.ischool.syr.edu/2012/12/19/changes-to-facebook-privacy-settings-an-information-literacy-perspective/

https://privacyrights.org/resources/california-consumer-privacy-act-basics.

https://publish.illinois.edu/illinoisblj/2008/11/08/international-personal-data-protection-and-its-redress/

https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/17577632.2016.1183283?journalCode=rjml20

https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13642987.2020.1783532

"Mbrojtja Ndërkombëtare e të Dhënave Personale dhe Korrigjimi i tyre ["International Personal Data Protection and Its Redress"]. Doyle Slifer. Illinois Business Law Journal. 8 nëntor 2008.

"Zgjidhje të tjera ligjore për të paranduluar dhe korrigjuar pushtimet serioze të privatësisë" në "Pushtimet Serioze të Privatësisë në Epokën Dixhitale" {"Other legal remedies to prevent and redress serious invasions of privacy," Serious Invasions of Privacy in The Digital Era (IP 43)]. Qeveria australiane: Komisioni Australian i Reformës Ligjore, Postuar në 10 mars 2013. https://www.alrc.gov.au/publication/serious-invasions-of-privacy-in-the-digital-era-ip-43/issues-paper-2/other-legal-remedies-to-prevent-and-redress-serious-invasions-of-privacy/

E Drejta e Privatësisë: Të drejtat Kushtetuese dhe Ligjet e Privatësisë [Right to Privacy: Constitutional Rights & Privacy Laws], Tim Sharp. Live Science. Postuar më 12 qershor 2013, https://www.livescience.com/37398-right-toprivacy.html

Konventa e 2014 e Unionit Afrikan mbi mbrojtjen e të dhënave: Një shkak i mundshëëm ëpr të festuar të drejta e njeriut në Afrikë? [The African Union's data protection convention 2014: A possible cause for celebration of human rights in Africa?], (2016, 13). Taylor & Francis.

Krahu i gjatë i GDPR në Afrikë: Reflektime mbi reformën ligjore dhe praktikëve e ligjeve të të dhënave në Mauritani [The long arm of GDPR in Africa: Reflection on data privacy law reform and practice in Mauritius]. (2020, 6). Taylor & Francis.

"Pengesa e Ardshme e Madhe? T'i mësosh IA që të harrojë ["The Next Big Privacy Hurdle? Teaching AI to Forget"]. Darren Shou. Wired. Postuar më 12 qershor 2019, https://www.wired.com/story/the-next-big-privacyhurdle-teaching-ai-to-forget/

MODULI 9:

MUNDËSITË DHE SFIDAT E INTERNETIT

Asambleja e Përgjithshme e OKB-së

Njeh "që ndryshimi i shpejtë teknologjik ndikon shtetet në mënyra të ndryshme dhe që adresimi i këtyre ndikimeve të forta, që varet nga realiteti, kapacitetet dhe nivelet e zhvillimit kombëtar të Shteteve, kërkon një bashkërendim ndërkombëtar dhe të shumë stakeholderave që të përfitojë nga mundësitë për të adresuar sfidat që dalin nga ky ndryshim, si dhe për të eliminuar ndasitë dixhitale".

– Rezoluta: Teknologjitë e reja e në zhvillim dhe të drejtat e njeriut. A/HRC/RES/41/11

SFONDI DHE ARSYEJA

Pjesëmarrja në dhe aksesi te bota virtuale është bërë esencial për qytetarët e të gjithë grupeve të moshave. Interneti ofron mundësi domethënëse për të përmirësuar jetën e të gjithë përdoruesve dhe për të përshpejtuar progresin drejt Objektivave të Zhvillimit të Qëndrueshëm. Ai mund të ketë efekte pozitive mbi edukimin, shoqërinë, botën funksionale dhe rritjen ekonomike. Aksesi i shtuar ndaj Internetit u ofron qytetarëve mundësi më të mëdha në termat e aksesit universal te informacioni, përfshirë fillimin në një moshë më të re. Fëmijët dhe të rinjtë janë gjithmonë e më shumë të shkathtësuar mbi teknologjinë, por me mundësitë e ofruara nga aksesi në internet vijnë dhe disa shqetësime lidhur me individualitetin, detyrime etike dhe sfida që nuk janë ndeshur nga brezat e mëparshëm. Rreziqe dhe kërcënime e shoqërojnë këtë mjedis të ri që vërtitet, pjesërisht, rreth anonimatit të perceptuar të internetit. Gjurmët dixhitale janë regjistrime dhe shenja të lëna pas kur dikush përdor internetin. Megjithëse njerëzit mund t'i harrojnë gabimet, interneti nuk e bën këtë – ne shpesh lëmë gjurmë të lëvizjeve dhe veprimeve tona online, dhe shumë interesa tregtar, si dhe shtetëror, i ruajnë dhe i përdorin këto regjistrime për qëllime të cilat ne nuk i dimë.

Në të shkuarën, në shkallë të ndryshme, janë marrë masa për të mbrojtur minorenët. Sidoqoftë, mbështetja tërësore mbi strategjitë e mbrojtjes nuk ka qenë efikase në mundësimin e të rinjve dhe të rejave, si dhe individëve të tjerë në përgjithësi për ta përdorur internetin me kujdesi dhe siguri, si dhe që shtetet apo kompanitë t'i bëjnë me kujdes detyrat e tyre. Kompetencat e Edukimit të Medias dhe Informacionit fuqizojnë qytetarët, përfshirë të rinjtë, për të kuptuar ekosistemin e informacionit, duke i mundësuar ata të maksimizojnë përfitimet e përfshirjes në veprimtari online në mënyra të mirëmenduara dhe etike, ndërsa i

ndihmojnë ata të lundrojnë me kujdes rreziqet shoqëruese.

Ky modul shqyrton mundësitë dhe sfidat e të rinjve në botën virtuale, një hapësira kur të rinjtë të mësojnë e studiojnë, luajnë e socializohen, si dhe krijojnë e shpërndajnë media dhe informacion. Të rinjtë janë gjithmonë e më shumë të lidhur me botën virtuale në një moshë të vogël. Në shumë vende, ky brez të rinjsh janë aktivisht të përfshirë në botën virtuale. Ndaj është e domosdoshme të mprihen zotësitë e tyre për të kontribuar më mirë ndaj edukimin, shoqërisë dhe ekonomisë, lokalisht dhe globalisht. Me përparimet në teknologji dhe aksesin e shtuar në internet në mosha më të reja, të rinjtë kanë akses të shtuar në idetë, zërat dhe hapësirat që nuk kanë qenë të aksesueshme më parë. Kjo i lejon të rinjtë të marrin një rol më aktiv në çështje themelore të lidhura me lëvizjet shoqërore dhe globale, por do të thotë gjithashtu që botën dhe veprimet e tyre po regjistrohen ndërsa botëkuptimet e tyre janë ende në zhvillim dhe të dhëna mund të përdoren për t'i parashikuar dhe manipuluar ata, pa qenë ata të vetëdijshëm për këtë. Kjo përforcon nevojën e të rinjve për të kuptuar jetëgjatësinë dhe dhunimin potencial të gjurmëve dixhitale dhe sjelljes së tyre online. Me mediat sociale, njerëzit e çdo moshe, jo vetëm si konsumatorë, por edhe si prodhues të njohurisë, përfshihen në debate, dialog dhe ndërveprime të larmishme. Individi nuk është gjithmonë i sigurtë kush është publiku kur po ndan mesazhe, video, meme, komente dhe të dhëna të tjera i gamës së plotë të ofruesve të shërbimit që po e mbikëqyrin atë. Ky realitet mund të demokratizojë debatin dhe reflektimet, por mund të jetë gjithashtu një burim shqetësimi, stresi dhe keqinterpretimi, veçanërisht për ndërveprimet përtej kufijve, gjuhëve dhe kulturave. Shfaqja e prodhimit, shpërhapjes dhe besimit të çinformimit është njëri nga shembujt e këtij konteksti të ri, siç është dhe roli i kompanive të komunikimeve dixhitale në promovimin e tij.

Ky modul i mundëson mësuesit që t'i përfshijnë nxënësit në përvoja mësimore që i drejtojnë ata në një të kuptuar të gjurmëve të tyre dixhitale, mënyrës se si ndërveprimet në botën virtuale kanë implikime të botës reale, dhe rolit, individualitetit dhe detyrimeve të tyre etik si qytetar dixhital që marrin pjesë në një diskurs global kur aksesojnë, përdorin dhe krijojnë media dhe informacion në internet.

Edukimi cilësor ofron themelin për zhvillim të qëndrueshëm dhe rritje ekonomike. Burimet e hapura të edukimit (BHE) mund të eksplorohen si një burim për të rinjtë që promovon rritjen ekonomike dhe mundësitë për punë përmes aksesit të shtuar te burimet cilësore për edukim dhe trajnim. Mundësitë edukative që ofrohen përmes aksesit në internet dhe BHE-ve kontribuojnë në një edukim më gjithëpërfshirës dhe të barabartë, si dhe në promovimin e mësimin përgjatë gjithë jetës përtej hapësirave mësimore.

NJËSITË

NJËSIA 1:
TË RINJTË NË BOTËN VIRTUALE

NJËSIA 2:
SFIDAT DHE RREZIQET NË BOTËN VIRTUALE

NJËSIA 3:
MËSIMI, RRJETËZIMI DHE PËRFSHIRJA SOCIALE ONLINE

NJËSIA 4:
GJURMËT E EDUKIMIT MBI MEDIAN DHE INFORMACIONIN: EDHE MË SHUMË MBI ADMINISTRIMIN E PRANISË ONLINE

NJËSIA 1: TË RINJTË NË BOTËN VIRTUALE

KOHËZGJATJA: 2 ORË

Temat kryesore:

- Ueb 2.0 dhe bota virtuale
- Përdorimi i internetit dhe zakonet online të fëmijëve dhe të rinjve
- Konvencionet ndërkombëtare dhe instrumente të tjera të lidhura me të drejtat e fëmijëve

Objektivat mësimore

Në fund të kësaj njësie, mësuesit dhe nxënësit do të jenë në gjendje të:

- Kuptojnë modelet dhe interesat e përdorimit të internetit nga të rinjtë
- Përshkruajnë termat dhe kushtet e përgjithshme, kodet e sjelljes dhe çështjet e privatësisë të lidhura me përdorimin dhe mbikëqyrjen e internetit nga kompanitë e komunikimeve dixhitale
- Zhvillojnë zotësinë për të përdorur metoda edukative dhe instrumente bazike për t'i ndihmuar të rinjtë ta përdorin internetin me kujdes, të ushtrojnë të drejtat e tyre dhe t'i bëjnë ato më të vetëdijshëm mbi mundësitë, sfidat dhe rreziqet e lidhura me to.

Qasje dhe veprimtari pedagogjike

Përmbledhtas: ashtu siç është diskutuar më parë në këtë Kurikul (Pjesa 1), pedagogji të ndryshme janë të mundshme. Ju lutem ta rishikoni listën në Pjesën 1 dhe të vendosni se cilën qasje të zbatoni për veprimtaritë e sugjeruara më poshtë dhe për të tjera që ju mund të formuloni.

Me dixhitalizimin e lehtë e ruajtjen e informacionit dhe aksesueshmërinë përmes një game të gjerë pajisjesh, interneti ka shtuar në masë të madhe burimet e informimit në dispozicion të qytetarëve. Ueb 2.0 është një term i shkurtuar për aspektet e Internetit që lehtësojnë ndërveprimin dhe përmbajtjen e gjeneruar nga përdoruesit siç mund të ishin aplikacionet me bazë telefonin celular. Kjo njësi mund të jepet duke përdorur burime të gjetura online, siç janë videot nga të cilat janë lëshuar të drejtat e përdorimit mbi internetin dhe karakteristikat e tij dhe impaktin mbi shoqërinë, në zgjerim të vazhdueshëm.

Mënyra që mund të përfshijnë mësuesit dhe nxënësit kanë të bëjnë me:

- Përgatitjen e një prezantimi të shkurtër që përfshin sa më shumë elementë kyç të botës virtuale që të jetë e mundur. Organizo diskutime në grupe të vogla mbi këto elemente kryesore. Kërkoji çdo grupi që të përgatisë dhe të transmetojë një prezantim të shkurtër të përfitimeve të Ueb 2.0, si dhe të dëmeve potenciale, si për përdoruesit edhe për ofruesit e shërbimeve.

- Pyetjes së pjesëmarrësve nëse përdorin rrjetet sociale dhe/ose uebin, dhe nëse po, sa shpesh. Kërkoju atyre të lundrojnë në ueb, të krijojnë një profil, të kërkojnë për profilet e të tjerëve, ngarkojnë dhe shkarkojnë përmbajtje nga platformat e Internetit (p.sh. Wikipedia) dhe të marrin pjesë në dhoma chat, bashkëpunimeve online, blogim dhe cicërime (postime në Twitter). Një diskutim me nxënësit pas kësaj veprimtarie duhet të fokusohet në përfitimet edukative dhe përdorimin etik të uebit, sfidave dhe rreziqeve të tij. Shkruaj dhe diskuto disa nga shqetësimet tuaja mbi përdorimin e uebit.
- Duke punuar në grupe për të dizenjuar dhe shpërndarë informacion mbi një aspekt të praktikës edukative ose politikave duke përdorur wiki. Kjo detyrë duhet të alokojë kohë të mjaftueshme për angazhim të bollshëm (p.sh. në kohështrirjen e një semestri). Mësuesit dhe nxënësit duket të krijojnë kritere për aksesimin e efikasitetin, përshtatshmërinë dhe impaktit e wikit mbi pjesëmarrësit në trajnim.
- Duke u kërkuar pjesëmarrësve të organizohen vetë në grupe të vogla. Secili grup duhet të diskutojë dhe rendisë të paktën pesë veprimtari kryesore që ata mendojnë se të rinjtë përfshihen në internet. Kërkoju atyre t'i rendisin sipas rëndësisë se veprimtarive duke filluar nga 1 deri në 5. Secili grup duhet të prezantojë produktet e diskutimeve të tyre, duke shpjeguar se si u vetorganizuan dhe çfarë ndikoi vendimet e marra. Mësuesi duhet të prezantojë më pas statistika faktike (të përgatitura përpara këtij sesioni dhe të bazuara në burime ekzistuese) mbi përdorimin e internetit nga fëmijët, nëse këto statistika ekzistojnë. Krahaso produktet e punës në grup me statistikat faktike. Diskuto. A ka ndonjë habi? A ka statistika për përdorimin e Internetit të cilat janë specifike për rajonin apo vendin tuaj? Nëse jo, cilat janë implikimet e kësaj? Diskuto se çfarë mund të bëhet në lidhje me mungesën e këtyre statistikave.
- Duke diskutuar masën në të cilët të rinjtë e përdorin uebin për qëllime edukative, ndjekjen e lajmeve, pjesëmarrjen në proceset politike të vendit, për të mësuar më shumë rreth apo ndërvepruar më shumë me njerëz nga kultura të ndryshme, etj. A ka shenja të një përdorimi të tillë në një masë të madhe? Çfarë mund të bëhet për të motivuar të rinjtë që të përdorin uebin pozitivisht? Kërkoju mësuesve apo nxënësve (në grupe të vogla apo individualisht) për të përgatitur një mësim të shkurtër mbi lëndën që mësojnë/marrin, duke përdorur burime nga interneti në këtë mësim. Mësimi duhet të demonstrojë jo vetëm se si mund të përmbushen objektivat e mësimit përmes përdorimit të Internetit, por edhe se si mësuesit mund të motivojnë nxënësit në këtë mënyrë.
- Duke diskutuar me pjesëmarrësit termat dhe kushtet e përgjithshme, kodet e sjelljes dhe rregulloret e privatësisë së aplikimeve të ndryshme të Internetit. Më pas inkurajoji ata të krijojnë një model sjellje, duke u fokusuar në përdorimin e internetit nga fëmijët dhe të rinjtë.
- Duke analizuar sjelljen online të fëmijëve dhe profileve të tyre: nxënësit që punojnë në grupe hetojnë përdorimin e internetit nga fëmijët 6-17 vjeç. Raportimet duhet të theksojnë masën e përdorimit të internetit dhe qëllimet e përdorimit të tij nga fëmijët, duke e krahasuar këtë me njohurinë prindërore dhe përdorimin e internetit. Çfarë mundësish dhe sfidash prezanton interneti për fëmijët dhe prindërit?

- Duke organizuar një diskutim mbi një klauzolë të Deklaratës së të Drejtave të Njeriut, Konventës së Kombeve të Bashkuara mbi të Drejtat e Fëmijëve, Rezolutës 2250 së Këshillit të Sigurimit të Kombeve të Bashkuara mbi të rinjtë, paqen dhe sigurinë, apo ndonjë instrument tjetër ndërkombëtar apo ligjor në vendin apo rajonin tuaj. diskutimi duhet të lidhet me përdorimin e internetit dhe të rinjtë – të drejtën e informimit, shprehja e lirë, pjesëmarrja, mbrojtja e minorenëve dhe rolin e prindërve, qeverive e shoqërisë civile në këto kontekste. Diskutoji këto çështje individualisht dhe më pas konsidero se si lidhen ato. Liria e shprehjes dhe e drejta e aksesit në informacion nuk duhet të jenë në konflikt me mbrojtjen. Liria e shprehjes dhe e drejta e informimit nuk duhet të sakrifikohen/flijohen për mbrojtjen. Reflekto se përse. A duhet që vajzat dhe djemtë të kenë akses të barabartë në informacion, internet dhe teknologjitë e reja? Çfarë po ndodh në rajonin tuaj? Si mund të adresohet kjo? Kërkoju nxënësve që të përgatisin një poezi të shkurtër mbi liri apo të drejta të caktuara dhe nevojën për të mbrojtur minorenët.
- Pyeti nxënësit nëse shërbimet online “falas” janë vërtetë falas dhe përse? Kush mendojnë ata se po paguan për to dhe me çfarë? Më këtë dialog identifikoni se si modelet e biznesit të mbikëqyrjes gjurmojnë përdoruesit nëpër shërbime të ndryshme dhe minojnë këto të dhëna për t’ia shitur klientëve që po kërkojnë të ndikojnë lirshëm konsumatorët apo sjelljet elektorale në mënyra shumë të synuara.

Vlerësime dhe rekomandime

- Provime me shkrim
- Ese, refleksione dhe punime reaguese ndaj leksioneve, rasteve të studimit, prezantimeve / këqyrjeve audiovizive
- Pjesëmarrje në veprimtari mësimore në grup
- Prodhimi i materialeve informuese-edukuese-komunikuese (për shembull, posterat, broshurat, infografikat, kartat e mediave sociale, blogjet).
- Detyrat e kursit
- Tregimet / raportet investigative

NJËSIA 2: SFIDAT DHE RREZIQET NË BOTËN VIRTUALE

KOHËZGJATJA: 3 ORË

Temat kryesore:

- Kuptimi i sfidave dhe rreziqeve të përdorimit të internetit
- Fuqizimi dhe detyrimet etike gjatë përdorimit të internetit
- Privatësia dhe siguria

Objektivat mësimore

Në fund të kësaj njësie mësuesit do të jenë në gjendje të:

- Rendisin dhe përshkruajnë sfidat/rreziqet e përdorimit të Internetit dhe ku ka më shumë të ngjarë të shfaqen ato.
- Krijojnë njohuri mbi rreziqet dhe kërcënimet që potencialisht shoqërojnë aplikacionet e internetit të krijuar rishtazi.
- Kuptojnë ndërvarësinë midis sjelljes së përdoruesve dhe mundësisë që ata të jenë viktima apo shkaktarë të dhunës, apo një pasojë e pandërgjegjshme e interesave që paguajnë për mundësi që të ndërhyjnë apo ngacmojnë përdoruesit drejt disa vlerave apo sjelljeve të caktuara.
- Zbatojnë këtë njohuri për t'u mundësuar mësuesve dhe nxënësve që ta përdorin internetin me vetëdije më të madhe mbi mjedisin dhe bizneset që janë në bazë të tij, si dhe të shtojë vetëdijen mbi të drejtat dhe kujdesin e tyre mbi të drejtat e të tjerëve.
- Përkufizojnë ndryshimin midis privatësisë dhe sigurisë online.

Qasje dhe veprimtari pedagogjike

Përmbledhtas: ashtu siç është diskutuar më parë në këtë Kurikul (Pjesa 1), pedagogji të ndryshme janë të mundshme. Ju lutem ta rishikoni listën në Pjesën 1 dhe të vendosni se cilën qasje të zbatoni për veprimtaritë e sugjeruara më poshtë dhe për të tjera që ju mund të formuloni.

Sfidat dhe rreziqet e lidhura me përmbajtjen online

Përshtatur nga *Paketa e Instrumenteve të Tryezës së Përbashkët për Mbrojtjen e të Rinjve – Stiftung Digitale Chancen 2009*

Përdoruesi i kësaj Kurikule të Edukimit mbi Median dhe Informacionin, kur reflekton mbi mënyrën se si stakeholderat duhet të gjurmojnë listën e sfidave dhe rreziqeve online më poshtë, duhet të hartojë një listë joshteruese të normave ndërkombëtare mbi të drejtat njerëzore siç mund të jetë e përshtatshme. Përdoruesi duhet të kërkojë dhe konsiderojë korniza të tjera normash ndërkombëtare sipas rastit.

i. Konventa Ndërkombëtare mbi të Drejtat Civile dhe Politike (KNDCP), https://www.ohchr.org/EN/ProfessionalInterest/Pages/CCPR.aspx

ii. Neni 19 i Deklaratës Universale të të Drejtave të Njeriut, https://www.un.org/en/aboutus/universal-declaration-of-human-rights

iii. Rezoluta A/HRC/32/L.20 mbi "Promovimin, mbrojtjen dhe shijimin e të drejtave njerëzore në internet", https://undocs.org/A/HRC/32/L.20

iv. Rezoluta A/RES/64/211 mbi "Krijimin e një kulture globale të sigurisë kibernetike dhe reflektimit të përpjekjeve kombëtare për të mbrojtur infrastrukturat e informacionit kritik", https://www.un.org/en/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/RES/64/211

v. A/74/486 e Kombeve të Bashkuara, “Raporti i Raportuesit Special mbi promovimin dhe mbrojtjen e të drejtës për liri mendimi dhe shprehje”, në kontekstin e luftimit të gjuhës së urrejtjes online dhe offline, https://undocs.org/A/74/486

vi. Komisionerit të Lartë të Kombeve të Bashkuar mbi të Drejtat të Njeriut” mbi “Të drejtën e privatësisë në epokën dixhitale”,

vii. A/HRC/39/28 i Kombeve të Bashkuara, “Raporti i Komisionerit të Lartë të Kombeve të Bashkuar mbi të Drejtat të Njeriut” A/74/486 i Kombeve të Bashkuara mbi “Të drejtën e privatësisë në epokën dixhitale”, https://undocs.org/A/HRC/39/29

viii. Grupi zhvillimor i Kombeve të Bashkuara për Privatësinë, Etikën dhe Mbrojtjen e të Dhënave: Një Shënim Udhëzues mbi të Dhënat e Mëdha për Përmbushjen e Axhendës 2030, https://unsdg.un.org/sites/default/files/UNDG_BigData_final_web.pdf

Përmbajtja e përshtatshme për moshën: Interneti ofron një pasuri përmbajtje për të gjithë grupet e përdoruesve. Interesat standarde marrin shërbim ashtu si grupet e interesit special. Pavarësisht nga kjo, jo e gjithë përmbajtja duhet të jetë e aksesueshme nga fëmijët dhe të rinjtë. Ndaj, duhet vendosur me kujdes se cila përmbajtje është e përshtatshme për cilën grupmoshë. Vëmendjen e veçantë i duhet dhënë përmbajtjes që është e paligjshme në përgjithësi, por që mund të dëmtojë përdoruesit më të rinj. Përmbajtje të papërshtatshme për moshën si pornografia mund të lëndojë veçanërisht fëmijët më të vegjël kur ata ekspozohen ndaj saj në mënyrë të pavullnetshme. Rreziku i këqyrjes së përmbajtjes së papërshtatme për moshën mund të vijë nga vetë sjellja e përdoruesit kur kërkon për të qëllimisht, apo kur pengohet në të pa patur synim, apo kur e gjen të rekomanduar përmes algoritmeve vëmendje-kërkuese dhe bazuar mbi analizën e të dhënave të personave potencial që targetohen/synohen.

Përmbajtja që nuk është e përshtatshme për grupmoshën mund të sigurohet për qëllime tregtare, por edhe mund të gjenerohet nga vetë përdoruesit. Aksesi te e para mund të kufizohet vetëm në grupe vetëm me përdorues të kyçur, ndërsa përmbajtja e gjeneruar nga përdoruesi është kryesisht e disponueshme për publikun dhe ndaj ka nevojë për vëmendje të veçantë. Duke qenë se sot shumë fëmijë dhe të rinj kanë një telefon celular me funksione multimediale dhe akesin në internet në majën e gishtave, duhet shqyrtuar se si mund të kenë akses në përmbajtje të papërshtatshme për moshën kur janë vetëm dhe pa mbikëqyrjen e një të rrituri në anë. Telefonat celularë u mundësojnë fëmijëve të prodhojnë përmbajtjen e tyre dixhitale në çfarëdo situate jetësore, duke kontribuar kështu në rritjen e vëllimit të përmbajtjes së gjeneruar nga përdoruesit.

Përmbajtja e paligjshme (si përmbajtja që abuzon fëmijët): Kjo lloj përmbajtje klasifikohet si e paligjshme në varësi kryesisht të ligjeve kombëtare, megjithëse në shumicën e shteteve ka një formë përmbajtje që është e ndaluar me ligj. Pavarësisht, përmbajtja e paligjshme është e disponueshme dhe mund të aksesohet në mënyrë të qëllimshme apo të paqëllimshme nga fëmijët dhe të rinjtë. Vëmendje i duhet kushtuar fëmijëve dhe të rinjve që janë viktima potenciale të sjelljes së paligjshme, p.sh. duke marrë dhe publikuar foto apo video të abuzimit seksual me fëmijë.

Mungesa e verifikimit të përmbajtjes: Duke qenë se përmbajtja e disponueshme përmes internetit nuk është gjithmonë e verifikueshme nga burime të pavarura, është e rëndësishme që të rinjtë të lexojnë përmbajtjen me sy kritik dhe të mos marrin gjithçka

që thuhet që në shikimin e parë. Përmbajtja e gjeneruar nga përdoruesi, karakteristikë e mjedisit Ueb 2.0, mund të jetë e pjesshme, e njëanshme dhe e pasaktë. Përdoruesit më të rinj duhet të jenë të vetëdijshëm për rreziqet që vijnë nga leximi i çdo gjëje që lexojnë online.

Nxitja e dëmtimit: Ka shumë faqe në ueb që nxisin përdoruesit që të lëndojnë vetveten (p.sh. faqe që promovojnë vetëvrasjen apo anoreksinë). Me Ueb 2.0 dhe mundësitë në shtim për të publikuar përmbajtjen e vetë përdoruesve, rreziku i ekspozimit ndaj përmbajtjes që nxit dëmtimin po shtohet. Në veçanti, fëmijët dhe të rinjtë nuk janë në shumë raste të gjendje të vlerësojnë në mënyrë realiste rrezikun që shkaktohet nga udhëzimet e dhëna në këto faqe. Të rinjtë dhe të rriturit duhet ta dinë kur algoritmet rekomandojnë përmbajtje gjithmonë e më të madhe lënduese thjesht për t'i mbajtur ata të angazhuar dhe për të përthithur reklama apo përmbajtje të tjera me pagesë (p.sh. nga influencues të sponsorizuar fshehtësish).

Shkelja e të drejtave të njeriut / shpifja: Në anonimatin e uebit, urrejtja ndaj grupeve të popullatës apo individëve të caktuar mund të shpërhapet gjerësisht, lehtë. Për më tepër, një individ mund të supozojë që njerëzit mund të sillen ndryshme online kur ata nuk ballafaqohen me kundërshtarët apo viktimat e tyre drejtpërsëdrejti, e kështu nuk ndeshen menjëherë me pasojat e sjelljes së tyre. Prandaj, rreziku i shkeljes së të drejtave të njeriut dhe të qenit viktimë e shpifjes është më i mundshëm online sesa offline. Kjo përmbajtje mund të jetë e dëmshme për fëmijët dhe të rinjtë, mendimi i të cilëve, mund të ndikohet nga informacionin çorientues.

Reklamimi dhe marketingu i papërshtatshëm për fëmijët: Reklamimi i papërshtatshëm nënkupton që rreziqet e marrjes së ose ekspozimit ndaj reklamave për produkteve dhe / ose shërbimeve që janë të papërshtatshme për fëmijët. Sa më shumë që përdoruesit të dorëzojnë informacione personale (që nënkupton, emrin, moshën apo gjininë), aq më të ngjarë ka që ata të marrin reklama ose t'u kërkohet të marrin pjesë në lotari. Duke qenë se fëmijët në shumë raste nuk janë të vetëdijshëm për pasojat e shtypjes së emrave të tyre në formular apo kuti në ueb që i vë ata në rrezik. Fëmijët më të vegjël janë të cenueshëm ndaj manipulimit nga reklamat dhe kanë nevojë për përgatitje të veçantë për përmbajtjen që i targeton ato.

Privatësia: Pasi të publikohet në ueb, përmbajtja mund të shpërndahet shpejt në botën dhe të qëndrojë aty për kohë të pakufizuar. Përdoruesit, veçanërisht fëmijët dhe të rinjtë, shpesh nuk janë të vetëdijshëm për pasojat afatshkurtër e afatgjatë të publikimit të teksteve dhe fotografive që nuk do të donin të ishin publike më vonë. Të dhënat e ruajtura në një server apo platformë mund të aksesohen lehtësisht nga të tjerët dhe njerëz që mund të mos jenë të vetëdijshëm sesa të pambrojtura mund të jenë të dhënat e tyre. Është e rëndësishme në përdorimin e internetit që njerëzit të kuptojnë plotësisht mjedisin në të cilin po punojnë. Për më shumë mbi privatësinë, shikoni modulin 8. Edhe të dhënat e mbledhura pa u shkruar nga ju vetë mund të përdoren nga vetë korrësit e të dhënave apo ata që hakojnë sistemet e tyre.

Shkelja e të drejtës së kopjimit: Shkelja e të drejtës së kopjimit është një rrezik i lidhur kryesisht me vetë sjelljen e përdoruesve. Pavarësisht nëse e drejtat e kopjimit është shkelur në mënyrë të qëllimshme apo rastësore, shkelja shihet si e tillë nga zotëruesi i

saj dhe e vendos dhunuesit në rrezikun e ndëshkimit. Në të njëjtën kohë, të rinjtë dhe të rriturit duhet të njohin "përdorimin e drejtë" të mundësive Creative Commons për ripërdorimin e përmbajtjes dhe qarkullimit e saj sikur të ishte e tyre, si dhe pretendimet e pronësisë ndaj të dhënave personale nga kompanitë e komunikimeve dixhitale dhe i ofrojnë platformat e mediave sociale si klauzola biznesi.

Rreziqet e lidhura me kontaktet online

Përshtatur nga *Paketa e Instrumenteve të Tryezës së Përbashkët për Mbrojtjen e të Rinjve – Stiftung Digitale Chancen 2009*

Këshillat e dëmshme: Forumet, blogjet dhe fusha të tjera të lidhura me kontaktet e Internetit sigurojnë një platformë për shkëmbimin e informacionit dhe këshillave midis përdoruesve. Kjo mund të ishte një ndihmë e çmuar, por mund të lehtësojë gjithashtu kontakte të papërshtatshme ose edhe më shumë këshilltarë të dëmshëm, përfshirë, për shembull, rastet kur algoritmet e korporatave rekomandojnë t'u bashkohesh grupeve të caktuara të përkushtuar ndaj kauzave anti-sociale si llojet e trupave dhe karakteristikat të fytyrës që janë ideale. Rreziku i marrjes së këshillave të dëmshme, veçanërisht për fëmijët dhe të rinjtë, është edhe më i madh në platformat e komuniteteve sociale apo aplikacione të tjera Ueb 2.0 sesa në faqen normale ueb.

Vjedhja e identitetit: Ky term i referohet marrjes në zotërim dhe përdorimit të identitetit elektronik të njerëzve të tjerë (p.sh. emri i përdoruesit dhe fjalëkalimi) me qëllimit e kryerjes së mashtrimeve tregtare apo të tjera si këto, me qëllim përfitimin, quhet "vjedhje e identitetit". Vjedhja e identitetit është një risk në shtim me rritjen e numrit të identiteteve virtuale nga rritja e numrit të individëve online, veçanërisht ata që përdorin shërbime të personalizuara. Kjo mund të rezultojë nga mbrojtja e dobët e fjalëkalimeve apo nga siguria e dobët e kompanive nga hakerat.

Vjedhja e parave / phishing: Phishing (peshkimi) i referohet procesit të korrjes së të dhënave bankare, veçanërisht PIN-it (numrit personal të identifikimit) dhe TAN-ve (numrave të autenticitetit të transaksionit), me qëllim grabitjen e llogarive bankare të individëve. Të rinjtë mund të mos e dallojnë faqe të rreme dhe të dorëzojnë detajet bankare.

Mashtrimi tregtar: Mashtrimi tregtar ndodh kur shitësit produkte dhe shërbime të cilat, pas pagesës, ose nuk vijnë me atributet e premtuara ose nuk vijnë fare. Kjo mund të vijë dhe nga vjedhja e identitetit apo phishing. Një burim tjetër i mashtrimit tregtar mund të jetë shitja e të mirave dixhitale (p.sh. një zile telefoni) me një çmim të paarsyeshëm dhe të padrejtë, shpesh të lidhur me një abonim të përhershëm ndaj një shërbimi të cilin nuk e kishte për qëllim blerësi. Në shumicën e rasteve, përdoruesit (dhe veçanërisht të rinjtë dhe fëmijët) janë të pavetëdijshëm për pasojat e kontratave të tilla që realizohen online.

Grooming (përgatitja): Grooming i referohet pedofilëve që e përdorin internetin si mjeti për të kontaktuar fëmijët dhe të rinjtë ndërsa e fshehin identitetin e tyre prej të rrituri. Ata shpesh ndërtojnë strategjinë e tyre mbi fëmijët që kanë nevojë për miqësi dhe familjarizim. Të gjitha fushat e internetit që ofrojnë platforma për kontakte dhe shkëmbime janë bazë për sulme grooming. Siç është përmendur më lart, telefonat celularë (si një pajisje shtesë për kontaktimin e të tjerëve dhe aksesin në rrjetet sociale) duhet marrë në konsideratë këtu, veçanërisht teksa fëmijët shikojnë telefonat celularë

si një pjesë e veçantë e jetës së tyre private dhe shpesh janë vetëm gjatë përdorimit të tyre. Prandaj, me shtimin e teknologjive të komunikimeve celulare dhe rrjeteve sociale, rreziku që ata të bëhen pre e një sulmi grooming dhe më pas e pranimit të një ftese të rrezikshme bëhet shumë më i madh.

Bullizmi: Lloje të ndryshme bullizmi mund të thjeshtohen nga interneti për shkak të anonimatit të ofruar nga mediumet. Fëmijët dhe të rinjtë, në veçanti, rrezikojnë të jenë edhe viktima edhe shkaktarë të bullizmit. Prandaj, bullizmi është i lidhur me sjelljen e dikujt si dhe me sjelljen e të tjerëve. Edhe pse publikimi i përmbajtjeve si fotografitë shpifësve/shpërfytyruese mund jetë një pjesë e bullizmit, fenomeni lidhet kryesisht me kontaktet online. Duke qenë se shumë fëmijë dhe të rinj kanë një telefon celular të pajisur me kamera dixhitale, bullizmi është bërë dhe më i lehtë.

Zbulimi i informacioneve private: Kur krijon një profil në një platformë të komunikimeve sociale, përdoruesit ftohen të zbulojnë informacione private që t'i prezantohen komunitetit. Gjithashtu, në dhomat e chatit/bisedave dhe në forume, përdoruesit mund të zbulojnë të dhëna private te të tjerët, siç janë adresa dhe numri i telefonit. Veçanërisht të rinjtë, nuk janë në gjendje të parashohin pasojat e publikimit të të dhënave private. Ata shpesh janë të pavetëdijshëm që një dhomë bisedash nuk është një zonë private, por publike.

Profilizimi: Me shtimin e numrit të profileve që një person mund të publikojë në platforma të ndryshme, ka një rrezik më të madh që të dhënat personale të publikuara në një platformë të bashkohen me të dhëna të publikuara në një platformë tjetër, t'u shiten brokerave të të dhënave ose të jepen diku tjetër (p.sh. në sondazhe apo lotari). Prandaj, profilet e krijuara mundësojnë t'i drejtohesh personit në mënyrë të drejtpërdrejtë me përmbajtje, shërbime dhe reklama potencialisht të padëshiruara.

A dinë përdoruesit vërtetë se çfarë nënkupton "accept cookies" kur vizitojnë një faqe ueb apo shërbim? Profilizimi mund të realizohet nga faqja ueb kur të dhënat personale shfaqen publikisht, por një praktikë më e rrezikshme është kur profilet e përdoruesve (apo profilet e pjesshme të tyre) merren nga baza të dhënash pas faqeve ueb dhe u shiten nga ofruesit e platformave palëve të treta. Disa platforma online kanë marrëveshje me shërbime të tjera online për të patur akses te të dhënat e përdoruesve, edhe kur përdoruesit nuk e përdorin platformën e tyre (apo ato të lidhura me to).

- Mësuesi duhet t'i udhëheqë nxënësit që të bëjnë kërkime dhe të konsiderojnë korniza të normave ndërkombëtare siç listohen më poshtë. Kushtoji vëmendje të afërt rekomandimeve kryesore dhe pikave të veprimit në secilin nga këto dokumente. A është vendi juaj një nga nënshkruesit e konventave të përmendura më poshtë? A kanë lidhje këto rezoluta, raporte dhe guida për vendin tuaj? A po zbatohen këtë rekomandime dhe pika veprimi në vendin tuaj? Bëni kërkime dhe pyesni përse, përse jo dhe me çfarë efekti? Cilët janë stakeholderat kryesorë në këto çështje në vendin tuaj? A ekzistojnë ata? Si përfshihet shoqëria civile në këto procese? A konsultohen ata? A përfshihen ata në zbatimin, monitorimin dhe vendimmarrje? A janë të rinjtë, gratë dhe grupe të tjera të margjinalizuara të përfshirë në proces? Përse jo? Çfarë mund të bëhet?

- Konventa Ndërkombëtare mbi të Drejtat Civile dhe Politike (KNDCP), https://www.ohchr.org/EN/ProfessionalInterest/Pages/CCPR.aspx
- Neni 19 i Deklaratës Universale të të Drejtave të Njeriut, https://www.un.org/en/aboutus/universal-declaration-of-human-rights
- Rezoluta A/HRC/32/L.20 mbi "Promovimin, mbrojtjen dhe shijimin e të drejtave njerëzore në internet", https://undocs.org/A/HRC/32/L.20
- Rezoluta A/RES/64/211 mbi "Krijimin e një kulture globale të sigurisë kibernetike dhe reflektimit të përpjekjeve kombëtare për të mbrojtur infrastrukturat e informacionit kritik", https://www.un.org/en/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/RES/64/211
- A/74/486 e Kombeve të Bashkuara, "Raporti i Raportuesit Special mbi promovimin dhe mbrojtjen e të drejtës për liri mendimi dhe shprehje", në kontekstin e luftës kundër gjuhës së urrejtjes online dhe offline, https://undocs.org/A/74/486
- Komisionerit të Lartë të Kombeve të Bashkuar mbi të Drejtat të Njeriut" mbi "Të drejtën e privatësisë në epokën dixhitale",
- A/HRC/39/28 i Kombeve të Bashkuara, "Raporti i Komisionerit të Lartë të Kombeve të Bashkuar mbi të Drejtat të Njeriut" A/74/486 i Kombeve të Bashkuara mbi "Të drejtën e privatësisë në epokën dixhitale", https://undocs.org/A/HRC/39/29
- Grupi zhvillimor i Kombeve të Bashkuara për Privatësinë, Etikën dhe Mbrojtjen e të Dhënave: Një Shënim Udhëzues mbi të Dhënat e Mëdha për Përmbushjen e Axhendës 2030, https://unsdg.un.org/sites/default/files/UNDG_BigData_final_web.pdf

- Është e rëndësishme të kuptojmë se çfarë nënkuptohet me përmbajtje të dëmshme online. Ligji ndërkombëtar mbi të drejtat e njeriut specifikon një numër të pranueshëm kufizimesh mbi lirinë e shprehjes – veçanërisht kur liria e shprehjes është në konflikt me të drejta të tjera. Shembuj të çështjeve që mund të kufizohen janë nxitja e dhunës apo urrejtjes raciale, imazhe me fëmijë dhe përmbajtje seksuale. Në secilin rast, ligji ndërkombëtar parashikon që kufizimet duhen detajuar me kujdes dhe të mbikëqyren nga gjykatat. Sidoqoftë, duke gjykuar mbi ato ndjeshmëri që nuk janë të lidhura me të drejtat e njeriut, këto nuk duhen trajtuar si të dëmshme. Nëse ky do të ishte rasti, shprehjet ndaj stilit muzikor duhet të merreshin të dëmshme për fansat e tyre, etj. Krijimi i shokut dhe ngacmimit, në vetvete, nuk janë të mjaftueshme për t'u parë si të dëmshme, sipas standardeve ndërkombëtare. Kundrejt këtij sfondi, organizo një hapësirë mësimore debati mbi këto standarde ndërkombëtare dhe evidentoni shembuj të llojeve të ndryshme të përmbajtjes, përfshirë ato që mund të jenë në zona gri.
- Është e rëndësishme të shmangim supozimin që dëmi i mundshëm është në fakt dëm i vërtetë. Efektet e përmbajtjes mbi shoqërinë janë shumë më komplekse sesa sugjerohet nga modelet tipike stimul-përgjigje. Së pari, siç ka treguar teoricieni Stuart Hall, njerëz të ndryshëm përgjigjen ndryshe – duke pranuar, mohuar apo negociuar kuptimet, dhe duke përpunuar në nivele konjitive, afektive dhe praktike,

në mënyra të ndryshme. Së dyti, ka një gamë të gjerë mundësish që kanë efekte të mundshme si legjitimimi apo detyrimi, si dhe kornizimi dhe përcaktimi i axhendave, të cilat janë më të buta sesa në rastet e përmbajtjes që nxit frikë, eksitim, shpresë apo zemërim. Në këtë kontekst, nuanca nevojitet që të kuptohet dhe reagohet bazuar mbi dëmtimin e dukshëm tek i cili mund të çojë një tekst i caktuar. EMI është njëra nga mënyrat për të identifikuar kur dëmtimi potencial mund të kthehet në dëmtim real. Për shembull, EMI mund gjithashtu të ofrojë vëzhgime ndaj kushteve kur ligjërimi mund të ketë impakt dhe nevoja të rrezikshme që duhen adresuar menjëherë, krahasuar me kontekstet e tjera. Zotësi të tilla marrin nga Plani Rabat ndaj luftës kundër gjuhës së urrejtjes që tërheq vëmendjen për të parë karakteristikat kryesore si statusi dhe influenca e folësit, shpërndarja e fjalimit, kushtet e kontekstit, etj. EMI mund të ndihmojë gjithashtu në kuptimin e rolit të kompanive të komunikimeve dixhitale në shumëfishimin dhe përsëritjen e përmbajtjes, përfshirë "bilbilfryrësit" që duket sikur janë legjitim, por të cilët përbëjnë përmbajtje që mund të kodifikohet si veprime të dëmshme.

    - Kërkoju mësuesve të ndajnë ndonjë përvojë që ata ose një mik ka patur me njërën nga sfidat e skicuara më lart në lidhje me përmbajtjen potencialisht ose realisht të dëmshme. Si u ballafaqove me të? Cili ishte rezultati përfundimtar? Çfarë mësimesh morën prej saj?

- Konsideroni, për shembull, vjedhjen e identitetin, vjedhjen monetare/phishing, shkeljen e të drejtave të njeriut apo ndonjë abuzim tjetër në internet. Përmes kërkimit ose duke përdorur burime të ofruara në këtë Kurikul të Edukimit mbi Median dhe Informacionin, identifikoni dhe listoni hapat që duhen marrë dhe karakteristikat e sakta që mësuesit dhe nxënësit duhet të kërkojnë që të dallojnë kërkesa mashtruese online për informacion, faqe ueb mashtruese dhe përmbajtje që prek të drejtat e njeriut. Burimet e përdorura për këtë veprimtari duhet të jenë praktike dhe të përfaqësojnë raste sa më reale të jetë e mundur. Mësuesit duhet ta kryejnë këtë veprimtari për të gjithë rreziqet e renditura më lart.
- Në kontekstin e pandemisë Covid-19, bëj një kërkim online bollëkun e informacionit mjekësor (apo ndonjë kategorie tjetër) që është i disponueshëm në internet. A mund të të ndihmojnë faqet mjekësore për të diagnostikuar ndonjë problem që ke? A është e sigurtë ndërmarrja e veprimeve lidhur me shëndetin tuaj bazuar në këshillat e uebit? Listo dhe diskuto mënyrat kryesore për të përcaktuar autenticitetin dhe autoritetin e faqeve ueb mjekësore.
- Nëse je pjesë e një rrjeti social, bëni një kërkim me emrin tuaj në DuckDuckGo, Google, Yandex, Baidu apo motorë të tjerë kërkimi. Sa informacion personal gjendet në domain publik mbi ju? A mund të gjeni informacione mbi ju, të cilat ju mund t'i keni fshirë nga rrjeti juaj social? Me cilin nga rreziqet e lartpërmendura lidhet ky informacion?
- Shkëput një pjesë nga Deklarata e Facebook mbi të Drejtat dhe Detyrimet, Neni 2, "Ndarja e përmbajtjes dhe informacionit tuaj" (apo çfarëdo rrjeti tjetër social apo dhe softueri që vjen me kompjuterin tuaj). Në grupe të vogla, analizoni nëse ekstrakti i përzgjedhur mund të ketë efekt në privatësinë, ndoshta dhe sigurinë,

e dikujt tjetër. Si mund ta kontrollojnë përdoruesit përmbajtjen e postuar online? Analizoni dhe diskutoni se kush e mban të drejtën e kopjimit për lloje të ndryshme përmbajtje (foto, video, etj.) të postuara në rrjetet sociale ose në ueb. Për më shumë mbi privatësinë shikoni Modulin 8.

- Diskutoni asimetrinë midis asaj që përdoruesit mund të kujtojnë për veten e tyre, historinë dhe gjeografinë e tyre, dhe nëse kompanitë e internetit kanë dijeni për to.
- Shqyrtoni Konventën e Kombeve të Bashkuara mbi të Drejtat e Fëmijëve. Ajo parashtron të drejtat bazë të njeriut që fëmijët kanë: e drejta e mbijetesës, për t'u zhvilluar plotësisht; për t'u mbrojtur nga ndikimet e dëmshme; abuzimi dhe shfrytëzimi; dhe për të marrë pjesë plotësisht në jetën familjare, kulturore dhe shoqërore. A ka nene të Konventës që kërkojnë zhvillimin e udhëzimeve të përshtatshme për mbrojtjen e fëmijëve nga informacioni dhe materiali që mund të dëmtojë mirëqenien e tyre?
- Raporti i 10-të Vëzhgues mbi Teknologjinë i Unionit Ndërkombëtar të Telekomunikacionit ka argumentuar mbi nevojën për të adresuar shqetësimet e privatësisë dhe sigurisë si prioritetin numër një për përmirësimin e jetesës në botën dixhitale dhe në internet (ITU 2009). Mungesa e një lirie të qenësishme përfaqëson një rrezik për të gjithë sistemet dhe proceset që mbështeten në komunikimin elektronik (ITU 2006). Siguria e dobët apo e munguar çon në ngjarje të shtuara të krimeve kibernetike. Disa kanë argumentuar se "aksesi në komunikim është i padobishëm nëse paqja dhe siguria online nuk mund të garantohen..." dhe propozon që ne duhet të shohim botën dixhitale si një "komunitet të murosur, kur përdoruesit mund t'u duhet të sakrifikojnë disa liri dhe anonimat për një siguri më të mirë..." *(ITU News)*

Sidoqoftë, shumë aktivistë të lirisë në internet janë të shqetësuar për interferencën dhe kontrollin e qeverisë. Ka një shqetësim në rritje që interneti po bëhet një hapësirë e mbyllur dhe e kontrolluar dhe jo një hapësirë e hapur me interes publik dhe që gjithmonë e më shumë dominohet nga qeveritë dhe korporatat. Mund të jetë rasti që për disa qeveri dhe biznese, siguria është një shqetësim dominant, ndërsa ky nuk është rasti me shumë qytetarë. E drejta e privatësisë, që mbështetet nga anonimati dhe inkriptimi, shihet si e rëndësishme në shmangien e përndjekjes për disa pikëpamje të caktuara, për të përmirësuar gjurmimin e modeleve biznes të mbikëqyrjes dhe për të mos hapur dyer të fshehura për kriminelët kibernetikë.

  - Diskuto pohimet e citimeve më lart. A mendoni se qeveritë kanë nevojë të ndërmarrin hapa për të bërë botën virtuale më të sigurtë? Pse po ose jo?
  - A jeni dakord që privatësia duhet sakrifikuar në një farë mase në disa situata? Cilat janë rrjedhojat e kësaj? Çfarë do të ndodhte nëse interneti do të kontrollohet nga cilido shtet apo rajon në botë?
- Bëni një kërkim mbi llojet e ndryshme të instrumenteve që po përdoren për sigurinë e internetit – inkriptimi; mbrojtja e fjalëkalimeve; monitorimi i zbulimit të ndërhyrjeve të sigurisë nga qeveritë apo kompanitë që hakohen. Diskutoni përfitimet e tyre dhe dezavantazhet.

- Përzgjidh cilëndo faqe ueb të rrjeteve sociale apo softuerëve të përdorur nga ju. Eksperimento me kuadrin e privatësisë. Kërko në "termat e përdorimit" për "privatësi dhe siguri". A mendoni se mbrojtjet e privatësisë janë të mjaftueshme për të ndihmuar që ju të shmangni disa nga rreziqet e përshkuara në këtë seksion (shiko kutitë e rrezikut të lidhura me përmbajtjen dhe kontaktet e internetit)? Cilat janë pasojat kur vendosni kuadrin e privatësisë në nivelin maksimal? Shikoni më shumë mbi privatësinë në Modulin 8 dhe mediat sociale në Modulet 7 dhe 11.

Vlerësime dhe rekomandime

- Provime me shkrim
- Ese, refleksione dhe punime reaguese ndaj leksioneve, rasteve të studimit, prezantimeve / këqyrjeve audiovizive
- Pjesëmarrje në veprimtari mësimore në grup
- Prodhimi i materialeve informuese-edukuese-komunikuese (për shembull, posterat, broshurat, infografikat, kartat e mediave sociale, blogjet).
- Detyrat e kursit
- Tregimet / raportet investigative

NJËSIA 3: MËSIMI, RRJETËZIMI DHE PËRFSHIRJA SOCIALE ONLINE

KOHËZGJATJA: 8 ORË

Temat kryesore:

- Mësimi i rrjetëzuar
- Angazhimi social
- Edukimi kritik mbi median dhe informacionin
- Përdorimi, konsumimi, prodhimi dhe angazhimi me mediat sociale

Objektivat mësimore

Në fund të kësaj njësie mësuesit do të jenë në gjendje të:

- Kuptojnë motivet e nxënësve për përfshirjen në mediat sociale dhe të konsiderojnë disa nga metodat, teknikat dhe mënyrat që ata përdorin mediat sociale
- Analizojnë se si rrjetëzohen nxënësit, nëse ata janë plotësisht të ditur mbi rrjetëzimin e tyre dhe vlera që ata vendosin në rrjetëzim.
- Shqyrtojnë se si mësimi mund të ndodhë përmes fokusimit në mediat sociale dhe rrjetëzimit online

- Zhvillojnë disa veprimtari mësimore të lidhura me përfshirjen në mediat sociale
- Vlerësojnë se si angazhimi social ndodh në dhe përmes mediave sociale dhe rrjetëzimit online, dhe nëse ky angazhim social ka një efekt domethënës mbi të trajnuarit, mësimin e tyre dhe jetët e tyre

Qasje dhe veprimtari pedagogjike

Përmbledhtas: ashtu siç është diskutuar më parë në këtë Kurikul (Pjesa 1), pedagogji të ndryshme janë të mundshme. Ju lutem ta rishikoni listën në Pjesën 1 dhe të vendosni se cilën qasje të zbatoni për veprimtaritë e sugjeruara më poshtë dhe për të tjera që ju mund të formuloni.

- Media sociale përdoret gjerësisht në botë. Ka një shtim të kanaleve, aplikacioneve dhe shërbimeve të medias sociale, shumica prej tyre pa kosto abonimi për përdoruesit, të dhënat e të cilëve përdoren, shiten dhe blihen nga brokera të dhënash dhe reklamues pagues. Këto kanë një potencial domethënës për sektorin edukativ.[89] Në të njëjtën kohë, përdoruesit duhet të jenë të vetëdijshëm se një potencial i tillë vjen me një çmim për privatësinë e tyre dhe për rrjedhojë, individualitetin e tyre si njerëz autonom në kontroll të përmbajtjes që marrin. Pa anashkaluar këto praktika, rrjetëzimi në një nivel normues duhet të jetë dhe ndërtim komuniteti prej kolegësh dhe një mënyrë për të pasuruar kapitalin shoqëror dhe mësimor përmes TIK-eve dhe ofruesve të tyre. Shikoni Modulet 7 dhe 11 për shumë mbi mediat sociale. **Kjo Njësi fokusohet më shumë mbi mësimin dhe rrjetëzimin për ndryshime sociale përmes medias sociale.**
- Mira (2017) thekson elementët e mëposhtëm për të shtuar mësimin dhe edukimin e ndërlidhur:
  - BASHKËPUNIMI: Mësuesit e ndërlidhur punojnë në mënyrë bashkëpunuese.
  - KURESHTJA: Mësuesit e ndërlidhur sjellin një mendësi kërkuese në praktikat e hapësirave mësimore.
  - KURAJA: Mësuesit e ndërlidhur heqin dorën nga një pjesë e kontrollit të tyre për hir të përvojës mësimore.
  - ANGAZHIMI CIVIL: Mësuesit e ndërlidhur i angazhojnë nxënësit në jetën publike.
  - KUJDESI: Mësuesit e ndërlidhur ndajnë interesat e tyre dhe mësimin me të trajtuarit.
- Media sociale mund të përdoret në një sërë mënyrash për të pasuar nxënien. West (2019) dokumenton disa veprimtari që mund të ndihmojnë lidhjen e nxënësve me të tjerët për të shtuar ndërveprimet dhe nxënien, përfshirë:
  - Përdorimin e një faqe Facebook për të transmetuar përditësime dhe njoftime
  - Përdorimin e një grupi Facebook për të transmetuar drejtpërsëdrejti leksione dhe për të organizuar diskutime

89 Shiko https://www.commonsense.org/education/top-picks/social-networks-for-students-and-teachers dhe https://www.techlearning.com/tl-advisor-blog/25-social-networks-media-sites-for-education.

- Përdorimin e Twitter si një tabelë mesazhesh për klasën
- Përdorimin e Instagram për ese me foto
- Krijimin e një blogu të nxënësve për diskutime
- Caktimin e postimeve blog si ese
- Krijimin e një tabele Pinterest specifike për klasën
- Krijimin e grupeve Facebook bazuar në interesa të veçanta
- Krijimin e një strategjie krizash në medias sociale (për raste emergjencash)

Mbaj mend që ju nuk po flisni vetëm për përdoruesit, por për vetë platformat dixhitale.

- Organizo një debat me mësuesit dhe nxënësit rreth njërës apo të dyja serive të argumenteve. Cakto grupe nxënësish që do të dokumentojnë dhe përgatisin një raport të shkurtër mbi rezultatet e debatit dhe vendosni nëse ja vlen t'i përcillen ato autoriteteve arsimore.
    - Konteksti bashkëkohor përfshin median sociale dhe mundësi e angazhim të rrjetëzuar që mund të jetë me përfitim dhe madje kritik për udhëzime dhe mësim. Sidoqoftë, ekzistenca e mësimit të ri dhe të rrjetëzuar nuk nënkupton që edukimi do të pasurohet pa përpjekje apo i çliruar nga të nxjerrja e të dhënave dhe marketingu. Çështja e angazhimit social kërkon reflektim dhe shoqërim serioz përgjatë procesit edukativ.
    - Përmes aspekteve të argëtimit dhe pushimit të mediave sociale, ka një njësi në rritje të kërkimeve në mediat sociale dhe nxënien që lidhet me angazhimin social. Çështja është se çfarë lloji angazhimi dhe çfarë impakti do të jetë (Jenkins, Shresthova, Gamber-Thompson, Kigler-Velenchik dhe Zimmerman, 2016). A pasuron media sociale, për shembull, pjesëmarrjen qytetare dhe mësimin në një mënyrë kritike? [Shikoni gjithashtu Modulin 5 mbi Audiencat dhe Qytetarinë Globale].
- Kjo veprimtari është për mësuesit dhe nxënësit me një sfond të përparuar në këtë fushë. Drejtoji nxënësit të zhvillojnë dhe të prezantojnë një seri leksionesh publike ose online me mësime bazë mbi videot për edukatorë të tjerë në komunitetin, vendin apo rajonin e tyre, bazuar në argumentet e mëposhtme:
    - Disa debate të lidhura me përdorimin, prodhimin dhe përfshirjen në media sociale përqendrohet gjithashtu në çinformim dhe teoritë konspirative dhe nevojën për edukim kritik mbi mediat dhe informimit që të kuptohet bota.[90] Prandaj, mësuesit kanë nevojë të shqetësohen rreth mënyrës se si të mësojnë të përdorin mediat sociale dhe angazhimin social përmes rrjetëzimit online, dhe, ajo është më e rëndësishme, se si të kuptojnë atë që po bëjnë, me çfarë po ekspozohen dhe në çfarë mase po arrin ndërveprimi i tyre. Ndërsa media sociale ka, në një farë shkalle, demokratizuar komunikimet, ajo ka prezantuar një masë shqetësimesh të mbikëqyrjes, privatësisë dhe të lidhura me pushtetin.

90 Shiko Carr, Cuervo dhe Daros, 2019; Carr, Daros, Cuervo dhe Thésée, 2020.

- Drejtoji mësuesit të kërkojnë për detaje në kërkimin ChicagoLX (2019) që gjeti që "përvojat mësimore të ndërlidhura përmirësonin mendësitë edukative të nxënësve, qëndrimin e tyre ndaj ngulmimit, hapjen ndaj përsëritjes dhe rritjen në mendimin kritik dhe shoqërohej pozitivisht me rritje në rezultatet e provimeve". Studimi rekomandon lidhjen e Interesave, Marrëdhënieve dhe Mundësive me qëllim kultivimin e nxënies:
    - Organizo një diskutim në hapësirën mësimore me nxënës në shkolla, qendra/ mjedise komunitare ose online. Diskutimi duhet të jetë një lloj fokus grupi informal që kërkon feedback-un e nxënësve nëse identifikohen me këto gjetje, nëse përkon me përvojën e tyre dhe mbi atë që ata mendojnë se duhet bërë për të përdorur median sociale për nxënie.
- Eksploro guida të mediave sociale si "Edukimi dhe Nxënia me Twitter" që promovojnë përdorimin e mediave sociale në hapësirat mësimore.

Diskuto me mësuesit nëse ata i kanë përdorur ndonjëherë këto guida. Cila është përvoja e tyre? Cilat janë disa nga avantazhet dhe dezavantazhet? Për çfarë mbështetje kanë nevojë nga autoritetet arsimore apo vetë kompanitë e mediave sociale, nëse kanë? Cilat janë interesat e kompanisë në ofrimin e shërbimeve dhe këshillave të tyre në termat e fitimit të parave nga ana e tyre?

- Krijo një poster që skicon sesa e rrjetëzuar është klasa / shkolla / komuniteti juaj. Dokumenti Media Smarts në linkun e mëposhtëm mund të jetë i dobishëm për t'u ndihmuar që ta kornizoni dhe të ndërmerrni këtë veprimtari (https://mediasmarts.ca/sites/default/files/publication-report/summary/ycwwiii_connected_to_learn.pdf).
- Posteri do të kërkojë disa konsultimeve dhe kërkime. Bëni një sondazh të anëtarëve të kampionit tuaj (hapësira mësimore / komuniteti) dhe krijoni një metodologji për të përcaktuar si më poshtë:
    - Kush janë pjesëmarrësit dhe cili është identiteti i tyre (që nënkupton, mosha, gjinia apo identifikues të tjerë me peshë)?
    - Cili është konteksti? (që nënkupton, çfarë lloje shkolle, në çfarë kushtesh, gjuhe, etj.?)
    - Çfarë lloj mediash sociale përdoren, sa, kur dhe përse?
    - Çfarë lloj mbështetje apo udhëzimi marrin nxënësit nga mësuesit dhe / ose prindërit e tyre?
    - Cilat janë sfidat e aksesimit të medias sociale?
    - Cilat janë implikimet e përdorimit të ofruesve të mediave sociale?
    - Cilat rrjete janë zhvilluar përmes përdorimit të mediave sociale? A janë këto rrjete me përfitim për mësim, angazhim, solidaritet social, socializim, etj.? Shpjego.
    - A çon rrjetëzimi në mediat sociale në nxënien "më të mençur"? Nëse po, si?
    - Si e ndikon edukimi nxënien tuaj dhe rrjetëzimin përmes mediave sociale?

- Ky mund të ishte një mini-projekt kërkimor. Ai do të kërkojë disa reflektime për të hartuar pyetje dhe organizuar analizën, përveç krijimit të posterit. Një pjesë e rëndësishme e këtij ushtrimi do të jetë konceptimi i problemit dhe hetimi i kuptimit të rrjetëzimit të medias sociale, përfshirë marrëdhënien midis përdorimit, përfshirjes dhe prodhimit të medias sociale dhe nxënies.
- Krijo një tabelë mesazhesh të mediave sociale për nxënësit, ku t'i jepet vëmendje opsioneve për kurim të mesazheve. Fokuso mesazhet, debatoni dhe kërkoni t'i përfshini nxënësit përmes një pjesëmarrje aktive. Krijo udhëzime mbi përdorimin dhe konsidero respektin, konfidencialitetin, privatësinë, moderimin, arkivimin e të dhënave dhe si është e mundshme të përcaktohen cilësia e debatit dhe interesi i pjesëmarrësve. Një shembull tjetër i një teme specifike mund të ishte efekti i Covid-19 mbi nxënësit në nivelet edukative, shoqërore, ekonomike, shëndetësore dhe komunitare.
- Dokumento gjatë një periudhe një-javore se sa kohë kalohet në media sociale, me kë dhe për çfarë qëllimi. Kërkoju nxënësve të diskutojnë se çfarë kanë gjetur më me vlerë në angazhimin online. A lidhen ata me njerëz që i njohin apo me njerëz jashtë rrethit të tyre të afërt? A përfshihen ata në dialog me të tjerët, mbi çfarë temash dhe si? A parapëlqejnë ata të përfshihen vetëm me njerëz që mendojnë si ata apo me një gamë perspektivash dhe a ndiejnë ata që mendimet e tyre ndryshojnë ndaj perspektivave të ndryshme ndaj të cilave ekspozohen? A panë ata ndonjë impakt mbi përmbajtjen dhe reklamimin që filluan të marrin nga vende të tjera?

Vlerësime dhe rekomandime

- Vendosi nxënësit të vetëvlerësohen në marrëdhënie me impaktin e angazhimit me mediat sociale (krijo një pyetësor për ta bërë këtë ose kërkoju atyre që të shkruajnë një narrativë të shkurtër mbi këtë temë).
- Krijo një instrument sasior për të matur sesa kohë shpenzojnë nxënësit në mediat sociale si dhe në çfarë fushash.
- Prezanto projekte kur rrjetëzimi është një komponent kryesor, duke theksuar bashkërendimin dhe bashkëpunimin.
- Inkurajo rrjetëzimit jashtë komunitetit të afërt (ji vigjilent për të garantuar që privatësia e duhur dhe mbrojtësit e sigurisë janë në vendin e tyre). Shikoni më shumë mbi privatësinë në Modulin 8.
- Vendosi nxënësit të ndërmarrin një analizë kritike të kanaleve të ndryshme të mediave sociale, çfarë pëlqejnë ose jo, çfarë do të ndryshonin, cilat janë implikimet e përdorimit të tyre, etj.

NJËSIA 4: GJURMËT E EDUKIMIT MBI MEDIAN DHE INFORMACIONIN: EDHE MË SHUMË MBI ADMINISTRIMIN E PRANISË ONLINE

KOHËZGJATJA: 2 ORË

Temat kryesore:

- Çfarë është gjurma e edukimit për median dhe informacionin (EMI)?
- Si lidhen gjurmët EMI me gjurmët dixhitale?
- Pse të promovojmë gjurmët EMI?

Objektivat mësimore

Në fund të kësaj njësie, mësuesit dhe nxënësit do të jenë në gjendje të:

- Përshkruajnë se çfarë është një gjurmë EMI dhe të kuptojnë rëndësinë e lënies së gjurmëve EMI online.
- Listojnë dhe shpjegojnë se çfarë nënkuptohet me krijimin dhe monitorimin e gjurmëve online.

Demonstrimi i EMI siç ndodh

Për të kuptuar rëndësinë e gjurmëve të edukimit mbi median dhe informacionin (gjurmët EMI), reflektimi mbi kuptimin e gjurmëve dixhitale është i dobishëm. Gjurmët dixhitale janë të dhëna që përdoruesit lënë nga pas në pajisjet dixhitale. Ato mund të krijohen në një mënyrë aktive ose pasive dhe zakonisht mblidhen në mënyrë sistematike nga shërbimet dhe kompanitë e internetit për përdorime të ndryshme dhe shpesh tregtare, të cilat, më pas ndikojnë përvojën lundruese të përdoruesve, profilin online, rezultatet e kërkimit dhe madje privatësinë e sigurinë. Prandaj, përdoruesit e internetit duhen pajisur me kompetenca EMI që të jenë të vetëdijshëm se çfarë informacioni grumbullojnë prej tyre shërbimet dhe kompanitë e internetit, gjurmët dixhitale që u mundësojnë ndryshime pozitive personale dhe shoqërore, gjurmët e padëshiruara dixhitale që duhen shmangur dhe si t'i bëjnë këto. Kur përdoruesit e edukuar për median dhe informacionin shpjegojnë dhe ndajnë me të tjerët se si po përfshihen në mënyrë kritike online, këto mund të quhen "gjurmë EMI".

Cilat janë disa nga gjurmët EMI?

- Përmbajtja e lidhur me EMI që ti ndan në rrjetet e tua sociale
- Instrumentet online që përdor për të promovuar veprimtaritë EMI
- Artikujt e lajmeve online apo videot që mbulojnë veprimtaritë tuaja apo të organizatës tuaj

- Llojet e ndryshme të mediave online që përdorni për të advokuar për objektivat tuaj
- Informacionin e synuar që jep për veten apo veprimtaritë e organizatës

Cilat janë disa nga mënyrat për të krijuar gjurmë EMI?

- Kërko dhe këqyr/dëgjo përmbajtje të lidhur me EMI
- Ndajë përmbajtje të lidhur me EMI me persona të tjerë

Përdori këto postime për shtuar gjurmët e tua EMI. Algoritmet e platformave sociale përdorin të dhëna për të të siguruar përmbajtje të ngjashme me atë që ke ndërvepruar me përpara dhe gjithashtu për të të sugjeruar organizata apo individë me interesa të përbashkëta. Përpiqu t'i trajnosh këto algoritme të të japin më shumë informacion sesa të duhet. Pavarësisht nga kjo, ji proaktiv dhe eksploro, në vend që thjesht të pranosh atë që të rekomandon sistemi.

Lër gjurmë EMI duke vendosur të:

- Promovosh përdorimin e mediave sociale për angazhim të informuar me ekologjinë e komunikimit.
- Promovosh përdorimin e mediave sociale në të cilat qytetarët ushtrojnë lirinë e tyre të shprehjes dhe janë pjesëmarrës aktiv në shoqërinë e tyre.
- Përdorësh mediat sociale për të ndarë njohuri kritike rreth sfidave të tyre dhe zgjidhjeve të ndryshme që mund të bëhen dhe të zbatohen.
- Përdorësh mediat sociale për të ekspozuar dhe raportuar çinformimin. Ndaj faqe ueb që bëjnë fact-checking për t'i ndihmuar kolegët për të bërë të njëjtën gjë. Në këtë mënyrë, ti e prezanton veten si një burim të besuar dhe lë gjurmë EMI që të gjurmohen nga të tjerët.

- Iniciosh diskutime online të lidhura me EMI mbi çështje te caktuara sociale. Për shembull, si mund të fuqizojë EMI njerëzit për të dalluar stereotipizimet gjinore në informacion dhe përmbajtje online dhe si të krijosh një narrativë që i kundërvihet kësaj përmbajtje.

Ide:

- Posto një tregim rreth EMI në profilin tënd ose në një grup specifik.
- Tregoju njerëzve pikëpamjen tënde se si EMI mundëson që ata të kuptojnë më mirë përmbajtjen e ushqyer në termat e asaj që algoritmet e ofruesve po të prezantonin ty.
- Ftoji njerëzit të ndajnë pikëpamjen e tyre.
- Jepu përgjigje opinioneve të njerëzve pavarësisht nëse ju jeni dakord apo jo, ndërsa shpërfillni trollet (përpjekje për të shtuar klikime) që nuk janë të interesuara në një diskutim civil.
- Tregoju atyre se si diskutimet kanë ndikuar pikëpamjen tuaj.

Qasje dhe veprimtari pedagogjike

Përmbledhtas: ashtu siç është diskutuar më parë në këtë Kurikul (Pjesa 1), pedagogji të ndryshme janë të mundshme. Ju lutem ta rishikoni listën në Pjesën 1 dhe të vendosni se cilën qasje të zbatoni për veprimtaritë e sugjeruara më poshtë dhe për të tjera që ju mund të formuloni.

- Ndaj një video të shkurtër për të promovuar EMI mbi një temë të caktuar dhe pyeti të tjerët se çfarë mendojnë.
- Vizito faqen e UNESCO-s KLIKIMET EMI https://en.unesco.org/milclicks në median sociale të iniciativës mësimore EMI. Kërko për "gjurmët EMI" për të gjetur burime të lidhura me të. Bëj kërkim për tema të tjera me interes për ju. Përdori këto burime në përvojën mësimore dhe udhëzuese dhe ndaje përvojën tënde online, duke përdorur tagun #MILCLICKS;
- Krijo një klub EMI në hapësirën mësimore, bibliotekën apo komunitetin tuaj. përgatit një projekt-dokument bazë, duke artikuluar objektivat zhvillimorë, rezultatet e pritshme, hyrjet, daljet, veprimtaritë / strategjitë, strategjinë e qëndrueshmërisë, burimet e nevojshme, etj. Siguro që të marrësh lejet e nevojshme aty ku duhet. Inkurajo anëtarët e grupit që të bëhen MILCLICKers, https://en.unesco.org/feedback/commitment-be-mil-clickerand dhe ambasadorë të "gjurmëve EMI" në familjen / grupin shoqëror / komunitetin e tyre.

Facebook: Shko tek azhornimet e vijës kohore (timeline settings) e Aplikacioneve dhe faqes ueb dhe kontrolloni:

- Në cilat faqe ueb ke loguar duke përdorur Facebook?
- Cilat aplikacione kanë akses aktiv në të dhënat tuaja?
- Cilat të dhëna po përdorin ato?
- Redakto llojet e informacionit që mund të aksesojnë ata.
- Çfarë ndodh me të dhënat tuaja në aplikacionet që u kalon afati apo ju i fshini?
- Si mund t'u kërkosh atyre që të fshijnë informacionin që ata kanë për ju nga Facebook?

Vlerësime dhe rekomandime

- Provime me shkrim
- Ese, refleksione dhe punime reaguese ndaj leksioneve, rasteve të studimit, prezantimeve / këqyrjeve audiovizive
- Pjesëmarrje në veprimtari mësimore në grup
- Prodhimi i materialeve informuese-edukuese-komunikuese (për shembull, posterat, broshurat, infografikat, kartat e mediave sociale, blogjet).
- Detyrat e kursit
- Tregimet / raportet investigative

Burime për këtë Modul

Carr, Paul R, Cuervo, Sandra dhe Daros, Michelli. (2019). Angazhimi qytetar në epokën bashkëkohore të fake news: Shpërqëndrim hegjemonik apo kontroll i kontekstit të medias sociale? [Citizen engagement in the contemporary era of fake news: Hegemonic distraction or control of the social media context?] Postdigital Science and Education, 1-22. https://link.springer.comarticle/10.1007/s42438-019-00052-z#citeas

Carr, Paul R, Daros, Michelli, Cuervo, Sandra, dhe Thésée, Gina. (2020). "Media sociale dhe kërkimi për demokraci: Shtirja e ri-zgjimit?" në Trifonis, Peter (red.) Manuali i Teorisë dhe Kërkimit në studimet kulturore dhe Edukim [Social media and the quest for democracy: Faking the re-awakening?. In Trifonis, Peter (ed.), Handbook of Theory and Research in Cultural Studies and Education] (1-24). New York: Springer. https://link.springer.com/referenceworkentry/10.1007%2F978-3-030-01426-1_31-1#citeas

Chen, Joyce Chao-chen (2013). Mundësitë dhe sfidat e MOOC: Perspektiva nga Azia [Opportunities and challenges of MOOCs: perspectives from Asia]. Punim i prezantuar në IFLA WLIC 2013 – Singapor – Bibliotekat e të Ardhmes: Mundësi pafund në Sesion 98 – Menaxhimi i Njohurisë me Bibliotekat Akademike dhe Kërkimore [Future Libraries: Infinite Possibilities in Session 98 - Knowledge Management with Academic and Research Libraries].

ChicagoLX. (2019). Guida e Mësimit të Ndërlidhura: Një burim i testuar për praktikantët [Connected Learning Guide: A Field-Tested Resource for Practitioners]. https://resources.chicagolx.org/clguide/clx-connected-learning-guidecompact-4-29-19.pdf

Dalberg. (2013). Impakti i Internetit në Afrikë: Vendosja e kushteve për sukses dhe katalizatorët e rritjes gjithëpërfshirëse në Gana, Kenia, Nigeri dhe Senegal [Impact of the Internet in Africa: establishing conditions for success and catalysing inclusive growth in Ghana, Kenya, Nigeria and Senegal]. Akesuar online në 22/10/2013 te http://www.impactoftheinternet.com/pdf/Dalberg_Impact_of_Internet_Africa_Full_Report_April2013_vENG_Final

Jenkins, H., Shresthova, S., Gamber-Thompson, L., Kligler-Velenchik, N., dhe Zimmerman, A. (Red.). (2016). Përmes gjithë mjeteve të domosdoshme: Aktivizmi i ri i të rinjve. [By any means necessary: The new youth activism]. New York: New York University Press.

Johnson, M., Riel, R. & Froese-Germain, B. (2016). Të lidhur për të mësuar: Përvojat e mësuesve me teknologjitë e rrjetëzuar në klasa [Connected to learn: Teachers' experiences with networked technologies in the classroom}. Ottawa: MediaSmarts/ Federata Kanadeze e Mësuesve. https://mediasmarts.ca/sites/default/files/publication-report/full/ycwwiii_connected_to_learn.pdf

Mira, N. (2017). Nga nxënia e ndërlidhur te mësimi i ndërlidhur: Një hap i domosdoshëm përpara [From Connected Learning to Connected Teaching: A Necessary Step Forward]. Alenca e Nxënies së Ndërlidhura (faqe ueb). https://clalliance.org/blog/connectedlearning-connected-teaching-necessary-step-forward/

(PDF) Interneti i gjërave për Afrikën: Sfida dhe mundësi [Internet of things for Africa: Challenges and opportunities], https://www.researchgate.net/publication/287997186_Internet_of_Things_for_Africa_Challenges_and_Opportunities

Seidler, N. (2013). Një internet i hapur në Afrikë: Sfida që shkojnë përtej [An open Internet in Africa: challenges shifting beyond]. Aksesuar online 25/10/2013 te http://www.internetsociety.org/blog/2013/03/open-internetafrica-challenges-shifting-beyond-access

West, C. (2019). 12 Mënyra për të përdorur median sociale për edukim [12 Ways to use social media for education]. sproutsocial.com https://sproutsocial.com/insights/social-media-for-education/

Faqe ueb

Shoqata e Edukimit për Median (Kanada)

ShEM është një bashkim jofitimprurës dhe bamirës mësuesish, bibliotekarësh, konsulentësh, prindërish, punëtorësh të kulturës dhe profesionistësh të medias që janë të interesuar t'i ndihmojnë njerëzit të krijojnë një të kuptuar të informuar dhe kritik të natyrës së medias, teknikës së tyre dhe impaktit të tyre. Konceptet Kyçe të Edukimit për Median, të krijuara në 1989, janë baza për konceptet bërthamë të EMI për shumë organizata në botë. https://aml.ca/

Qendra e Edukimit për Median (globale)

Adoptimi i kornizës bazë të QEM krijon një fjalor të përbashkët, gjeneron të kuptuar të përbashkët dhe promovon metodologji udhëzuese konsistente nëpër disiplina, nivele të ndryshme klasash, shkollash dhe rajonesh, madje dhe shtetesh e kombesh. https://www.medialit.org/global

Aleanca e Nxënies së Ndërlidhur (ShBA)

Aleanca e Nxënies së Ndërlidhur mbështet zgjerimin dhe influencën e një rrjeti edukatorësh, ekspertësh dhe organizash në shërbim të të rinjve duke mobilizuar teknologji të reja në shërbim të barazisë, akesit dhe mundësive për gjithë të rinjtë. https://clalliance.org/

MediaSmarts (Kanada)

MediaSmarts është një organizatë bamirëse e jofitimprurëse e edukimit për median dhe informacionin. Vizioni i saj është që fëmijët dhe të rinjtë të kenë zotësi të mendimit kritik për t'u angazhuar me median si qytetarë dixhitalë aktivë e të informuar. https://mediasmarts.ca/

Aleanca Veriperëndimore për Media të Përgjegjshme (ShBA)

Aleanca Veriperëndimore për Media të Përgjegjshme është e përkushtuar të monitorojë influencën e mediave të lajmeve dhe argëtimit mbi shoqërinë tonë, edukimin e komunitetin mbi këtë influencë dhe punën me mediat profesionale për të ndikuar industrinë që të veprojë në mënyrë të përgjegjshme në ndihmën e krijimit të një mjedisi kulturor për lulëzimin e të gjithëve. https://nwaresponsiblemedia.org/

Parë online 10/22/2013 at http://www.impactoftheinternet.com/pdf/Dalberg_Impact_of_Internet_Africa_Full_Report_April2013_vENG_Final.

MODULI 10:

REKLAMA DHE EDUKIMI MBI MEDIAN DHE INFORMACIONIN

SFONDI DHE ARSYEJA

Reklama, në një formë apo në një tjetër, arrin pothuajse çdo cep të botës. Kompanitë, organizatat, qytetarët dhe qeveritë mund të përdorin reklamën për të promovuar produkte, shërbime dhe ide për të përcjellë informacion, bindje dhe vlera. Është e pranishme pothuajse kudo e në çdo formë. Reklama merr vendin në mediat tradicionale si gazetat, televizioni dhe radio, si dhe media të reja si rrjetet sociale, blogjet, faqet ueb, telefonat smart, aplikacionet celulare dhe pajisjet e lëvizshme, vendosjes së produkteve të filma, etj. Inteligjenca Artificiale (IA), e çiftuar me zotësitë për ruajtje masive të të dhënave personale dhe shtigjeve dixhitale të lënë nga përdoruesve online apo në pikat e shitjes, përdoret për të analizuar sjelljen e klientëve, për të parashikuar dhe formësuar nevojat, preferencat, pëlqimet dhe mospëlqimet e tyre. Algoritmet përdoren për të nxjerrë të dhëna dhe për të gjeneruar reklama të personalizuara. IA ka mundësuar reklamuesit që të mikro-targetojnë konsumatorët në mënyrë individuale, nganjëherë deri në detaje të vogla; duke arritur klientin me reklama të personalizuara bazuar mbi gjininë, moshën, nivelin shoqëror, orientimin seksual, pëlqimet personale, etj. Ky realitet zmadhohet kur njerëzit me dijeni apo jo japin ose shkëmbejnë të dhënat e tyre për të shijuar shërbimet “falas” të ofruara nga kompanitë dhe aplikacionet dixhitale.

Kompanitë apo qeveritë varen te reklamat për të patur fushata të suksesshme. Reklamat i ndihmojnë ata të arrijnë tregje ose të targetojnë popullata për të gjeneruar kërkesën apo sjelljen e nevojshme që synojnë të ndryshojnë. Procesi i reklamës në një shkallë të madhe mbështetet te motivimi i njerëzve dhe dëshirat e pandërgjegjshme më shumë se nga mendimi i tyre kritik dhe racional. Sidoqoftë, edukimi mbi median dhe informacionin (EMI) mund të ndihmojë që të stimulojë kompetencat kritike dhe dalluese të individëve mbi mënyrën se si të angazhohen me reklamën.

Duke folur përgjithësisht, ka dy lloje reklamash: reklama tregtare; dhe njoftime të shërbimeve publike, të quajtura nganjëherë marketing social. Reklamimi tregtar tipikisht përfshin promovimin e një njeriu, produkti, shërbimi apo kompanie për të gjeneruar shitje (p.sh. reklama tregtare dhe të shtypura mbi kompani veshjesh, pije freskuese, filma, shërbime të komunikimit dixhitale, etj.).

Shërbimet e njoftimeve publike përfshijnë promovimin e mesazheve dhe shërbimeve që janë me përfitim për publikun e gjerë (p.sh. mesazhe mbi shëndetin dhe sigurinë, promovimi i arsimimit, etj.). Të dyja format e reklamës përbëjnë një burim kryesor të ardhurash për kompanitë tradicionale dhe ato të komunikimeve dixhitale. E ardhura që ofruesit e përmbajtjes marrin nga reklama përdoret për të paguar për kostot operacionale dhe krijimin e përmbajtjes (p.sh. programe televizive, materiale për faqe ueb, shërbime më të mira dixhitale, artikuj revistash, programe radiofonike, etj.). Pa këto të ardhura, shumica e mediave private dhe kompanive dixhitale, të cilat formojnë një pjesë të mekanizmit qendror advokues për zhvillimin e qëndrueshëm, dialogun, diversitetin dhe demokracinë e liritë që gëzojmë, nuk do të mbijetonin. Në të njëjtën kohë, reklama mund të reduktojë individualitetin tonë dhe vendimmarrjen e ndërgjegjshme e logjike dhe të stimulojë konsumerizëm të paqëndrueshëm me vlera të debatueshme. Disa module të kësaj kurikule EMI evidentojnë rëndësinë e pasjes së qytetarëve të edukuar mbi median dhe informacionin që të kërkohet transparenca e institucioneve mediatike dhe kompanive të komunikimeve dixhitale. EMI gjithashtu ndihmon njerëzit të kuptojnë domosdoshmërinë prodhimit dhe ofrimit të përmbajtjes me vlerë, veçanërisht gazetarisë në gjuhë vendore ku faktorët të tillë si audiencat në numër të vogël e të varfra e largojnë interesin e reklamuesve apo të pagesave të abonimit për një informacion të tillë.

Informacioni apo mesazhet e përçuara përmes reklamës ndikojnë vlerat, diversitetin dhe barazinë shoqërore dhe kulturore. Për shembull, ka një masë të gjerë njohurie mbi imazhin e grave dhe burrave në reklama. Feminiliteti dhe graria bashkëkohore paraqiten në reklama përmes rolit të grave në shtëpi apo shoqëri si gra dhe nëna. 91 Në disa vende, gratë gjithashtu seksualizohen në reklama. Mashkullorja në reklama, nga ana tjetër portretizohet si i fortë, role drejtuese, e fuqishme, influencuese, etj. Këto përmbajtje riforcojnë stereotipat gjinore dhe vazhdojnë në këtë mënyrë pabarazitë gjinore. Kjo anologji mund të zbatohet dhe te diskrimi racor dhe çështje të tjera sociale. Shikoni Modulin 6 për më shumë paraqitje në media dhe teknologji. Duke patur parasysh rolin e madhe të reklamës në shoqërinë e sotme, mësuesit dhe

91 Chiochhetto, L. (2008). Imazhet e grave në reklama, si konsumatore dhe si objekt konsumi [Images of Women in Advertising Both Consumer and Object of Consumption]. Në Media Asia 35(4):241-249, DOI: 10.1080/01296612.2008.11771964

nxënësit duhet të kuptojnë se çfarë ndodh kur krijohen reklama efikase dhe janë në gjendje të vlerësojnë reklamat si burim informacioni. Për më tepër, është e rëndësishme që njerëzit të mësojnë mbi mekanizmat që i lejojnë qytetarët të ofrojnë feedback mbi reklamat industrive dhe zyrtarëve qeveritarë.

Reklamat mund të kenë një efekt negativ mbi pavarësinë e mediave dhe kompanive të komunikimeve dixhitale. Trysnia e reklamuesve mund t'i bëjë gazetarët dhe profesionistët e informacionit dhe dixhitale që të shmangin shkrimin apo publikimin e temave kontraversale. Mund të largojë interesin publik ose përmbajtjen në të mirë të publikut në favor të argëtimit që tërheq një audiencë të caktuar. Nëse nuk ekziston një mur i qartë midis anëve editoriale dhe ekonomike të mediave dhe kompanive të komunikimeve dixhitale, gjë që po ndodh gjithmonë e më pak, atëherë interesat e biznesit mund të ndikojnë përmbajtjen dhe mbulimin e lajmit pa e bërë këtë të dukshme.

Me mundësitë reklamuese që zgjerohen me shpërthimet në media dhe teknologji dixhitale, industria vazhdon të rregullohet nga kode specifike që kanë për synim ruajtjen e sigurisë publike. Në përgjithësi, këto kode operojnë në nivel kombëtar dhe krijohen nga qeveritë dhe industria e reklamave. Kodet janë dizenjuar për të ndihmuar garantimin që reklama është e vërtetë, e ndershme dhe e saktë. Në shumë vende, këshillat e reklamave dhe grupet e çështjeve konsumatorë mund të kontaktohen nga konsumatorët nëse ata kanë pikëpyetje ose shqetësime mbi praktikat e industrisë.

Në shumë vende, bazë reklamuese vendore private nuk është e mjaftueshme për të mbajtur të gjitha entet mediatike që ekzistojnë. Prandaj, në disa raste, kompanitë e mediave duhet të mbështeten dhe në burime të tjera të ardhurash si subvencionet, sponsorizimet dhe përmbajtjet shitëse. Nëse ne kuptojmë që informacioni është e mirë publike, atëherë ekziston një rast për mbështetje të drejtpërdrejtë dhe të tërthortë përmes politikave publike për institucionet e mediave të lajmeve. Në disa vende, ekziston një lehtësim në taksa, në disa të tjera ka subvencione për ta ndihmuar mediat komunitare për të mbuluar koston e sinjalit të transmetimit.

Gjithmonë ekziston një rrezik që financimet e drejtpërdrejta shtetërore, aq sa janë të domosdoshme që në rastin e dështimeve të tregut për shërbime lajmesh për një pjese të publikut, ato të mundësojnë "kapjen e mediave". Kjo kapje mbart kompromise për pavarësinë editoriale dhe ngrenë nevojën e sistemeve të fuqishme për ta parandaluar këtë. Po kështu, alokimi i reklamave qeveritare duhet të parandalojë që kjo të bëhet një instrument për shpërblimin apo ndëshkimin për shkak të përmbajtjes. Transparenca dhe mbikëqyrja e pavarur janë të nevojshme.

EMI është e një rëndësie parësore në fuqizimin e qytetarëve, veçanërisht të fëmijëve dhe të rinjve, për të këqyrur, dëgjuar, ndier dhe lexuar reklamat në mënyra kritike të personalizuara për ndjenjat e tyre dhe motivimi për të vepruar siç dëshiron reklama.

NJËSITË

NJËSIA 1:
REKLAMA, TË ARDHURAT DHE RREGULLIMET

NJËSIA 2:
REKLAMAT E TARGETUARA DHE ARENA POLITIKE

NJËSIA 3:
NJOFTIMET E SHËRBIMEVE PUBLIKE

NJËSIA 4:
REKLAMA: PROCESI KRIJUES

NJËSIA 5:
REKLAMAT NDËRKOMBËTARE DHE "SUPERMARKAT"

NJËSIA 1: REKLAMA, TË ARDHURAT DHE RREGULLIMET

KOHËZGJATJA: 2 ORË

Temat kryesore:

- Analiza e rregullimeve të reklamave
- Aplikimi i rregullimeve në reklamimet e sotme
- Të ardhurat nga reklama në format e ndryshme të mediave dhe kompanive të komunikimeve dixhitale
- Çështje etike në zbatimin e rregullimeve të vendosura nga qeveri të ndryshme

Objektivat mësimore

Në fund të kësaj njësie, mësuesit dhe nxënësit do të jenë në gjendje të:

- Hetojnë reklamat si një burim i rëndësishëm të ardhurash për lloje të ndryshme përmbajtjesh të prodhuara.
- Shqyrtojnë dhe vlerësojnë qëllimin dhe efikasitetin e rregullimeve në industrinë e reklamave dhe çështjeve etike të përfshira në rregullimet e mëposhtme që janë përcaktuar nga qeveri të ndryshme.
- Zbatojnë rregullat ekzistuese te shembuj aktual të reklamave.
- Vlerësojnë impaktin e reklamës mbi programimin dhe përmbajtjen e medias dhe atë dixhitale.

Gjenerimi i të ardhurave përmes reklamave

Ne kuptojmë që për shumë ofrues përmbajtje, fitimi është një shqetësim primar dhe një nga mënyrat madhore të marrjes së të ardhurave është përmes reklamimit. Qeveri të ndryshme kanë lloje të ndryshme rregullash reklamimi që duhen ndjekur nga industria mediatike. Në këtë epokë të mediave sociale, individët dhe bizneset, që të dyja, fitojnë të ardhura reklamash nga shpalosja e reklamave me pagesë në faqet ueb, kanalet apo platformat e tjera të tyre që qarkojnë përmbajtjen e tyre me bazë internetin.

Teknologjia dixhitale ka sjellë ndryshime në karakterin e reklamës përgjatë viteve. Më parë, reklama lidhej me një përmbajtje të caktuar. Një shembull i kësaj është supozimi që një audiencë me tregime rreth modës, logjikisht, është e interesuar për mesazhe nga kompanitë e veshjeve që kërkojnë të shesin mallrat e tyre. Sot, si rezultat i profilizimit të njerëzve bazuar mbi të dhënat dixhitale të mbledhura, lajmërime mund të shfaqen në mes të çdo lloj konteksti përmbajtje, sepse mundësia për të targetuar konsumatorët bazohet në atë që njihet mbi ta dhe jo një destinacion të vetëm përmbajtje që mund të vizitohet. Kjo është arsyeja përse shumë faqe ueb pyesin nëse individët pranojnë gjurmimin e cookies, të cilat do t'i mundësonin ata që të marrin reklama "të përshtatshme" kudo që

ata të jenë online. Ky sistem, i cili është kryesisht automatik, shpesh çon në përplasje midis reklamave dhe mesazheve të përmbajtjes, të cilat mund t'u sjellin turpërim markave reklamuese që preferojnë t'i zgjedhin mjediset e përmbajtjes në të cilat duan që të shfaqet reklama e tyre.

Qasje dhe veprimtari pedagogjike

Përmbledhtas: ashtu siç është diskutuar më parë në këtë Kurikul (Pjesa 1), pedagogji të ndryshme janë të mundshme. Ju lutem ta rishikoni listën në Pjesën 1 dhe të vendosni se cilën qasje të zbatoni për veprimtaritë e sugjeruara më poshtë dhe për të tjera që ju mund të formuloni.

Veprimtaritë e mëposhtme pedagogjike përdoren për të eksploruar çështjet siç përshkruhen më poshtë:

- Diskutim: Nisur nga fakti që reklamat janë burimi kryesor i të ardhurave për shumë media dhe kompani të komunikimeve dixhitale, në çfarë mënyrë mund të kompromentohet liria e shprehjes, liria e shtypit apo aksesi i lirë i informacionit që të kënaqen reklamuesit, kompanitë e mëdha apo qeveritë? Cilat janë implikimet e këtij realiteti? A duhet që subvencionet qeveritare ndaj medias dhe ofruesve të tjerë të informacionit të jenë transparente? A duhet të ofruesit e përmbajtjes të financuar publikisht apo privatisht t'i japin llogari qeverisë kur marrin të ardhura reklamash?
- Ese: "Synimi parësor i shumicës së ofruesve të përmbajtjes si mediat dhe kompanitë e komunikimeve qeveritare është fitimi". Diskutoni këtë pohim. Jepni argumente pro dhe kundër. Si operojnë ofrues përmbajtje si Wikipedia pa reklama? Çfarë veprimi mund të ndërmarrin qytetarët nëse ofruesit e përmbajtjes zbulohet se po sakrifikojnë të mirën publike për të ardhura reklamash? Çfarë veprimesh duhet të ndërmerren? A ka një ndryshim midis një transmetuesi publik që përdor reklamën si mënyrë për të subvencionuar operacionet e tij dhe një transmetuesi tregtar që e përdor reklamën si një burim fitimi për aksionerët e tij? A ka ndonjë ndryshim midis logjikës institucionale midis transmetimit me qëllim fitimin e parave apo bërjes së parave për të transmetuar apo këto fillojnë të lëshojnë dritëhije mbi njëra-tjetrën?
- Rast studimi: Qeveri të ndryshme mund të kenë rregulla të ndryshme reklamimi. Gjej një kompani të mediave sociale (si WeChat) ose një kompani të një motori kërkimi (si Yandex) që është e disponueshme në vende të ndryshme dhe shikoni rregullat e reklamimit të vendosura në secilin këto vende. Investigoni nëse media sociale / motori i kërkimit ndjek rregullat potencialisht të ndryshme të vendeve të ndryshme dhe diskutoni çështje si a) konflikti midis të ardhurave dhe interesit publik; b) çështjet etike midis të ardhurave dhe privatësisë kur të dhënat personale përdoren për mikro-targetim, dhe c) reagimi publik ndaj a) dhe b) në vende të ndryshme ...etj.
- Kërkime: Duke përdorur internetin, investigoni rregullat që ekzistojnë në rajonin tuaj në industrinë reklamuese. Identifikoni se ku rregullat gjenden për qytetarët që kanë nevojë të aksesojnë këtë informacion. Identifiko se cilët individë apo grupe i kanë krijuar këto rregulla. Përmblidh fushat kryesore që janë mbuluar nga rregullat

dhe shpjego qëllimin e tyre. Shpjego sesa mirë ato mbështesin ose jo interesin e qytetarëve dhe konsumatorëve. Shpjego impaktin potencial të këtyre rregullave.

- Zbatoni rregullat për një larmi reklamash të gjetura në mediat sociale. Vlerëso në çfarë mase këto rregullime po ndiqen. Jep shembuj specifik për secilën reklamë dhe mbështesni përgjigjen tuaj. Në rastet ku një reklamë dhunon rregullat, heto korrigjimin që është i disponueshëm për konsumatorët.
- Hetoni nëse nevojat e reklamuesve kanë ndikuar llojin ose cilësinë e programimit dhe mbulimit në media dhe media sociale, apo të kërkimit. A ka një impakt mbi përparësinë e vendosjes në pajisje dhe platforma dixhitale? Hetoni reklamimin si një model të ardhurash për një medium të caktuar. Për shembull, shqyrtoni orarin e programimit të televizionit apo radios në prime-time si dhe përparësinë që i jepet përmbajtjes së caktuar nga kompanitë e komunikimeve dixhitale në rajonin tuaj.
- Studim krahasues: Përdor gjetjet e kërkimit më lart për të krahasuar me një vend / rajon të përzgjedhur nga ju për të parë ngjashmëritë dhe ndryshimet midis të dyjave dhe arsyet pas tyre.
- Investigoni / hetoni: Bëni një kërkim mbi teknikat e ndryshme të reklamimit. Krahasoni dhe diskutoni veçantinë, ngjashmërinë dhe efikasitetin e teknikave të caktuara. Konsideroni për shembull teknika të tilla si (ka të tjera):
    - Thirrja emocionale
    - Reklamimi promocional
    - Reklamimi bandvagon (e humbe trenin)
    - Fakte dhe statistika
    - Reklama të papërfunduara
    - Klientë të kënaqur
    - Thirrje popullore
    - Patriotizmi
    - Reklamimi i fshehur si vendosje e një produkti të blerë ose një sponsorizim i pazbuluar në shtratin e mbështetjes së “influencuesit”
- Mësuesit duhet t’i drejtojnë nxënësit që të përdorin zotësitë e tyre të edukimit mbi median dhe informacionin dhe inteligjencën e tyre kritike në lidhje me stereotipat e trashëguara kulturalisht, dhe për imazhet e grave dhe burrave, vajzave dhe djemve siç portretizohet në përmbajtje – filma dhe televizion, muzikë popullore, platforma për shpërndarjen e videove dhe imazheve, gazeta dhe revista. Fillo me një rishikim të stereotipave që shoqërojnë burrat dhe gratë e të gjithë moshave dhe burimeve të tyre të mundshme. Drejtoji nxënësit që të dekonstruktojnë një seri reklamash të bazuar në përfaqësimet gjinore dhe t’u përgjigjen pyetjeve mbi stereotipat gjinore në artikujt që keni lexuar. (Adoptuar nga Projekti eGirls. Shikoni për më shumë veprimtari potenciale në planet e mësimeve këtu https://egirlsproject.ca/outreach/mediasmarts/media-and-gender).
    - Rast studimi: Zgjidh një kanal të caktuar televiziv apo radiofonik dhe një nga interneti në të njëjtin rajon dhe këqyrni apo dëgjoni një program një-orësh, duke ndjekur reklamat që transmetohen gjatë kësaj kohe. Shpjego arsyetimin pas vendosjes së reklamave gjatë programeve specifike. Gjithashtu, vër re nëse

reklama apo vendosja e produkteve ndodh brenda vetë programeve. Vlerëso efikasitetin e strategjive të reklamës gjatë kësaj kornize kohore për arritjen e audiencave të targetuara.

- Projekt: Përzgjidh një televizion apo rrjet të medias sociale dhe përcaktoni produktet apo shërbimet që do të zgjidhje për të reklamuar gjatë një programi të caktuar ose hapësira kohore. Shpjego zgjedhjet tuaja, duke identifikuar audiencën e synuar që mund të ndikohet gjatë kësaj kohe.
- Rast studimi mbi YouTuberat:
  a. Kërkim: Bëni një renditje të 10 YouTuberave më të njohur dhe shikoni sesa fitojnë ata. Investigoni se si i gjenerojnë të ardhurat me pyetje si: A paguan YouTube YouTuberat për të ngarkuar video? A ndan me ta të ardhurat e reklamave? A paguajnë kompanitë për vendosjen e markave të tyre? A mbijetojnë ata nga donacionet apo nga patronazhistët?
  b. Përkufizime: Të ardhurat e përfituara nga reklamat e YouTuberave vijnë në formën e:
     - Vendosjes së produkteve dhe markave
     - Integrimin e produkteve dhe markave
     - Recensave të produkteve
     - Thirrje/reklama në brendi të videos
     - Marketingu i shoqëruar
     - Super chati
     - Patreoneve (patronazhimeve)

Mësoni më shumë mbi domethënien e tyre. Shikoni Fjalorin e Termave në fund të Kurikulës EMI për të verifikuar përgjigjet e tua.

Shënim

Ky ushtrim mund të përshtatet lehtësisht duke përdorur gazetat, revistat, faqet ueb, etj.

Vlerësime dhe rekomandime

- Analizë dhe vlerësim reklame bazuar në rregullimet
- Investigimi dhe vlerësimi i programit, reklamave dhe të ardhurave televizive

Tema për shqyrtim të mëtejshëm

- Reklamimi dinamik dhe celular
- Reklamimi në media sociale
- Targetimi i sjelljes
- Më shumë teknika moderne dhe dixhitale reklamimi

NJËSIA 2: REKLAMAT E TARGETUARA DHE ARENA POLITIKE (PËRFSHIRË RRJETET SOCIALE DHE MARKETINGU I AUTOMATIZUAR)

KOHËZGJATJA: 3 ORË

Temat kryesore:

- Analiza e reklamave politike dhe elektorale
- Vlerësimi i udhëzimeve për reklamimin politik
- Vlerësimi e njësive rregullatore në veçanti për rregullat e reklamimit elektoral nga mediat që zbatohen gjatë zgjedhjeve kombëtare
- Roli i medias sociale në reklamimin e targetuar

Objektivat mësimore

Në fund të kësaj njësie, mësuesit dhe nxënësit do të jenë në gjendje të:

- Vlerësojnë reklamat politike dhe zgjedhore
- Analizojnë thirrjet emocionale në reklamat politike dhe elektorale
- Rekomandojnë strategji për të ruajtur një qytetari të informuar, nisur nga përdorimi i thirrjeve emocionale në reklamat politike
- Vlerësojnë reklamimin e targetuar nga rrjetet sociale
- Vlerësojnë impaktin e marketingut mbi vendimet konsumatore dhe vlera si barazia gjinore dhe diskriminimi kundër-racor.

Niveli i kompetencave të targetura në këtë njësi:

- Bazike

Çështje të reklamave politike

Reklamat politike janë njoftime publike të krijuara nga partitë politike, kandidatët dhe organizatat dhe individët e interesuar në rezultatin e zgjedhjeve. Këto njoftime tipikisht mbështeten në teknikat marketing për t'u bërë më shumë thirrje emocionale dhe më pak intelektit apo mendimit kritik të elektoratit. Ato përpiqen të fituar disa votues që të mbështesin një pozicion, si dhe t'i shkurajojnë ata që të marrin pjesë te rivalët – që njihen si taktika "të shtypjes së votuesit".

Sipas Wikepedias (2020), "Reklamimi i targetuar është një formë targetimi, përfshirë online, që i drejtohet një audience me cilësi të caktuara, bazuar mbi produktin apo personin që promovohet nga reklamuesi. Këto cilësi mund të jenë demografike dhe

fokusohen te raca, gjinia, statusi ekonomik, seksi, mosha, brezi, niveli arsimor, niveli i të ardhurave dhe punësimi ose mund të jenë fokusime psikografike të cilat bazohen në vlerat, personalitetin, mendësinë, mendimet, stilin e jetesës dhe interesat e konsumatorit. Ata mund të jenë variabla sjellje, siç është historia e shfletimit në internet, historia e blerjeve dhe veprimtari të fundit. Reklamimi i targetuar fokusohet në disa cilësi të caktuara dhe konsumatorët që kanë më shumë të ngjarë të kenë një preferencë të lartë për të marrë mesazhin dhe jo thjesht ata që nuk kanë asnjë interes dhe preferencat e të cilëve nuk përkojnë me atributet e produktit. Kjo eliminon shpërdorimin (https://en.wikipedia.org/wiki/Targeted_advertising). Reklamimi politik i targetuar i lejon partitë që të dërgojnë mesazhe të ndryshme, madje dhe inkonsistente, individëve të ndryshëm, dhe të qëllojnë në shenjë çështje specifike (dhe jo vendimmarrje tërësore) që mund të ndryshojnë mendimin e votuesve.

Rrjetet sociale po i çojnë sipërmarrjet drejt gjenerimit të reklamimit të targetuar, duke përdorur cilësitë e gjeo-lokalizimit, sjelljes, të dhënave dhe informacioneve socio-psikografike që përdoruesit u ofrojnë kompanive të komunikimeve dixhitale. Secili veprimtari përdoruesi lë gjurmë dixhitale që grumbullohen për të parë historinë e interesave të tij/saj që reflektohet në "pëlqimet" dhe kërkimet për informacion. Ky profil më pas përdoret për të targetuar reklamat marketing nga tregtarët. Përdoruesit e Facebook, Twitter, Sina Weibo, Instragram, dhe e të tjerave si këto, për shembull, do të marrin reklama bazuar në faqet që pëlqejnë dhe do të drejtohen te vendndodhja, duke i lejuar reklamuesit / tregtarët të targetojnë konsumatorë sipas interesave të tyre. Konsumatorët ose përdoruesit duhet të jenë të vetëdijshëm se si reklamat e targetuara kanë efekt mbi vendimet e tyre, qofshin këto për qëllime konsumi apo vendimmarrje politike.

Qasje dhe veprimtari pedagogjike

Përmbledhtas: ashtu siç është diskutuar më parë në këtë Kurikul (Pjesa 1), pedagogji të ndryshme janë të mundshme. Ju lutem ta rishikoni listën në Pjesën 1 dhe të vendosni se cilën qasje të zbatoni për veprimtaritë e sugjeruara më poshtë dhe për të tjera që ju mund të formuloni.

- Grumbullo shembuj të reklamave politike nga vendi apo rajoni juaj. Nëse duhet, kryej një kërkim në bibliotekën tuaj vendore. Analizoni këto reklama duke përdorur udhëzimet e Njësisë 3 më poshtë. Vlerësoni efikasitetin e secilës reklamë, duke konsideruar qëllimin, informacionin dhe mesazhin e përçuar dhe audiencën e synuar. Shpjego se si dizenjo / forma e reklamës përdoret për të përforcuar përmbajtjen.
- Shqyrto disa reklama nga e njëjta fushatë politike. Vlerëso efikasitetin e fushatës në tërësi në përdorimin e grafikave, imazheve, sloganeve dhe mesazheve të unifikuara.
- Duke përdorur internetin dhe / ose burime bibliotekare, hetoni njësitë rregullatore që kanë vepruar në monitorimin e reklamave politike. Shqyrto udhëzimet e vendosura në monitorimin e reklamës së përdorur nga kandidatët politikë gjatë zgjedhjeve. Vlerëso në çfarë shkalle reklamat e zgjedhura ndjekin këto udhëzime.
- Investigoni nëse ofruesit e përmbajtjes ruajnë një bazë të dhënash publike të gjithë reklamimeve politike, përfshirë reklamat e mikrotargetuara, në mënyrë që të mund të krahasohen.

- Investigoni se si këto njësi rregullatore përfaqësojnë interesat e qytetarëve. Shqyrtoni rolin që qytetarët luajnë në garantimin që reklamat politike të jenë të vërteta, të ndershme dhe të sakta. Skiconi çfarëdo sugjerimi që do t'i bënit njësisë rregullatorë në lidhje me reklamat politike.
- Debatoni nëse reklamat politike duhet të jenë falas-për-të-gjithë në interes të një debati të qenësishëm apo nëse duhet të transmetohen vetëm reklamat faktet e të cilave janë kontrolluar.
- Rendisni rregullat mediatike (të vendosura nga komisioni kombëtar i zgjedhjeve) mbi raportimin e zgjedhjeve. Shikoni nëse ka udhëzime për raportimin e sondazhe të opinioneve, duke i dhënë kohë transmetimi në transmetuesit kombëtar partive të ndryshme politike, transmetimit të rezultateve të zgjedhjeve, etj. A kanë këto efekt mbi reklamat politike?
- Konsulenti politik Frank Lutz u thotë klientëve të tij politikë se "80 për qind e jetës tonë janë ndjenja dhe 20 për qind janë intelekt. Unë merrem më shumë me atë që ndieni sesa atë që mendoni". Shqyrtoni reklamat politike në dritën e këtij komenti. Shpjegoni se në çfarë mase reklamat politike bazohen në apele emocionale. Shqyrtoni gjuhën e përdorur për të "shitur" një kandidat dhe idetë e tij apo të saj politike. Vlerësoni nëse gjuha e përdorur është e saktë apo çorientuese.
- Ndaji nxënësit në grupe dhe drejtoji ata për të bërë një kërkim bazë mbi teknikat e marketingut social të ndërmarra nga organizatat zhvillimore vendore, rajonale dhe ndërkombëtare në promovimin e zhvillimit social dhe të qëndrueshëm. Konsideroni agjensitë e Kombeve të Bashkuara dhe partnerë të tjerë shumëpalësh, agjenci korporative ndërkombëtare zhvillimi, etj. Konsideroni dhe çështje të tjera si barazia gjinore, toleranca, lufta kundër çinformimit dhe dezinformimin në lidhje me COVID-19, çështjet klimaterike dhe mundësimit të angazhimit të të rinjve në zhvillimin kombëtar dhe ndërkombëtar. Mendo për tema të tjera me interes. Drejtoji nxënësit të vlerësojnë shtirjen, impaktin, pro-të dhe kundra-t e përpjekjeve të marketingut social. Grupet duhet të dokumentojnë se çfarë mendojnë se këto organizata zhvillimi mund të bëjnë ndryshe për të prekur më shumë individë me mesazhe e duhura të zhvillimit.
- Nisur nga përdorimi i thirrjeve emocionale në reklamat politike, rekomando strategji për ruajtjen e një qytetarie të informuar dhe sensitive ndaj gjinisë.
- Kërkoju nxënësve të bëjnë kërkime për diçka specifike në një motor kërkimi, dhe nëse është e mundur, diçka të cilën nuk do ta blejnë, dhe të analizojnë se si motorët e kërkimit përdorin gjurmimin dixhitale për të promovuar produkte e shërbime.
- Vlerësoni se si mediat sociale më të njohura marketojnë produkte dhe shërbime të ndryshme. A janë këto reklama të bazuara në sjelljen, gjeolokalizmin, gjininë, moshën e tyre, etj.?
- Drejtoji nxënësit të vlerësojnë se si rrjetet sociale mund të jenë duke përforcuar shijet, vlerat dhe preferencat e tyre?
- Kërkoju nxënësve të vlerësojnë tri reklama të ndryshme në rrjetet sociale për të identifikuar opsionet targetuese që shitësi po përdor: mosha, gjinia, statusi i marrëdhënieve, vendndodhja, etnia, punësimi dhe edukimi. Si ndikohet privatësia e tyre? Si mund t'i kundërvihen ata marketingut të mediave sociale? Në sa elementë të dhënash ka akses reklamuesi për të mikro-targetuar çdo përdorues?

Vlerësime dhe rekomandime

- Ese
- Konkurs me postera për të kundërshtuar stereotipa të caktuara që dallohen në media dhe platforma dixhitale
- Krijimi i tabelave të historive të ndryshme me reklama që janë të ndjeshme ndaj gjinisë

Tema për shqyrtim të mëtejshëm

- Sponsorizimi korporativ dhe komunitar (përfshirë sponsorizimin dhe reklamimin në hapësirat mësimore)
- Mbështetja e personave të famshëm nëpër reklama
- Kapitalizmi i kujdesshëm – i lidhur me mbështetjen nga personat e famshëm, megjithëse fokusi është në promovimin e marketingut dhe altruizmit strategjik të korporatave të ndryshme
- Psikografikat dhe kërkimi i audiencave

NJËSIA 3: NJOFTIMET E SHËRBIMEVE PUBLIKE (NSHP)

KOHËZGJATJA: 3 ORË

Temat kryesore:

- Analiza e njoftimeve të shërbimeve publike
- Procesi krijues dhe planifikimi i një NShP-je

Objektivat mësimore

Në fund të kësaj njësie, mësuesit dhe nxënësit do të jenë në gjendje të:

- Analizojnë disa NShP si mjete të komunikimit të informacionit në një larmi çështjesh
- Zhvillojnë një plan për një NShP origjinale mbi një çështje të përzgjedhur, përfshirë deklaratën e qëllimit, mesazhin, audiencën e synuar dhe strategjitë teknike e krijuese
- Vlerësojnë efikasitetin e strategjive të komunikimit dhe NShP
- Prodhojnë një NShP

Qasje dhe veprimtari pedagogjike

NShP-të, në përgjithësi, janë një mesazh i krijuar nga qeveritë dhe organizatat e zhvillimit, e shpërndarë në interesin publik për të arritur një sjellje të caktuar dhe për të krijuar vetëdije ose ndryshuar mendësinë publike ndaj një çështje sociale. Shembuj të fushatave publike janë: mësimi i masave siguruese gjatë katastrofave natyrore si stuhitë, tërmetet dhe përmbytjet; ose fushatat e shëndetit publik për të kufizuar përhapjen e virusit COVID-19, pirjes së duhanit, malaries, infektimeve HIV dhe AIDS, ose nxitjes së mbajtjes së maskave, higjenës së duarve, distancimit social, vendosja e maskave për mushkonjat dhe seksi i sigurtë. Temat janë po aq të larmishme sa janë rolet e qeverisë dhe organizmave zhvilluese: analfabetizmi, drejtimi i mirë mjeteve apo fushatat ekologjike, ndër shumë të tjera. Qajset pedagogjike mund të analizojnë dhe diskutojnë përmbajtjen, qëllimin dhe impaktin e NShP-ve vendore dhe kombëtare krahasuar me reklamimin tregtar.

- Bazuar mbi shembujt e përmendur më lart, diskutoni kuptimin dhe qëllimin e NShP-ve. Shpjego si NShP-të janë të ndryshme nga reklamat tregtare. Bëni stuhi idesh për një listë të çështjeve të adresuara në NShP që keni parë. Identifikoni përdorimet e larmishme të NShP në rajonin tuaj.
- Vizitoni një nga faqet e mëposhtme të shërbimeve publike: (Këto janë ofruar vetëm si burime model për të ilustruar veprimtaritë e përshkruara më poshtë. Burime të tjera, të përshtatshme për rajone të tjera, mund të përdoren në vend të tyre).
    - http://www.un.org.za/public-service-announcement-on-the-effect-of-drugs
    - http://www.unodc.org/unodc/en/human-trafficking/human-trafficking-publicservice-announcements.html
    - http://saloproductions.com/public-service-announcements/psa-samples.php
- Shqyrtoni disa NShP – të shtypura ose video – dhe diskutoni karakteristikat kryesore të secilës. Identifikoni informacionin kyç dhe mesazhin kryesor që përcillet dhe analizoni si paraqitet ai. Konsideroni edhe strategjitë teknike dhe ato krijuese që janë përdorur.
- Analizo përdorimin e thirrjeve emocionale në NShP të ndryshme. Identifiko çdo pretendim që po ngrihet nga këto NShP dhe nëse këto mbështeten nga faktet apo jo. Analizoni se si elementët teknikë të NShP-së përforcojnë mesazhin apo kuptimin e tij. Shpjego efektet e krijuara përmes përdorimit të shkrepjeve dhe këndeve të ndryshme të kamerave. Shpjego se si përdoret zëri për të përcjellë kuptim.
- Mësuesit duhet të “dekonstruktojnë” në detaje një NShP nga shembujt e marrë, duke krijuar një tabelë tregimesh bazuar në këqyrjen e tyre. Ata duhet ta shohim NShP-në më shumë se një herë dhe lehtësuesi duhet ta ndalojë NShP-në në secilën kornizë që mësuesit të dokumentojnë në tabelën e tyre atë që po shohin dhe dëgjojnë. Shembuj tabelash tregimesh mund të aksesohen në: www.storyboardsinc.com
- Krijo një plan origjinal për një NShP mbi një çështje të rëndësishme shoqërore ose kulturore. Bëni një stuhi idesh për të listuar çështje të mundshme që mund të jenë baza e një NShP-je. Diskutoni qëllimin dhe audiencën. Ky diskutim do të, si rezultat, ndihmojë në formësimin e mesazhit që po përcillet. Konsidero informacionin kyç dhe mesazhin kryesor që dëshironi të përcillni.

- Tani konsideroni kë doni të arrini dhe si. Informacioni dhe mesazhi duhet të drejtohet te një audiencë e targetuar në mënyrë specifike.
- Në letër, përshkruani konceptin dhe krijoni një listë strategjish që mund të përdoren për të krijuar një NShP. Këto përfshijnë strategji krijuese (idetë e përmbajtjes për NShP-në) dhe strategji teknike (komponentin e produktit).
- Plotësoni një skicë të NShP-së, përfshirë një deklaratë që përshkruan konceptin, strategjitë teknike e krijuese dhe audiencën.

NJËSIA 4: REKLAMA: PROCESI KRIJUES

KOHËZGJATJA: 3 ORË

Temat kryesore:

- Reklama dhe sponsorizimi – vendndodhja, mesazhet dhe audienca
- Vlerësimi i pretendimeve dhe thirrjeve në reklama
- Shqyrtimi i dizenjos dhe prodhimit të reklamave
- Vendosja e produkteve në programe

Objektivat mësimore

Në fund të kësaj njësie, mësuesit dhe nxënësit do të jenë në gjendje të:

- Analizojnë procesin reklamues si mjet të komunikimit të informacionit
- Eksplorojnë zhvillimin e konceptit në reklamë, përfshirë strategjitë teknike dhe krijuese
- Dekonstruktojnë përbërësit kyç që hyjnë në reklama dhe thirrjet emocionale
- Vlerësojnë impaktin e mesazheve të reklamave mbi audiencat specifike të targetuara
- Shpjegojnë se si koncepti i audiencave “aktive” zbatohet te reklamat ose në mënyrë më specifike, se si audiencat negociojnë kuptim (që nënkupton, se si ne shpjegojmë suksesin e disa reklamave por jo disa të tjerave)
- Identifikojnë trendet më të fundit në reklama
- Identifikojnë vendosjen e produkteve në programe si reklama të tërthorta (duke përzier përmbajtjen editoriale me atë tregtare)

Qasje dhe veprimtari pedagogjike

Përmbledhtas: ashtu siç është diskutuar më parë në këtë Kurikul (Pjesa 1), pedagogji të ndryshme janë të mundshme. Ju lutem ta rishikoni listën në Pjesën 1 dhe të vendosni se cilën qasje të zbatoni për veprimtaritë e sugjeruara më poshtë dhe për të tjera që ju mund të formuloni.

- Bëj një tur të hapësirës mësimore, rrethinave apo lagjes tënde.
  a. Identifiko llojet e reklamave, njoftimeve të shërbimeve publike (NShP0, promocioneve dhe sponsorizimeve që ekzistojnë aty.
  b. Ofro një përshkrim të shkurtër të secilit shembull reklame / NShP / sponsorizimi.
  c. Përshkruaj mesazhin dhe imazhin e krijuar përgjatë secilit shembull dhe vlerëso efikasitetin e tij në përçimin e informacionit të nevojshëm.
  d. Identifiko burimin e secilit shembull (që nënkupton, kush e krijoi ose kur përfiton prej tij).
  e. Shpjego se përse bizneset dhe institucionet mund të zgjedhin të keni emrat, produktet apo logot e gjetura aty. Shpjego se në çfarë mënyrash këto sponsorizime / promocione ndryshojnë nga reklamat "tradicionale".
- Analizo një koleksion revistash, këqyrni reklama në televizion dhe vizitoni disa faqe ueb të kompanive të mëdha.
  a. Përshkruaj strategjitë e reklamës që përdoren në shembullin aktual.
  b. Përzgjidh një numër reklamash dhe shqyrtoji nga afër.
  c. Përshkruaj "personalitetin" e produktit të karakterizuar në secilën reklamë dhe identifikoni ndjenjat që po përpiqet të zgjojë reklamuesi.
  d. Çfarë premtimi apo zgjidhjesh ofron reklama apo NShP-ja? Sa realiste janë ato? Çfarë pikëpamjesh mbi lumturinë apo suksesin po komunikohen?
  e. Identifiko informacionin, mesazhet dhe vlerat e përçuara nga secila reklamë.
  f. Diskuto nevojën për një dallim të qartë midis përmbajtjes editoriale dhe reklamuese. Gjithashtu, a ka ndonjë pretendim specifik që po ngrihet nga kjo reklamë? Çfarë faktesh paraqiten për t'i mbështetur këto pretendime? A është ndonjë informacion çorientues dhe të paqartë? Bazuar në analizën tuaj, cilat rekomandime do t'i bëje audiencës për këtë reklamë? Me fjalë të tjera, a do ta pranoje informacionin që po prezantohet në këtë reklamë? Përse po apo jo? A do të sugjeroje ndonjë ndryshim për ta bërë informacionin apo mesazhin më të saktë apo të plotë? Shpjegoje me shembuj.
- Përzgjidhni një reklamë të shtypur për ta shqyrtuar nga afër. Ky ushtrim kërkon që të konsiderosh elementet e dizenjos që janë përdorur në reklamë, informacionin dhe mesazhin e përçuar dhe audiencën e targetuar. Si e mbështesin këto elementë të dizenjos (kompozimi, këndi, drita, ngjyra, zgjedhja e fjalëve, etj.) mesazhin dhe informacionin që po përçohet? Me fjalë të tjera, si e përforcon forma përmbajtjen?
- Vendosja e produkteve nënkupton vendosjen e një produkti tregtar në një pozicion të dukshëm në një program radiofonik ose televiziv ose një libër, dhe gjithmonë e më shumë në Internet, pa e identifikuar atë si reklamë, për të kënaqur prodhuesin e produkti që kanë sponsorizuar programin (që nënkupton, kanë paguar për të plotësisht ose kanë mbajtur disa nga kostot e tij). Disa rregullatorë lejojnë vendosjen e produkteve me kusht që ndjekësit të informohen qartësisht për vendosjen e produkteve në fillim dhe në fund të programit. Por kjo rrallë zbatohet nga kompanitë e komunikimeve dixhitale. Përzgjidh disa shembuj të vendosjes së produkteve: A identifikohen si të tilla? nëse ekzistojnë rregulla në lidhje me vendosjen e produkteve në vendin tuaj, çfarë veprimi mund të ndërmarrin qytetarët? Cili është mesazhi i përçuar mbi produktin për shkak të kontekstit të tij? A do ta ndryshonte një kontekst apo vendosje e ndryshme e imazhin e produktit dhe mesazhin e tij?

- Krijoni një listë të lojtarëve të përfshirë në industrinë reklamuese. Kjo do të përfshinte individë dhe institucione / organizata. Përshkruani rolet e tyre përkatëse. Konsideroni çfarëdo reklamimi audioviziv. A mendoni se roli i secilit lojtar kyç që keni listuar reflektohet dukshëm në reklamë? A mendoni se njohuria juaj e atyre që janë përfshirë në krijimin dhe shpërndarjen e kësaj reklame ndihmon për të ndërvepruar më mirë me të ose vlerësoni dobishmërinë e ofrimit të informacionit për të cilin keni nevojë? (Vini re: në këtë drejtim, filmi dokumentar *The Persuaders* mund të jetë me interes – shikoni një përshkrim të këtij programi ën listën e referencave në fund të këtij moduli).
- Kërkim: Vizitoni faqen ueb https://clios.com/awards/winners. Shikoni çmimet e ndryshme që u jepen vendeve të ndryshme për reklama të ndryshme. Identifikoni çfarëdo ngjashmërisë dhe ndryshimesh në teknikat reklamuese, përfshirë strategjitë teknike dhe krijuese të produkteve të ndryshme.
- Kanalet e mëdha të mediave sociale në të cilët vendoset reklamat përfshijnë Facebook, Instagram, Twitter, WeChat, Pinterest, LinkedIn, TikTok, YouTube, Snapchat e të tjerë. Diskutoni qasjen e ndryshme të tyre.
- Bëni kërkim për automatizimin e vendosjes së reklamës dhe rolit të kompanive të ndërmjetësimit që mbështeten në të dhëna të mëdha dhe ankande në kohë reale. Shqyrtoni fushata si #StopHateForProfit që ushtron trysni mbi kompanitë e komunikimeve dixhitale që t'i japin fund shtysave që aktorët e urrejtjes të marrin reklama ngjitur me përmbajtjen tyre duke "luajtur". Kjo shtysë funksionon përmes vendosjes direkte dhe të automatizuar të njoftimeve bazuar mbi mundësinë e supozuar të audiencës së targetuar që po angazhohet online dhe ndodh pa ndërhyrjen e duhur të kompanive për t'i dhënë fund nëse nuk ka trysni publike ndaj tyre për të vepruar.

Vlerësime dhe rekomandime

Shkruaj një ese mbi pro-të dhe kundra-t e reklamimit përmes mediave sociale.

NJËSIA 5: REKLAMAT NDËRKOMBËTARE DHE "SUPERMARKAT"

KOHËZGJATJA: 2 ORË

Temat kryesore:

- Përdorimi i teknologjive të reja në strategjitë ndërkombëtare të reklamave
- Apeli i "supermarkave"
- Strategjitë e përdorura në krijimin e supermarkave
- Temat dhe mesazhet kryesore që përçohen përmes fushatave globale të reklamimit
- Supermarkat dhe çështja e të drejtës së kopjimit

Objektivat mësimore

Në fund të kësaj njësie, mësuesit dhe nxënësit do të jenë në gjendje të:

- Analizojnë dhe vlerësojnë strategjitë e markimit dhe efikasitetin e tyre
- Vlerësojnë impaktit e markimit mbi komunitetet vendore dhe globale dhe impaktin e tij mbi globalizimin
- Analizojnë mesazhet dhe vlerat e përçuara përmes strategjive specifike të markimit
- Vlerësojnë rolin e teknologjive të reja në markimim në nivel vendor e global
- Disa çështje etike të lidhura me të drejtën e kopjimit të "supermarkave"

Reklamimi ndërkombëtar

Bizneset po bëhen gjithmonë e më globale, duke arritur në çdo qosh të globit për ta bërë praninë e tyre të njohur me "strategji reklamimi ndërkombëtar". Ato gjithashtu synojnë të shesin një markë globale përmes marketingut që i bën thirrje shijeve lokale. Ndërsa bizneset vazhdojnë të arrijnë shumë vende të botës në mes të globalizimit, "supermarkat" janë të pashmangshme dhe është e rëndësishme të kuptojmë dhe analizojmë vlerat, mesazhet e nënvizuara dhe impaktin e tyre mbi kultura të ndryshme.

Qasje dhe veprimtari pedagogjike

Përmbledhtas: ashtu siç është diskutuar më parë në këtë Kurikul (Pjesa 1), pedagogji të ndryshme janë të mundshme. Ju lutem ta rishikoni listën në Pjesën 1 dhe të vendosni se cilën qasje të zbatoni për veprimtaritë e sugjeruara më poshtë dhe për të tjera që ju mund të formuloni.

Bëni një kërkim online për të përcaktuar strategjitë marketing të përdorura nga korporatat transnacionale. Konsidero këqyrjen e www.adage.com, faqja ueb e botimit të industrisë Adversting Age. Identifiko strategjitë e ndryshme të përdorura nga korporatat e mëdha për të promovuar produktet e tyre dhe "shitur" një kulturë. Diskutoni se çfarë nënkuptohet – drejtpërsëdrejti apo tërthorazi – mbi kulturat "tradicionale" përballë atyre "bashkëkohore".

- Vizitoni faqe ueb të një korporate transnacionale dhe përzgjidhni një nga reklamat e tyre për ta shqyrtuar nga afër. Identifikoni elementët e kësaj reklame që e bëjnë ftuese. Konsidero përdorimin e pretendimeve dhe thirrjeve emocionale. Nëse është e mundur, krahaso këtë reklamë me një tjetër për të njëjtin produkt që targeton një rajon apo treg tjetër. Identifiko mënyrat në të cilat secila reklamë ndërtohet për tregun e vet të targetuar.
- Krijo një skicë për një produkt apo shërbim që është indigjen për një komunitet apo kulturë të caktuar. Identifiko dhe shpjego strategjitë teknike që do të ishin më efikaset për arritjen e një audience në tregje të ndryshme apo në pjesë të ndryshme të botës dhe shpjego se si dhe për çfarë efekti përdoret teknologjia.
- Krijo një plan për marketingun e një produkti imagjinar në një treg ndërkombëtar. Identifiko audiencën e targetuar, shpjego strategjitë që do të ishin më efikaset në

arritjen e kësaj audience. Eksploroni se si teknologjitë dixhitale e bëjnë këtë të mundur dhe çfarë dobësish të mundshme mund të ketë.

- Shqyrtoni shembuj të markimit në komunitetin vendor. Shpjego elementët që kontribuojnë në zhvillimin e një marke efikase. Vlerësoni se deri në çfarë shtirje shembulli është efikas në themelimin e një njohje të një marke të lartë, komunikimin e kuptimit të markës dhe arritjen e audiencës së targetuar.
- Bëj një kërkim mbi një supermarkë ose markë globale të zgjedhur nga ju: menuja e një zinxhiri ushqimor vendoset pjesërisht nga vendi ku operojnë, kultura e vendit, shijet dhe preferencat e njerëzve. Shiko të paktën 5 shtete dhe kontrollo: a) ndjesinë e përgjithshme dhe pamjen e disa zinxhirëve të caktuar ushqimorë dhe b) menunë e tyre, dhe c) identifiko ngjashmëritë dhe ndryshimet e ushqimeve dhe pijeve të shitura dhe arsyet e mundshme pas gjetjeve të a) dhe b).
- Kur produktet e disa supermarkave bëhen të njohur, tregtarë të tjerë mund të prodhojnë produkte me logo dhe dizenjo të ngjashme për të çorientuar konsumatorët e për të besuar se ato po blejnë produkte autentike të supermarkave. Identifiko raste të kësaj dhe diskuto të drejtën e kopjimit dhe çështjet e tjera etike që preken.

Vlerësime dhe rekomandime

- Analiza e shembujve aktual të reklamimit dhe strategjive për kërkime online
- Krijimi i skicave për fushata reklamash

Tema për shqyrtim të mëtejshëm

- Mbështetja e superyjeve si personazhet e sportit apo argëtimit në reklamimin transnacional dhe supermarkat
- Impakti i reklamimit transnacional dhe supermarkave mbi kulturën vendore dhe praktikat sociale si barazia gjinore, toleranca fetare, praktikat shëndetësore, etj.

Burime dhe referenca

Ju lutem të vini re që shumica e këtyre burimeve janë marrë nga Amerika e Veriut dhe mund të mos jenë të përshtatshme për përdorim në gjithë botën. Mësuesit duhet të kërkojnë dhe të identifikojnë materiale alternative vendore dhe rajonale që ofrojnë shembuj më të volitshëm për nxënësit.

Adbusters – www.adbusters.org – Ofron një kritikë të kulturës së reklamimit dhe asaj popullore. Është e famshme për reklamat e saj “spoof/mashtruese”.

Ads of the World (Reklamat e botës) – http://adsoftheworld.com/ - Një arkivë dhe forum reklamash që diskuton punën reklamuese në botë.

Advertising Age – www.adage.com – Një botim i industrisë, me kostot e reklamave, raportet mbi strategjitë, etj.

Bernstein, D., dhe Bruce, K. (2020). Ligji i Reklamës, Marketingut dhe Promovimeve [The Law of Advertising, Marketing and Promotions.]. USA: Law Journal Press.

Christopher A. Summers, Robert W. Smith, Rebecca Walker Reczek (2016). Audienca e Njëshit: Reklama të targetuara sipas sjelljes siç nënkuptojnë etiketat shoqërore [An Audience of One: Behaviourally Targeted Ads as Implied Social Labels]. Journal of Consumer Research, Vëllimi 43, Numri 1, Qershor. Faqet 156–178, https://doi.org/10.1093/jcr/ucw012

Fowler, E., Franz, M., dhe Ridout, T. (2016). Reklamimi Politik në Shtetet e Bashkuara [Political Advertising in the United States]. Boulder: Westview Press.

Fueroghne, D. (2017). Ligji dhe Reklama: Një Guidë për Çështjet Aktuale Ligjore [Law & Advertising: A Guide to Current Legal Issues]. Maryland: Rowman & Littlefield Publishers.

Hughes, A. (2018). Reklamimi Politik i Drejtuar nga Tregu: Marketingu Social, Dixhital dhe Celular [Market Driven Political Advertising: Social, Digital and Mobile Marketing. London: Palgrave McMillan.

Kleebpung, Nonthasruang (2010) Reklamimi dhe edukimi për median: Të rinjtë dhe i kuptuari i tyre mbi btoën e reklamës në Australi dhe Tajlandë [Advertising and media literacy: young people and their understanding of the world of advertising in Australia and Thailand]. Punim doktoral, Victoria University.

Edukimi për median dhe informacionin [Media and Information Literacy], burim video resource) https://www.youtube.com/watch?v=lxSYtwaXo2M

Refuzuar Online [Rejected Online] – http://bestrejectedadvertising.com/html – Reklama që janë mohuar nga klientët mbi baza estetitke, tregtare dhe strategjike. Gjithashtu, përfshin reklama të mohuara, ndaluara, mashtruese dhe të kritikuara.

Tregtarët e të Lezetshmes – Vija e Parë [The Merchants of Cool – Frontline] – www.pbs.org – Një dokument i gjetur online që eksploron se si reklamuesit targetojnë të rinjtë.

Bindësit – Vija e Parë [The Persuaders – Frontline] – www.pbs.org – Ky program eksploron se si strategjitë e marketingut dhe reklamuese kanë ardhur në pikën që jo vetëm influencojnë njerëzit të blejnë, por edhe se si e shohin veten dhe botën rreth tyre. Ky dokumentar 90-minutësh merr nga një gamë e gjerë ekspertësh dhe vëzhguesish të botës së reklamës / marketingut. I gjithë programi mund të ndiqet online në faqen e PBS, në gjashtë segmente të ndryshme. Për këtë modul, nëse është e mundur, shikoni kapitujt 1 dhe 2 të programit High Concept Campaign and Emotional Branding.

Mendo Edukimin, Media [Think Literacy, Media], Klasat 7–10 (2005) – Një burim për krijimin e njoftimeve të shërbimeve publike.

http://www.edu.gov.on.ca/eng/studentsuccess/thinkliteracy/library.html

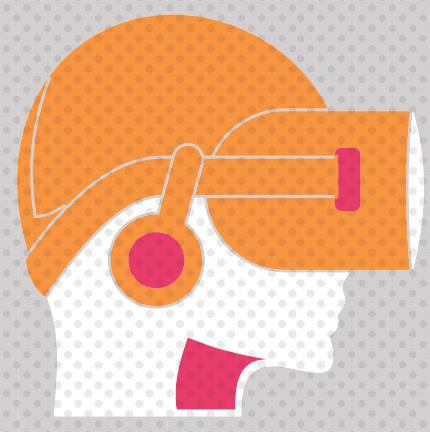
http://saloproductions.com/public-service-announcements/psa-samples.php

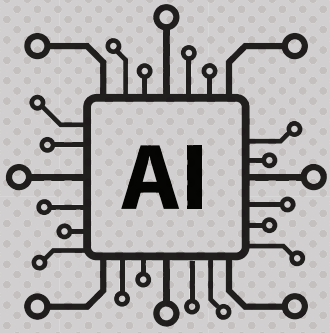
http://www.un.org.za/public-service-announcement-on-the-effects-of-drugs

http://www.unodc.org/unodc/en/human-trafficking/human-trafficking-public-service-announcements.html

MODULI 11:

INTELIGJENCA ARTIFICIALE, MEDIA SOCIALE DHE KOMPETENCAT EMI





“Ti nuk mund të mendosh rreth të menduarit pa menduar rreth të menduarit për diçka”.

– Seymour Papert,
Stuhitë e mendjes: Fëmijët, Kompjuterat dhe Idetë e Fuqishme, 2005.

SFONDI DHE ARSYEJA

Qeniet njerëzore mbështeten te informacioni për vendimmarrjet. Po sikur të kishim informacionin e përsosur, që do të thotë që kemi gjithë informacionin e duhur që na duhet për të marrë vendimet në kohën e duhur? Gjithë informacioni i nevojshëm për vendimmarrje komplekse nuk është i disponueshëm në kohën që na duhet ne; dhe as truri nuk mund ta përpunojë në moment gjithë informacionin që na duhet për vendimmarrje komplekse. Disa aktorëve mendojnë që teknologjia kompjuterike si Inteligjenca Artificiale (IA) mund të na japë informacionin e përsosur. Deri tani, sidoqoftë, kjo nuk është e mundshme as nga ana e njerëzore dhe as nga ana teknologjike.

IA, pavarësisht, drejton shumë nga përdorimet tona më të njohura të teknologjisë përmes grumbullimit, ruajtjes, përpunimit dhe analizimit të të dhënave, dhe marrjes së vendimeve apo ndihmës së të tjerëve për të marrë vendime. IA nuk është një instrument unik, por një sistem kolektiv softueri, hardueri, algoritmesh, rrjetesh, etj. Algoritmet janë ndër shtysat kryesore të sistemeve IA. Në kuptimin më të thjeshtë të termit, një algoritëm mund të konsiderohet një tërësi rregullash apo një listë udhëzimesh për të plotësuar një detyrë apo për të zgjidhur një problem. Në këtë kuptim, një recetë mund të shihet si një algoritëm. Në kontekstin e teknologjive dixhitale, algoritmet u thonë kompjuterëve se cilat hapa duhet të ndjekin për të përmbushur detyra të paracaktuara ose se si të përpunojnë të dhëna dhe të marrin vendime bazuar mbi të informacionet e dhëna. Algoritmet shkruhen nga programues kompjuterësh. Kur shumë algoritme kombinohet në një sistem, ato mund të performojnë detyra relativisht komplekse ose të zgjidhin probleme.

IA mund të zbatohet në shumë fusha – nga diagnostikimi mjekësor deri te sistemet e komunikimit. Asistentët virtual ekzistojnë online dhe janë të ndërthurur në instrumente teknologjike për t’u dhënë përgjigje të përzgjedhura për shumë nga pyetjet tona, përfshirë si te gjesh një vendndodhje apo se si të thuash diçka në disa gjuhë të ndryshme.

Robotët po bëhen të kudondodhur. Në situata katastrofash, aplikacione IA mund të ndihmojnë agjenci humanitare që të çojnë pajisje emergjence te njerëzit me nevojën më të madhe. Shkencëtarët përdorin shpejtësinë me të

cilën IA i konverton të dhënat në informacion për të adresuar probleme komplekse dhe për të bërë zbulime si renditja gjenetike në më pak kohë se më parë. Duke qenë se IA po integrohet në një numër gjithmonë e më të madhe zgjidhjesh teknologjike, ajo po shihet si një teknologjie me qëllim të përgjithshëm, një instrument i fuqishëm me impakt madhor në gjithë aspektet e jetës tonë. Pyetja e madhe mbetet se kush e kontrollon zhvillimin dhe shpërndarjen e saj, si dhe për çfarë qëllimi. Deri tani, janë vendet dhe industritë më të fuqishme, të cilat, logjikisht, synojnë mbrojtjen dhe promovimin e interesave dhe perspektiva të tyre, të cilat nuk janë domosdoshmërisht ato të të tjerëve. IA, gjithashtu, kurrë nuk është neutrale – ajo është inxhinieruar për qëllime të caktuar nga njerëzit me marrëdhënie të caktuara demografike dhe punësimi, dhe algoritmet dhe seritë e të dhënave korruptohen në një mënyrë apo në tjetër. Shumicës së asistentëve virtual u jepet një gjini e caktuar dhe përgjigje të programuara që reflektojnë botëkuptime dhe anësi të caktuara. Mundësitë e përkthimit të gjuhës reflektojnë gjuhë dominonte, jo ato të rrezikuara, ndërsa robotët janë programuar për përdorime private dhe jo publike.

Sistemet IA tipikisht demonstrojnë të paktën disa nga sjelljet e mëposhtme që lidhen me inteligjencën njerëzore: planifikimi, nxënia, arsyetimi, zgjidhja e problemeve, njohuria, përfaqësimi, perceptimi, lëvizja, manipulimi, dhe në një shkallë më të vogël, krijimtaria dhe inteligjenca sociale.[92] Sistemet IA drejtohen nga algoritme ose njësi udhëzimesh që mund të dizenjohet nga njerëz apo makineri. Ka shumë lloje të ndryshme AI dhe nuk ka një përkufizim të vetëm. Ky modul përshkruan dimensionet e ndryshme të IA, përfshirë mësimin përmes makinerive, analizën e të dhënave të mëdha, njohjen e modeleve dhe sistemeve konjitive dhe ndryshimin midis “IA të ngushtë” dhe “IA të përgjithshme”.

Megjithatë, fakti që kompjuterët mund të programohet për të kopjuar “sjellje inteligjente” dhe të marrin vendime të pavarura përbën shqetësim të madh. Ai ngre pikëpyetje mbi kontrollin. Kjo më pas ngre çështje mbi individualitetin njerëzor dhe mbrojtjen e të drejtave themelore që përfshijnë lirinë e shprehjes, mbledhjes dhe punës. Njerëzit janë të shqetësuar nëse do ta humbasin lirinë e tyre për të zgjedhur llojin e përmbajtjes që duan të shohin; nëse IA thellon më tej “flluskat e filtrimit” (filter bubbles) apo silot e informacionit; duke e reduktuar më teje diversitetin dhe pluralitetin e zërave dhe përmbajtjes.

92 Nick Heath, Menaxhimi i IA dhe EM në Sipërmarrje [Managing AI and ML in the Enterprise].

Burimi i UNESCO-s *Do të Skuqesha po të Mundesha: Mbyllja e Ndasive Gjinore në Aftësisë Dixhitale përmes Edukimit*[93] tërheq vëmendjen ndaj disa prej këtyre çështjeve. Ky burim ofron udhëzime politikash për të sulmuar qëndrueshmërinë dhe ashpërsinë e hendekut gjinor, dhe shikon gjithashtu te "paradoksi i barazisë gjinore TIK", për të cilin UNESCO po zbulon se shumica e vendeve me nivele të larta të barazisë gjinore kanë nivelet më të ulëta të grave që po bëjnë studime të përparuara në shkencat kompjuterike apo subjekte të ngjashme. Botimi, për shembull, thekson gjithashtu se si zgjedhja e zhvilluesve të produkteve për të përdorur zërat e zonjushave si asistente zanore IA vazhdon paragjykimet e dëmshme gjinore dhe ofron rekomandime për të kundërshtuar dhe kthyer mbrapsht zgjerimin e ndasive gjinore përmes dhe në IA. Ndërsa disa asistentë zanorë po bëhen gjithmonë e më pak të stereotipizuar nga ana gjinore, ato ende i shërbejnë një numri të kufizuar gjuhësh të folura.

Rasti i "Cambridge Analytica" ilustron se si moderimi dhe kurimi i përmbajtjes së drejtuar nga IA mund të impaktojë sistemet demokratike. Skandali "Cambridge Analytica" ishte një rast në të cilin të dhëna të mëdha u përdorën për të ndikuar votuesit pa dijeninë e tyre. Në disa kontekste, IA shihet si një instrument për mbikëqyrje masive. Mediat sociale dhe kompanitë e komunikimeve dixhitale përdorin gjerësisht IA. Media social siguron një rast studimi se si mësimi i përparuar përmes makinerive ndikon krijimin e përmbajtjes së gjeneruar nga përdoruesi si dhe vendimet e marketingut dhe blerjes me implikime negative dhe pozitive. Në edukim, përdorimi i analizimit të të dhënave për të profilizuar nxënësit perceptohet gjithashtu si diçka që ka implikime pozitive dhe negative.

Në paralelizëm, Mungesa e përgjithshme e transparencës në dizenjimin e algoritmeve dhe të dhënave që aksesojnë vazhdon të shkaktojë shqetësime.

"Lëvizja" Ethical by Design (Etik në Dizenjo) kërkon të përmirësojë dizenjon e IA në një mënyrë që të luftojë anësitë algoritmike. Në të shkuarën, kjo ka rezultuar në profilizimin dhe stereotipizimit e njerëzve, si për shembull, bazuar në faktorë si raca/etnia, gjinia apo gjuha. "My data belongs to me (Të dhënat e mija për përkasin mua)" është një tjetër koalicion tjetër që kërkon t'i ndihmojë konsumatorët dhe zotëruesit e të drejtave të marrin kontroll dhe pronësi mbi të dhënat personale.

Mundësitë e ofruara nga IA, të çiftuara me shqetësime komplekse etike dhe sociale, evidentojnë nevojën për të balancuar risitë në IA me një qasje më humanocentrike të ankoruar në standarde etike dhe objektiva shoqërore të qarta. Për më tepër, ato ngrenë pyetjen mbi llojin e njohurisë, zotësive dhe mendësive për të cilat njerëzit kanë nevojë, përfshirë edhe zotësitë teknike dixhitale si programimi/kodimi edhe kompetencat soft të lidhura direkt me EMI si mendimi kritik dhe angazhimi civil.

Ky modul e ndihmon lexuesin të fitojë një të kuptuar bazë mbi operacionet dhe zbatimet teknike të sistemeve IA si dhe të kontekstit ekonomik dhe social. Ai sugjeron se si kompetencat IA mund të mundësojnë përdorime më optimale të IA në shoqëri.

93 I'd Blush If I could: Closing the Gender Divides in Digital Skills through Education, https://en.unesco.org/id-blush-if-I-could.

NJËSITË

NJËSIA 1:
KUPTIMI I BAZAVE TË IA-SË DHE PËRDORIMI I IA-SË NË MEDIAT SOCIALE

NJËSIA 2:
KOMPETENCAT EMI NË EPOKËN E IA-SË DHE MEDIAVE SOCIALE

NJËSIA 3:
TË DREJTAT INDIVIDUALE DHE SOCIALE, ZGJEDHJET DHE TEKNOLOGJIA

NJËSIA 4:
PËRDORIMI I IA-SË DHE MEDIAVE SOCIALE NË ZHVILLIM

NJËSIA 1: KUPTIMI I BAZAVE TË IA-SË DHE PËRDORIMI I IA-SË NË MEDIAT SOCIALE

KOHËZGJATJA: 3 ORË

Temat kryesore:

- Bazat e algoritmeve
- Llojet e ndryshme të IA – automatizimi, GPAI (IA me qëllim të përgjithshëm), machine learning, rrjetet nervore
- Të dhënat e mëdha, dallimi i formave
- Mediat sociale dhe modelet e biznesit të drejtuara nga të dhënat

Objektivat mësimore

1. Të kuptohet se si krijohen algoritmet dhe si funksionojnë ato.
2. Të identifikohen llojet e ndryshme të IA-së dhe si funksionojnë ato
3. Të rendisë dhe hartëzojë zgjidhjet dixhitale të përdoruara në jetën e përditshme në marrëdhënie me llojet e IA-së
4. Të diskutojë mundësitë e përdorimit të IA-së në edukim
5. Të identifikohen llojet e ndryshme të mediave sociale dhe të shpjegohen modelet e tyre të biznesit
6. Të eksplorojë impaktin social të IA-së, p.sh. bashkëngjitja e fotove, dallimi i të folurës, modifikimi i sjelljes dhe profilizimi

Qasje dhe veprimtari pedagogjike

Përmbledhtas: ashtu siç është diskutuar më parë në këtë Kurikul (Pjesa 1), pedagogji të ndryshme janë të mundshme. Ju lutem ta rishikoni listën në Pjesën 1 dhe të vendosni se cilën qasje të zbatoni për veprimtaritë e sugjeruara më poshtë dhe për të tjera që ju mund të formuloni.

1. Mësuesit ose nxënësit duhet të kërkojnë për Algorithm Literacy Project (Projekti i Aftësimit për Algoritmet), një iniciativë e përbashkët e Kids Code Jeunesse dhe Komisionit Kanadez për UNESCO-n. Reflektoni mbi këtë përkufizim të thjeshtë të algoritmeve: “Algoritmet janë plane ose udhëzime hap-pas-hapi për të kryer një detyrë apo zgjidhur një problem – ju mund t’i mendoni ato si receta që koduesit përdorin për të marrë informacionin dhe për të prodhuar gjëra që na ndihmojnë ne për të arritur rezultate të caktuara”. Më pas, ndiqni videon në këtë lidhje për të mësuar më tepër, https://algorithmliteracy.org/. Pastaj, ndiqni udhëzuesin e ofruar nga projekti për të Reflektuar, Lexuar më Shumë, Ndërmarr Veprim dhe Përfshirë në botën e algoritmeve.

2. Shumica e asaj që bëni online ose e asaj që përdorni në teknologjitë dixhitale regjistrohet në një farë mënyre apo forme të dhënash të grumbulluar. Shikoni Modulin 8 mbi privatësinë, mbrojtjen e të dhënave dhe ty. Në fakt, disa algoritme dhe programe kompjuterike janë shkruar për të mbledhur të dhëna mbi ju. Të dhënat e mbledhura përdoren këto apo të tjera algoritme apo programe kompjuterike për të krijuar një profil tëndin për qëllime të ndryshme, përfshirë llojin e përmbajtjes ose reklamës që u duhet prezantuar ju. Ekspertët sugjerojnë se ka shumë lloje të ndryshme algoritmesh, por ofrojnë gjashtë lloje themelore:

   a. Algoritmet e përsëritura (recursive)
   b. Algoritmet përça e sundo (divide and conquer)
   c. Algoritmet e programeve dinamike
   d. Algoritmet lakmitare
   e. Algoritmet e dhunshme (brute force)
   f. Algoritmet prapagjurmuese (backtracking)

   Drejtoji nxënësit të bëjnë kërkime mbi përshkrimin dhe karakteristikat e këtyre algoritmeve. Drejtoji nxënësit në një seri prezantimesh dhe diskutimesh mbi këto karakteristika. Cilat janë disa nga instrumentet dixhitale më të njohura që përdoren nga këto algoritme? Cilët janë disa nga përfitimet? Cilët do të ishin disa nga impaktet e pasynuara? Kush e ka kontrollin dhe cilët janë implikimet?

3. Mësuesit ose nxënësit duhet të kenë një ide bazike se çfarë janë algoritmet dhe si funksionojnë ato. Ata duhet të drejtohen të hynë më thellë në arsyet pse është e domosdoshme të ketë transparencë mbi algoritmet dhe që algoritmet të monitorohen. Lexoni dhe shkëpusni pjesë nga raporti i Raportuesit Special të Kombeve të Bashkuara mbi marrëdhënien e IA-së apo algoritmeve dhe promovimin e ruajtjes së të drejtës së lirisë së mendimit dhe shprehjes, https://www.undocs.org/A/73/348. Bëj pyetje si: Në çfarë mënyrash e ndikojnë algoritmet se cili informacion prioritizohet, deprioritizohet, përfshihet apo përjashtohet? A mund ta kufizojnë ata lirinë e njerëzve? Si mund të garantojë publiku që IA dhe algoritmet janë dizenjuar bazuar mbi parimet e të drejtave të njeriut? Cilat janë disa nga mekanizmat kryesore që duhet të vihet në zbatim nga aktorët shtetërorë, sektori privat dhe aktorët e shoqërisë civile?

4. Drejtoji nxënësit që të sugjerojnë lloje algoritmesh që do të ose nuk do të zhvillonin nëse do të mësonin programim kompjuterik. Lejoji ata t'i përgjigjen pyetjes se kush përfiton nga përdorimi i këtyre algoritmeve dhe përse? Tani, drejtoji ata të bëjnë kërkime nëse këto algoritme ekzistojnë ndërkohë dhe ku. Çfarë veprimesh duhet të ndërmarrin, nëse duhet të ndërmarrin?

5. Punë në grup ose punë individuale. Grupi duhet të listojë aplikacione të ndryshme që ata identifikojnë si përdorues të IA. Ata mund të inkurajohen të dallojnë midis automatizimit të thjeshtë dhe IA-së.

6. Diskutim në grup: Diskutimi mbi njohjen e të folurës apo fytyrës, bashkëngjitjes në foto, makinat e automatizuara, botet e bisedave, robotët dhe përdorimet e tjera të zakonshme të IA në jetën e sotme për të përcaktuar mënyrën e tyre të funksionimit.

Ky ushtrim mund të përfshijë një diskutim mbi përdorimin e IA-së në edukim. Përdor fletë të ngjyrosura për secilin lloj IA-je dhe lista e plotë mund të mblidhet në një poster.

7. Çiftimi i nxënësve që i shpjegojnë njëri-tjetrit se cili aplikacion IA u duket më i dobishmi dhe përse. Ky ushtrim duhet të përfshijë një diskutim mbi përdorimin e IA-së në edukim. Pas kësaj, secili pjesëtar grupi duhet të prezantojë një reklamim njëminutësh për gjithë grupin. Reklamimi më i mirë duhet vlerësuar publikisht. Faktorë si vartësia në ofruesit korporativ me axhenda të ndryshme duhet të diskutohet, bashkë me çështjet e nxënies së individualizuar përballë asaj sociale.
8. Duke përdorur mediat sociale si rast studimi, nxënësit duhet të shkruajnë një ese ose listë prej pesë pikash se si mediat sociale përdorin IA-në, cilat lloje IA përdoren në mediat sociale dhe të shpjegojnë qartësisht pse IA përdoret në mediat sociale.
9. Si merr më shumë të dhëna një media sociale? Pse është e rëndësishme kjo? Nxënësve mund t'u sugjerohet të imagjinojnë krijimin e një biznesi të mediave sociale. Në skuadra, ata mund të zhvillojnë një strategji biznesi imagjinar që do t'i lejojë ata të marrin më shumë të dhëna për biznesin e mediave sociale "të re".
10. Diskutime në grup mbi impaktin e zgjidhjeve IA në jetët e tyre. Pyetje kryesore: A është i nevojshëm, i dobishëm apo për t'u shmangur? Mësuesit duhet të krijojnë variantin e tyre të pyetjeve kryesore.

NJËSIA 2: KOMPETENCAT EMI NË EPOKËN E IA-SË DHE MEDIAVE SOCIALE

KOHËZGJATJA: 3 ORË

Temat kryesore:

- Pse kompetencat EMI janë relevante për IA dhe mediat sociale?
- Cilat janë kompetencat e propozuara që duhen për IA dhe mediat sociale?
- A janë kompetencat EMI të njëjta me kompetencat që duhen për IA-në dhe mediat sociale?
- Zbatimi i kompetencave EMI në mjedisin IA dhe mediat sociale.

Objektivat mësimore

Në fund të kësaj njësie, mësuesit dhe nxënësit do të jenë në gjendje të:

- Përshkruajnë se si duke qenë të edukuar për median dhe informacionin, nxënësit mund të kuptojnë më mirë kontekstin social të IA-së dhe si të angazhohen në mënyrë kritike me sistemet IA.
- Identifikojnë dhe përshkruajnë kompetencat e nevojshme të IA-së dhe mediave sociale dhe si këto lidhen me EMI.

- Kuptojnë se si të zbatojnë kompetencat EMI në mjediset IA dhe të mediave sociale dhe për të identifikuar instrumentet dhe burimet që mund të ndihmojnë këtë kontekst.

Niveli i kompetencave të targetura në këtë njësi:

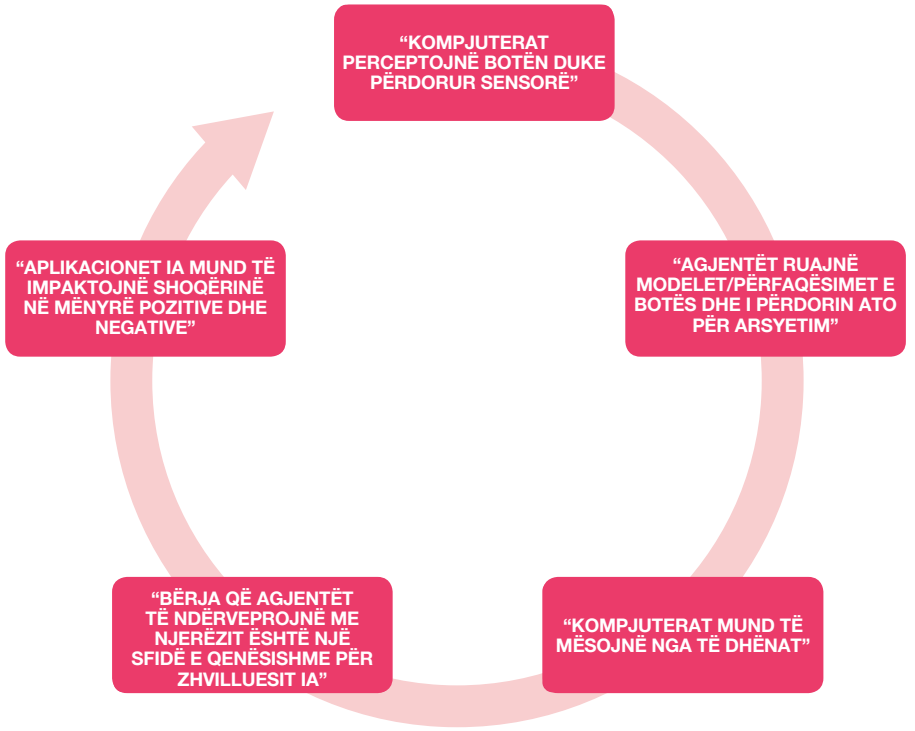
- Bazike

Shqetësime dhe lidhje

Kur konceptet e edukimit për median dhe edukimit për informacionin u krijuan, respektivisht në vitet 1930 dhe 1960, mediat sociale dhe sistemet IA që në një shkallë të gjerë dominojnë mjetet tona të komunikimit sot, nuk ekzistonin. Në fakt, kompjuterat, siç i njohim sot, nuk ekzistonin. Shqetësimet atëherë ishin mbi verifikimin e informacionit dhe mesazhet e propagandës politike të transmetuara përmes mediave tradicionale, të tilla si radio dhe televizioni. Sidoqoftë, ishte njësoj e rëndësishme të kuptoheshin çështjet e përfaqësimit në media (shikoni Modulin 6), si të angazhohen me reklamën dhe lajmet, dhe se si mesazhet mediatike ndërtoheshin për të përfaqësuar realitetin (shiko Modulin 10). Me daljen e internetit, mediave sociale dhe sistemeve IA, këto shqetësime funksionale mbetet ende. Sidoqoftë, ato janë zmadhuar dhe janë bërë më të komplikuara për shkak të mënyrës se si teknologjitë e reja që përdoren në modele të caktuara biznesi kanë shndërruar mënyrën se si njerëzit lidhen, ndërveprojnë në mënyrë shoqërore dhe kuptojnë botën rreth tyre. Mediat sociale, për shembull, kodojnë ndërveprimet sociale si tekst (mesazhe të shkruara, imazhe, audio, video, art, emoji, pëlqime, shpërndarje, etj.). Edhe një herë, simbole të tilla nuk janë tërësisht të reja, por mediat sociale i ofrojnë ato paralelisht me ato të formë klasike si komunikimi ballë-për-ballë, i cili, përgjithësisht, u kërkon njerëzve të lidhen në vendndodhje të ndryshme fizike, por tani të mundshme në vendndodhje, tashmë të zakonshme, virtuale. Kjo përfshin të huaj si dhe pjesëmarrës reciprokisht të njohur, që thonë e ndajnë gjëra që ndryshojnë shpesh – të ndikuar nga kultura dhe përvojat.[95] Shtimi i IA-së si një shtresë tjetër mbi mediat sociale dhe pajisjet e platformat teknologjike zgjeron më tutje shqetësimet e përmendura më lart dhe ngre shqetësime të reja. Kjo është arsyeja se përse sistemet IA e bëjnë më të lehtë grumbullimin e dhënave të mëdha, të cilat i përpunojnë dhe nga të cilat mësojnë, dhe që si rezultat mundësojnë apo përcaktojnë vendimmarrje që mund të kenë rezultate pozitive dhe negative për qytetarët e zakonshëm.

95 S. Livingstone (2014). Krijimi i Aftësimit për Mediat Sociale: Mënyrat se si fëmijët mësojnë të interpretojnë mundësi të rrezikshme në faqet e rrjeteve sociale [Developing social media literacy: How children learn to interpret risky opportunities on social media sites]. Communications. The European Journal of Communication Research, 39(3): 283-303.

FIGURA 11.1 KARAKTERISTIKAT BAZË TË SISTEMEVE IA



Burimi: Përmbajtja[98] është përshtatur nga B. Long dhe D. Magerko (2020).

Tabela 11.1 përshkruan disa nga shqetësimet Gratë në IA mbi mediat sociale dhe sistemet IA dhe mënyrat se si EMI ndihmon për t'i shmangur më mirë këto shqetësime. Seksioni i ardhshëm do të adresojë disa nga përfitimet e shumta të IA-së.

TABELA 11.1 PËRDORIMI I EMI PËR TË ADRESUAR SHQETËSIMET E NGRITURA NGA PËRDORIMI I IA-SË DHE MEDIAVE SOCIALE

SHQETËSIME TË PËRZGJEDHURA TË IA DHE MEDIAVE SOCIALE	MËNYRA SE SI NDIHMON EMI	LIDHJE
1. Si grumbullohen dhe përdoren të dhënat e tua	Një kompetencë qendrore dhe me bazë të gjerë e EMI lidhet me mënyrën efikase të aksesit dhe përdorimit të informacionit. Kjo mbulon çështje të rëndësishme si përdorimi etik i informacionit, e drejta e kopjimit, të drejtat e pronësisë intelektuale dhe të drejtat individuale që lidhen me përdorimin e informacionit.	Të drejtat e privatësisë: e drejta për t'u mbledhur dhe lidhur; e drejta për akses në informacion dhe liria e shprehjes dhe të drejta të tjera në përgjithësi janë pika të përshtatshme diskutimi mbi përdorimin e informacionit.

96 CHI '20, 25-30 prill, 2020, Honolulu, HI, USA © 2020. Të drejtat e kopjimit mbahen nga pronarët/autorët. Të drejta e lincesimin i janë dhënë ACM. ACM 978-1-4503-6708-0/20/04… $15, https://doi.org/10.1145/3313831.3376727

2. Çështjet e dhënies së lejes dhe dhunime të privatësisë	Si te nr.1 më lart (shiko gjithashtu Modulin 8 mbi mënyrën se si EMI shërben si mbrojtje e privatësisë, respektit për privatësinë e të tjerëve dhe advokon që shtetet të garantojnë mbrojtjen e të dhënave).	Ashtu si nr 1 më lart
3. Anonimati	Personat që janë të edukuar për median dhe informacionin kuptojnë rëndësinë e anonimatit dhe rasteve ku anonimati duhet ruajtur dhe përse.	Anonimati është i lidhur me privatësinë dhe kështu që argumentet më lart janë me vend dhe këtu. Një konsideratë më e thellë për çdo edukator / nxënës është të kuptojnë që anonimati është shumë i rëndësishëm që individët të shprehen lirshëm për t'i mbrojtur bilbilfryrësit dhe gazetarët. Kjo shton transparencën dhe llogaridhënien e zyrtarëve publikë dhe bizneseve të mëdha.
4. Anësi në programet apo algoritmet kompjuterike për shkak ose të anësive të kodeve ose anësive të të dhënave	Një kompetencë tjetër kyçe e EMI është aftësia për të analizuar anësi në informacion dhe mesazhe. Pyetje si kush e krijoi informacionin, me çfarë qëllimi, çfarë u la jashtë, kush fiton më shumë nga shpërndarja e këtij informacioni, kush mund të humbasë apo të preket, janë relevante për këtë kontekst. Shikoni Moduli 1 dhe 6 për shumë mbi këtë pjesë.	Kompetencat EMI që zbatohen në adresimin e çështjes së anësisë kanë vend dhe në rastin e informacionit dixhital, kodimit kompjuterik dhe algoritmeve për aq sa ato zbatohen te lajmet tradicionale dhe mjediset online e offline të informacionit.
5. Mjedisi divers dhe pluralist në përgjithësi	Një kompetence tjetër e EMI është kuptimi i përfaqësimit. Shikoni Modulin 6 për shumë mbi këtë dhe pronësia dhe pluraliteti i mediave – shikoni Moduli 2 dhe 13. EMI ndihmon të kuptosh, analizosh dhe monitorosh nëse janë dëgjuar zërat e grupeve të ndryshme etnike, kulturore dhe shoqërore. A po marrim informacion nga shumë burime apo vetëm nga disa?	Shqetësimi i këtushëm është që IA dhe algoritmet mund dhe ndikojnë atë që ne shohim, dëgjojmë dhe lexojmë në të njëjtën mënyrë si një redaktor i një organizmi mediatik apo kanali lajmesh apo enti qeveritar mund të kontrollojë rrjedhat e informacionit. Nëse IA është trajnuar në një bazë të ngushtë duke reflektuar përvojat e vetëm një demografie, aplikacione njësoj të ngushta do të rezultojnë prej tyre.
6. Pabarazitë ekonomike dhe sociale	Ashtu si te nr. 5 më lart. Një pikë relevante është – a janë disa grupe të caktuara individësh, përfshirë ato në situata specifike ekonomiko-sociale, në shoqëri duke përfituar më shumë nga ekologjia aktuale e informacionit dhe komunikimit dhe përse? EMI mund të ndihmojë njerëzit të adresojnë diskriminimin gjinor dhe racor përmes ndihmës së individëve për të identifikuar anësitë në informacion e teknologji dixhitale dhe fuqizimit të grupeve të caktuara të margjinalizuara dhe të të tjerëve për të ofruar narrativa kundërshtuese dhe informacione më të ekuilibruar dhe verifikuar.	Aksesi në informacion ndikon barazinë shoqërore dhe ekonomike (Shikoni Modulin 1). Për shembull, mungesat ndaj grave të aksesit në informacion, teknologjitë dixhitale dhe mediat pengon aksesin dhe mundësinë e tyre për t'u shprehur dhe marrë pjesë plotësisht dhe në mënyrë kuptimplotë në zhvillimin shoqëror dhe ekonomik.

7. Parrezikshmëria dhe siguria	Personat që janë të edukuar për median dhe informacion janë në gjendje të mirë për të indentifikuar çinformimin, përmbajtjen e papërshtatshme dhe informacionin e përmbajtjen që nxit dëmtim apo ndërhyn në të drejtat e të tjerëve, si dhe reklamimin e papërshtatshëm, veçanërisht në lidhje me targetimin e fëmijëve. Shikoni Modulin 9 për shumë mbi dëmtimin ndaj të drejtave të njeriut që mund të vijë nga angazhimi online i individëve.	Në epokën dixhitale parrezikshmëria dhe siguria shkojnë përtej kontaktit fizik. Ato janë gjithashtu të shqetësuara për informacionin e dëmshëm online dhe ndërveprimimin dixhital. Shikoni Modulin 9 për më shumë informacion.
8. "Deepfakes" dhe dezinformimi në përgjithësi	Njësoj si nr 4 dhe 7 më lart. Luftimi i çinformimit dhe dezinformimit është një sfidë shumëfaqeshe. Ai kërkon ndërhyrje për të adresuar burimin, por gjithashtu kërkesën dhe monetizimin e çinformimit dhe dezinformimit. Një pjesë e gjeagjezës së qëndrueshmërisë është që individët të mbrojnë veten në shkallën që është e mundur përmes fitimit të kompetencave EMI. (Shikoni shembuj në Modulin 9).	Edhe individi më i edukuar për median dhe informacionin do të ketë sfidën e dallimit të "deepfakes". Në shumicën e rasteve, kompetencat që duhen për të dalluar informacione të tilla të rreme kërkojnë aftësi të shkencës së kriminalistikës (mjekësisë ligjore). Nxënësi i edukuar mbi median dhe informacionin kupton si dhe përse abuzimi i IA-së përmes instrumenteve si botet përkeqëson krijimin dhe shpërndarjen e dezinformimit, përfshirë "deepflakes". Shumë veta argumentojnë që kompanitë e komunikimeve internet kanë një detyrë besimi ndaj mbrojtjes konsumatorë për paralajmëruar këto fabrikime te përdoruesit. Kur makinat mund të programohen në mënyrë të pavarur për të krijuar, organizuar, ruajtur, shpërndarë dhe mësuar nga informacioni i ruajtur për të krijuar njohuri të reja dhe për të lehtësuar shpërndarjen e targetuar; abuzimi i këtyre aftësive në kontekstin e çinformimit është i vështirë për t'u kontrolluar.
9. Respekti për parimet e të drejtave të njeriut	Shikoni nr.1 më lart dhe Modulin 1. Ndërsa IA po përdoren për të përparuar të gjitha format e zhvillimit në të gjitha mënyrat, abuzimi i tij mund të ndikojë të gjitha format e të drejtave të njeriut. Për shembull, merrni potencialin e IA-së për të përparuar edukimin cilësor dhe aksesin në informacion. Abuzimi i tij mund të ndikojë atë që njerëzit mësojnë dhe mënyrën se si e mësojnë, që mund të shkojë deri në pikën e manipulimit. Individi i edukuar mbi median dhe informacionin kupton dhe angazhohet në advokimin e menaxhimit etik të implikimeve të mundshme sociale të IA-së.	Të drejta të tjera të njeriut të cilat mësuesi do t'i konsideronte në këtë kontekst përfshijnë të drejtën e shkollimit, të drejtën për paqe e siguri, të drejtën për shprehje kulturore e fetare, etj.

10. Aksesi te zgjidhjet mbi impaktin e prapësimit të të drejtave të njeriut	Shikoni nr. 1 dhe 10 më lart. Njerëzit kanë nevojë të dinë ku dhe si të korrigjojnë kur ndiejnë se të drejtat e tyre janë shkelur. Kjo lidhet me qeverisjen dhe rregullimet e përdorimit të sistemeve IA, të cilat lidhen me qeverisjen dhe rregullimin e Internetit në përgjithësi (Shikoni Modulin 13 dhe brenda këtij moduli më poshtë). EMI u jep njerëzve një të kuptuar bazë të mekanizmave rregullatore, bashkë-rregullatore dhe vetë-rregullatore për ekologjinë e komunikimit. Individët e edukuar për median dhe teknologjinë kuptojnë ndryshimin midis këtyre llojeve të rregullimit dhe nevojën për të harmonizuar te drejtat e njeriut në përgjithësi.	Shikoni nr 1 dhe 10 më lart.
11. Pronësia, kontrolli dhe dominanca e IA nga pak kompani	Shikoni nr 11 më lart. EMI adreson pronësinë dhe kontrollin e teknologjive dixhitale si një temë kryesore që u ndikon njerëzve lirinë e shprehjes, aksesit në informacion, pluralitetit të zërave dhe përmbajtjes, etj. Shikoni veçanërisht Modulin 1, Modulin 2, Modulin 6 dhe 13.	Konceptet e Moduleve të referuara këtu që mund të kenë zbatim te sistemet, përdorimi, pronësia dhe kontrolli i IA-së.
12. Nevoja për një qeverisje trans-parente, etike dhe prej shumë stakeholdersa mbi sistemet IA dhe mediat sociale	EMI është për vlerësimin dhe përdorimin etik e kritik të informacionit, medias dhe teknologjive dixhitale, përfshirë dhe IA. Një kompetencë e EMI-t është kuptimi i roleve dhe funksioneve të të gjithë institucioneve që ofrojnë përmbajtje dhe kushtet nën të cilat ata mund të ekzekutojnë me sukses këto qëllime normuese si Axhenda 2030 dhe Objektivat e Zhvillimit të Qëndrueshëm. Shikoni veçanërisht Modulet 1, 2, 7, 13, si dhe pikat Nr 1-12 më lart.	Pikat nr 1-12 më lart dhe relevante për #13 këtu.
13. Nevoja për një qeverisje trans-parente, etike dhe prej shumë stakeholdersa mbi sistemet IA dhe mediat sociale	EMI është për vlerësimin dhe përdorimin etik e kritik të informacionit, medias dhe teknologjive dixhitale, përfshirë dhe IA. Një kompetencë e EMI-t është kuptimi i roleve dhe funksioneve të mediave, ndërmjetësve teknologjik dhe kompanive të komunikimeve internet dhe kushtet nën të cilat ata mund të ekzekutojnë me sukses këto funksione. Shikoni veçanër-isht Modulet 1, 2, 7, 13, si dhe pikat Nr 1-12 më lart.	Pikat nr 1-12 më lart dhe relevante për #13 këtu.

Qasje dhe veprimtari pedagogjike

Përmbledhtas: ashtu siç është diskutuar më parë në këtë Kurikul (Pjesa 1), pedagogji të ndryshme janë të mundshme. Ju lutem ta rishikoni listën në Pjesën 1 dhe të vendosni se cilën qasje të zbatoni për veprimtaritë e sugjeruara më poshtë dhe për të tjera që ju mund të formuloni.

- Organizo diskutime, debate, veprimtari të tjera në grup, lojëra dhe përdorime të mediave sociale në lidhje me 13 pikat e Tabelës 11.1. Sigurohu që të marrësh

veprimtari të përshtatshme në modulet e mëparshme të referuara në tabelë dhe përktheji këto veprimtari për t'u fokusuar te IA.

- Botet janë programe kompjuterike të drejtuara nga sisteme IA. Përdoruesit e internetit ndërveprojnë me botet online përmes gjuhëve të folura dhe të shkruara. Shikoni këtë video YouTube mbi botet me nxënësit tuaj, https://www.youtube.com/watch?v=fEbzk4vTHsQ. Kërkoju nxënësve të tregojnë se cilin nga botet e përmendura në këtë video ata e përdorin rregullisht. Kërkoji atyre të ndajnë përvojat dhe shqetësimet e tyre.
  - Fokusohu te përdorimet pozitive të boteve dhe më pas diskuto përdorimet e tyre potencialisht negative.
- Ndërsa IA mund të përdoret për të luftuar çinformimin dhe dezinformimin, ajo mund të përdoret për të shpërndarë çinformim dhe dezinformim. Një studim i Parlamentin Europian, i titulluar "Lufta e Automatizuar mbi Dezinformimin" (mars 2019), drejton te llogaritë fallco dhe botet si përdorime të gjera në strategjitë e manipulimit të mediave sociale për të organizuar sulme mbi partitë kundërshtare, postimin e mesazheve shpërqendruese apo angazhimin në trolling dhe ngacmim. (Për më shumë mbi Çinformimin dhe Dezinformimin shikoni Modulin 4). Mësuesit duhet t'i drejtojnë nxënësit për të bërë kërkime të studimeve të ngjashme në rajonin apo vendin e tyre. A ekzistojnë studime të tilla? Cilat janë disa nga gjetjet e tyre? A po ndërmerren veprimet të lidhura me këto politika për të adresuar rezultatet e këtyre gjetjeve? Cilat veprime në nivel kombëtar dhe komunitar po implementohen në lidhje me këto gjetje?
  - Planifiko një vizitë, aty ku është e mundur, te autoritetet përkatëse (të tilla si ministri/të qeveritare përgjegjëse për këto çështje.
  - Një alternativë tjetër do të ishte një seri vizitash në mjediset mësimore nga ekspertë në këtë fushë që bëjnë fjalime për mësuesit dhe nxënësit.
- Mësuesit duhet të evidentojnë rëndësinë e angazhimit në advokimin për përfshirjen e grave në IA në veçanti, dhe në shkencë dhe në teknologji në përgjithësi. Lexoni më shumë për organizata si *Gratë në IA* (WAI). https://www.womeninai.co/. WAI është një OJF "do-tank" me mandatin për të shtuar përfaqësimin dhe pjesëmarrjen e grave në IA. Kërko për të tjera.
- Lexo dhe diskuto blogun e Kim Nilsson në Forbes, *Përse IA ka nevojë për më shumë gra*, https://www.forbes.com/sites/kimnilsson/2019/03/08/why-ai-needs-more-women/?sh=77115b397f90 Nilsson është një sipërmarrëse dhe drejtore ekzekutive e qendrës më të madhe të të dhënave shkencore në Europë, Pivigo. Kërkoni për blogje apo artikuj të ngjashëm nga ekspertë lokalë dhe autoritete të respektuara në vendin apo rajonin tuaj. Dekonstruktoni pjesët e zgjedhura. A janë ato me opinion të ndikuar apo faktike? A janë ato të drejta apo janë në mënyrë të njëanshme optimiste apo pesimiste mbi IA? A mbështeten argumentet nga faktet? A bini dakord me to apo jo? Pse? Si mund të angazhohesh për veprim e ndryshim? A ka ente vendore që mund të kontaktosh dhe t'i motivosh për të vepruar?
- Ekzistojnë raste të individëve që janë sulmuar dhe vrarë për shkak të çinformimit dhe dezinformimit që është ndarë në mediat sociale.

- Pjesëmarrësit lexojnë dhe diskutojnë një histori vendore apo ndërkombëtare rreth sistemeve IA dhe si kjo lidhet me çinformimin dhe dezinformimin. Kërkoju nxënësve të ndajnë atë që u kalonte nëpër mendje ndërsa lexonin. Si ndihet ata? A besojnë historinë? Përse e besojnë apo përse nuk e besojnë historinë; çfarë e bën të besueshme? Çfarë ndodh kur sistemet IA përdoren për të krijuar dhe shpërndarë çinformim dhe dezinforimim? Çfarë mund të bëhet për të ndaluar shpërndarjen e çinformimit dhe dezinformimit përmes IA dhe algoritmeve? Për pyetjen e fundit, nxënësit duhet të reflektojnë mbi veprimet personale / individuale që mund të ndërmarrin, si dhe veprimet e mundshme të grupeve të tjera të stakeholderave (qeveritë, kompanitë e komunikimeve dixhitale, etj.). Për secilin veprim të propozuar, diskutonin implikimet potenciale nga perspektiva e stakeholdereva të ndryshëm.
- Kërkoni për dy raste ku përmbajtja e rreme dhe çorientuese u krijua përmes sistemeve IA ose boteve qe çoi në lëndimin psikologjik dhe fizik të individëve. Diskutoni këto me nxënësit përgjatë të njëjtave linjave.

- Kërkuesi ka kryer eksperimente mbi efektet e çinformimit te njerëzit. Në një studim një ekip kërkues[97] "u tregoi pjesëmarrësve slide të një aksidenti me makinë dhe më pas u kërkoi pjesëmarrësve të lexonin informacione të pasakta dhe çorientuese mbi aksidentin. Eksperimenti tregoi që pjesëmarrësit lehtësisht e përthithnin këtë informacion të metë, duke bëra gabime kur pyeteshin më vonë se çfarë kishte ndodhur në aksident".[98] Diskutoni me nxënësit se cilët faktorë çojnë në përthithjen e informacionit të rremë. Këto përfshijnë kujtesën, përvojat e shkuara, emocionet (frika, ankthi, stepja, dyshimi), anësitë, pritshmëritë, etj. kërkoju nxënësve të reflektojnë dhe ndajnë përvojat e tyre.
- Ndaji nxënësit në grupe. Kërkoju atyre të krijojnë një artikull informacioni të çfarëdo forme që zgjedhin ata (lajme, tregime, histori e trilluar nga dëshimtarë, imazhe, video). Më pas, kërkoji secilit grup që të prezantojë informacionin te të tjerët. Diskutoni nëse informacioni është i besueshëm ose jo. Çfarë e bën atë të pa/besueshëm? Cilat janë efektet potenciale të shpërhapjes së këtij informacioni të rremë? Cilat algoritme e kapin këtë rast dhe çfarë do ta zmadhonte atë?
- Studioni 13 shqetësimet e përzgjedhura mbi IA në tabelën 11.1 më lart. Planifikoni veprimtari rreth diskutimit të këtyre çështjeve bazuar mbi relevancën ndaj vendit tuaj dhe interesit të grupit të nxënësve me të cilët po punon.
- Organizoji nxënësit në grupe dhe bëji ata që të bëjnë kërkime për të grumbulluar informacion dhe shembuj ku idetë e mëposhtme në identifikimin e "deepflakes" janë të zbatueshme. Shikoni për më tepër mbi projektin e Laboratorëve Mediatikë të MIT dhe ideve të ofruara prej tyre më poshtë, https://www.media.mit.edu/projects/detect-fakes/overview/. Shikoni më shumë mbi Çinformimin dhe Dezinformimin në Modulin 4.

97 Loftus, E. F., Miller, D. G., dhe Burns, H. J. (1978). Integrimi semantic i informacionit verbal në një kujtesë vizuale [Semantic integration of verbal information into a visual memory]. Journal of Experimental Psychology: Human Learning and Memory, 4(1), 19–31. https://doi.org/10.1037/0278-7393.4.1.19

98 Reboot Foundation, Vlerësimi i Mendimit Kritik [Elevating Critical Thinking], https://reboot-foundation.org/misinformation-effect/.

- Kushtojini vëmendje transformimeve apo deformimeve të fytyrës. Gjithashtu, a duken qimet e fytyrës të vërteta apo shfaqen ato në vende ku nuk duhen dhe mungojnë në të tjera? A duken vrimat apo shenjat e fytyrës të vërteta? A përputhen madhësia dhe ngjyrat me pjesën tjetër të fytyrës së personit?
- Kontrolloni nëse lëkura është tepër e lëmuara apo tepër e rrudhosur te faqet dhe balli. A përputhet plakja te qimet me atë të lëkurës dhe syve?
- A ka ndonjë hije që shfaqet në fytyrë, sy dhe vetulla kur hije të tilla do të duhej të ishin? A ka shkëlqim në syzet që mban individi dhe a ndryshojnë këto shkëlqime me lëvizjen e individit? A po i pulitin sytë njerëzit tepër shumë apo pak? "Deepflakes shpesh dështojnë të paraqesin plotësisht elementët fizikë të natyrës në një skenë ... elementët natyrorë të dritës".[99]

- Siç u përmend më lart, dallimi i deepflakes nganjëherë kërkon ekspertizë dhe kompetenca të caktuara që janë të ngjashme me ato që përdorën nga kriminologjia. Prandaj, mësuesit dhe nxënësit duhet të angazhohen në diskutime dhe praktika që të bëhen të aftë me kalimin e kohës. Është njësoj e rëndësishme që të jenë të vetëdijshëm për mundësitë për të advokuar që kompanitë të dërgojnë burime për të identifikuar përmbajtje të tilla dhe t'ia nënshtrojnë atë moderimit në zbatimin e etiketave dhe shpjegimin e kushteve për etiketa të tilla dhe mundësisë për të bërë apel kundër këtij publikimi.
  - Në tabelën 11.1, një seri kompetencash të lidhura me IA dhe mediat sociale kapen mbi burime të larmishme. Planifiko veprimtari rreth secilës nga këto kompetenca. Në secilin rast, specifikoni se si kompetencat EMI lidhen ose mund të zbatohen. Kërkoju nxënësve të ofrojnë argumente të lidhura me çështje të tjera, ashtu si në kolonën e tretë të tabelës 11.1 më lart. Ndani tabelën tuaj të plotësuar ose pjesë të saj në mediat sociale dhe bashkëngjisni @MILCLICKS ose dërgoni një email me burimet tuaja te MIL CLICKS në milclicks@unesco.org

99 Projekti i Laboratorëve të MIT dhe ideve që ofrojnë ata më poshtë https://www.media.mit.edu/projects/detect-fakes/overview/

TABELA 11.2 KOMPETENCA TË EDUKIMIT PËR MEDIAN DHE INFORMACIONIN QË NEVOJITEN PËR ANGAZHIMIN ME IA

SHEMBUJ TË KOMPETENCAVE QË NEVOJITEN PËR IA DHE MEDIAT SOCIALE[100]	LIDHJA ME KOMPETENCAT EKZISSTUESE EMI	KOMENTE PËR LIDHJE
Kompetenca 1 (Dallimi i IA). Dallon midis artefakteve teknologjike që përdorin dhe nuk përdorin IA dhe pranon vështirësinë në bërjen e këtij dallimi.		
Kompetenca 2 (Kuptimi i Inteligjencës) Analizon dhe diskuton në mënyrë kritike karakteristikat që e bëjnë një entitet "inteligjent", përfshirë diskutimin e ndryshimeve midis njerëzve, kafshëve dhe inteligjencës së makinerive.		
Kompetenca 3 (Ndërdisiplinariteti) Njeh që ka shumë mënyra për të menduar mbi dhe zhvilluar makineri "inteligjente". Identifikon një larmi teknologjish që përdorin IA, përfshirë teknologjitë që shtrihen në sistemet konjitive, robotikën dhe machine-learning.		
Kompetenca 4 (e Përgjithshme[101] përballë e Ngushtë[102]). Dallon midis IA së përgjithshme dhe të ngushtë.		
Kompetenca 5 (Pikat e forta dhe të dobëta të IA-së) Identifikon llojet e problemeve në të cilat IA shkëlqen dhe problemet që janë më sfiduese për IA-në. Përdorni këtë informacion për të përcaktuar se kur është e përshtatshme që institucionet të përdorin IA-në dhe kur të përdorin zotësitë njerëzore.		
Kompetenca 6 (Përfytyrimi i të Ardhmes së IA-së). Përfytyroni të ardhmen e aplikacioneve IA në termat e asaj se kush u jep formë zhvillimit dhe shpërndarjes së sistemeve IA dhe të shqyrton efektet e aplikacioneve të tilla mbi botën. Mësuesit dhe nxënësit mësojnë të jenë të vetëdijshëm mbi elementët bazë të rolit të të dhënave për IA, përfshirë implikimet sociale dhe kontekstuale si dhe karakteristikat e tij.[103] Mësuesit dhe nxënësit janë në gjendje të kuptojnë bazat e arsyetimit të probabiliteteve; Aksesi -Mësuesit dhe nxënësit mund të kuptojnë problemzgjidhje bazike përmes të menduarit kompjuterik / përllogaritës; mund të zbatojnë parimet bazë të kodimit duke përdorur gjuhë programimi vizual. Mësuesit mësojnë të aksesojnë rreziqe dixhitale, të vlerësojnë në mënyrë kritike përmbajtjen dhe burimet e përmbajtjes; duhet të jetë në gjendje të kuptojnë nevojën për t'u angazhuar në çështje të "kutisë së zezë" të IA-së (duke ndjekur parimin e shpjegueshmërisë së vendimeve). Mësuesit dhe nxënësit janë të vetëdijshëm që teknologjia në kontrollin e aktorëve të fuqishëm po modifikon shoqërinë dhe vlerat; implikime etike dhe mbi të drejtat e njeriut në shoqëri, grupe dhe persona me vendime të automatizuara (vendime të mbështetura nga IA).		

100 Përshtatur nga Rezutaltet e Draftit të Seminarit të UNESCO-s mbi Mësimdhënien dhe Nxënien e Kompetencave për IA nga një Perspektivë i Aksesit në Informacion [Draft Outcomes of the UNESCO Workshop on Teaching and Learning Competencies for AI from an Information Access Perspective], Zyrat Qëndrore të UNESCO-s, Paris, 7 mars 2019.

101 Inteligjenca e Përgjithshme Artificiale (IPA) është aftësia hipotetike e një angjenti inteligjent për të kuptuar ose mësuar çfarëdo detyre intelektuale që mund të bëjë një qenie njerëzore. Ajo është një objektiv primar i disa prej kërkimeve në fushën e inteligjencës artificiale dhe një temë e përbashkët në fanta-shkencë dhe studimet e të ardhmes. https://en.wikepedia.org/wiki/Artificial_general_intelligence

102 Inteligjenca e Ngushtë Artificiale (INA), e njohur gjithashtu si IA "e dobët", është IA që ekziston në botën tonë. INA është IA që është programuar për të kryer vetëm një detyrë specifike – qoftë kjo para-shikimi i motit, aftësia për të luajtur shah ose analizimi i të dhënave të papërpunuara për të shkruar raporte gazetareske. https://medium.com/mapping-out-2050/distinguishing-between-narrow-ai-general-ai-and-super-ai-a4bc4417e22

103 Kjo do të ishte në Nivelin e Fitimit të Njohurisë në Variantin 3 të TIK CFT, https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000265721

NJËSIA 3: TË DREJTAT INDIVIDUALE DHE SOCIALE, ZGJEDHJET DHE TEKNOLOGJIA

KOHËZGJATJA: 4 ORË

Temat kryesore:

- Kuptimi i koncepteve të së drejtës: të drejtat shoqërore dhe të drejtat individuale
- Roli i teknologjisë në prioritizimin e të drejtave shoqërore e individuale dhe zgjedhjeve
- Teknologjia si platforma potenciale për dialogun ndërkulturor për të drejtat e shoqërore, drejtësinë sociale dhe lëvizjet sociale, si dhe mbikëqyrjen, kontrollin e manipulimin potencial
- Kompetencat e edukimit për median dhe informacionin dhe zotësitë dixhitale për të drejtat individuale e shoqërore dhe zgjedhjet.
- Determinizmi teknologjik dhe teoritë e përcaktimit të axhendës si përcaktues të të drejtave sociale dhe zgjedhjeve individuale

Objektivat mësimore

Në fund të kësaj njësie, mësuesit dhe nxënësit do të jenë në gjendje të:

- Kuptojnë rolin e teknologjisë në prioritizimin e të drejtave shoqërore e individuale dhe zgjedhjeve
- Kuptojnë rëndësinë e teknologjive dhe pronarëve të saj për negocimin e të drejtave dhe zgjedhjeve
- Përshkruajnë kompetencat e edukimit për median dhe informacionin që duhet në bërjen e zgjedhjeve
- Kuptojnë se si teknologjia në kontekstin e kontrolluesve të saj mund të bëj të ndjeshëm apo të polarizojë qytetarët bazuar mbi ndjeshmërinë fetare, përfitimin financiar, përkatësitë kulturore, pabarazitë gjinore dhe përkatësitë partiake
- Kuptojnë rolin e teknologjisë dhe kontrolluesve të saj në demokraci, veçanërisht në lidhje me institucionet politike, zgjedhjet politike, proceset zgjedhore, votimi, llogaridhënies në qeverisje dhe transparencës në shoqëri

IA dhe Ndarja e Përmbajtjes

Koncepti i determinizmit nënkupton që mjetet dixhitale të komunikimit kanë një ndikim mbi kush dhe çfarë lloj përmbajtje shfaqet dukshëm mbi platformat. Por ky koncept materializon teknologjinë sikur të ishte një send në dhe nga vetvetja dhe shpërfill që e gjithë teknologjia ka rrënjë shoqërore dhe nënkupton më tej një pikë të errët që qëllime të caktuara biznesi, ndër të tjera, i japin formë teknologjisë dhe shpërndarjes së teknologjisë. Kontrolli i dizenjos arkitekturore dhe vendimeve inxhinierike informon

dizenjon teknologjike, mbi atë që ndahet brenda ose jashtë platformës së murosur dhe se cilat grumbullime, ruajtje dhe përdorime të rasteve të të dhënave janë funksionale.

Për të kuptuar kush dhe çfarë përmbajtje ndahet në platforma, prandaj, kërkon të kuptosh se pse platformat krijojnë objektiva të caktuara kurative dhe strategji e praktika moderimi përmbajtje. Këto janë ato që i përshkojnë algoritmet kompjuterike e fuqizuara nga Inteligjenca Artificiale (IA), e cila si rezultat shfaq fuqi në mënyrën se si përmbajtja renditet dhe kategorizohet në tema për trajtimet e tjera (p.sh. bllokimi i ngarkimit, fshirja, etiketimi, referimi ndaj moderatorëve njerëzorë, dërgimi te kontrolluesit e fakteve, etj.). Pasojat mund të ndikojnë atë që njerëzit shohin si artikuj në axhenda, influencojnë zgjedhjet e tyre individuale dhe për pasojë të drejtat e tyre dhe t'i japin formë opinionit publik. Me kalimin e kohës, algoritmet kompjuterike pranohet të kenë ndryshuar përvojën online të qytetarëve dhe faktorët që informojnë vendimet e tyre, ndaj dhe mund të ndryshojnë opinionin dhe perceptimet publike përgjatë një periudhe të caktuar. Impakti mund të shihet dhe te identitetet individuale – ndjesia dhe vlera e asaj se kush janë, e në të vërtetë, e asaj që janë apo duhet të bëhen. Kjo është veçanërisht e përshtatshme për të rinjtë në procesin e konsolidimit të vetvetes.

Fenomeni i njohur si "flluska e filtrimit" (filter buble) ka dhënë disa vëzhgime mbi përvojën online. Ai evidenton si, si pasojë e dizenjos së algoritmit, algoritmet mund të funksionojnë për të lënë jashtë me anë të filtrimit përmbajtje që nuk përforcon preferencat, shijet dhe zakonte informative ekzistuese. Rezultati do të ishte një univers i mbyllur kur anësitë individuale janë të pasfiduara sepse sistemi ka lënë jashtë narrativa të tjera. Disa kërkime, si ai i Institutit të Reuters për Studimin e Gazetarisë,[104] sugjerojnë që shumë njerëz në fakt janë të ekspozuar ndaj një diversiteti më të madh përmbajtje sesa sugjeron modeli i "flluskës së filtrimit". Në të njëjtën kohë, një koncept tjetër – i "dhomës së jehonës" (echo chamber) – sugjeron që edhe me përmbajtje të ndryshme, njerëzit ende zënë një komunitet të vogël interpretues. Në këtë koncept, individët mund të ekspozohen ndaj informacionit që në dhe nga vetvetja është në kontradiktë me bindjet dhe supozimet e tyre, por informimi i të cilit përjashtohet bazuar mbi rëndësinë e tij. Kjo ndodh sepse ai vendoset në kontekstin e një "jehone" të përsëritur dhe mbledhëse që i paraprin dhe e cila siguron një ndjesi sigurie që korniza dhe kuptime të njohura ngelen të paprekura.

Flluskat algoritmike të filtrimit mund të përforcojnë "dhomat e jehonave", megjithëse kjo e fundit mund të ekzistojë në vetvete. Në raste ekstreme, universe tërësisht të ndara dhe paralele kuptimi mund të rezultojnë, ku komunitetet të ndryshme (dhe relativisht të mbyllura) operojnë me fakte të ndryshme dhe të gënjeshtra mbi politikën, shëndetin, ndryshimet klimaterike, etj. dhe me narrativa të ndryshme mbi realitetin më të gjerë.

Qasje dhe veprimtari pedagogjike

Përmbledhtas: ashtu siç është diskutuar më parë në këtë Kurikul (Pjesa 1), pedagogji të ndryshme janë të mundshme. Ju lutem ta rishikoni listën në Pjesën 1 dhe të vendosni se cilën qasje të zbatoni për veprimtaritë e sugjeruara më poshtë dhe për të tjera që ju mund të formuloni.

104 https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/

- Shikoni video shumë të ndjekur në videon e TED Talk, *Ki kujdes nga "flluskat e filtrimit" online [Beware online "filter bubbles"]*, Eli Pariser, https://www.youtube.com/watch?v=B8ofWFx525s. Video është përgatitur gati rreth 10 vjet më parë. Drejto një diskutim: Sa me vend është kjo video sot? Kërkoju mësuesve të krijojnë një listë të çështjeve të ngritura. Grupet e vogla mund të bëjnë kërkime për të parë një diskutim më të fundit mbi këto çështje. A e ndikon dy fenomen mënyrën se si të drejtat shoqërore janë prioritizuar, zgjedhjet individuale janë bërë dhe opinionet publike janë formuar? A mund algoritmet e drejtuara nga IA të alternojnë narrativat dhe për rrjedhojë të përcaktojnë axhendën shoqërore, zhvillimore dhe politike?
- Krahasoni dhe diskutoni krahasimin e Eli Pariser midis proceseve editoriale në mediat tradicionale ("shoqëria e transmetimit") dhe rrjedha e informacionit e kontrolluar nga komunikimet dixhitale. A jeni dakord me këtë qëndrim? Pse po ose jo? Cilat argumente apo fakte të reja mund të shtojnë mësuesit dhe nxënësit? Bëni kërkimin që nënvizon argumentet dhe idetë e tua.
- Paradoksi i komunikimeve dixhitale është se ajo që shfaqet e dëmshme për një individ mund të rezultojë në avantazh për të tjerë – dhe anasjelltas. Algoritmet që ndikojnë renditjen dhe targetimin e përmbajtjes mund të shkaktojnë dëmtime objektive në të drejtat e njeriut. Në të njëjtën kohë, ato mund – përmes dizenjos apo efekteve të pasynuara – të nxjerrin në dritë zëra që zakonisht heshtën ose shtypen. Për shembull, çështje si pabarazitë gjinore, nënpërfaqësimi i grave, dhuna me bazë gjinore, trafikimi njerëzor dhe diskriminimi racor që për një kohë të gjatë kanë qenë të nënraportuara dhe padukshme, tani janë bërë të rëndësishme në diskursin global. Përmes angazhimit të ndërmjetësuar nga teknologjia me kultura të reja dhe informacione të reja, disa individë kanë ndryshuar qëndrimin e tyre mbi praktika të caktuara të ankoruara në tradita që dëmtojnë njerëzit e përfshirë, siç janë mutilimi/rrethprerja gjenitale femërore (MGJF). A mendoni se angazhimi me shërbimet teknologjike në këtë drejtim i ka dhënë shtysë të drejtave shoqërore dhe zhvendosjeve në opinionin dhe bindjet shoqërore? Cilët faktorë të tjerë funksionojnë përveç vetë teknologjive? Si i vini në funksion kompetencat EMI në këtë diskutim?
- Vini mësuesit dhe nxënësit në grupe për të kërkuar raste ekzistuese studimi mbi përdorimet pozitive dhe negative të teknologjisë për të përparuar ose penguar të drejtën e grumbullimit, të drejtën për lirinë e fesë/besimit, të drejtën e mendimit dhe të drejtën për lirinë e shprehjes. Organizo një seri prezantimesh dhe diskutimesh. Fokusoje analizën dhe diskutimin e kërkimit tënd te zgjedhjet individuale në vënien në pikëpyetje të supozimeve themelore historike, hedhjen poshtë të sistemeve të dyshimta të besimit, pohimin e identitetin natyror, negocimin e vlerave kulturore dhe riharmonizimin e sistemeve të vlerave të cilat janë bërë gjithmonë e më shumë të realizueshme si rezultat i teknologjisë.
- Avokatët e EMI kanë argumentuar se edukimi për median dhe informacionin që thekson dialogun ndërkulturor si një zotësi bazë në balancimin e të dyja anëve të medaljes së platformave IA të drejtuara nga algoritmet. Eksploroni pyetjet e mëposhtme në kontekstin e të drejtave individuale dhe shoqërore në këndvështrimin e zgjedhjeve qytetare dhe teknologjisë fuqizuese:
    - Cili është kuptimi juaj i të drejtës së dikujt tjetër? Kryeni intervista, diskutoni dhe mblidhni pikëpamje të ndryshme të të kuptuarit njerëzor mbi të drejtat e

ndryshme (individuale dhe shoqërore) dhe si këto të drejta ndikojnë perceptimin e tyre të opinionit publik. Kapni, kuroni dhe ndani klipet më të mira të videove mbi këtë temë.

- Cilat janë të drejtat e ndryshme shoqërore me të cilat njerëzit ballafaqohen në shekullin e 21-të? Cilët janë ofruesit e përmbajtjes që i bëjnë ata të vetëdijshëm për këto të drejta shoqërore? Konsideroni kontrastin e të drejtave shoqërore në mjedisin e sotëm dixhital.
- Bazuar mbi mënyrën se si individët mund të veprojnë për t'i dhënë formë shoqërisë, a mendoni se rezultati ka mundësuar të drejtat shoqërore dhe të drejtat individuale? Bëni një përpjekje të qëllimshme për të intervistuar njerëz të ndryshëm për të njohur perceptimet e tyre mbi të drejtat shoqërore të mundësuara nga teknologjia dhe implikimet në zgjedhjet individuale.

- Konsideroni zotësitë e kompetencave të edukimit për median dhe informacionin që duhet për një bashkëjetesë paqësore dhe tolerancën e nevojshme për të ekuilibruar pikëpamjet private dhe zgjedhjet individuale me të drejtat bashkëkohore shoqërore. Ju mund të përfshini diskutime me grupe të fokusuara në mënyrë që të vini me praktika inovative EMI.
- Diskutoni nevojën për masa që do të mundësojnë kompanitë e komunikimeve dixhitale të sigurojnë një akses të barabartë te informacioni dhe narrativat online, me një vështrim mbi pasurimin e përvojës së qytetarëve online dhe adresimit të sfidave të shoqëruara me platformat algoritmike të drejtuara nga IA si "flluskat e filtrimit" dhe shumëfishimi i përmbajtjes potencialisht të dëmshme.
- Konsideroni se si disa kompani interneti po minojnë të drejtat dhe zgjedhjet individuale bazuar në dizenjon inxhinierike dhe arkitekturën e shërbimeve të tyre. Diskutoni dhe ofroni zgjidhje praktike mbi mënyrën se si mendoni se këto probleme mund të zgjidhen.
- Diskutoni si edukimi EMI mund të ndikojë cilësinë e informacionit që qytetarët aksesojnë në motorët e kërkimit online dhe impaktin e EMI mbi të drejtat dhe zgjedhjet e qytetarëve.

Vlerësime dhe rekomandime

- Krijo një matricë të zotësive dhe guidë për vlerësimin e kompetencave të zotësive EMI që duhen për të balancuar të drejtat dhe zgjedhjet individuale në mjedisin dixhitale.
- Drafto një akt legjislativ që përfaqësuesit tuaj politik mund të konsiderojnë mbi të drejtat e njeriut në kontekstet dixhitale
- Dizenjo dhe lanço një anketim të shkurtër mbi kuptimin e njerëzve të konceptit të llojeve të ndryshme të të drejtave në një mjedis demokratik dhe ndikimin e kompanive aktuale të internetit mbi këto të drejta
- Organizo një diskutim me grup të fokusuar dhe intervisto të drejtat e qytetarëve në mjedisin e sotëm dixhitale

Tema për shqyrtim të mëtejshëm

- Parime të zgjedhjeve individuale
- Zgjedhjet individuale përballë zgjedhjeve kolektive
- Përdorimi etik i teknologjisë
- E ardhmja e zgjedhjeve (politike) dixhitale

NJËSIA 4: PËRDORIMI I IA-SË DHE MEDIAVE SOCIALE NË ZHVILLIM

KOHËZGJATJA: 3 ORË

Temat kryesore:

- Përdorimi i IA për zhvillim
- Përdorimi i mediave sociale për zhvillim
- Aktorët kyç që përdorin IA
- Çështje kryesore të qeverisjes / rregullimit IA

Objektivat mësimore

Në fund të këtij moduli, mësuesit dhe nxënësit do të jenë në gjendje të:

- Identifikojnë dhe listojnë disa nga përdorimet e përgjithshme të IA dhe mediave sociale për zhvillim
- Identifikojnë disa nga aktorët kryesorë që përdorin IA
- Kuptojnë dhe përshkruajnë bazat e qeverisjes IA (që shtrihen nga normat te etikat dhe më pas rregullimet)

Niveli i kompetencave të targetura në këtë njësi:

- Nga bazike në mesatare

Aplikime sektoriale të IA-së

Shumë organizma akademikë, të sektorit privat dhe zhvillimit ndërkombëtar kanë dokumentuar IA si një e mirë shoqërore. Disa përdorime pozitive janë në shkallë të gjerë, të tjerë janë në prova me shkallë të vogël dhe të tjera janë në faza eksperimentale. Më poshtë gjendet një përmbledhje e përdorimeve zhvillimore të IA, marrë nga burime të ndryshme. Secili shembull ndiqet nga pyetje të sugjeruara për diskutim të veprimtarive në të cilat mësuesit dhe nxënësit mund të angazhohen.

Qasje dhe veprimtari pedagogjike

Përmbledhtas: ashtu siç është diskutuar më parë në këtë Kurikul (Pjesa 1), pedagogji të ndryshme janë të mundshme. Ju lutem ta rishikoni listën në Pjesën 1 dhe të vendosni se cilën qasje të zbatoni për veprimtaritë e sugjeruara më poshtë dhe për të tjera që ju mund të formuloni.

- **IA në sektorin publik:** IA po përdoret gjithmonë e më shumë nga qeveritë. IA mund të përmirësojë mjeshtërinë dhe kalibrin e proceseve të ndryshme të sektorit publik. Për shembull, IA mund të ndihmojë qytetarët që të bëhen më të përfshirë në qeveritë në lidhje me reformat e sektorit publik, krijimit të politikave, ndihmën për të ngjizur procese shërbimesh të përshtatshme dhe pasurimit të prodhimtarisë së sektorit publik.
    - Mësuesit duke t'i drejtojnë nxënësit në grupe që të kryejnë kërkime mbi përdorimet e IA për pjesëmarrje dhe ndërveprim civil me autoritetet publike. A janë këto zbatime të IA të përshtatshme për ju? A tregohen ato nga autoritetet dhe a ka ndonjë politikë që i qeveris ato? A sjellin ato ndryshimin që nuk ekzistonte më parë? A ka auditime/rishikime transparente njerëzore të këtyre sistemeve në raportet publike? A ka mundësi që këto sisteme IA të diskriminojnë kundër grupesh të caktuara njerëzish dhe situatash? A ekzistojnë mekanizma për të riparuar në përgjigje të ankesave të të gjithë përdoruesve dhe apeleve që ngrihen ndaj sistemeve të drejtuara nga inteligjenca artificiale në një kohë të përshtatshme? A ka perspektiva apo implikime të ndryshme të këtyre sistemeve dhe mekanizmave si për gratë dhe për burrat, dhe nëse po, përse? Përse është e rëndësishme të merren në konsideratë perspektivat gjinore? Dokumentoni gjetjet dhe diskutoni. Ndani rezultatet me të tjerët online dhe offline. Bëni kërkime mbi iniciativën e mediave sociale të UNESCO MILCLICKS për burime mësimi në masë të vogël mbi EMI dhe IA, https://en.unesco.org/MILCLICKS. Gjithashtu, shikoni disa video nga UNESCO mbi tregimet dhe idetë rreth IA-së për të ndihmuar këtë diskutim. https://en.unesco.org/artificial-intelligence/stories-ideas. Kërkoni dhe për video nga organizatat e tjera online.
- **Aplikacionet IA në domaine të ndryshme që përdorin realitet të shtuar dhe virtual:** Teknologjia IA po përdoret në krijimin e harduerëve dhe softuerëve të një realiteti të shtuar dhe realiteti virtual. Avantazhet variojnë nga ofrimi i argumentimit te ndihma e personave me aftësi ndryshe. Në një përdorim, realiteti virtual është përdorur për angazhimin publik në zhvillimin e medias dhe sigurisë së gazetarëve. Duke përdorur një pajisje në kokë të realitetit virtual, një qytetar i zakonshëm mund të përjetojë se çfarë do të thotë që gazetarët ta gjejnë veten në një fushëbetejë, duke krijuar një vlerësim më të lartë për rreziqet me të cilat ballafaqohen gazetarët për të na sjellë lajmet. Një shembull tjetër i përdorimit eshtë ai që shumë kompani që ofrojnë aplikacione celulare të cilat i lejojnë klientët të shohin një artikull mobilierie, makinerie, etj. do ta shohin atë dhe ta përputhin me një hapësirë të caktuar me saktësi.
    - Drejtoji nxënësit të kërkojnë dhe të provojnë instrumente të realitetit virtual IA. Nëse nuk mund t'i aksesoni fizikisht këto instrumente duke ftuar zhvillues

të përshtatshëm apo organizma të sektorit privat për të ardhur dhe për t'i demonstruar këto në hapësirën tuaj mësimore, atëherë eksploroni aksesin online. Kërkoju nxënësve të ndajnë përvojat e tyre në përdorimin e pajisjeve dhe aplikacioneve të realitetit virtual. Diskutoni përdorimin e realitetit virtual në edukim. A janë ato efikase për të ndihmuar njerëzit të mësojnë? A ka shqetësime mbi etikën dhe nivelet e ndikimit psikologjik? Investigoni dhe diskutoni. Shikoni disa video rreth IA për të diskutuar më tej mbi IA-në, https://en.unesco.org/artificial-intelligence/stories-ideas

- **IA në shkencë dhe shëndetësi:** Përparimet në teknologji, përfshirë përdorimin e instrumentalizimin shkencor, gjenerojnë të dhëna të larmishme për cilat përdorimi i IA është kritik nëse do të ketë analizë të përshtatshme. Për shembull, IA është përdorur për të trajtuar llogaritjet komplekse në gjenetikë, përmirësimin e cilësisë së mesazheve dhe përmirësimin e aftësisë për të riprodhuar kërkime shkencore. IA përdoret gjithashtu në një gamë të gjerë funksionesh, përfshirë gjenerimin e hipotezave, grumbullimit të të dhënave, analizimin e bazave të gjera të të dhënave dhe kryerjen e dizenjove eksperimentale. IA në kujdesin shëndetësor ofron shumë avantazhe, për shembull, ndihmë me kërkimin shëndetësor, kuptimin dhe kontrollin e popullatës, ndihmën në parashikimet e hershme të kushteve shëndetësore, pasurimin e kujdesit për pacientët, kujdesin shëndetësor të personalizuar dhe pasurimin e cilësisë dhe kostos së kujdesit shëndetësor. Në të njëjtën kohë, ka shqetësime që IA mund të përdoret për një kujdes shëndetësor më të komercializuar që i sjell përfitim elitave dhe jo publikut të gjerë.
    - Përsërisni ose përshtatni veprimtaritë e sugjeruara më lart. Kontrolloni dhe këto 32 shembuj të përshkruar në Built In, https://builtin.com/artificial-intelligence/artificial-intelligence-healthcare. Cilat janë disa nga sfidat etike të përdorimit të IA-së në kujdesin shëndetësor?
- **IA në siguri dhe drejtësinë penale:** IA ka potencial të madh për të mitiguar sfidat e sigurisë dixhitale dhe fizike, por edhe sjell me to dështime të drejtësisë dhe mbikëqyrjes masive.
    - IA përdoret gjerësisht në aplikacionet e sigurisë dixhitale si siguria e rrjeteve, dallimi i anomalive, automatizimi i operacioneve të sigurisë dhe dallimit të kërcënimeve apo rreziqeve potenciale (OECD, 2017)
    - Për të përmbushur objektivat më lart, algoritmet IA mësojnë me kohë të analizojnë rrethinat e lëvizjet normale dhe praninë e personave e objekteve që rregullisht zënë hapësirat dhe janë në gjendje të dallojnë kërcënimet nëse modele abnormale të jetesës dallohen.
    - Aplikacione të ngjashme me ato që janë përshkruar më lart po përdoren nga sistemet e drejtësisë për të sulmuar krimin dhe parashikuar rezultatin e rasteve, megjithëse ka shqetësime mbi profilizimin e bazuar mbi anësinë e të dhënave që stereotipizon komunitete të caktuara.
    - Mbikëqyrja me video është bërë progresivisht një metodë e njohur për të përmirësuar sigurinë publike. Numri i shtuar i kamerave mbikëqyrëse (245 milion globalisht në vitin 2014) tregon një rritje të sasisë së të dhënave që

po mblidhet dhe analizohet. Është kryesisht e pamundur që truri njerëzor të përpunojë gjithë këto të dhëna. Teknologjitë AI po përdoren për të menaxhuar sasi të mëdha të dhënash dhe për të automatizuar procedura mekanike dallimi dhe mbikëqyrje. Sidoqoftë, ka gjithashtu argumente të fortë lidhur me teknologjitë e dallimit të fytyrës dhe përdorimi i tyre është ndaluar në shumë raste për të shmangur atë që mund të shihet si potencial totalitar.

- Një mbikëqyrje e tillë dhe policim e dënim i parashikuar kanë ngritur çështje etike mbi privatësinë dhe dhënien e lejes nga njerëzit që veprimet e tyre të gjurmohen dhe të ruhen pa lejen e tyre dhe duke krijuar anësi e profilizime.
- Cilat janë përfitimet dhe pengesat dhe si çfarë mekanizmash mbrojtës duhet të vihen në zbatim? Hetoni nëse kjo po ndodh në vendin tuaj. Diskutoni.

- **IA në mediat sociale, marketing dhe reklamë:** Përdorimi i IA-së ka personalizuar përvojën online. Për shembull, IA është përdorur për të garantuar që përmbajtja e shfaqur tërheq vëmendjen e një individi të caktuar. Kjo mundëson gjithashtu reklamuesit që të bëjnë fushata më të targetuara. "Ata mund të dërgojnë reklama më të personalizuara dhe dinamike te konsumatorët në një shkallë të paprecendent" (Chow, 2017). Kjo do të thotë që kompanitë mund të kenë një shtim të shitjeve dhe kthim nga investimi (ROI) për fushatat marketing. Konsumatorët, nga ana tjetër, mund të përfitojnë nga një ulje e kostos së kërkimit. Sidoqoftë, edhe një herë tjetër, pikëpyetje ngrihen mbi reduktimin e pavarësisë dhe individualitetit njerëzor dhe pushtetit të shtuar për manipulimin si rezultat i reklamimit të mikro-targetuar.

  - Drejtoji nxënësit të diskutojnë përvojat e tyre me reklamat online. A janë ata të vetëdijshëm që IA po përdoret për të vendosur reklamën te një përdorues i caktuar? A janë ata rehat me këtë? Pse po apo jo? A mund nxënësit të tregojnë një ndjesi kontrolli mbi reklamat që shohin? Kushtoji vëmendje lajmërimit "përse po e shoh këtë reklamë" që herë pas herë shfaqet në ekranin tuaj. Shikoni Modulin 10 për më shumë mbi reklamimin.

  - Ndërsa ka përfitime të identifikueshme të IA-së në këtë kontekst të aktorëve komercialë, përdorimi i tij shkakton shqetësime mbi diskriminimin dhe pasaktësinë dhe ka shqetësime të qenësishme mbi tregtinë e automatizuar që përdor IA, e cila përforcon mungesën e stabilitetit dhe karakterit afatshkurtër të tregjeve të aksioneve.

- Studioni këto dy raporte:

1. Nga Komisioni Europian, Komiteti Këshillimor mbi Mundësitë e Barabarta për Gratë dhe Burrat, Opinion mbi Inteligjencën Artificiale – Mundësi dhe sfida për një barazi gjinore. https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/aid_development_cooperation_fundamental_rights/opinion_artificial_intelligence_gender_equality_2020_en.pdf
2. Nga UNESCO, Inteligjenca Artificiale dhe Barazia Gjinore: Gjetjet Kryesore të Dialogut Global të UNESCO-s, https://en.unesco.org/system/files/artificial_intelligence_and_gender_equality.pdf

  - Cilat janë çështjet apo rekomandimet kryesore me rëndësi më të madhe për

nxënësit? Përse? Drejtoji nxënësit të kërkojnë në mediat sociale për diskurset globale mbi këtë temë. Inkurajoji nxënësit të përfshihen në diskutime online, por sigurohuni të përgatiteni më parë. Zbatoni kompetenca EMI, ndani fakte, dhe zbuloni një pikë e ngritur është vetëm mendimi juaj personal. Cilat veprime të tjera mund të ndërmarrin nxënësit si qytetarë?

- Përzgjidhni çështje dhe rekomandime me interes të veçantë për barazinë gjinore dhe IA-në komunikimet mediatike dhe planifikoni një fushatë online ose dizenjoni dhe përgatitni një njoftim shërbimesh publike në lidhje me Ditën Ndërkombëtare të Gruas (8 marsin) ose për ndonjë kohë tjetër.

Vlerësime dhe rekomandime

- Konkurs me ese
- Prodhimi i njoftimeve të shërbimeve publike në grup.
- Kuic
- Provim me libër të hapur
- Konkurs për gjenerimin e ideve mbi IA dhe EMI

Tema për shqyrtim të mëtejshëm

- Auditimi i IA
- Machine learning (mësimi përmes pajisjeve)
- Mësimi i thellë
- Botet
- Njohja dhe dallimi i fytyrës dhe emocioneve

Burime dhe referenca

I.A. Inteligjenca Artificiale (film, 2001). https://www.imdb.com/title/tt0212720/?ref_=nv_sr_srsg_0

Përdorimi i IA-së në edukim

https://www.edweek.org/ew/articles/2020/05/20/artificial-intelligence-in-k-12-the-right-mix.html

Hyrje në Aftësimin Algoritmik: Një studim nga Projekti i Aftësimit Informativ? [Algorithm Literacy 101: A study by Project Information Literacy?] https://www.minitex.umn.edu/news/2020-07/algorithm-literacy-101-study-project-information-literacy

IA në Shoqëri [AI in Society], OCED, https://ec.europa.eu/jrc/communities/sites/jrccties/files/eedfee77-en.pdf

Inteligjenca Artificiale dhe Barazia Gjinore: Gjetjet Kryesore të Dialogut Global të UNESCO-s [Artificial Intelliegece and Gender Equality: Key findings of UNESCO's Global Dialogue] Burim i UNESCO-s, https://en.unesco.org/system/files/artificial_intelligence_and_gender_equality.pdf

Inteligjenca Artificiale dhe Jeta në 2030: Studim Njëqind-Vjeçar mbi Inteligjencën Artificiale [Artificial Intelligence and Life In 2030: One Hundred Year Study on Artificial Intelligence], Raport i Panelit Studimor të 2015-s, Stanford University, https://ai100.stanford.edu

Drejtimi i IA-së dhe TIK-eve të Përparuara për Shoqëritë e Njohjes – Një perspektivë të drejtash, Hapje, Aksesi dhe prej shumë Stakeholdera [Steering AI and Advanced ICTs for Knowledge Societies – A rights, Openness, Access and Multi-stakeholder Perspective], Burim i UNESCO-s, https://www.unesco.de/sites/default/files/2019-11/372132eng.pdf

Veprimtaritë e Kombeve të Bashkuara mbi Inteligjencën Artificiale, https://www.itu.int/dms_pub/itu-s/opb/gen/S-GEN-UNACT-2018-1-PDF-E.pdf

Përdorimi i IA-së për të mirën shoqërore (Using IA for social good). Kjo guidë ndihmon sipërmarrjet jofitimprurëse dhe shoqërore të mësojnë si të vënë në zbatim inteligjencën artificiale dhe mësimin përmes makinerive në sfidat shoqërore, humanitare dhe mjedisore. https://ai.google/education/social-good-guide?category=examples

Llojet e ndryshme të IA-së

Plane mësimore të krijuara nga mësuesit: Hyrje në Algoritme [Teacher-created Lesson Plans: Introduction to Algorithms], https://www.commonsense.org/education/lesson-plans/introduction-to-algorithms

http://content.educate.ericsson.net.s3.eu-north-1.amazonaws.com/learning-about-ai/what-is-ai.html

https://www.youtube.com/watch?v=im0XTC91qMI&feature=emb_logo

Si mësojnë makinat

https://www.youtube.com/watch?v=R9OHn5ZF4Uo

https://course.elementsofai.com/1/3

https://theappsolutions.com/blog/development/pattern-recognition-guide/

http://teachingaifork12.org/

Mediat Sociale

https://www.smartinsights.com/social-media-marketing/social-media-strategy/newglobal-social-media-research/

https://www.statista.com/statistics/489230/number-of-social-network-users-in-thailand/

https://www.marketingaiinstitute.com/blog/what-is-artificial-intelligence-for-social-media

Burime të përgjithshme

https://medium.com/humansforai/the-impact-of-artificial-intelligence-on-social-media-579345b6f751

https://sproutsocial.com/insights/social-media-algorithms/

Shtesë – një lojë dhe kurs online

Mësimi përmes makinerive për Fëmijë [Machine Learning for Kids], https://machinelearningforkids.co.uk/

Burime të Përgjithshme – Gjendja e IA – nëntor 2020: https://www.mckinsey.com/business-functions/mckinsey-analytics/our-insights/global-survey-the-state-of-ai-in-2020?cid=podcast-eml-alt-mip-mck&hdpid=edff6cd6-3b1f-4ffc-b0f7-e73691cf1abe&hctky=9411114&hlkid=87ecdb8c23534606bd5cb92d3ccd9166

Klasa Ndërkombëtare Programimi për fëmijët nga 4.5 në 17 vjeç, https://mah.alg.academy/

MODULI 12:

MEDIA DIXHITALE, LOJËRAT DHE MEDIA TRADICIONALE

“Në një kohë kur ne të gjithë aspirojmë të fuqizojmë qytetarët t’u përgjigjen sfidave sociale, ekonomike e mjedisore dhe të marrin pjesë aktivisht në shoqëritë tona, edukimi për mediat dhe informacionin bëhet një aftësim për gjithë jetën”.

– Shkëlqesia e Saj, Zj. Tamara Rastovac Siamashvili,
Ambasadore dhe Delegate e Përhershme e Republikës së Serbisë në UNESCO.

SFONDI DHE ARSYEJA

Ky modul i prezanton mësuesit dhe nxënësit me rolin që institucionet e reja dhe teknologjitë konverguese po luajnë në zgjerimin e pjesëmarrjes së qytetarëve në ndryshimet shoqërore, ekonomike dhe politike. Ai shpjegon se si format e reja dixhitale dhe elektronike të medias (lajmet online, blogjet, Wikipedia, YouTube, aplikacionet e rrjeteve sociale, videolojërat, etj.) kanë evoluar nga media tradicionale dhe si ato po mundësojnë një akses më të madh të informacionit dhe njohurisë, zhvillimit të qëndrueshëm, lirisë së shprehjes, qeverisjes së mirë dhe pjesëmarrjes në proceset demokratike.

Bashkekzistenca e medias së shkruar, medias transmetuese (radio dhe televizion), internetit, telefonave celularë dhe mediave sociale po lejon gjithashtu përmbajtjen të rrjedhë nëpër platforma të ndryshme, duke e zgjeruar aksesin e informacionit në një mënyrë pasive, por pjesëmarrjen aktive në modifikimin, prodhimin dhe shpërndarjen e tij. Terma si “prosumator” (prosumer) janë krijuar. Teknologji informacioni dhe komunikimi (TIK) të reja, për shembull, kanë hapur mundësinë për një pjesëmarrje më të madhe të audiencën në informacion dhe shpërndarjen e njohurisë dhe po inkurajojnë njerëzit të angazhohen aktivisht në zhvillimet sociale dhe të qëndrueshme.

Në këtë drejtim, edukimi për median dhe informacion (EMI) merr gjithashtu në shqyrtim lojërat në format e ndryshme, si dhe mundësitë dhe sfidat potenciale të ofruara nga inteligjenca artificiale (IA) dhe teknologji të tjera pararojë. UNESCO ka shtyrë dialogun ndërkombëtar mbi lidhjet e forta midis

EMI dhe lojërave përmes Konferencës së Ndërkombëtare mbi Edukimin për Median dhe Informacionin dhe Lojërat në Botën Dixhitale dhe përmes krijimit të burimeve të lidhura me to.[105] Është e nevojshme të pranohet që shumica mësimit përmes lojërave me bazë TIK-et nuk po ndodh në hapësira mësimore të kontrolluara. Shumë shpesh, njerëzit angazhohen me lojërat në mënyrë të pavarur online dhe përmes pajisjeve celulare dixhitale. Në mjedise të tilla, dizenjo e lojërave dhe sasia e kohës së kaluar në lojëra mund të promovojë vartësinë. Gjithashtu, ka shqetësime mbi lojërat që përforcojnë urrejtjen, dhunën dhe agresivitetin, në vend të dialogut, bashkekzistencës paqësore dhe tolerancës. Përfaqësime stereotipike të grave dhe burrave të të gjitha moshave apo racave, kulturave apo grupeve të caktuara të njerëzve përforcohet dhe përmes disa nga lojërat. Gratë shpesh portretizohen si të seksualizuar dhe të veshura hollë në disa lojëra.[106] Burrat shfaqen të fuqishëm dhe të dhunshëm. Burrat zezakë dhe disa raca të tjera janë të nënpërfaqësura në lojëra.[107] Qendra Kërkimore Pew bëri një kërkim në vitin 2015, në të cilin tregoi se, në kampionin e zgjedhur (sidoqoftë jo globalisht të përfaqësuar) 35% e të zinjve, 36% e hispanikëve dhe 24% e të bardhëve janë të mendimit që grupet minoritare portretizohen dobët në videolojërat.[108] Këto perceptime mund të ndikojnë perceptimit e vajzave dhe djemve mbi rolet gjinore[109] dhe identitetin e tyre etnik. EMI mund t'i ndihmojë njerëzit, në veçanti të rinjtë, të mbrojnë mendjen e tyre dhe të identifikojnë këto lloje stereotipesh si dhe verbërinë gjinore në lojëra dhe në të gjitha format e teknologjive dixhitale. Një çështje tjetër është shtrirja në të cilën privilegjohet konkurrimi në lojëra dixhitale mbi bashkëpunimin në skuadra dhe kush mbledh dhe përdor të

105 Edukimi për Mediat dhe Informacionin dhe Lojërat në Epokën Dixhitale [Media and Information Literacy and Games in the Digital World], https://en.unesco.org/news/journeying-world-games-media-and-information-literacy.

106 David Griner (10 janar 2012). Reklamat e Videolojërave Vendosin një tjetër rekord negative për kthimin në objekte të femrave [Videogame Ad Sets New Low for Objectifying Women]. AdWeek, marrë më 7 maj 2020; Everett, Anna; Watkins, Craig (2018), "Fuqia e Lojës: Portretizimi dhe Performanca e Racës në Video-lojëra" [The Power of Play: the Portrayal and Performance of Race in Video Games], 14. Wikipedia.

107 Everett, Anna; Watkins, Craig (2018), "Fuqia e Lojës: Portretizimi dhe Performanca e Racës në Videolojëra" [The Power of Play: the Portrayal and Performance of Race in Video Games].

108 "Pikëpamje mbi lojërat ndryshojën sipas racës dhe etnitsë ["Views on gaming differ by race, ethnicity], Qendra e Kërkimeve Pew, 17 dhjetor 2015. Parë më 9 mars 2018.

109 Dietz, Tracy (1998). "An Examination of Violence and Gender Role Portrayals in Video Games: Implications for Gender Socialization and Aggressive Behaviour". Sex Roles. 38 (5/6): 425–442. doi:10.1023/A:1018709905920

dhënat e lojtarëve dhe si përdoren këto. A janë të dhënat e ruajtura kryesisht për të përmirësuar lojën apo ato funksionojnë pikësëpari si një produkt i tregtueshëm që u shitet palëve të treta ose përdoret për të shitur mundësi marketimi të mikro-targetuar?

Ky modul do të fillojë me një udhëtim nga media tradicionale te teknologjitë e reja të medias. Mësuesit dhe nxënësit prezantohen me ndryshimin dhe vazhdimësinë e llojeve të ndryshme të mediave përgjatë një kohe të caktuar. Ai do të angazhohet dhe me ngjashmëritë dhe ndryshimet, duke i lejuar nxënësit që të kalibrojnë kërkesa bazë për kuptimin bazë, por gjithashtu të shohin potencialin inovativ që gjendet brenda mediave të vjetra dhe të reja.

Jo vetëm që ky modul shikon te ndryshimet hapësiro-kohore, por edhe konsideron përdorime të ndryshme të medias, teknologjive dixhitale dhe instrumenteve brenda shoqërisë. Këto mund të përfshijnë komunikimet formale, komunikimet personale, marketingun, nxënien dhe angazhimin civil. Mjetet dhe lojërat e mediave interaktive ofrojnë mundësi interesante për t'u angazhuar në mësim dhe gjithashtu në diskursin publik – mundësitë janë pa fund. Mësuesit dhe nxënësit drejtohen në këtë modul që të lundrojnë hapësirat midis mediave të vjetra, mediave të reja dhe lojërave si mediume për të lehtësuar nxënien. Njerëzit mund të pasurojnë përvojat e tyre mësimore përmes lojërave nëse ata zotërojnë aftësitë të reflektojnë në mënyrë kritike mbi përvojat e tyre me lojërat. EMI, së bashku me aftësimin shoqëror dhe emocional, është me vend. Instituti "Mahatma Gandhi" i UNESCO-s mbi Edukimin për Paqen dhe Zhvillimin e Qëndrueshëm ofron burimet mbi mësimin shoqëror dhe emocional.[110]

Një zhvillim i rëndësishëm me rritjen e mediave dixhitale ka qenë lëvizja nga modeli tradicional i komunikimit "nga një për shumë", karakteristikë e mediave të shkruara dhe transemetuese, në modelin "nga njëri te tjetri" që lehtëson bashkëpunimin në krijimin dhe shpërndarjen e përmbajtjes. Ndërsa përmbajtja dixhitalizohet, ajo bëhet e aksesueshme nga një shumicë pajisjesh, përfshirë radion, televizorin dhe kompjuterat personal, por ndoshta më e rëndësishmja, telefoni celular, që po del që gjithmonë e më shumë si platforma dominante për shpërndarjen e përmbajtjes së çdo lloji. Dixhitalizimi i zërit, imazhit, tingullit dhe të dhënave – i njohur si konvergjenca – po krijon mundësi të reja për ndërveprim.

110 Burime mbi aftësimin shoqëror dhe emocional, https://mgiep.unesco.org/reports-and-guides

NJËSITË

NJËSIA 1:
NGA MEDIA TRADICIONALE TE TEKNOLOGJITË DIXHITALE TË MEDIAS

NJËSIA 2:
PËRDORIMI I TEKNOLOGJIVE TË REJA TË MEDIAVE NË SHOQËRI – NDRYSHIMI SHOQËROR

NJËSIA 3:
PËRDORIMI I INSTRUMENTEVE MULTIMEDIALE, PËRFSHIRË LOJËRAT DIXHITALE NË HAPËSIRAT MËSIMORE

NJËSIA 1: NGA MEDIA TRADICIONALE TE TEKNOLOGJITË DIXHITALE TË MEDIAS

KOHËZGJATJA: 2 ORË

Temat kryesore:

- Ndryshimi dhe vazhdimësia – një histori e shkurtër e medias
- Çfarë është konvergjenca e medias?
- Mediat dixhitale si media të reja
- Ndryshimet kryesore midis mediave tradicionale dhe mediave të reja

Objektivat mësimore

Pas përfundimit të kësaj njësie, mësuesit dhe nxënësit do të jenë në gjendje të:

- Shpjegojnë një histori të shkurtër të zhvillimit të medias dhe çështjeve të ndryshme që shoqëruara me të
- Përshkruajnë se si teknologjitë e reja kanë çuar në divergjencën dhe konvergjencën e mediave tradicionale dhe të reja
- Përshkruajnë ndryshimin midis mediave tradicionale dhe të reja dhe si këto të fundit kanë pasuruar demokracinë pjesëmarrëse

Qasje dhe veprimtari pedagogjike

Përmbledhtas: ashtu siç është diskutuar më parë në këtë Kurikul (Pjesa 1), pedagogji të ndryshme janë të mundshme. Ju lutem ta rishikoni listën në Pjesën 1 dhe të vendosni se cilën qasje të zbatoni për veprimtaritë e sugjeruara më poshtë dhe për të tjera që ju mund të formuloni.

- Kërkim: nxënësit punojnë në grupe me detyrën e kërkimit mbi evolucionin e medias dhe identifikojnë çështjet e shoqëruara me zhvillimin e formave të ndryshme të medias.
- Sondazh: nxënësit kryejnë një sondazh për dy lloje të ndryshme njerëzish, emigrantët dixhitale (30 vjeç e lart) dhe vendasit dixhitale (30 vjeç e poshtë). Në sondazhin e tyre, ata duhet të vëzhgojnë dhe analizojnë se si dy llojet e njerëzve po përdorin mediat tradicionale dhe të reja dhe si mediat tradicionale (gazetat, radio dhe televizioni) po konvergojnë me mediat e reja (p.sh. teknologjia celulare, lojërat, faqet online të lajmeve me akses multimedial) në shoqërinë e tyre. Sondazhi duhet të përfshijë vëzhgimin e mënyrave në të cilat gratë dhe burrat prezantohen në lojëra dhe forma të tjera mediatike të përdorura prej tyre. Drejtoji ata për të bërë rekomandime te stakeholderat e përshtatshëm.

- Kërkim: nxënësit bëjnë kërkime për shkallën në të cilën mediat e reja po sfidojnë mediat e reja tradicionale në shoqëri, llojet e ndryshme të mediave që njerëzit në shoqërinë e tyre janë duke përdorur për të shprehur pikëpamjet e tyre në artikuj të rëndësishëm lajmi dhe përdoruesit e platformave të ndryshme mediatike, së bashku me çështje / tematika që po diskutojnë. Rezultati i këtij kërkimi duhet të prezantohet për diskutim në grup dhe debat.
- Rast studimi: metoda e rastit të studimit përfshin shqyrtimin e detajuar të një rasti ose ngjarje të veçantë, duke përdorur incidente nga jeta reale për të parë se si njohuria teorike mund të gjej zbatim në rastet reale. Kjo qasje është e përshtatshme në mësimin e EMI duke qenë nxënësit ekspozohen çdo ditë ndaj formave të ndryshme të mesazheve nga media dhe ofrues të tjerë të përmbajtjes. Ai ofron një mënyrë sistematike të parit të ngjarjeve, grumbullimit të të dhënave, analizimit të përmbajtjes dhe raportimi të rezultateve, të cilat më pas mbështesin nxënien përmes kërkimit te të trajnuarit.
- Kërkim dhe prezantim në grup: nxënësit formojnë grupe për të kryer kërkime mbi zhvillimin historik të formave të ndryshme të mediave dhe ngjashmërive e dallimeve të tyre dhe bëjnë një prezantim për grupin.
- Intervista: një karakteristikë e mediave tradicionale është që përmbajtja e mediave kalon përmes një procesi redaktorial të projektuar për të vërtetuar artikujt e lajmeve dhe atribuimit të tyre tek një organizëm lajmesh dhe jo një individ. Qytetari gazetar online nuk funksionon përmes këtij procesi. Në këtë kontekst, kryej një intervistë me redaktorë gazetash dhe gazetarë online dhe diskutoni ngjashmëritë dhe ndryshimet midis përzgjedhjes dhe trajtimit të lajmit.
- Raportimi: investigo dhe prodho një raportim mbi shkallën në të cilën njohja dhe informacioni ka ndryshuar ose nga mbetur e njëjtë si media e re dhe teknologjitë e reja mediatike që kanë dalë në shoqërinë tuaj.
- Ese: përgatit një ese mbi mënyrën se si dalja e mediave të reja ka impaktuar mënyrën se si njerëzit ndërveprojnë dhe si kjo ka rezultuar me përftim për ta. Gjithashtu, pyesni se si media e re ka impaktuar jetët akademike dhe shoqërore të edukatorë dhe nxënësve dhe cilat janë sfidat dhe mundësitë e përmirësimit të së drejtës universale të aksesit në mediat dixhitale.
- Gjej një artikull të madh lajmesh dhe bëj një rast studimi se si format e ndryshme të medias kanë raportuar mbi të dhe analizoni rastin. Për shembull, kur pandemia COVID-19 goditi botën në vitin 2020, forma të ndryshme të medias prireshin ta raportonin ndryshe në thellësi, analizë dhe në fakte. Shikoni nëpër media të ndryshme dhe të reja nga vende të ndryshme dhe shikoni se si raportojnë ato mbi origjinën, shkaqet dhe masat parandaluese, etj. dhe shikoni ngjashmëritë dhe ndryshimet në raportimet midis formave të njëjta dhe të ndryshme të mediave dhe shpjegoni arsyet për këtë. A ka çështje gjinore dhe racore që po diskutohen në raportimin e koronavirusit?

NJËSIA 2: PËRDORIMI I TEKNOLOGJIVE TË REJA TË MEDIAVE NË SHOQËRI – NDRYSHIMI SHOQËROR

KOHËZGJATJA: 2 ORË

Temat kryesore:

- Teknologjitë dhe zhvillimi i komunikimit si dhe efektet e tyre në shoqëri
- Aksesi i njerëzve në dhe përdorimi i mjediseve të reja mediatike, përfshirë mënyrat e reja për krijimin e përmbajtjes, ndërveprimin me përdoruesit dhe rrjetëzimi shoqëror
- Impakti i funksioneve pjesëmarrëse të teknologjive të reja mbi ndryshimet në institucionet dhe proceset demokratike

Objektivat mësimore

Pas përfundimit të kësaj njësie, mësuesit dhe nxënësit do të jenë në gjendje të:

- Analizojnë dhe kuptojnë efektet e komunikimeve dixhitale mbi jetën shoqërore dhe politike të shoqërisë
- Përshkruajnë mjediset e mediave të reja dhe qëllimit të veprimtarive, ndërveprimeve, pranisë online dhe mënyrave vetë-prezantuese të njerëzve mbi platformat dixhitale
- Vlerësojnë se si teknologjitë e reja kontribuojnë në institucionet dhe proceset demokratike në shoqëri (dhe si nuk kontribuojnë)

Qasje dhe veprimtari pedagogjike

Përmbledhtas: ashtu siç është diskutuar më parë në këtë Kurikul (Pjesa 1), pedagogji të ndryshme janë të mundshme. Ju lutem ta rishikoni listën në Pjesën 1 dhe të vendosni se cilën qasje të zbatoni për veprimtaritë e sugjeruara më poshtë dhe për të tjera që ju mund të formuloni.

- Kërkime dhe prezantime në grup: nxënësit ndërmarrin një kërkim në shkallë të vogël për të grumbulluar informacion mbi përdorimet e teknologjive të reja për të vlerësuar impaktin e teknologjive të komunikimeve dixhitale mbi zhvillimet shoqërore. Teknologjitë e reja në këtë kontekst i referohen internetit, pajisjeve kompjuterike dhe celulare dhe të dhënave statistikore të mbledhura në to tipikisht përfshijnë aksesin (pronësinë dhe përdorimin e pajisjes), përdorimet (frekuenca, sasia e kohës, qëllimi i përdorimit) dhe zotësitë (vetë-vlerësimet). Të trajnuarit duhet të mësojnë se si dhe ku ata mund të gjejnë statistika globale, shtetërore dhe vendore mbi përdorimet e teknologjive dhe zhvillimit të këtyre teknologjive, të krahasojnë gjetjet e tyre dhe të reflektojnë ndryshimet (socio-ekonomike, midis

brezave, rajonale, në kohë). Kush zotëron dhe kontrollon shërbimet në këto pajisje është e rëndësishme të merret në shqyrtim.

- Diskutim në klasë: e-qeverisja përfshin forma të reja dhe evoluese të qeverisjes në të cilat TIK-et luajnë një rol kyç. Mësuesi duhet të drejtojë një diskutim të përgjithshëm në klasë në mënyrën se si qeveria ka provuar – dhe në çfarë shkalle nuk e ka bërë – për të lehtësuar proceset demokratike për qytetarët përmes përdorimit të mundësive për teknologji të reja. E-qeverisja mund t'i referohet (1) e-demokracisë, e cila nënkupton lehtësimin e pjesëmarrjes përmes aksesit të shtuar në informacion dhe njohuri që formon bazën e vendimmarrjes; (2) e-shërbimeve, që nënkupton detyrën e plotësimit të automatizuar si plotësimi e formave të taksave, kontrollit të statusit të shërbimeve; (3) e-administrimi, përmirësimi i proceseve qeverisëse dhe veprimit të brendshëm të sektorit publik me procese të reja informacioni të ekzekutuara në TIK të reja. Nxënësit inkurajohen të përfytyrojnë llojet e komunikimeve dhe angazhimeve demokratike që mund të promovohen dhe mundësohen online, për shembull, në fushat e veprimtarisë politike demokratike (zgjedhjet, transparenca e politikave qeveritare dhe vendore, debati politik), arsimit, kujdesit shëndetësor, shërbimeve të punësimit, ndërtimit të mjedisit, planifikimit dhe mirëmbajtjes së qytetit, si dhe industrisë dhe tregtisë. Më pas, shembuj të vendeve me axhendë e-qeverisje të përparuar mund të shqyrtohen. Cilat janë pengesat kryesore për mos shtimin e e-qeverisjes në vend dhe si mund të kalohen këto sfida?
- Punë në grup: teknologjitë e reja kanë mundësuar që qytetarët e zakonshëm të prodhojnë dhe shpërndajnë përmbajtjen e krijuar nga ata vetë. Nxënësit duhet të kryejnë studime rasti në shkallë të vogël për të zbuluar diskutimet dhe proceset në vendin ose lagjen e tyre kur përmbajtja e gjeneruar nga përdoruesit ka sjellë diçka që nuk është mbuluar nga mediat e vjetra ose nga institucionet qeveritare. Shembuj me shikueshmëri dhe impakt global përfshijnë Pranverën Arabe (në fillim të viteve 2010) dhe lëvizjen Me too (nga 2017 e në vazhdim), por nxënësve u duhet kërkuar të identifikojnë fenomene vendore dhe ndoshta procese që ndikojnë vetë komunitetet e tyre. Shembuj të mëtejshëm të aktivizmit online përfshijnë aktivizmin vendor qytetar, aktivizmin mbi të drejtat e kafshëve dhe lëvizjen mbi pozitivitetin e trupit. Bazuar mbi këto raste studimore, mësuesi duhet të drejtojë një diskutim lidhur me ripërtëritjen e potencialit demokratik nga teknologjitë e reja. Si kanë kontribuuar platformat dixhitale në shpërndarjen e mesazheve të ndryshme bazuar në përmbajtjen e gjeneruar nga përdoruesit? Si i kanë mundësuar teknologjitë dixhitale përdoruesit për të ngritur zërin e tyre dhe për t'u dëgjuar? Si munden mediat sociale, siç janë funksionet e WeChat, Twitter, VK, Facebook, Instagram dhe TikTok, të ndihmojnë promovimin e çështjeve demokratike me rëndësi dhe përparimin e drejtësisë dhe barazisë? Si vlerësojnë nxënësit fuqinë e aktivizmit online dhe si mund të shihet kjo në shembuj vendorë të identifikuar? Po aktivizmi që përdor këto shërbime për të kërkuar një respekt më të mirë për të drejtat njerëzore nga vetë këto ente?
- Shqyrto aksesin: aksesi në TIK apo teknologjitë e reja është i rëndësishëm për fuqizimin e burrave, grave, grupeve të ndryshme shoqërore (qytetarët e rinj e të moshuar), personat me aftësi ndryshe dhe grupe të tjera të margjinalizuara si popullatat etnike dhe indigjene, si dhe ato që jetojnë në komunitete të largëta.

Përdor burime vendore dhe ndërkombëtare për të bërë një kërkim bazik mbi aksesin e njerëzve në TIK-e apo teknologjitë e reja: Si e kanë aksesin në internet gratë, personat me aftësi ndryshe dhe njerëzit që jetojnë në komunitete të largëta? A kanë gratë akses të barabartë me burrat? Në çfarë shkalle kanë akses personat me aftësi ndryshe dhe individët që jetojnë në komunitete të largëta? Në çfarë moshe fillon përdorimi i internetit në vende të ndryshme? Cilat janë implikimet? Çfarë lloj vendimesh politike apo ndryshimesh shoqërore nënvizojnë pabarazitë e aksesit? Çfarë mund të bëhet nëse grupe të caktuara janë të margjinalizuara nga aksesi në teknologji të reja? Nxënësit duhet të fokusohen në një vend dhe të bëjnë krahasime me disa vende të tjera, si me grupe specifike përdoruesish. Nëse të dhënat e përshtatshme nuk janë të disponueshme për vendin apo rajonin tuaj, provoni te gjeni se përse jo. Cilat organizata duhet të shqetësohen me mungesën e të dhënave të tilla? çfarë mund të bëhet për këtë?

- Raste studimore të faqeve ueb të institucioneve publike: Në cilat mënyra autoritetet e qyteteve, bashkive, rajoneve dhe të tjera si këto, i mundësojnë veprimtaritë dhe ndërveprimet e qytetarëve, që nënkupton e-qeverisjen? Përzgjidhni, për shembull, faqen e kryeqytetit, një qyteti të madhe një qyteti të vogël, dhe krahasoni metodat e tyre të e-qeverisjes. Përfytyroni se çfarë mund të bëhet më mirë apo më shumë për të sigluara shërbime më të mira online për banorët dhe mbështetur angazhimin e tyre me mjedisin vendor. Një mundësi tjetër është që të merret një institucion publik, për shembull një shkollë, spital apo azil si rast dhe të shqyrtohet se si faqja kryesore mundëson komunikimin në dhe me grupet e jashtme të njerëzve (stakeholderat). Krijoni një tabelë të funksioneve të ndryshme që mundësojnë veprimtari të ndryshme dhe vlerësoni se sa mirë çdo veprimtari funksionon në praktikë. Si mund të përmirësohen funksionet pjesëmarrëse të faqes?
- Hartëzimi i proceseve pjesëmarrëse: Cilat lloje procesesh pjesëmarrëse gjenden në vendin tuaj? Si mund të përfshihen qytetarët në planifikim, buxhetim, zbatim dhe përmirësim të proceseve me interes publik? Zgjidhni një fushë të jetës publike (siç do ishte një fushë e caktuar e politikës, p.sh. politikat e të rinjve) dhe krijoni një hartë për qytetarin vendor për të treguar se si ai ose ajo mund të angazhohet dhe kontribuojë në këtë fushë të caktuar të jetës publike.
- Ndryshimet e perceptuara bazuar mbi dixhitalizimin: Si e kanë ndryshuar teknologjitë e reja dhe shërbimet korporatave, mënyrën e shkollimit përgjatë dekadave? Krahasoni përvojën e brezit të mëparshëm me tuajën. Për shembull, si ndryshon komunikimi i një 60-vjeçari nga ai i një nxënësi çdo ditë në shkollë? Si ka ndryshuar ndërveprimi midis mësuesit dhe nxënësit, nxënësve, mësuesit dhe prindërve të nxënësit, mësuesit dhe bashkëpunëtorëve të jashtëm, mësues, nxënës e qytetarë? Cilat janë përfitimet dhe dezavantazhet e këtyre ndryshimeve për (1) nxënësin dhe nxënien e tij apo të saj, (2) mësuesin dhe përgjegjësitë e tij apo të saj për të zhvilluar mësimin?
- Analiza SWOT e medias sociale të përzgjedhur: Përzgjidhni një aplikacion celular të famshëm e të mirënjohur dhe kryeni individualisht, të çiftuar ose në grupe të vogla një analizë të ashtuquajtur SWOT me dimensionet e ndryshme të përdorimit të saj. Kjo analizë emërtohet për germat e para të fjalëve në anglisht: dhe synon hartëzimit e pikave të forta (S), dobësive (W), mundësive (O) dhe kërcënimeve (T)

të këtij aplikacioni. Ju mund të përdorni përvojat tuaja apo të shokëve tuaj që keni dëgjuar ose të kryeni disa intervista me përdorues me frekuencë të lartë të këtij aplikacioni. Si rezultat, përpiquni të vlerësoni se si aplikacioni ndikon jetën e përditshme të përdoruesit. A është impakti përgjithësisht pozitiv apo negativ apo si do t'i peshonit pro-të dhe kundra-t?

- Sjellja e një ndryshimi në mediat sociale: Kryej një intervistë me dikë që po prodhon përmbajtje audivizuale për mediat sociale, për shembull për YouTube, Vimeo, TikTok apo Instagram. Idealisht, zgjidhni një krijues përmbajtje me një deklaratë të qartë qëllimi. Përshkruani strategjinë e mediave sociale të individit dhe vlerësoni se si ky individ i caktuar mund të bëjë ose ka bërë ndërkohë një kontribut demokratik. Për çfarë është komunikimi i tij apo i saj dhe si e përmbush ai ose ajo misionin e caktuar të tij apo të saj? Si është marrë përmbajtja e tij apo e saj nga ndjekësit? A ka qenë përmbajtja e tij në gjendje të ndryshojë mënyrat se si njerëzit apo organizatat mendojnë apo veprojnë? Si? Cilat lloje efektesh afatshkurtër apo afatgjatë mund të shihen aty?

NJËSIA 3: PËRDORIMI I INSTRUMENTEVE MULTIMEDIALE, PËRFSHIRË LOJËRAT DIXHITALE NË HAPËSIRAT MËSIMORE

KOHËZGJATJA: 3 ORË

Temat kryesore:

- Instrumentet ndërveprues multimedial, burimet edukative të hapura dhe llojet e zgjidhjeve softuerike për pasurimin e edukimit
- Instrumentet multimedialë / lojërat dixhitale ndërvepruese për krijimin e mjediseve miqësore ndaj nxënësve
- Lojërat mediatike si instrumente për krijimin e vetëdijes dhe promovimin e çështjeve globale
- Lojërat edukative përballë lojërave argëtuese

Objektivat mësimore

Pas përfundimit të kësaj njësie, mësuesit dhe nxënësit do të jenë në gjendje të:

- Identifikojnë vlerën e instrumenteve interaktivë multimedialë, përfshirë faqet ueb ndërvepruese, prezantimet, diskutimet online, blogjet, wiki-t, librat wiki, ebooks, podkastet, videokastet, vodkastet dhe lojërat për udhëzime dhe nxënie
- Zhvillojnë zotësi shoqërore, intelektuale dhe hapësiro-kohore, duke përdorur instrumentet ndërvepruese multimediale, veçanërisht lojërat

- Përdorin instrumente ndërvepruese multimedialë, përfshirë lojërat dixhitale, për të udhëzuar dhe mësuar. Përdorin instrumente / lojërave multimediale me teknologji të ulët / të lartë për të prezantuar koncepte nga lëndët akademike (p.sh. matematika, shkenca, studimet shoqërore, etj.)
- Analizojnë instrumente të ndryshëm ndërveprues multimedialë të krijuar duke përdorur softuerë falas dhe me burim të hapur dhe vlerësojnë implikimet e tyre për dhe impaktin në udhëzim dhe mësim
- Vlerësojnë impaktin dhe mundësitë e ofruara nga burimet edukative në proceset udhëzuese dhe mësimore

Qasje dhe veprimtari pedagogjike

> "Sot është absolutisht e nevojshme që të krijojmë zgjidhje mësimore dixhitale... Për këtë, është shumë e rëndësishme që të gjithë nxënësit të jenë të aftë në zotësi shoqërore dhe emocionale, përveç zotësive të shekullit XXI.
>
> – Shkëlqesia e Tij, Z. Shri Ramesh Pohriyal,
> Ministri i Nderuar i Unionit të Zhvillimit të Burimeve të Njerëzore të Indisë

Përmbledhtas: ashtu siç është diskutuar më parë në këtë Kurikul (Pjesa 1), pedagogji të ndryshme janë të mundshme. Ju lutem ta rishikoni listën në Pjesën 1 dhe të vendosni se cilën qasje të zbatoni për veprimtaritë e sugjeruara më poshtë dhe për të tjera që ju mund të formuloni.

- Instrumente ndërveprues multimedial: Mendoni për një fushë të cilën do të japësh mësim. Duke përdorur një motor kërkimi, identifiko dhe liston instrumente ndërvepruese multimedial, përfshirë lojëra dixhitale, që mund të përdoren për të dhënë një mësim (ose disa mësime) të caktuar një grupi edukatorësh dhe nxënësish. Ju duhet të jeni në gjendje të identifikoni shumë nga këto instrumente. Për të garantuar një përzgjedhje të ndryshme lojërash, kërko për lojëra që janë zhvilluar nga femra, ku femra janë përfshirë në ekipin zhvillues të lojës apo lojëra të zhvilluar nga një minoritet apo kategori njerëzish të margjinalizuar. Jepi përparësi këtyre instrumenteve në termat e dobisë për nevojat e tua specifike. Cilat kritere të tjera përdore? Bëni kërkim për kriteret e përdorura nga ekspertët mbi përdorimin e instrumenteve ndërveprues multimedial në edukim. Tani krahasoni kriteret tuaja me ato të ekspertëve. Cilat janë vëzhgimet tuaja? A jeni dakord me kriteret e ekspertëve?
- Në listën tuaj të instrumenteve ndërveprues multimedialë, a mund të identifikoni instrumente që mund të alternojnë apo lehtësojnë në mënyrë të qenësishme bashkëpunimin dhe diskutimin në procesin udhëzues / mësimor? Përse zgjodhe këto instrumente? A mendoni se teknologjitë multimediale do t'i lejojnë nxënësit dhe mësuesit të ndërveprojnë me informacionin në mënyra të reja, të ndryshojnë përmbajtjen dhe të krijojnë vetë njohurinë e tyre?

- Lojërat online[111]: Luani çfarëdo loje falas që stimulon një krizë humanitare. Si mund t'u ndihmojë një lojë kompjuterike për të menduar në mënyrë kritike mbi çështjet globale? A ka gra dhe burra të portretizuar njësoj në këto lojëra? Cilat janë implikimet e kësaj? Si mund të advokosh për ndryshim? Nëse ka akses të kufizuar apo të munguar në internet në institucionin edukativ, mësuesit dhe nxënësit duhet inkurajohen të aksesojnë materialin nga burime publike interneti. Aty ku aksesi në internet është i kufizuar, mësuesi mund të përpiqet të sigurojë lojëra në një format online/elektronik ose të përdorë lojëra të shkarkuara ndërkohë në kompjuter. Nxënësit duhet të inkurajohen që të:
    - Bëjnë raste studimi të lojërave elektronike në lëndë të caktuara (p.sh. gjuhët, matematika, gjeografia, etj.) dhe të pilotojnë përdorimin e një apo dy lojëra në kontekstin specifik të mësimit. Shkruaj një raport se si u përdor loja dhe si ndihmoj në arritjen e objektivave të mësimit.
    - Zhvillojnë një plan mësimor duke përdorur një lojë elektronike si pjesë e mësimdhënies dhe mësimnxënies, për të krijuar vetëdije mbi çështje globale si uria, konflikti dhe paqja. Zhvillojeni këtë mësim dhe shkruani një raport të shkurtër mbi përgjigjet e mësuesve dhe nxënësve mbi këto çështje, duke mbajtur shënim pyetjet që ngrihen dhe mënyrën se si lojërat ndihmojnë t'i adresojnë ato.
- Burimet e hapura edukative (OER apo BHE): Burimet e hapura edukative janë materiale dhe instrumente mësimorë – përfshirë lëndë të plota, module, materiale kursi, tekste shkollore, video të transmetuara, teste, softuerë dhe materiale të tjerë (ndërvepruese dhe jondërvepruese) ose teknika – të përdorura për të mbështetur aksesin në njohuri, në formatin e një dokumenti të hapur, i lëshuar me një licencë të hapur, që lejon përdorim, ripërdorim dhe personalizimin për nevojat specifike të grupeve të caktuara të përdoruesve (që nënkupton, nxënësit, trajnuesit, lehtësuesit, etj.). Trajnerët duhen inkurajuar të:
    - Identifikojnë disa faqe ueb që sigurojnë akses në burime edukative të hapura dhe identifikojnë kërkesat / kriteret e burimeve edukative që do përdoren me BHE-të.
    - Analizojnë mënyrën se si BHE krijohen, përdoren, shpërndahen dhe përshtaten për udhëzime dhe mjedise dhe nevoja specifike udhëzimi dhe mësimi.
    - Analizojnë, për shembull, mënyrën se si lojërat dixhitale mund të kthehen në BHE dhe të kuptojnë atë që duhet bërë që të respektohen kërkesat e BHE-ve, përfshirë ligjet e të drejtës së kopjimit.
    - Kërkime në bibliotekë dhe diskutime në klasë: nxënësit duhet të identifikojnë, analizojnë dhe kritikojnë një larmi teknikash të përdorura në lojërat elektronike me të cilat janë të njohur. Bëni një kontrast të lojërave elektronike me lojërat tradicionale apo specifikisht kulturore për vlerën dhe kufizimet e tyre edukative. Nxënësit duhet të prezantojnë gjetjet e tyre përmes prezantimeve ose të përdorin diagrama për të treguar gjetjet e tyre.

111 https://en.wikipedia.org/wiki/Food_Force_2 - https://papersplea.se - http://paxwarrior.com/home

- Diskutime në klasë: Prodho një plan mësimor dhe cakto veprimtari udhëzuese, duke përfshirë instrumente të thjeshta ndërvepruese multimediale ose lojëra dixhitale në procesin e mësimit dhe nxënies. Nxënësit duhet të shqyrtojnë pro-të dhe kundra-t mbi integrimin e lojërave dixhitale në praktikat mësimore. Një grup duhet të prezantojë avantazhet dhe grupi tjetër sfidat dhe dezavantazhet e përdorimit të lojërave dixhitale në udhëzim dhe mësim.[112]
- Shkoni më thellë: Eksploroni Kornizën e Kompetencave TIK për Mësuesit në Platformat BHE https://www.oercommons.org/hubs/unesco. Drejtoji mësuesit të lundrojnë platformën dhe të jenë më të vetëdijshëm se si mund të aftësohen në integrimin e TIK-eve në hapësirat mësimore. Drejto një diskutim në grup, a janë mësuesit të ekspozuar ndaj këtyre lloje trajnimesh? A janë mësuesit të ekspozuar ndaj trajnimeve EMI? Kërkoju atyre që të investigojnë se cilat hapa po merren në vendin e tyre, komunitetin tonë për të përmirësuar kompetencat EMI të mësuesve si dhe për të integruar trajnimin EMI.

Sigurohu që të evidentosh ndryshimin dhe plotësimin e kompetencave EMI dhe kompetencave teknike TIK. Drejtoji ata të mendojnë në mënyrë të vazhdueshme mbi EMI si i menduar kritik dhe se si kompetencat EMI duhen zbatuar dhe mund të pasurojnë përdorimin e TIK-eve në hapësirat mësimore.

Vlerësime dhe rekomandime

- Plane mësimesh edukative të lidhura me temat më lart dhe administrimi i këtyre mësimeve nën mbikëqyrje. Dokumento dhe jep feedback.
- Ese
- Veprimtari të tjera të sugjeruara dhe qasje pedagogjike mund të personalizohen për qëllime vlerësimi

Burime dhe referenca

Chun, Wendy Hui Kyong (2015). Mediat e Reja, Mediat e Vjetra: Një Përmbledhje Leximesh Historike dhe Teorike [New Media, Old Media: A History and Theory Reader], botimi i dytë, bashkë-redaktuar me Anna Watkins Fisher dhe Thomas Keenan, Routledge.

Media dixhitale: Nxënësit e rinj në shekullin e 21-të [Digital Media: New Learners of the 21st Century] (film, 2011). https://www.imdb.com/title/tt2056555/?ref_=nv_sr_srsg_0

Lojëra për Mësim [Games for Learning], burime të ndryshme të Institutit "Mahatma Gandhi" të UNESCO-s për Edukimin e Paqes dhe Zhvillimin e Qëndrueshëm, https://mgiep.unesco.org/gamesfor-learning dhe https://mgiep.unesco.org/games-for-learning-old-page

112 Shikoni Kapitullin 3 te http://ames.eun.org/2009/09/teachers_handbook_on_how_to_us.html për më shumë detaje

Hjorth, L. (2011). Lojërat dhe e luajtura: Një Prezantim i Mediave të Reja [Games and Gaming: An Introduction to New Media]. Oxford: Berg.

Lenhart, A. (2011). Është personale: Ngjashmëritë dhe Ndryshimet në Përdorimin Rrjetit Social Online Midis Adoleshentëve dhe të Rriturve [It's Personal: Similarities and Differences in Online Social Network Use between Teens and Adults]. Prezantimi "Adoleshentët, Rrjetet Sociale dhe Brezat" në Takimin Vjetor të Shoqatës Ndërkombëtare të Komunikimit (maj 2009).

www.pewinternet.org/Presentations/2009/19-Similarities-and-Differences-in-Online-Social-Network-Use.aspx

Madden, M. 2009. Ngrënia, Mendimi dhe Qëndrimi Aktiv me Mediat e Reja. Shëndeti, Edukimi, Adoleshentët, Familjet, Prezantim Ueb 2.0 në Institutin Kombëtar të Shëndetit të Fëmijës dhe Zhvillimit Njerëzor (qershor 2009) (Eating, Thinking and Staying Active with New Media. Health, Education, Teens, Families, Web 2.0 presentation at the National Institute of Child Health and Human Development], www.pewInternet.org/Presentations/2009/15-Eating-Thinking-and-Staying-Active-with-New-Media.aspx

Strasburger, V.V. dhe Donnerstein, E. (2013) Mediat e Reja të Lojërave të Reja të Dhunshme: E Megjithatë të Njëjtat probleme të Vjetra? [The New Media of Violent Video Games: Yet Same Old Media Problems?] Clinical paediatrics, 2013 53:8, 721-725. Available: https://doi.org/10.1177/0009922813500340

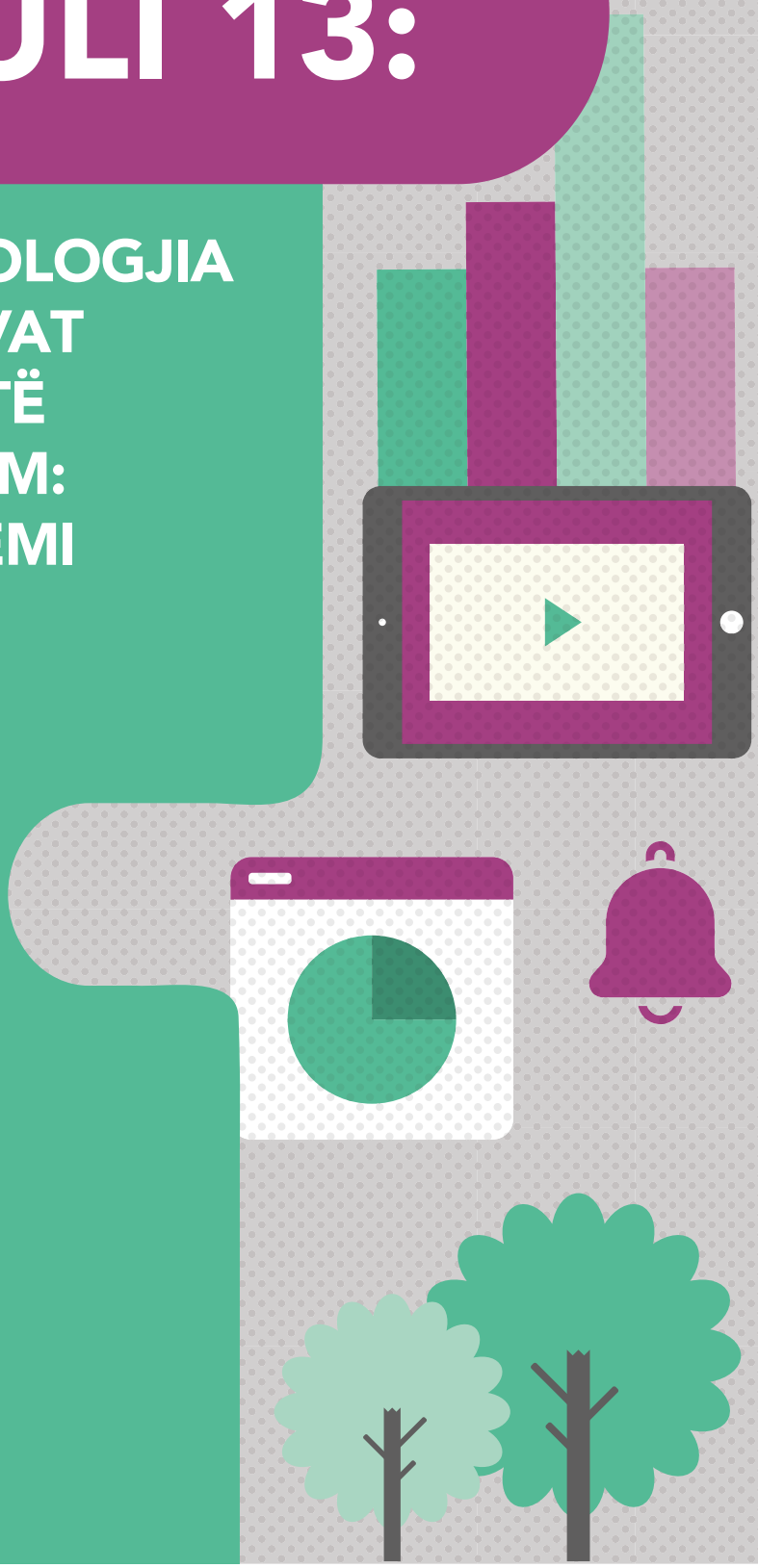
Instituti "Mahatma Gandhi" i UNESCO-s për Edukimin e Paqes dhe Zhvillimin e Qëndrueshëm, (e padatuar), Draft Udhëzime të Industrisë për Mësimin Dixhital [The Draft Industry Guidelines for Digital Learning], e disponueshme në: https://mgiep.unesco.org/reports-and-guides

Instituti "Mahatma Gandhi" i UNESCO-s për Edukimin e Paqes dhe Zhvillimin e Qëndrueshëm, (e padatuar), Një Rishikim Global i Edukimit për Median Dixhitale dhe Burime [A Global Review of Digital Education Media and Resources], e dispouneshme në: https://mgiep.unesco.org/reports-and-guides

Paketa për Mbrojtjen e të Rinjve [Youth Protection Toolkit], www.yprt.eu

MODULI 13:

MEDIA, TEKNOLOGJIA DHE OBJEKTIVAT E ZHVILLIMIT TË QËNDRUESHËM: KONTEKSTI I EMI



"Qytetarët e edukuar për median dhe informacionin janë në gjendje të kërkojnë, aksesojnë dhe të vlerësojnë informacionin në mënyrë kritike. Në këto mënyra, ata fuqizohen të mprehin potencialin e informacionit për dialog ndërkulturor dhe zhvillim të qëndrueshëm dhe për t'iu përgjigjur sfidave më urgjente të kohëve tona".

– Zëvendës Drejtori i Përgjithshëm i UNESCO-s, Z. Xing Qu, 2019

SFONDI DHE ARSYEJA

Objektivat e Zhvillimit të Qëndrueshëm (OZhQ) janë një "plan për të përmbushur një të ardhme më të qëndrueshme për të gjithë"[113] dhe adresojnë mundësi dhe sfida që ndeshen globalisht. Standardet ndërkombëtare që janë promovuar nga UNESCO për krijimin dhe implementimin e kurikulave të edukimit për median dhe informacionin ndërtohen rreth OZhQ dhe mundësimit të një edukimi qytetar global.[114] Ky modul plotëson modulet e tjera në mbështetje të edukimit për median dhe informacionin si një instrument për një zhvillim të hapur e të qëndrueshëm. Edukimi për Median dhe Informacionin (EMI)

113 Kombet e Bashkuara (2020). Rreth Objektivave të Zhvillimit të Qëndrueshëm [About the Sustainable Development Goals]. E disponueshme te: https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals/ ORDICOM, University of Gothenburg, Sweden. Published in cooperation with UNESCO.

114 Singh, J., Grizzle, A., Joan S., dhe Culver, S. (red.) (2015). Edukimi për Median dhe Informacionin për Objektivat e Zhvillimit të Qëndrueshëm. Baza ndërkombëtare mbi fëmijët, të rinjtë dhe median [Media and Information Literacy for the Sustainable Development Goals: International Clearinghouse on Children, Youth and Media], NORDICOM, Universiteti i Gotenburgut, Suedi. Botuar në bashkëpunim me UNESCO-n.

është me vend për të 17 OZhQ-të. EMI reflekton veçanërisht OZhQ-të vijuese: Edukimi Cilësor (OZhQ 4); Barazia Gjinore (OZhQ 5); Një Botë dhe Mundësi më të Mira Punësimi (OZhQ 8); Pabarazi të reduktuara (OZhQ 10); Qytete dhe Komunitete të Qëndrueshme (OZhQ 11); Promovimi i Paqes, Drejtësisë dhe Institucioneve të Forta (OZhQ 16); dhe Rijetësimi i Partneriteteve (OZhQ 17).

Tri ilustrime sugjerohen këtu. Nëse ne do të konsiderojmë OZhQ 4 mbi edukimin cilësor për të gjithë, EMI kontribuon duke iu ofruar të rinjve dhe të rriturve informacion kritik, media dhe kompetenca dixhitale që mundësojnë edukimin cilësor, qytetarinë globale dhe ndërtimin e paqes. Një shembull i dytë është OZhQ 5 që i jep përparësi barazisë gjinore dhe fuqizimit të grave; EMI i ndihmon femrat dhe meshkujt e të gjitha moshave qe të shtojnë aftësitë e tyre për të dalluar dhe luftuar stereotipet gjinore, urrejtjen dhe diskriminimin racor në gjitha llojet e mediave dhe platformave dixhitale dhe të ofrojnë kundër-narrativa përmes përmbajtjes së gjeneruar nga përdoruesit. Së fundi, EMI mbështet OZhQ 16, që përfshin synimin për të garantuar akses publik te informacioni dhe liritë themelore përmes shtimit të vetëdijes kritike të qytetarëve për të akesuar informacionin; fuqinë e tyre komunikues dhe autonominë dixhitale në këtë drejtim, liritë e tyre themelore dhe angazhimin kritik me informacionin që i bën qytetet më gjithëpërfshirëse, të mbrojtura, vetëamortizuese dhe të qëndrueshme.

EMI promovon vetëdijen dhe të kuptuarin përmes të menduarit dhe mësuarit kritik që të dekodojë krijimin e mesazheve dhe informacionit që vihet në dispozicion nga ofrues të ndryshëm përmbajtje. EMI gjithashtu mundëson një të kuptuar më të madh të kontekstit shoqëror mbi rolin e aksesit të informacionit dhe përdorimit të teknologjisë për përmbushjen e OZhQ-ve. Një qytetari e informuar është e domosdoshme për të një pjesëmarrje të shtuar në Objektivat e Zhvillimit të Qëndrueshëm dhe EMI është një aftësi jetësore që ndihmon në lundrimin përmes informacionit, medias dhe peizazhit dixhitale. Vendet Anëtare të UNESCO-s dhe institucionet dypalëshe e shumëpalëshe gjithmonë e më shumë po integrojnë EMI në prioritet dhe programet politike për shkak të rëndësisë së tyre për Objektivat e Zhvillimit të Qëndrueshëm.

Një qytetari e edukuar për mediat dhe informacionin është esenciale në përmbushjen e OZhQ-ve. Një kolonë tjetër e rëndësishme është struktura dhe organizimi i vetë kompanive të komunikimeve dixhitale dhe mediave. Struktura dhe organizimi i mediave dhe kompanive të komunikimeve dixhitale

janë të lidhura me nivelet e tyre të lirisë, pavarësisë dhe pluralizmit (shikoni më shumë mbi këto koncepte në Modulet 1 e 2 dhe përkufizimet në Fjalorin e Termave). Çështja e pronësisë dhe kontrollit të komunikimeve dixhitale dhe mediave është e rëndësishme sepse ndikon përmbajtjen dhe proceset. Ndërsa gazetarët dhe profesionistët e tjerë të informacionit promovojnë zhvillimin dhe demokracinë e qëndrueshme në ushtrim të fjalë së lirë dhe shtypit të lirë, kjo liri dhe pavarësi janë, sipas disa kritikëve, në disa mënyra të ndikuara nga shqetësimet financiare dhe politike të pronarëve, punonjësve apo reklamuesve – latente në disa raste, e të dukshme në disa të tjera. Një kontroll i tillë, përfshirë modelin dhe strukturën e tij, merr formë kryesisht nga realitetet mbizotëruese shoqërore, ekonomike, mjedisore, politike (dhe gjeopolitike) dhe potenciali i përqendrimit të pronësisë. Për shkak të lidhshmërisë së shtuar globale, rrjedhat e informacionit janë tani potencialisht nga Jugu në Veri, nga Veriu në Jug dhe nga Jugu në Jug. Disa media dhe kompani të komunikimeve dixhitale me influencë rajonale po ndryshojnë gjithnjë e më shumë konfigurimin e mediave ndërkombëtare dhe sistemeve teknologjike.

Në shumicën e vendeve të botës, disa organizata masmedia dhe kompani të komunikimeve dixhitale janë kompani private tregtare. Të tjera janë me pronësi private por jo tregtare, siç janë ato të operuara nga organizatat jo-qeveritare, ndërsa disa janë me pronësi dhe kontroll qeveritar. Në transmetime, modeli i shërbimeve publike të transmetimit ofrojnë një alternativë ndaj mediave tregtare dhe atyre në pronësi qeveritare. Një zhvillim pozitiv është popullariteti i shtuar i mediave me pronësi komunitare që përfshin rezidentët vendorë në krijimin e përmbajtjes dhe i jep zë sektorëve të margjinalizuar të shoqërisë. Kjo formë pluralizmi në llojet e mediave dhe përmbajtjes ka shumë pontencial për zhvillimin e qëndrueshëm. Mediat alternative ndihmojnë në promovimin e zërave të margjinalizuar, siç janë njerëzit me ngjyrë dhe gratë e burrat e çdo moshe. Media komunitare (që konsiderohet media alternative) mund të krijohen në shkolla, komunitete, vende pune, etj. dhe mund të jenë një alternativë ndaj enteve më të mëdha mediatik. Këto kanale “të vegjël” promovojnë të drejtën e informimit dhe ofrojnë një platformë për komunitetet që zërat e tyre të transmetohen dhe dëgjohen.

Ky modul bazohet pjesërisht në Vjetarin e 2015 të Rrjetit Universitar të Edukimit për Median dhe Informacionin dhe Dialogun Ndërkulturor të UNESCO-s (Rrjeti MILID), Edukimi për Median dhe Informacionin dhe Zhvillimi i Qëndrueshëm.[115]

115 https://milunesco.unaoc.org/wp-content/uploads/2015/07/milid_yearbook_20151.pdf

NJËSITË

NJËSIA 1:
ROLI I EMI NË OBJEKTIVAT E ZHVILLIMIT TË QËNDRUESHËM

NJËSIA 2:
DIMENSIONET SHOQËRORE, KULTURORE DHE POLITIKE TË MEDIAS

NJËSIA 3:
PRONËSIA E MEDIAVE DHE TREGTIMI I INFORMACIONIT

NJËSIA 4:
PROMOVIMI I MEDIAVE ALTERNATIVE PËRMES TEKNOLOGJISË DIXHITALE

NJËSIA 5:
PËRDORIMI I TEKNOLOGJIVE TË MEDIAVE TË REJA NË SHOQËRI – NDRYSHIMI SHOQËROR

NJËSIA 1: ROLI I EMI NË OBJEKTIVAT E ZHVILLIMIT TË QËNDRUESHËM

KOHËZGJATJA: 2 ORË

Temat kryesore:

- Udhëzimi dhe mësimi EMI për zhvillim të qëndrueshëm
- Edukimi për zhvillim të qëndrueshëm
- Eksplorimi, angazhimi dhe fuqizimi i EMI në kurrikulat edukative
- Të dhënat dhe bibliotekat për zhvillim
- Partneritetet globale të EMI për të gjithë: Aleanca EMI e UNESCO-s
- Qytetet EMI
- EMI, diversiteti gjuhësor dhe dialogu ndërkulturor
- EMI për barazi gjinore dhe personat me aftësi ndryshe
- EMI për përparimin e shoqërive të njohurisë: Mjedisi, Ndryshimi Klimatik, Shëndetësia dhe Bujqësia

Objektivat mësimore

Në fund të kësaj njësie, mësuesit dhe nxënësit do të jenë në gjendje të:

- Kuptojnë lidhjen midis EMI dhe OZhQ-ve; përshkruajnë zbatimin e EMI në çështje të ndryshme zhvillimore
- Kuptojnë dhe përshkruajnë rëndësinë e të dhënave dhe bibliotekave
- Motivojnë dhe angazhohen në Aleancën EMI të UNESCO-s dhe advokimin për mësim kritik në hapësirat dhe jetën qytetare përmes Qytetet EMI

E-të e trefishta të EMI

Alagram II (2015) propozon Modelin Eksploro, Angazho dhe Fuqizo të EMI[116] (në anglisht këto tre fjalë fillojnë me "E" dhe për rrjedhojë quhen "E-të e trefishta të EMI") gjatë mësimit dhe udhëzimit të EMI:

1. Eksplorimi do të thotë të identifikosh, aksesosh dhe të marrësh informacion, media dhe përmbajtje dixhitale me aftësi
2. Angazhimi do të thotë të analizosh dhe vlerësosh mediat, informacion dhe kompanitë e komunikimeve dixhitale në mënyrë kritike

116 Alagram II, R. J. Q. (2015). Modeli Eksploro, Angazho dhe Fuqizo: Integrimi i Edukimit për Median dhe Informacionin (EMI) për Zhvillim të Qëndrueshëm në Kurrikulën e Edukimit për Komunikim [Explore, Engage, Empower Model: Integrating Media and Information Literacy (MIL) for Sustainable Development in Communication Education Curriculum] nw Singh, J., Grizzle, A., Joan S., dhe Culver, S. (red.) (2015). Edukimi mbi Median dhe Informacionin për Objektivat e Zhvillimit të Qëndrueshëm. Depo Ndërkombëtare mbi Fëmijët, të Rinjtë dhe Mediat [Media and Information Literacy for the Sustainable Development Goals. International Clearinghouse on Children, Youth and Media], NORDICOM, Universiteti i Gotengburgut, Suedi. Botuar në bashkëpunim me UNESCO-n.

3. Fuqizimi do të thotë të krijosh ose prodhosh, të ndash ose të komunikosh dhe të përdorësh përmbajtjen informative dhe mediatike në mënyrë etike, të mbrojtur dhe të përgjegjshme për vendimmarrje dhe ndërmarrjen e veprimeve për zhvillim

E-të e trefishta EMI harmonizohen me kornizën e UNESCO-s Edukimi për Zhvillim të Qëndrueshëm (EZhQ). EZhQ-ja është një formë e mësimit përgjatë gjithë jetës që i fuqizon nxënësit për të ndërmarrë veprime të informuara të lidhura me mjedisin dhe respektin e diversitetit të kulturave, për transformim shoqëror. UNESCO ka si objektiv mësimor të EZhQ: *Stimulimin e kompetencave mësimore dhe promovuese kryesore, të tilla si i menduari, vendimmarrja bashkëpunuese dhe marrja e përgjegjësive për brezat e tashëm dhe të ardhshëm.* Lexo më shumë mbi EZhQ në Paketën #ESDfor2030, https://en.unesco.org/themes/education-sustainable-developement/toolbook

Qasje dhe veprimtari pedagogjike

Përmbledhtas: ashtu siç është diskutuar më parë në këtë Kurikul (Pjesa 1), pedagogji të ndryshme janë të mundshme. Ju lutem ta rishikoni listën në Pjesën 1 dhe të vendosni se cilën qasje të zbatoni për veprimtaritë e sugjeruara më poshtë dhe për të tjera që ju mund të formuloni.

- Mësuesit duhet t'i drejtojnë nxënësit për të zbatuar **E-të e trefishta EMI** në Paketën #ESDfor2030. Cilat janë pesë fushat prioritare të veprimit ESD? Cilat janë gjashtë fushat aktuale të implementimit? Ku mund të identifikohen dhe të aksesojnë informacion nxënësit nëse ndonjëra nga këto fusha prioritare po zbatohen në komunitetin apo vendin tuaj? Drejtoji nxënësit në grupe për t'u fokusuar në një apo dy fusha dhe për të vlerësuar në mënyrë kritike informacionin që kanë zbuluar duke përdorur kompetencat EMI. Çfarë veprimesh mund të ndërmerren nga nxënësit?
- Fusha prioritare 4 e veprimit në kornizën EZhQ është Fuqizimi dhe mobilizimi i të rinjve. Nëse nxënësit janë të rinj ose edukatorë që punojnë me të rinjtë, drejtoji ata të eksplorojnë dhe analizojnë plotësinë e përmbajtjes në Planifikuesin e Projektit UNESCO – *Idetë Kryesore për Veprim Rinor për t'iu ndihmuar që të kaloni nga një inde në një projekt-plan të zbatueshëm [UNESCO Project Planner – Top Tips for Youth Action to help you move from an idea to an actionable project plan*], https://en.unesco.org/youth/toptips. Çfarë do të ndryshonin ata në këtë projekt? A janë vajzat dhe perspektivat dhe përfshirja e tyre të shprehura qartësisht në këtë planifikim? Si do të formulonin nxënësit ide të reja që do të mund të përfshinin referenca ndaj vajzave dhe djemve ose të rejave dhe të rinjve? Si do të integronin mësuesit dhe nxënësit EMI në planet e tyre? Drejtoji grupet e nxënësve për të krijuar plane veprimi të zbatueshme në shkallë të vogël, të mesme dhe të madhe që lidhen me fushat e përzgjedhura të EZhQ. Sigurohu që veprimtaritë e zgjedhura EMI përfshihen në çdo plan. Konsultohu me autoritetet përkatëse dhe kërko të mobilizosh burime financiare aty ku duhen që janë të nevojshme për projekte në shkallë të madhe. A munden mësuesit ose nxënësit të shohin E-në e Trefishtë EMI të veprojë në këtë proces?
- Vendosi nxënësit në grupe dhe drejtoni përzgjedhjen e mediave vendore dhe ndërkombëtare, rrjeteve të lajmeve apo kompanive të komunikimeve dixhitale. Identifiko kronikat e lajmeve apo dokumentarët, përmbajtjen e animuara për fëmijë dhe të rinj dhe forma të tjera të raportimin zyrtar ose përmbajtjes së medias mbi çështjet e lidhura me EZhQ. Analizoje përmbajtjen për autenticitet. Bëj pyetje të

lidhura me EMI: Kush e krijoi? Për çfarë qëllimi? Cilat janë mesazhet? Çfarë faktesh mbështetëse jepen? Çfarë përfshihet? Çfarë mund të jetë lënë jashtë? Kush do të përfitojë? Kush do të ndikohet nga ky informacion? Inkurajoji nxënësit që të ndajnë përmbajtje të verifikuar në rrjetet e tyre online dhe offline.

- Eksploro aplikacione të ndryshme celulare dhe programe mësimore celulare në vende të ndryshme të botës. Një shembull i kësaj është Iniciativa YouthMobile e UNESCO-s, https://en.unesco.org/youthmobile. Drejtoji nxënësit që të gjenerojnë ide dhe skicojnë plane për të krijuar aplikacione celulare që mund të përdoren në pajisje celulare për të promovuar EZhQ dhe EMI. Fillimisht bëj një kërkim për të parë ato që ekzistojnë ndërkohë.
- Të dhënat janë baza e monitorimit të OZhQ-ve. Organizo një sesion leximi në bibliotekë ose një hapësirë mësimore. Lexo dhe diskuto dy kapitujt e mëposhtëm në burimin e UNESCO-s **Edukimi mbi Median dhe Informacionin për Zhvillim të Qëndrueshëm**, https://milunesco.unaoc.org/wp-content/uploads/2015/07/milid_yearbook.20151.pdf
    1. *Aftësimi për të Dhënat: Një Përgjegjësi e Dukshme e Bibliotekave [Data Literacy: An Emerging Responsibility for Libraries], Tibor Koltay, f. 131.*
    2. *Matja e Edukimit për Median dhe Informacionin: Implikime për Objektivat e Zhvillimi të Qëndrueshëm [Measuring Media and Information Literacy: Implications for the Sustainable Development Goals], Alton Grizzle, f. 107.*

Dekonstruktoje përmbajtjen. Bëj pyetje kritike. Rishiko referencat në këto kapituj dhe kërko për fakte të tjera për të mbështetur argumentet e dhënë. A janë nxënësit në dakordësi me këto propozime? Pse po ose jo? Cilat veprime mund të ndërmarrin nxënësit? Shikoni veprimtari të lidhura me treguesit e OZhQ në modulin 7.

Federata Ndërkombëtare e Bashkimeve dhe Institucioneve Bibliotekare (FNBIB) punon për të promovuar dhe advokuar shërbimet e bibliotekave e informimit dhe njerëzit që i përdorin këto shërbime. Lexoni mbi këtë FNBIB në https://www.ifla.org/about. FNBIB u konsultua nga Vendet Anëtare të Kombeve të Bashkuara, midis stakeholderave të tjerë, përpara se të dakordësohej dhe adoptoheshin OZhQ në 2015.

- Lexoni kornizën FNBIB, Bibliotekat, Zhvillimi dhe Axhendën 2030 të Kombeve të Bashkuara, https://www.ifla.org/libraries-development. Si mund të ndihmojnë bibliotekat më tej zhvillimin? Udhëhiqi nxënësit të hetojnë nëse bibliotekat e tyre vendore, komunitare dhe shkollore janë duke ndërmarrë veprime bazuar mbi këtë kornizë. Çfarë veprimesh mund të ndërmerren nga nxënësit? Si mund të marrin ata pjesë ose të ndihmojnë në Programin Ndërkombëtar të Advokimit të FNBIB? Si lidhet kjo kornizë FNBIB e OZhQ-ve me Rekomandimeve e FNBIB për Edukimin mbi Median dhe Informacionin, https://www.ifla.org/publications/ifla-media-and-information-literacy-recommendations

- Organizo një sesion lexim në bibliotekë apo hapësirë leximi. Lexo dhe diskuto *EMI për barazi gjinore dhe personat me aftësi ndryshe [MIL for gender equality and persons with disability],* faqet 257-287 në burimin e UNESCO-s **Edukimi mbi Median dhe Informacionin për Zhvillim të Qëndrueshëm**, https://milunesco.unaoc.org/ëp-content/uploads/2015/07/milid_yearbook.20151.pdf. Drejtoji nxënësit të analizojnë në mënyrë kritike argumentet dhe faktet e ofruara në këto tema. Cilat janë veprimet që mund të merren nga nxënësit? Drejtoji nxënësit të hetojnë programe dhe projekte të ndryshme për gratë e vajzat, djemtë, si dhe personat me aftësi ndryshe që lidhen

me OZhQ-të. Lidhi këto diskutime me **Ditën Ndërkombëtare të Personave me Aftësi Ndryshe (3 dhjetor)**[117] **dhe Ditën Ndërkombëtare të Grave (8 mars)**[118] të Kombeve të Bashkuara.

- Përsërite veprimtarinë e mësipërme për seksionin e këtij burimi, *EMI në përparimin e shoqërive të njohjes: Mjedisi, Ndryshimet Klimatike, Shëndetësia dhe Bujqësia [MIL to advance knowledge societies: Enviroment, Climate Change, Health, and Agriculture],* faqet 299-327; OZhQ-ja 17 synon të rijetësojë partneritetet globale për zhvillimin e qëndrueshëm. Synimet që përbëjnë financat, teknologjinë, rritjen e kapaciteteve, tregtinë, problemet sistematike, përfshijnë partneritet shumë-stateholderash, të dhënat, monitorimin dhe llogaridhënien. EMI mund të ndihmojë në këtë drejtim siç është treguar dhe më lart dhe në module të tjera të kësaj Kurikule EMI. UNESCO dhe partnerët kanë krijuar Aleancën EMI të UNESCO-s (e njohur më parë si Aleanca Globale për Partneritetet mbi EMI), https://en.unesco.org/themes/media-and-information-literacy/gapmil. Gjithashtu, e lidhur me këtë, OZhQ 11, kërkon t'i bëjë qytetet dhe vendbanimet njerëzore më gjithëpërfshirëse, të mbrojtura, të vetëmbështetura dhe të qëndrueshme. Në njëjtën mënyrë, UNESCO dhe partnerët kanë lançuar Kornizën Globale Qytetet EMI. Shkarkojeni këtë kornizë në https://en/unesco.org/milcities. Iniciativa "Qytetet EMI" e vendos fokusin te qytetarët. Objektivi kryesor i iniciativës "Qytetet EMI" është që t'i vendosë qytetet në një shteg për të fuqizuar më shumë qytetarë në mënyrë inovative dhe krijuese me mësimin EMI në hapësirat e qytetit dhe jetën e qytetit, ndërsa i lidh ato me qytete të tjera nëpër botë. Termi "Qytete" këtu përdoret në mënyrë të përgjithshme dhe u referohet hapësirave të ndryshme komunitare.
    - Drejtoji nxënësit të eksplorojnë synimet e OZhQ 11 dhe OZhQ 17. A mund të dallojnë ata lidhjen me EMI dhe mënyrën se si EMI mund të ndihmojë? Eksploro Aleancën EMI të UNESCO-s dhe Kornizën Qytetet EMI. Shkarko dhe studio dokumentet e volitshme.
    - Konsidero këto organizata të cilat nuk janë zakonisht në ballë të promovimit të EMI: përfshirë bashkitë dhe rrjetet e kryetarëve, komisionet zgjedhore dhe rrjetet e lidhura, sistemet e transportit, këshillat e filmave, rregullatorët e mediave, sektorë si argëtimi, shëndetësia dhe të tjerë, shkollat e arteve dhe grupe të tjera kulturore, muzetë e qyteteve, rrjetet krijuese të qyteteve, aktorë të ruajtjes mjedisore dhe menaxhimit të mbetjeve, bashkime profesionale, institute kërkimi, OJF, komunitete vendore dhe qendra të tjera shoqërore, ndër të tjera. Drejtoji nxënësit të diskutojnë dhe të bëjnë sugjerime se si këto aktorë qytetesh mund të promovojnë EMI. Ata duhet të përdorin idetë e tyre për të përgatitur postera apo infografika që mund të promovohen online dhe offline. A mund të advokojnë nxënësit për qytetet e tyre apo aktorë të lidhur me to që janë përmendur më lart që të marrin pjesë në iniciativën Qytetet EMI? Si mund të përfshihen nxënësit në Aleancën EMI të UNESCO-s për të promovuar partneritete rreth EMI-t dhe OZhQ-ve? A mund krijojnë, t'i bashkohen apo të promovojnë rrjete vendore dhe kombëtare të EMI në vendet e tyre dhe klubeve EMI dhe OZhQ në hapësirat mësimore dhe komunitete? Inkurajoji nxënësit t'i bashkohen Aleancës EMI të UNESCO-s si institute dhe individë.

117 https://www.un.org/en/observances/day-of-persons-with-disabilities#:~:text=UNESCO%20will%20mark%20the%20International,and%20with%20persons%20with%20disabilities%22.

em118 https://www.un.org/en/observances/womens-day/background

Vlerësime dhe rekomandime

- Projekte kërkimore bazuar mbi veprimtaritë më lart
- Ide të shkruara bazuar mbi ushtrime të analizës kontekstuale

Tema për shqyrtim të mëtejshëm

- Advokimi për politika kombëtare të lidhura me OZhQ-të
- Vlerësim kombëtar i EMI
- EMI për përfshirjen e drejtuesve fetarë në OZhQ-të dhe dialogun në epokën dixhitale
- TIK-et dhe OZhQ-të.

NJËSIA 2: DIMENSIONET SHOQËRORE, KULTURORE DHE POLITIKE TË MEDIAS DHE KOMPANIVE TË KOMUNIKIMEVE DIXHITALE

KOHËZGJATJA: 2 ORË

Temat kryesore:

- Kompanitë mediatike e të komunikimeve dixhitale dhe struktura shoqërore në vend
- Kompanitë mediatike e të komunikimeve dixhitale dhe kultura në vend
- Kompanitë mediatike e të komunikimeve dixhitale dhe situata politike

Objektivat mësimore

- Të kuptojnë marrëdhënien midis organizmave mediatikë dhe kompanive të komunikimeve dixhitale dhe strukturës shoqërore
- Të jenë në gjendje të kuptojnë marrëdhënien midis organizmave mediatikë dhe kompanive të komunikimeve dixhitale dhe situatës së kulturës në shoqëri
- Të kuptojnë mënyrën se si atmosfera politika dhe shoqëria mund të ndikojnë funksionet e organizmave mediatikë dhe kompanive të komunikimeve dixhitale dhe si mund të jenë afektuar ato

Qasje dhe veprimtari pedagogjike

Mediat dhe kompanitë e komunikimeve dixhitale nuk funksionojnë në një vakum shoqëror; ato funksionojnë në një shoqëri që ka shumë organizma të ndryshëm shoqërorë. Nuk ka dyshim për lidhjet e forta që ekzistojnë midis organizatave të ofrojnë përmbajtje dhe organizatave të tjera në shoqëri, që nënkupton, organizata politike, shoqërore, kulturore

dhe ekonomike. Ofruesit e përmbajtjes ndikohen nga këto organizata. Në të njëjtën kohë, ata ndikojnë këto organizata. Shkalla e ndikimit reciprok varion nga një vend në tjetrin. Për shembull, regjimi politik në një shoqëri të caktuar ndikon situatën e organizmave mediatikë në këtë shoqëri. Liria e medias ndikohet edhe nga regjimi politik në një shoqëri.

Gjithashtu, organizmat mediatikë dhe kompanitë e komunikimeve dixhitale do të ndikohen nga sistemi ekonomik i vendit. Për shembull, në shoqëritë e dominuara nga sektori privat, organizatat mediatike do të varen kryesisht nga reklamat apo burime të tjera financimi si burimi financues, kurse në rastin e sistemeve më të rregulluara, organizatat mediatike mund të mbështeten nga vetë autoritetet, dhe në disa raste, mediat do të përdoren si zëri i qeverisë. E njëjta gjë gjen zbatim në situatën e kulturës në një vend. Organizmat mediatikë dhe kompanitë e komunikimeve dixhitale ndikohen nga kultura dhe tradita në shoqëri.

Kjo njësi do të varet kryesisht mbi ndërveprimin e nxënësve. Ata duhet të japin shembuj nga shoqëritë e tyre sipas çështjeve vijuese (shikoni Modulet 1, 2, 12 dhe të tjera më shumë detaje dhe veprimtari të sugjeruara):

- Në situatën e mediave dhe kompanive të komunikimeve dixhitale në shoqëritë e tyre, a janë ata më shumë apo më pak të lirë nga rregullimet? A janë qytetarët të lirë të thonë çfarëdo që duan të thonë, pavarësisht traditave dhe kulturave në vetë shoqëritë e tyre? A janë gazetarët të lirë të punojnë sipas standardeve profesionale të verifikimit në kriteret e raportimit dhe interesit publik në botim?
- Ka kode etike që pranohen nga mediat dhe kompanitë dixhitale. A i zbatojnë ata këto kode?
- Si mund të ketë ndikuar situata ekonomike praktikat e profesionistëve të medias? Si financohen organizmat mediatikë dhe kompanitë e komunikimeve dixhitale? Cilat janë burimet e tyre kryesore të financimit, reklamës dhe/ose burimeve të tjera?
- Është gjithashtu e rëndësishme të hidhet dritë mbi pronësinë e organizmave mediatikë dhe kompanive të komunikimeve dixhitale, kush i zotëron ato dhe me çfarë domethënie?
- Shikoni Njësinë 3 më poshtë për më shumë mbi pronësinë e mediave.

NJËSIA 3: PRONËSIA E MEDIAVE DHE TREGTIMI I INFORMACIONIT

KOHËZGJATJA: 2 ORË

Temat kryesore:

- Ekonomia globale, e-tregtia
- Pronësia e kompanive të komunikimeve dixhitale dhe të mediave
- Modelet e komunikimit, pronësisë mediatike dhe kontrollit

- Media private (tregtare), media në pronësi apo kontroll qeveritar dhe organizmat publikë mediatikë, p.sh. sistemet publike të transmetimit
- Media komunitare dhe projektet dixhitale
- Konvergjenca teknologjike (masmedia, kompanitë e komunikimeve dixhitale, telekomunikacionet dhe kompjuterat) dhe ngritja e konglomerateve mediatike dhe kompanive të komunikimeve dixhitale
- Transnacionalizimi (mediat dhe korporatat e komunikimeve dixhitale globale)
- Protokollet ndërkombëtare dhe kombëtare mbi pronësinë e medias dhe ligjet antitrust
- Pronësia e mediave dhe kompanive të komunikimeve dixhitale, krijimi i përmbajtjes dhe programimi
- Përmbajtja e huaj përballë përmbajtjes vendase
- Informacioni si produkt shoqëror (publik) përballë një produkti të paguar
- Të dhënat e vlerësimeve dhe qarkullimit si mjete për produktet dhe shërbimet mediatike
- Kultura konsumeriste (nevojat e audiencës përballë dëshirave e dëshirimeve)
- Strategjitë dhe qasjet në kthimin në produkt të informacionit
- Të drejtat e pronësisë intelektuale dhe informacioni në domain publik (Shiko Modulin 3)
- E drejta e kopjimit dhe të drejtat të tjera pronësisë së informacionit (Shiko Modulin 3)
- Informacioni në domain publik
- Softuerët falas dhe me burim të hapur (shiko Creative Commons)

Objektivat mësimore

Në fund të kësaj njësie, mësuesit dhe nxënësit do të jenë në gjendje të:

- Përshkruajnë modelet e ndryshme të pronësisë dhe kontrollit të medias
- Vlerësojnë se si pronësia dhe kontrolli i mediave ndikon politikat mediatike, proceset, përmbajtjen dhe transmetimin
- Demonstrojnë se si konvergjenca e mediave lehtëson qasje të reja ndaj krijimit (redaktimit) të përmbajtjes (p.sh. burime outsource, offshore dhe të brendshme)
- Kuptojnë mënyrën se si konvencionet ekzistuese ndërkombëtare dhe ligjet/politikat kombëtare i japin formë apo rregullojnë strukturën e pronësisë se mediave
- Përkufizojnë tregtarizimin e informacionit
- Dallojnë strategjitë dhe qasjet e ndryshme të tregtarizimit të informacionit
- Të dallojnë midis të drejtave pronësore të informacionit dhe informacionit në domain publik, dhe të çmojnë përdorimin e informacionit me domain publik në promovimin e aksesit universal mbi informacionin dhe për t'i shërbyer të mirës së përbashkët

Sfondi dhe çështjet

Një rregullim dorëbutë ka inkurajuar rritjen e mediave globale dhe kompanive dixhitale të komunikimit që referohet si media apo konglomerate transnacionale. Fuqia dhe ndikimi i tyre shtrihet përtej barrierave gjeografike, ekonomike dhe politike. Mediat dhe kompanitë globale të komunikimeve dixhitale përfshijnë edhe ato që operojnë në një nivel rajonal. Konvergjenca, pavarësisht ligjeve antitrust, gjithashtu ka lehtësuar shkrirjet dhe bashkimet mediatike në nivel kombëtar dhe global. Shumë organizma masmedia ka krijuar aleanca me kompani që kryejnë veprimtari në telekomunikacion, aplikacione ueb dhe fushën e argëtimit (filma dhe videolojërat), etj. Kompanitë e reja që janë krijuar nga këto koalicione janë bërë më të fuqishme ndërsa mesazhet, imazhet apo zërat e tyre mund të transmetohet globalisht dhe të arrijnë deri në fshatrat më të thella përmes platformave të ndryshme – të shkruar, të transmetuar dhe dixhitale.

Ngritja e mediave dhe komunikimeve dixhitale globale prezanton sfida dhe mundësi. Disa studiues komunikimi kanë paralajmëruar mbi kërcënimet e homogjenitetit kulturor, por të njëjtat instrumente mediatik ofrojnë mundësi për diversitet kulturor dhe pluralizëm (që nënkupton se është më e lehtë të prodhosh, ndash dhe shkëmbesh përmbajtje mediatike vendore). Media globale gjithashtu ka kapacitetet dhe burimet për të caktuar standarde të larta profesionalizmi. Si pasojë, shumë kanale vendore mediatike detyrohen të bëhen më konkurrues përmes përmirësimit të cilësisë së programit të tyre. Për më tepër, çështjet zhvillimore me një efekt mbarëbotëror, si ndryshimet klimatike, pandemitë apo kërcënimet e biodiversitetit, mund të komunikohen me efikasitet përmes medias globale. Pranohet gjithashtu që shumë histori të fshehura nga audienca vendore dhe kombëtare për shkak të kufizimeve politiko-ekonomike, janë zbuluar një audience mbarëbotërore përmes mediave globale të pavarura. Kompanitë dixhitale globale kanë burime financiare për të paguar moderimin e përmbajtjes dhe sigurinë e rrjeteve, me përjashtim të sfidave të një shkalle masive (të cilat janë një funksion i vetë madhësisë dhe zgjerimit me përfitim të vetë kompanive).

Impakti i vetë industrive mediatike dhe komunikimeve dixhitale mbi mjedisin politik po ndryshon gjithashtu. Me teknologjitë e reja mediatike, tani ka një rrjedhë të dyanshme informacioni brenda dhe jashtë kufijve kombëtarë, si dhe platforma më të gjera për diskurs publik. Të gjitha këto kultivojnë tolerancën dhe të kuptuarin, por gjithashtu mundësojnë operacione ndërkombëtare që i kalojnë kufijtë. Çështja madhore është: Si mund të ndihmojnë mediat dhe komunikimet dixhitale promovimin e një game më të gjerë mundësish, zgjedhjesh dhe lirie? Mbizotërimi i mediave tregtare dhe sistemeve dixhitale meriton një vëmendje të veçantë sepse reklama ngelet burimi kryesor i të ardhurave. Si mund ta ruajnë pavarësinë dhe besimin e publikut organizmat mediatik, ndërsa mbeten të shëndetshme (me përfitim) dhe të qëndrueshme (në termat e operimit)? Impakti i mbitheksimit të secilit faktor duhet të merret në konsideratë.

Pronësia monopoliste e medias, ashtu si kontrolli shtetëror, mund të ofrojnë një kërcënim serioz ndaj diversitetit dhe pluralitetit të mediave, e për rrjedhojë, ndaj lirisë së shprehjes. Rregullat e konkurrencës janë një pjesë e rëndësishme e kufizimit të monopoleve ashtu siç janë dhe profesionalizmi dhe pavarësia e gazetarisë. Diversiteti i pikëpamjeve ka ndihmuar një larmi formash pronësie (publike, private dhe jofitimprurëse), si dhe disponibilitetin e

llojeve të ndryshme të mediave (të shkruar, radiofonike, televizive, internet, etj.). Të njëjtat parime zbatohen në kompanitë e komunikimeve dixhitale të cilat i mbajnë peng mediat dhe punojnë kundër konkurrentëve të vegjël.

Për diskutim: Shpërndarja më e gjerë që të jetë e mundur e informacionit nga burime të ndryshme dhe pluraliste është esenciale për zgjedhjet demokratike dhe zhvillimore. Ndërsa gazetat dhe transmetuesit me pronësi të veçuar në përgjithësi gjenerojnë kritika të përmbajtjes së njëri-tjetrit, përqendrimi i mediave nën pronësi të përbashkët mund të parandalojë çdo lloj kritike reciproke dhe të rezultojë në vetë-promovim.

Raste studimi

- Përdorni histori të botuara mbi mënyrën se si interesat politike dhe ekonomike të pronarëve të medias kanë ndikuar mbulimet e lajmeve në çështje të caktuara. (Referoju Modulit 2, Njësive 2 dhe 3, për sfondin e vlerave të lajmeve dhe procesit të zhvillimit të lajmit). Nxënësit mund të identifikojnë faktorë që përcaktojnë shkallën e influencës ose të ndikimit.
- Bëni kërkime se si roli gatekeeping (rojtar) i kompanive dixhitale ka impaktuar mbi rëndësinë e lajmit dhe shëndetin ekonomik.

Analizë kontekstuale

- Identifikoni një çështje kombëtare të mbuluar gjerësisht nga stacione të ndryshme televizive madhore (pronësi private, pronësi qeveritare dhe pronësi publike) dhe krahasoni e kontrastoni këndet (që nënkupton, pikëpamjet dhe perspektivat e veçanta) dhe trajtimin (që nënkupton raportimin apo manipulimin) e kronikave të lajmeve. (Referoju Modulit 2, Njësive 2 dhe 3, për sfondin e vlerave të lajmeve dhe procesit të zhvillimit të lajmit).
- Rishikoni politikat editoriale të publikeve shkollore në mjedise të ndryshme (sektariane përballë josektariane, pronësi private përballë qeveritare dhe shkollave shtetërore përballë vendore) dhe zbuloni se si pronësia ndikon menaxhimin e botimit, përmbajtjen editoriale, etj.
- Rishikoni mbulimin e dy kanaleve të ndryshme mediatike, mundësisht nga rajone të ndryshme të botës, mbi një temë të caktuar e ditë të caktuar dhe krahasoni e kontrastoni këngët dhe trajtimin e historive të lajmit.
- Shqyrtoni masa si nisma australiane e vitit 2021 për të detyruar kompanitë dixhitale që të paguajnë kompanitë mediatike për përmbajtjen.
- Për të paktën dy apo tre ditë, rishikikoni çështjet e mbuluara në sektorin e biznesit të një gazete madhore apo kanali lajmesh. Në bazë ditore, llogarisni numrin e tregimeve për korporatat private përballë numrit të tregimeve për atë seksion. Gjithashtu, tregimet mund të klasifikohen si lajme “të mira”, lajme “të këqija” ose “neutrale” në lidhje me korporatat.
- Krahasojeni këtë me mënyrë si ushqyesi i lajmeve funksionon në platforma mediatike si Facebook dhe Sina Weibo.

Qasje / Kërkime mbi Hulumtimin e Çështjeve të caktuara

- Mësuesit intervistojnë të paktën dhjetë fëmijë të shkollës fillore dhe i pyesin ata se përse parapëlqejnë një produkt të caktuar. Nxënësit i mbledhin përgjigjet e fëmijëve dhe i krahasojnë përgjigjet më të shpeshta me reklamën e produkteve të preferuara.

Studim kërkimor mbi të Drejtat e Pronësisë Intelektuale (DPI)

- Mësuesit eksplorojnë dimensionet e ndryshme të të drejtave të pronësisë intelektuale dhe implikimet e tyre për aksesin universal të informacionit. Studimi mund të mbulojë sfondin historik të DPI, avantazhet dhe dezavantazhet e DPI, rastet specifike të problemeve që dalin nga DPI, çështjet e vendeve në zhvillim kundër DPI, etj. Shqyrtoni debatin mbi "the link tax" në Bashkimin Europian, si një mjet për të kompensuar botuesit për përmbajtjen e tyre që referohet si pjesë e modelit të biznesit përmes motorëve të kërkimit dhe kompanive të mediave sociale.

Reflektim

- Mësuesit marrin kopjen më të fundit të të dhënave të audituara mbi qarkullimin e gazetave apo renditjes së kanaleve televizive kombëtare. Nxënësit më pas reflektojnë mbi stilin e programimit të përmbajtjes editoriale të gazetës më të madhe apo të stacionin televiziv me renditjen më të lartë dhe shkruajnë një ese mbi atë që kanë mësuar nga ky ushtrim.
- Shqyrtoni pretendimet reklamuese të kompanive dixhitale mbi sasinë dhe cilësinë e audiencave të ndikuara.

Projekt kërkimor

- Kryeni një studim kërkimore mbi pronarët e regjistruar të një organizmi madhor mediatik (siç reflektohet në agjencinë përkatëse mediatike) dhe hetoni lidhjen me biznese të tjera dhe interesa politik, nëse ekziston. Rezultatet mund të ilustrohen në një paraqitje grafike.
- Studioni se kush zotëron dhe kontrollon kompani si Facebook dhe Taringa! përballë Wikipedia.

Vlerësime dhe rekomandime

- Detyrë kërkimore mbi pronësinë dhe kontrollin e mediave, dhe pronësinë dhe kontrollin e kompanive të internetit
- Pjesëmarrja në analizën e rasteve të studimit

Ide të shkruara bazuar mbi ushtrimet e analizës kontekstuale

- Ushtrime analize dhe kërkime
- Raste studimore / detyrë kërkimore

- Pjesëmarrja në diskutimet në klasë dhe veprimtari të tjera mësimore në grup
- Shoqëria e informacionit / njohjes
- Ndasia dixhitale/njohuri
- Çështje të aksesit ndërkombëtar në informacion: DPI dhe informacioni me domain publik

Tema për shqyrtim të mëtejshëm

- Ngritja e industrive krijuese të lidhura me mediat
- Zhvillimi i lojërave (softuerët ndërveprues të argëtimit)
- Publikimi elektronik
- Filmi, videot dhe fotografia
- Softuerët dhe shërbimet kompjuterike
- Të tjera

NJËSIA 4: PROMOVIMI I MEDIAVE ALTERNATIVE PËRMES TEKNOLOGJISË DIXHITALE

KOHËZGJATJA: 2.5 ORË

Temat kryesore:

- Mediat alternative: pse kanë dalë ato
- Besueshmëria publike e mediave standarde
- Zhvillimi i teknologjive të informacionit dhe komunikimit
- Ndryshimi i zakoneve mediatike dhe preferencave të konsumatorëve
- Përkufizimi i mediave alternative (në kontrast me mediat standarde)
- Pronësia dhe kontrolli i mediave alternative (që nënkupton, demokratizimin e pronësisë dhe kontrollit).
- Audiencat e mediave alternative: sektorët e ndryshëm (gratë, të rinjtë, fëmijët, punëtorët, etj), grupet e margjinalizuara (komunitetet kulturore, emigrantët, etj.), etj.
- Përmbajtja e mediave alternative (p.sh. çështje dhe shqetësime komunitare apo zhvillimesh sektoriale)

  Proceset gazetareske në mediat alternative (p.sh. perspektivat komunitare, pjesëmarrja dhe qasje ndërvepruese)
- Roli i mediave alternative në shoqëri (p.sh. transparenca, diversiteti dhe liria e shprehjes)
- Planifikimi, menaxhimi dhe mbështetja e mediumeve alternative në mjedise të ndryshme)

- Mediat alternative në mjediset shkollore
- Mediat alternative në komunitet
- Modelet e të ardhurave të mediave alternative

Objektivat mësimore

Në fund të kësaj njësie, mësuesit do të jenë në gjendje të:

- Përkufizojnë mediat alternative – përligjjen, karakteristikat dhe zbatimet e tyre
- Analizojnë shembuj të mediave alternative duke përdorur formate të ndryshme – të shkruar, të transmetuar dhe elektronike
- Përshkruajnë proceset editoriale (përfshirë planifikimin, prodhimin dhe shpërndarjen) që angazhohen në dallimin midis mediave alternative dhe mediave standarde
- Vlerësojnë impaktin e mediave alternative mbi komunitete të caktuara (përfshirë komunitetet virtuale), veçanërisht në mbulimin e çështjeve dhe shqetësimeve të audiencave të margjinalizuara duke u dhënë atyre një zë.
- Planifikojnë krijimin e mediave alternative për një kontekst shkollor ose komunitar.

Qasje dhe veprimtari pedagogjike

RASTE STUDIMI

Mësuesit lexojnë raste studimi të një media alternative lider (disa janë të disponueshme online) dhe listojnë praktikat më të mira në planifikimin dhe menaxhimin e mediave alternative, veçanërisht në fushat e mëposhtme:

- Planifikimi i çështjeve (që nënkupton identifikimin e ideve për kronika)
- Gjenerimin apo gjetjen e burimit të fakteve
- Përpunimin / organizimin e të dhënave/informacionit
- Përfshirjen e stakeholderave (audiencave) në procesin editorial
- Menaxhimin e operacioneve (editoriale dhe biznes)
- Zgjerimin dhe mbështetjen e audiencave që gjenerojnë të ardhura
- Nxënësit mund të përdorin karakteristikat e mëposhtme si një listë kontrolluese të praktikave më të mira:
    - Krijuese
    - Indigjene
    - Efikase
    - Eficente
    - Pjesëmarrëse

VIZITË STUDIMORE NË NJË ORGANIZËM MEDIATIK ALTERNATIV / KOMUNITAR

Nxënësit bëjnë një turn në një organizatë mediatike alternative; intervistojnë redaktorët, menaxherët e medias dhe gazetarët; dhe vëzhgojnë politikat dhe praktikat editoriale dhe menaxhuese në krahasim me kompanitë mediatike standarde. Raporti i tyre duhet të përfshijë mënyrat se si organizmi mediatik alternativ:

- Përzgjedh tregimet
- Përzgjedh burimet e informacionit
- Përzgjedh këndin (që nënkupton një pikëpamje specifike) dhe trajtimin (që nënkupton raportimin apo manipulimin) e historive
- Gjeneron feedback-un e audiencës
- Gjeneron të ardhura
- Mat suksesin në termat e renditjes dhe audiencës

PRODHIM MEDIATIK

Mësuesit duhet të vizitojnë një komunitet të margjinalizuar dhe të intervistojnë drejtuesit dhe anëtarët për të përcaktuar nevojat dhe kërkesat e tyre për informacion. Më pas, skuadra duhet të prodhojë dhe ngarkojë një video në YouTube apo një podkast. Ata mund t'i shtojnë muzikë dhe elementë të tjerë për një impakt më të mirë.

Vlerësime dhe rekomandime

- Raste studimore
- Prodhimi i mediave alternative
- Punim i shkruar mbi udhëtimin e kryer në organizma të mediave alternative
- Pjesëmarrje në diskutime në klasë dhe veprimtari të tjera mësimore në grup

Tema për shqyrtim të mëtejshëm

- Raportuesit komunitarë dhe transmetimi komunitar
- Raportimi mbi çështje me ndjeshmëri konfliktesh / gazetaria e paqes

NJËSIA 5: PËRDORIMET E TEKNOLOGJIVE TË MEDIAVE TË REJA NË SHOQËRI – NDRYSHIMI SHOQËROR

KOHËZGJATJA: 2 ORË

Temat kryesore:

- Teknologjia dhe zhvillimi i komunikimit dhe efektet e tyre mbi shoqërinë
- Aksesi i njerëzve në dhe përdorimi i mjediseve të reja mediatike, përfshirë mënyrat e krijimit të përmbajtjes, ndërveprimi i përdoruesve dhe rrjetëzimi shoqëror
- Promovimi i mediave alternative përmes teknologjisë dixhitale
- Impakti i funksioneve pjesëmarrëse të teknologjive të reja ose ndryshimeve në institucionet dhe proceset demokratike

Objektivat mësimore

Në fund të kësaj njësie, mësuesit do të jenë në gjendje të:

- Analizojnë dhe kuptojnë efektet e komunikimeve dixhitale mbi jetën shoqërore dhe politike të një shoqërie
- Përshkruajnë mjediset e mediave të reja dhe qëllimin e veprimtarive, ndërveprimeve, pranisë online dhe mënyrave të vetë-prezantimit të njerëzve në platformat dixhitale
- Vlerësojnë mënyrën se si teknologjitë e reja kontribuojnë (ose jo) në institucionet dhe proceset demokratike në shoqëri

Qasje dhe veprimtari pedagogjike

Përmbledhtas: ashtu siç është diskutuar më parë në këtë Kurikul (Pjesa 1), pedagogji të ndryshme janë të mundshme. Ju lutem ta rishikoni listën në Pjesën 1 dhe të vendosni se cilën qasje të zbatoni për veprimtaritë e sugjeruara më poshtë dhe për të tjera që ju mund të formuloni.

Kërkime dhe prezantime në grup: Nxënësit ndërmarrin kërkime në shkallë të vogël për të grumbulluar informacion mbi përdorimet e teknologjive të reja për të vlerësuar impaktin e teknologjive të komunikimeve dixhitale mbi zhvillimet shoqërore. Teknologjitë e reja, në këtë kontekst, i referohen internetit, pajisjeve kompjuterike dhe celulare, dhe të dhënave statistikore që grumbullohen mbi to, që tipikisht përfshijnë aksesin (zotërimin dhe përdorimin e pajisjes), përdorimet (shpeshtësia, sasia e kohës, qëllimi i përdorimit) dhe aftësitë (vetë-vlerësime). Të trajnuarit duhet të dinë si dhe ku të gjejnë statistika globale, kombëtare dhe vendore mbi përdorimet e teknologjisë dhe zhvillimit të këtyre teknologjive, të krahasojnë gjetjet e tyre dhe të reflektojnë mbi ndryshimet (socio-ekonomike, midis brezave, rajonale, në kohë).

Vlerësime dhe rekomandime

- Projekt në grup mbi zhvillimin dhe vlerësimin
- Monitorim i angazhimit online
- Udhëtim studimor dhe mbajtje ditari
- Analizë e rastit studimor

Tema për shqyrtim të mëtejshëm

- Inovacioni dixhital
- Ruajtja e trashëgimisë dokumentare për zhvillim
- TIK-et në edukim

Burime dhe referenca për këtë modul

Birdsall, W. F. (e padatuar), Interneti dhe Ideologjia e Teknologjisë së Informacionit [The Internet and the Ideology of Information Technology]. (Aksesuar në 2 shtator 2009). http://www.isoc.org/inet96/proceedings/e3/e3_2.htm

UNESCO (2019), Përmbajtja edukative nga afër: Shqyrtimi i dimensioneve mësimorë të Edukimit për Zhvillim të Qëndrushëm dhe Edukimi për Qytetari Globale [Educational content up close: Examining the learning dimensions of Education for Sustainable Development and Global Citizenship Education] https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000372327

UNESCO (2017), Edukimi për Objektivat e Zhvillimit të Qëndrueshëm: Objektiva Mësimorë [Education for Sustainable Development Goals: Learning Objectives] https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000247444

UNESCO (2020), Harta e 2030-s për Edukimin për Zhvillim të Qëndrueshëm [Education for Sustainable Development 2030 Roadmap]: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000374802

EZhD për 2030, video [ESD for 2030 video] -- https://youtu.be/0XTIP_PsEos

Fidler, R. (1997). Morfoza e Medias: Kuptimi i Mediave të Reja [Media Morphosis: Understanding New Media. California]. Pine Forge Press.

Green, L. (2002), Komunikimi, Teknologjia dhe Shoqëria (Communication, Technology, and Society]. London: Sage Publications.

Habermas, J. (1989). Tranformimi Strukturor në Sferën Publike [The Structural Transformation of the Public Sphere], përkthyer nga Thomas MacCarthy. Cambridge: Polity Press.

Habermas, J. (1994). Qytetaria dhe Identiteti Kombëtar [Citizenship and National Identity]. Steenbergen, B.V. (red.). Gjendja e Qytetarisë [The Condition of Citizenship]. London: Sage Publications.

Littlejohn, S. W. dhe Foss, K.A., (2008). Teoritë e Komunikimit Njerëzor [Theories of Human Communication] (Bot i 9-tw). Belmont, California; Thomas Wadsworth.

Marris, P. dhe Thornham S. (red.), (2002). Studime Mediatike: Një Antologji [Media Studies: A Reader]. New York: New York University Press.

Akademia Deutche Welle (2021). Indeksi studimor i EMI: Një vlerësim i EMI në gjashtë Vende Afrikane [MIL Index Study: An assessment of MIL in six African Countries], https://www.dw.com/en/dw-akademie/mil-index/s-54253270

Pavlik, J. V. (1998). Teknologjitë e Mediave të Reja: Perspektiva Kulturore dhe Tregtare [New Media Technology: Cultural and Commercial Perspectives] (botimi i 2-të). Boston, MA: Alyn dhe Bacon.

Servaes, J. (2003). Qasje për Zhvillimin: Studime mbi Komunikimin për Zhvillim [Approaches to Development: Studies on Communication for Development], Sektori i Komunikimeve dhe Informacionit të UNESCO-s, Paris.

Stevenson, N. (1995). Kuptimi i Kulturave Mediatike: Teoria Sociale dhe Komunikimi Masiv [Understanding Media Cultures: Social Theory and Mass Communication]. London: Sage Publications.

Sussman, G. and Lent, J. (red.). (1991). Komunikimet Transnacionale që Lidhin Botën e Tretë [Transnational Communications Wiring the Third World], Newbury Park, California: Sage Publications.

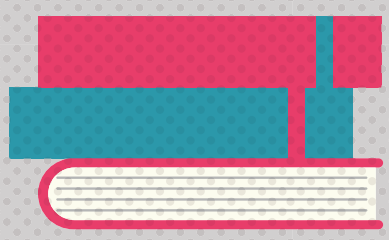
UNESCO, Objektivat e Zhvillimit të Qëndruehëm – Burime për mësuesit [Sustainable Development Goals -Resources for educators] https://en.unesco.org/themes/education/sdgs/material

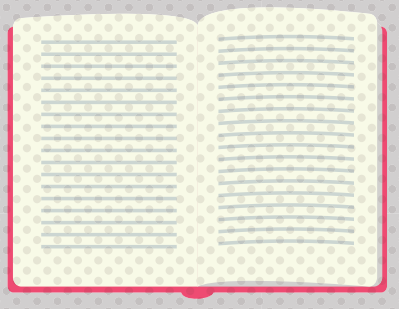
Djali që përdori erën (film, 2019) https://www.imdb.com/title/tt7533152/

Gratë e Fukushimës (film, 2012), https://simaclassroom.com/films/women-of-fukushima

MODULI 14:

KOMUNIKIMI DHE INFORMACIONI, EMI DHE MËSIMI – NJË MODUL PËRMBLEDHËS





SFONDI DHE ARSYEJA

Kjo Kurikul EMI mbi edukimin për Median dhe Informacionin (EMI) duhet parë në një fushë më të gjerë komunikimi dhe informacioni, si e informuar nga teoritë moderne të nxënies. Mësimdhënia dhe nxënia janë të lidhura ngushtësisht dhe janë pjesë integrale e proceseve komunikuese dhe informuese. Në fakt, asnjëra nuk mund të jetë efikase pa tjerën (Ndongko, 1985). Mësuesit dhe nxënësit në mënyrë të ndërgjegjshme ose jo vënë në zbatim elementë bazikë dhe nganjëherë procese komplekse komunikime dhe informimi në hapësirat mësimore.

Udhëzimi dhe mësimi pasurohet, e në të njëjtën kohë mund të paraqesë sfida, kur burimet nga ofruesit e përmbajtjes si masmedia (radio, televizion dhe gazeta) dhe kompanitë e komunikimeve dixhitale integrohen në hapësirat mësimore. Fitimi i kompetencave EMI nga mësuesit dhe nxënësit hap mundësi për të promovuar një proces më dinamik mësimdhënës dhe mësimarrës.

Mësuesit kanë qenë pararoja e shumë ndryshimeve në lidhjen, mbështetjen dhe ripërtëritjen e njohurisë në brezat e ardhshëm. Në botën e sotme, njohuria shpërndahet nga njëri te tjetri përmes njerëzve, makinerive dhe rrjetet dixhitale. Në aksesin e njerëzve dhe ndërveprimeve efikase me këtë shpërndarje të njohurisë që mund të fuqizojnë përvojat e tyre mësimore brenda dhe jashtë klasës.

Pandemia COVID-19 ka drejtuar në një një rritje domethënëse të angazhimit online për shumicën e njerëzve që kanë akses. Për shembull, shumë nxënësve u është dashur të varen te mësimi

online apo mësimi në distancë, ndihmuar nga teknologjia, për të garantuar vazhdimësinë e edukimit formal. Njerëzit do të kenë nevojë për kompetencat EMI për të maksimizuar përfitimet e pranisë online përtej krizës së koronavirusit. Zhvillimi dhe përdorimi i platformave online dhe përmbajtjes mësimore të largëta kërkon kompetenca të rëndësishme për mësuesit dhe nxënësit për të qenë dallues të rreziqeve dhe shpërqëndrimeve online, ndërsa garantojnë të drejtën e tyre për edukim. Cilat janë disa nga implikimet kërkimore dhe politike për zgjerimin e EMI në institucionet dhe EMI-t për të gjithë qytetarët?

Ndërveprimi i mësuesve dhe nxënësve me ofruesit e përmbajtjes si bibliotekat, arkivat, muzetë, mediat dhe kompanitë e komunikimeve dixhitale mund të ndihmojnë në krijimin e mjediseve mësimore që evidentojnë edukimin për zhvillim të qëndrueshëm janë pluraliste dhe demokratike, dhe që mund të nxisin krijim njohurie të hapura. Vetëdija e këtyre forcave dinamike siç shpaloset në hapësirat mësimore sjell në fokus proceset konjitive dhe metakonjitive të identifikuara në teoritë mësimore dhe komunikimin bazë dhe teoritë informative. Termi konjitiv derivon nga fjala “cognition” që është procesi i të kuptuarit dhe marrjes së informacionit dhe njohurisë përmës mendimit, përvojës dhe shqisave të tjera.

Ky modul shërben si një përmbledhje duke marrë nga përmbajtja e mbuluar në module të mëparshme. Ai eksploron lidhjet midis komunikimit, informacionit dhe nxënies (përfshirë dhe teoritë e nxënies) dhe sugjeron se si EMI mund të pasurojë këtë marrëdhënie. Ai përfundon me një diskutim mbi menaxhimin e ndryshimit që të lehtësojë një mjedis fuqizues të EMI.

NJËSITË

NJËSIA 1:
KOMUNIKIMI DHE INFORMACIONI, EDUKIMI DHE NXËNIA

NJËSIA 2:
TEORITË MËSIMORE DHE EMI

NJËSIA 3:
MENAXHIMI I NDRYSHIMIT PËR TË LEHTËSUAR NJË MJEDIS EMI NË SHKOLLA

NJËSIA 1: KOMUNIKIMI DHE INFORMACIONI, EDUKIMI DHE NXËNIA

KOHËZGJATJA: 2 ORË

Temat kryesore:

- Përkufizimi i komunikimit
- Teoritë bazë të komunikimit dhe informacionit
- Eksplorimi i udhëzimit dhe mësimit si procese komunikimi dhe informimi dhe si njohuria e EMI mund të pasurojë këtë proces
- Strategjitë për udhëzimin përmes dhe mbi EMI

Objektivat mësimore

Në fund të kësaj njësie, mësuesit dhe nxënësit do të jenë në gjendje të:

- Demonstrojnë një të kuptuar bazë të komunikimit dhe informacionit
- Identifikojnë dhe analizojnë teoritë bazë të komunikimit dhe informacionit dhe marrëdhënien e tyre proceset mësimore dhe udhëzuese me konsiderata mbi aftësitë EMI

Veprimtari

Nëse ne po përdorim ofrues përmbajtjeje si bibliotekat, arkivat, muzetë, mediat dhe kompanitë e komunikimeve dixhitale në hapësirat mësimore, ne duhet të shqyrtojmë mënyrat tona të edukimit: Si po i përdorim ato? Si i impaktojnë ato mënyrat në të cilat informacioni u komunikohet nxënësve, mënyrat se si nxënësit komunikojnë me njëri-tjetrin dhe mënyrat se si nxënësit komunikojnë me mësuesit e tyre? Cilat të dhënat po grumbullojnë ofruesit mbi këtë proces dhe cilat janë implikimet?

Modelet e komunikimit dhe informimit mund të ofrojnë një kornizë për një vend konceptualizimi të EMI brenda përvojës edukative dhe nxënëse. Këto model ofrojnë mundësinë për të shqyrtuar nga afër rolet e mësuesve, nxënësve dhe ofruesve të përmbajtjes në hapësirat mësimore.

Një model i thjeshtuar është propozuar duke përdorur një paradigmë inxhinierike pas Luftës së Dytë Botërore (Shannon dhe Weaver, 1948; Schramm, 1954; Berlo, 1960). Ky model supozon që procesi është linear dhe fillon me një dërgues të mesazhit, ndërsa shumë të tjerë kanë evidentuar individualitetin strukturues të kanaleve dhe fuqinë e tyre drejtuese, si dhe formësimin përmes zhanreve dhe formateve të mesazheve. Ndërsa modelit anashkalon çështje madhore të komunitetit, kulturës, fuqisë dhe angazhimit me kuptim, ai gjithashtu identifikon elementët që mund të japin vëzhgime të kufizuara.

- Dërguesi (origjinuesi / burimi)
- Mesazhi (përmbajtja)
- Kanali (mediumi)
- Marrësi (reaguesi / dekoduesi)
- Feedback (nga marrësi te dërguesi dhe anasjelltas përgjatë komunikimit)

Disa modele janë propozuar më poshtë. Sidoqoftë duke përdorur këtë skemë elementare, veprimtaritë e mëposhtme mund të merren në konsideratë:

- Mësuesit dhe nxënësit mund të identifikojnë mënyrat në të cilat ky model mund të zbatohet në përvojat mësimore në hapësirat mësimdhënëse dhe nxënëse. Cilat janë rolet e supozuara të mësuesve në këtë model? Cilat janë rolet e disponueshme për nxënësit? Si po formësohet përvoja mësimore përmes këtyre roleve? Si po menaxhohet procesi i feedback-ut në proceset edukative-mësimore? Si mund të ndihmojë njohja e EMI-t në përmirësimin e procesit?
- Konsideroni mundësitë të cilat nxënësit kanë shqyrtuar në mënyrë kritike platformat përmes të cilave marrin përmbajtjen dhe komunikojnë për nxënie. Të lidhura me to janë nocionet e edukimit mbi dhe përmes bibliotekave, arkivave, muzeve, mediave dhe kompanive të komunikimeve dixhitale. Përmes cilëve prej këtyre ofrueseve po marrin përmbajtje dhe po komunikojnë nxënësit në hapësirat mësimore? Cili është impakti i këtyre ofruesve mbi përvojën edukative dhe mësimore? Cilat lejohen për përdorim në hapësirat tuaja formale të mësimdhënies dhe nxënies? Cilat nuk lejohen? Përse? Shpjegonin arsyetimin dhe procesin përzgjedhës të përfshirjes së këtyre në kurikula. Si mund të ndihmojë EMI?
- Edukimi mbi EMI kërkon vetëdije dhe analizë të të gjitha formave të ofruesve të përmbajtjes dhe rolit që ato luajnë në mësimin përgjatë gjithë jetës dhe përçimit dhe formësimit të informacionit, mesazheve dhe komunikimit (p.sh. bibliotekat, arkivat, mediat dhe vetë teknologjitë dixhitale bëhet temë studimi në klasë). Edukimi që përdor ofruesit e përmbajtjes kërkon një vetëdije dhe analizë në anën e mësuesve dhe nxënësve për rolin e tyre dhe rolin e këtyre ofruesve dhe axhendave dhe interesave të veçanta të tyre. Kjo impakton se mbi çfarë mësohet dhe përmes cilëve ofrues apo instrumente? A ka ndonjë temë apo subjekt të caktuar që po mësohet në lidhje me përdorimin e bibliotekave, kompanive të komunikimeve dixhitale apo mediave? Si mund të aplikojnë mësuesit aftësi EMI në ato që po mësojnë?
- Identifikoni shembuj të përgjithshëm të edukimit mbi EMI dhe përmes teknologjisë dixhitale, mediave, bibliotekave, arkivave dhe ofruesve të tjerë të përmbajtjes. Përshkruani veprimtari / shembuj specifik në hapësirën tuaj mësimore ku përdoren të dyja këto qasje. Çfarë u afrojnë këto qasje nxënësve në termat e përvojave mësimore?
- Mësuesit dhe nxënësit duhet ta organizojnë punën në grupe të vogla për të investiguar (hetuar) modelet vijuese të komunikimit dhe informacionit që lidhen më komunikimin:

Modele të teorive të komunikimit

- Modeli Laswell i Komuninikimit
- Koncepti adaptues i mendimit

- Teoria e përcaktimit të axhendave
- Modeli AIDA (Faktori Atencion / Vëmendje, Elementi Interes, Elementi Dëshirë, Elementi Aksion)
- Teoria e atribuimit
- Teoria e disonancës konjitive
- Teoria e marketingut social

Modele të teorive të informacionit

- Dizenjo kontekstuale
- Teoria informative
- Kultura informative
- Përpunimi i informacionit social

Modele të teorive të kërkimit dhe angazhimit me teknologjinë dixhitale[119]

- Modeli i pranimit teknologjik
- Teoria e kontrollit
- Teoria a kontratës sociale
- Teoria e kanalit
- Teoria e integrimit të kanalit
- Teoria e vendimmarrjes bajeziane (Bayesian)
- Teoria krijuese
- Teoria e ndërgjegjësimit

Secili grup duhet të përgatisë postera bazikë origjinal që ata do të përdorin për të komunikuar teoritë te të tjerët në diskutimin në klasë. Mësuesit dhe nxënësit duhet t'i përgjigjen pyetjeve të mëposhtme (pyetje të tjera mund të shtohen). Cilat janë komponentët kryesorë të kësaj teorie? Cili është fokusi dhe cilat pikat e saj të forta? Cilat janë pikat e dobëta? A mund të japin mësuesit apo nxënësit të paktën një shembull se ku e kanë parë ndihmën e kësaj teorie në procesin edukativ apo nxënës? Çfarë mund të jetë duke munguar nga kjo teori apo ky model? Si mendojnë ata se mund të ndihmojë EMI?

- Mësuesit duhet të bëjnë kërkime dhe drejtojnë raste studimi në cilat vihen në zbatim teoritë e ndryshme përtej atyre që janë listuar më lart. Diskutoni në grup dhe drejtojeni diskutimin.

Vlerësime dhe rekomandime

- Projekt praktik pune në grup mbi zhvillimin dhe vlerësimin
- Përzgjidh dhe zbato një model komunikimi apo informacioni për një skenar specifik

Tema për shqyrtim të mëtejshëm

- TIK-et në edukim
- Gratë dhe vajzat në Shkencë, Teknologji, Inxhineri dhe Matematike (në anglisht shkurtimi është STEM)
- Inovacioni dixhital

119 Lim, Sanghee & Saldanha, Terence & Malladi, Suresh & Melville, Nigel. (2013). Teoritë e Përdorura në kërkimin e sistemve të informacionit: Vëzhgime nga një analizë e rrjeteve komplekse [Theories Used in Information Systems Research: Insights from Complex Network Analysis]. Journal of Information Technology Theory and Application. 14. 5-46.

NJËSIA 2: TEORITË MËSIMORE DHE EMI

Temat kryesore:

- Pedagogjia dhe EMI
- Çfarë janë teoritë mësimore?
- Çfarë është metakonjicioni?
- Metakonjiconi dhe EMI – të bësh lidhjen

Objektivat mësimore

Në fund të kësaj njësie mësuesit do të jenë në gjendje të:

- Zhvillojnë strategji pedagogjike të përshtatshme për nxënësit e EMI
- Identifikojnë dhe zhvillojnë strategjive metakonjitive

Strategji pedagogjike

Ka shumë teori mësimore. Shumë prej tyre lidhet me shumë nga konceptet EMI në të 14 modulet e kësaj kurikule EMI. Në fund, njohuria e tyre do të pasurojë mënyrat se nxënësit mësojnë mbi EMI dhe vënë në zbatimin EMI në përgjithësi në jetën sociale. Këtu janë disa shembuj të teorive mësimore:120

- Teoria e Piazhesë (Piaget) mbi Zhvillimin Konjitiv
- Teoria e mësimit e Vigostkit (Vygotksy)
- Teoria e mësimit shoqëror
- Teoria e mësimit konjtiv
- Kurikulumi spirale i Bruner
- Teoria e mësimit të sjelljes
- Teoria e mësimit konstruktivist
- Teoria e mësimit humanist
- Teoria e mësimit të lidhur [121]

- Shqyrtoni teoritë mësimorë të mësipërme. Mësuesit ose nxënësit vendosen në grupe. Secili grup duhet të përgatisë një video vetë-prezantuese prej 5 minutash

120 Shiko: Teachersofsci, 15 teori mësimore në edukim (një përmbledhje e plotë [15 Learning Theories in Education (A Complete Summary)}, https://teachersosci.com/learning-theories-in-education

121 Shënim i përkthyesit: Jam përpjekur t'i shqipëroj, por nëse dëshironi që të qëndrojnë në anglisht, ja ku janë më poshtë:
Piaget's Theory of Cognitive Development
Vygotsky's Theory of Learning
Social Learning Theory
Cognitive learning theory
Bruner's Spiral Curriculum
Behaviourism learning theory
Constructivism learning theory
Humanism learning theory
Connectivism learning theory

(ndoshta me një telefon celular ose softuer kompjuterik). Prezantoji videot dhe vazhdo me një diskutim të drejtuar. Mësuesit dhe nxënësit duhet t'i përgjigjen pyetjeve të mëposhtme (të tjera pyetje mund të shtohen). Cilat janë komponentët kryesorë të kësaj teorie? Cili është fokusi dhe cilat pikat e saj të forta? Si dallon ose lidhet me të paktën një nga teoritë? Cilat janë pikat e dobëta? A mund të japin mësuesit apo nxënësit të paktën një shembull nga jeta reale ku e kanë parë këtë teori t'i shtojë vlerë procesit të tyre edukativ apo nxënës? Çfarë mund të jetë duke munguar nga kjo teori apo ky model? Si mendojnë ata se mund të ndihmojë EMI? A ka teori të tjera me interes?

- "Ndërsa platforma si Twitter mund të shihen si aktorë relativisht të rinj, mësimi shoqëror nuk është. Teoritë e mësimit shoqëror datojnë me të paktën disa dekada më parë, shumë përpara se të ngjizej interneti. Teknologjitë e reja, rrjedha e re e informacionit dhe shtimi i mediave mund të shihet nganjëherë përmes lenteve negative. EMI i mundëson njerëzit që të përfitojnë nga mundësitë ndërsa mbrohen vetë nga rreziqet. EMI i mbështet njerëzit në kërkimin e tyre për një mësim social dhe mësim përgjatë gjithë jetës. Duket intuitave që mësimi social mund të ripërtërihet dhe kryhet përmes mediave sociale. Nëse inovatorë të njohur edukativ si Barrhus Frederic Skinner, Carl Lewis Hull, Neil Miller dhe John Dollard do të jetonin sot, ata mund të promovonin meritat e kërkimit përmes mediave sociale. Sigurisht, Albert Bandura do të binte dakord që mësuesit dhe aktorë të tjerë socialë kanë mundësi unike për të pasuruar nxënien dhe angazhimin e njerëzve përmes mediave sociale". Diskutoni këtë pohim të shkëputur nga Mësimdhënia dhe Nxënia me Twitter: Edukimi për Median dhe Informacionin, Klasa Dixhitale [Teaching and Learning with Twitter: Media and Information Literacy, Digital Classroom], burim i hartuar në bashkëpunim me UNESCO-n. Formulo dhe përgjigju pyetjeve të ndryshme për të vlerësuar dobinë e këtij instrumenti. A e përdorni ju si edukatorë apo nxënës Twitter për mësimdhënie dhe nxënie brenda jashtë hapësirave mësimore formale?
- Studioni dhe testoni veprimtari të ndryshme për edukim dhe nxënie që janë sugjeruar në Mësimdhënia dhe Nxënia me Twitter: Edukimi për Median dhe Informacionin. Kjo përfshin drejtimin e mësuesve dhe nxënësve për të dokumentuar përvojat e tyre dhe për të ndarë me ta përmes hashtag-eve të ndryshëm dhe në platforma të ndryshme të mediave sociale online. A mund të bëni të njëjtën gjë udhëzimet dhe instrumentet e tjera të mësuesve dhe nxënësve që janë ofruar përmes platformave të tjera mediatike apo kompanive të komunikimeve dixhitale? A janë kompetencat e lidhura EMI të standardizuara në këto burime? Çfarë përfitimesh mund të shtohen?
- Lidheni edukimin për median dhe informacionin me domainet Bloom të nxënies:
    - Përkufizimi i detyrës
    - Kërkimi i informacionit
    - Vendndodhja dhe aksesi
    - Analiza e mesazheve dhe informacionit
    - Vlerësimi paraprak i kontekstit për mesazhe dhe informacion
    - Përdorimi i informacionit
    - Sinteza
    - Vlerësimi përfundimtar

Identifikoni mënyrat në të cilat nxënësit mund të zhvillojmë dhe demonstrojnë aftësitë e lidhura me to brenda hapësirës mësimore. Përshkruaj strategji dhe veprimtari specifike pedagogjike që e bëjnë këtë të mundur.

- Krijoni një plan mësimesh ose një skicë për një njësi kurikulare që inkorporon këto strategji dhe veprimtari. Konsidero krijimin e një mësimi/skice teke në EMI, ose një mësim / skicë që integron EMI-n në një kurs ekzistues. Identifiko konsideratat / akomodimet kyçe që mësuesit duhet të bëjnë që nxënësit të demonstrojnë në mënyrë kritike këto aftësi.
- Duke marrë në shqyrtim modelet / teoritë e komunikimit dhe informacionit të skicuara në njësinë e mëparshme, shpjegoni dhe përligjni rolet që luajnë mediat, bibliotekat, arkivat dhe ofruesit e tjerë të përmbajtjes në mësimin / skicën e njësisë tuaj. Cili/at rol/e do të merrje si edukator? Cilin/at rol/e do të jenë të disponueshme për nxënësit? Si do ta pasurojnë procesin mësimor këto procese mësimore?
- Në mënyrë që të trajnuarit të përjetojnë sukses si nxënës, njohja e metakonjitivitetit dhe strategjive konjitive është e rëndësishme. Metakonjitiviteti mund të përkufizohet si 'konjitivitet mbi konjitivitetin" ose "njohje mbi njohjen". Ai mund të marrë shumë forma dhe të përfshijë njohjen se kur dhe se si të përdorim strategji të caktuara për mësim apo për zgjidhje problemesh. Në praktikë, këto kapacitete përdoren për të rregulluar konjitivitetin e dikujt, për të maksimizuar potencialin e dikujt për të menduar dhe mësuar dhe për të vlerësuar rregullat e duhura etike/morale.
- Shqyrtoni listën e aftësive EMI që shfaqet më lart. Për çdo aftësi EMI, listo dhe përshkruaj një strategji metakonjitive që nxënësit mund të përdorin për të mbështetur përvojën e tyre mësimore. Për shembull, përkufizimi i detyrës mund të mbështetet nga përdorimi i konceptit të hartës, ndërsa analiza e mesazheve dhe informacionit mund të mbështetet nga diagrama që etiketojnë pjesë të ndryshme të një teksti informativ, e shoqëruar nga pyetje kritike.
- Përzgjidhni disa veprimtari nga një modul i zgjedhur prej teje. Identifikoni zotësitë që mund t'u duhen nxënësve për të përmbushur secilën veprimtari. Çfarë roli mund të luajë metakonjitiviteti në transferimin e nxënies nga kjo veprimtari në përfshirjen e nxënësve me ofruesit e përmbajtjes si bibliotekat, arkivat, muzetë, mediat, kompanitë e komunikimeve dixhitale dhe instrumente të tjerë jashtë hapësirave mësimore formale?
- Referojuni Modulit 1, Njësia 5 mbi strategjitë pedagogjike për mësimin e EMI. Në kontekstin e vetë kurikulës tuaj, përzgjidhni një strategji specifike dhe përshtateni ose krijojeni për nxënësit. Si i integron kjo qasje teoritë e komunikimit dhe informacionit, teoritë mësimore dhe EMI-n në përvojën mësimore? Si lidhet kjo strategji me pritshmëritë e kurikulës tuaj? Si mund ta dinë mësuesit dhe nxënësit nëse kanë qenë të suksesshëm? (që nënkupton ku e ka vendin kjo strategji, termat e programit për vlerësimin paraprak dhe përfundimtar?)
- Konsideroni rolin e bibliotekave, arkivave dhe muzeve në zhvillimin e zotësive EMI. Dizenjo një veprimtari që ilustron se si një strategji specifike pedagogjike mund të përdoret në këto mjedise. Konsideroni karakteristikat unike që janë pjesë e këtyre mjediseve dhe që mund të influencojnë përvojën mësimdhënëse dhe nxënëse në një mënyrë pozitive.

- Bazuar mbi veprimtaritë nga një nga një prej moduleve në këtë kurikul ose nga vetë puna juaj, shpjegoni mënyrat në të cilat kurikula EMI ofron mundësi për një udhëzim dhe nxënie të diferencuar (që nënkupton mësimin kinestetik, mësim viziv, mësimin dëgjues, leximin e thellë, mësimin social, etj.).

Vlerësime dhe rekomandime

- Projekt praktik pune në grup mbi zhvillimin dhe vlerësimin
- Detyra individuale kur media sociale është i vetmi mjet reagimi. Përzgjedhja e kompetencave EMI të demonstruara në plotësimin e kësaj detyre.

Tema për shqyrtim të mëtejshëm

- Edukimi për median dhe informacionin për personat me aftësi ndryshe
- Dizenjimi i edukimit për mediat dhe informacionit për grupet e ndryshme sociale si emigrantët, refugjatët, vajzat dhe djemtë, etj.
- TIK-et në edukim
- Qasjet mësimore më ndjeshmëri gjinore
- Inovacioni dixhital

NJËSIA 3: MENAXHIMI I NDRYSHIMIT PËR TË LEHTËSUAR NJË MJEDIS EMI NË HAPËSIRAT MËSIMORE

Temat kryesore:

- Shtysa për media globale dhe edukimi informativ: një pamje e përgjithshme e veprimeve në botë, krijimin e politikave, etj.
- Mjedisi mundësues që duhet për ta çuar EMI në hapësira mësimore formale, informale dhe joformale
- Sfidat që duhen të ballafaqohen në integrimin e EMI në hapësirat mësimore dhe planifikimi për të kaluar këto sfida

Objektivat mësimore

Në fund të kësaj njësie, mësuesit dhe nxënësit do të jenë në gjendje të:

- Identifikojnë dhe përshkruajnë iniciativat EMI që po implementohen në nivel vendor dhe global
- Promovojnë edukimin për median dhe informacionin në grupet e ndryshme të stakeholderave
- Përshkruajnë çështjet kryesore për të konsideruar kur planifikojnë integrimin e EMI në shkolla

Strategji pedagogjike

Drejtoji mësuesit të reflektojnë mbi të shkruajnë një ditar të shkurtër publik mbi vetëvlerësimin e shtatë llojeve të mëposhtme të vetëdijes.[122] Ata duhet ta bëjnë këtë pa kryer kërkime të mëtejshme. Tani drejtoji ata të bëjnë kërkime të tjera, reflektojnë përsëri dhe të rishkruajmë një ditar; inkurajoji nxënësit të fillojnë një blog dhe të botojnë përvojat e tyre dhe të reflektojnë dhe ta ndajnë në media sociale.

- Vetëdija personale
- Vetëdija për nevoja informative
- Vetëdija komunitare
- Vetëdija gjuhësore
- Vetëdija EMI
- Vetëdija mësimore
- Vetëdija për menaxhimin e ndryshimit

Duke përdorur motorë kërkimi dhe burime të tjera, kryej një kërkim të programeve, projekteve dhe iniciativave në edukimin për median dhe informacionin që ekziston aktualisht në hapësirat e ndryshme mësimore përfshirë online, komunitete, shkolla dhe institute për edukimin e mësuesve. Konsideroni shembuj vendor dhe ndërkombëtar. Përzgjidh një nga këta shembuj dhe identifikoni fushat kryesore të adresuar. Në cilat mënyra ndryshon programi nga kjo kurikul? Cila ka përfshirë EMI? Më cilat mënyra mundet ky program të vazhdojë të shërbejë si një burim për mësuesit dhe nxënësit e interesuar në EMI?

Kryej një studim të bashkimeve dhe organizatave që mbështesin objektivat e EMI. Çfarë informacioni dhe burimesh (njerëzore dhe materiale) ofrojnë këto programe për mësuesit dhe nxënësit?

Drejtoji mësuesit dhe nxënësit të bëjnë kërkime dhe të përfshihen në:

Aleanca EMI e UNESCO-s, https://en.unesco.org/themes/media-and-information-literacy/gapmil

Bashkimet dhe rrjetet kombëtare EMI, dhe **UNESCO MIL CLICKS?** https://en.unesco.org/MILCLICKS

Për të garantuar suksesin e kurseve dhe programeve EMI, shumë ekspertë kanë krijuar një seri rekomandimesh. Disa nga këto rekomandime janë renditur më poshtë. Shpjegoni mënyrat në të cilat kjo listë mund të zbatohet në situatën tuaj të veçantë. Identifikoni çfarëdo rekomandimi shtesë që do të bënit për të garantuar suksesin e EMI në departamentin apo institucionin tuaj.

122 Frymëzuar nga një leksion i Dr. Drissia Chouit mbi Fuqinë e Gjuhës, https://www.youtube.com/watch?v=5yGWASki1OU

Sugjerime të rekomanduara:

- Identifiko përmbajtjen
- Identifiko pjesëmarrësit dhe mbështetësit kryesorë në nivel programi apo politikash
- Zhvillo një plan strategjik për implementim/integrim, etj.
- Zhvillo një plan për promovimin e EMI
- Identifiko agjencitë/bashkimet mbështetëse
- Identifiko burimet e disponueshme dhe të kërkuara
- Zhvillo instrumente vlerësimi për kurset dhe programet EMI

A ndryshon kjo listë kur dikush konsideron kriteret e një programi të suksesshëm për studentët? Identifikoni çdo konsideratë shtesë që mund të jepet.

Duke konsideruar nevojat e vetë komunitetit tuaj mësimor dhe edukativ, cilat janë disa nga mënyrat në të cilat EMI mund të integrohet në programet ekzistuese për mësuesit dhe nxënësit apo të krijohet si program në vete? Cilat janë avantazhet dhe dezavantazhet e secilës? Cito module specifike si shembuj.

Bërja e ndryshimeve kërkon identifikimin e stakeholderave dhe analizimin e pengesave për dhe përfitimeve të ndryshimit. Ai kërkon përzgjedhjen e përparësive dhe ndërtimin e aleancave. Kërkoju pjesëmarrësve të zhvillojnë një teori ndryshimi që mund të informojnë një strategji dhe një plan specifik veprimi.

Krijo një plan për promovimin e EMI te politikbërësit, drejtorët e programeve, OBK-ja dhe organizatat e tjera ndërkombëtare të zhvillimit dhe te mësuesit në institucionin apo komunitetit tuaj. cilat janë përparësitë dhe nevojat kryesore të secilit grup? Shpjegoni se si kjo kurikul EMI mund të ndihmojë në adresimin e këtyre nevojave. Identifikoni grupe të tjera stakeholderash që mund të përfshihen këtu. Çfarë roli mund të luajë secili në promovimin e EMI?

Vlerësime dhe rekomandime

- Gjenerimi, zhvillimi dhe implementimi i ideve të projekteve në grup

Tema për shqyrtim të mëtejshëm

- Pjesëmarrja në artikulimin dhe implementimin e politikave dhe strategjive kombëtare dhe institucionale EMI
- Menaxhimi i ndryshimit
- EMI për Objektivat e Zhvillimit të Qëndrueshëm

Burimet dhe referencat për këtë modul

Big6 (2010). Mësimi i Edukimit për Informacionin përmes Literaturës [Teaching Information Literacy Through Literature}, Big6 eNewsletter 11.1, 4. www.big6.com

Çudia e Bibliotekave [Geek the Library], Federata Ndërkombëtare e Bashkimeve dhe Insititucioneve Bibliotekare, https://www.facebook.com/geekthelibrary

Media si partnerë në edukimin për zhvillimin e qëndrueshëm: Një paketë trajnuese dhe burimevesh [Media as partners in education for sustainable development: A training and resource kit], https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000158787

Mësimdhënia dhe Mësimarrja me Twitter: Edukimi për Median dhe Informacionin, Klasa Dixhitale [Teaching and Learning with Twitter: Media and Information Literacy, Digital Classroom], https://en.unesco.org/sites/default/files/gmw2019_twitter_mil_guide.pdf

Mësimi i Edukimit për Informacionin përmes stileve mësimore: Zbatimi i Inteligjencave të Shumëfishta [Teaching information literacy through learning styles: The application of Gardner's multiple intelligences]. Intan Azura Mokhtar, Wee Kim Wee, Shkolla e Komunikimit dhe Informacionit (WKWSCI) e Universitetiit Teknologjik Nanyang, Singapor, 2008.

Shërbimet Bibliotekare të Universiteteve (2009). Manuali i Mësimit të Edukimit mbi Informacionin [Handbook for Information Literacy Teaching], botimi i tretë, Paris, UNESCO.

Edukimi për Median në Paqësor: Një guidë për Mësuesit e shkollave Nëntëvjeçare [Media Education in the Pacific: A Guide for Secondary School Teachers].

AI

Fjalori i termave

FJALORI I TERMAVE

Aksesi në informacion: Aksesi i informacionit ka të bëjë me të drejtën, mundësinë dhe aftësinë për të identifikuar, siguruar dhe përdorur informacionin me efikasitet. Kjo sinjalizon elementë ligjorë apo lidhje të tjera me informacioni dhe shkallën të cilën ai është ose duhet të jetë "i hapur", si dhe kushtet si ekzistenca apo kosto e lidhjeve të internetit që e bëjnë këtë të drejtë një realitet. Çështja e aftësisë lidhet me kompetencat për të përdorur mundësitë dhe në mënyrë domethënëse. Aksesi pa garanci përmes ligjit të së Drejtës së Informimit (e njohur gjithashtu si ligjet e Lirisë së Informimit) është i kufizuar. Por pa kushte dhe kapacitete tërheqëse, kjo e drejtë mbetet e cekët.

Saktësia: Saktësia ka të bëjë më shkallën në të cilën paraqitja e një teksti është konsistente me faktet e disponueshme.

Audienca aktive: një teori që njerëzit që marrin dhe interpretojnë mesazhe mediatike në dritën e historisë, përvojës dhe perspektivës së tyre në mënyrë që grupet e ndryshme të njerëzve mund të interpretojnë të njëjtin mesazh në mënyra të ndryshme.

Rregullat e reklamimit: Rregullimi (vetë-rregullimi apo rregullimi i detyruar) që zbatohen te reklamimi dhe ofron përkufizimet se si termat si mirësjellja, ndershmëria dhe vërtetësia duhet të zbatohen mbi atë që është e lejueshme.

Reklamimi: Një seri praktikash dhe teknikash që tërheqin vëmendjen e konsumatorëve ndaj produkteve apo shërbimeve me qëllim bindjen e tyre për ta blerë produktin apo shërbimin e reklamuar ose për të ndryshuar mendësitë apo sjelljet. Shiko më poshtë "reklamimi i targetuar".

Marketingu i afiliuar (shoqëruar): Procesi përmes të cilit një i shoqëruar fiton një komision për marketingun e produkteve të një personi apo kompanie tjetër.

Algoritmi: Një radhë e kufizuar udhëzimesh, programesh apo kodesh të mirëpërcaktuara dhe të implementuara nga kompjuteri që tipikisht zgjidhin një klasë problemesh apo të kryejë një përllogaritje.

Media alternative: Mediat alternative janë një burim mediash që ndryshon nga llojet e themeluara dhe dominuese të mediave (siç janë mediat standarde apo masmediat) në termat e përmbajtjes, prodhimit apo shpërndarjes. Nganjëherë termi *media e pavarur* përdoret si sinonim, duke iu referuar pavarësisë nga korporatat e mëdha mediatike, por ky term përdoret gjithashtu për të treguar mediat që gëzojnë lirinë e shtypit dhe pavarësinë nga kontrolli qeveritar. Mediat alternative nuk i referohen një formati të caktuar dhe mund të përfshijnë, ndër të tjera, të shkruarat, audio, filma/video, online/dixhitale dhe artin e rrugës.

Arketip (Kryetip): Një model apo formë ideale e një individi apo sendi që mbahet si përfaqësuese e varianteve vijuese të atij personi apo sendi.

123 Ky Fjalor merr nga shumë burime përfshirë Wikipedia. Ai nuk duhet lexuar si seri autoritare përkufizimesh e OKB mbi termat e ofruar.

Arkivist: Një profesionist informacioni që vlerëson paraprakisht, grumbullon, organizon, ruan, mban kontrollin mbi dhe siguron akses në regjistra dhe arkiva që përcaktohet se kanë vlerë afatgjatë.

Inteligjenca Artificiale (IA): Studimi, zbatimi dhe prodhimi i makinerive dhe softuerëve që kanë disa cilësi të mendjes njerëzore, të tilla si aftësia për të lundruar gjuhën, për të njohur fotografitë, për të zgjidhur problemet dhe mësuar. Vendet Anëtare të UNESCO-s do të konsiderojnë adoptimin e Rekomandimeve mbi Etikën e Inteligjencës Artificiale në Nëntor 2021.

Ka tre lloje inteligjence:

Inteligjenca e Përgjithshme Artificiale (IPA), e cila do të jetë e barabartë me aftësitë njerëzore; ose

Inteligjenca e Ngushtë Artificiale (INA), që ka një gamë të ngushtë aftësish;

Inteligjenca e ngushtë artificiale (INA): E njohur dhe si IA e dobët ose IA e ngushtë, është e vetmja lloj inteligjence që ka patur sukses deri më sot. INA është e orientuar nga synimet, e projektuar të kryejë detyra teke – që nënkupton njohjen e të folurës / asistentët zanorë, drejtimin e një veture ose kërkimin në internet – dhe që është shumë inteligjente në përmbushjen e detyrave teke për të cilat është programuar.

Superinteligjenca Artificiale (SIP), e cila është më e aftë se njeriu.

Audienca: Një grup i mbledhur, i adresuar dhe i ndërtuar si konsumatorë potencialë të teksteve të caktuara të përmbajtjes. Nisur nga realiteti i angazhimit aktiv me përmbajtjen, veçanërisht siç ofrohet nga kompanitë e ndryshme të komunikimeve dixhitale në ditët e sotme, nganjëherë ka referenca ndaj "grupi që njihej më parë si audiencë" dhe si "prosumatorë" dhe jo si "konsumatorë" (pasiv).

Mësimi me anë të dëgjimit: Mësimi përmes dëgjimit – nganjëherë ai grupohet me mësimin viziv dhe mësimin kinestetik (shiko më poshtë) si një nga tre llojet e ndryshme të mësimit.

Reklamimi bandwagon (iku treni): Një formë bindje që kërkon t'i bindë njerëzit që të blejnë një produkt apo shërbim apo të adoptojnë një sjellje apo mendësi, për të shmangur mundësinë që të ngelen jashtë (të përjashtuar).

Blockbuster: Një produkt, film (etj.) i suksesshëm që fiton shumë para.

Blockchain: Një sistem i përdorur për të krijuar një regjistër dixhitale të të gjithë transaksioneve në vendndodhje të shumta me një sistem verifikimi në të gjitha vendndodhjet. Përdoret shpesh për t'iu referuar aplikacioneve në valuta kibernetike (si bitcoin) që mund të blihen apo shiten, dhe të cilat mund të jenë në një rritje konstante ndërsa më shumë blloqe i shtohen regjistrave tuaj.

Blocking (bllokimi): I referohet një mënyre teknike ose redaktorialë të pengimit të aksesit në përmbajtje dixhitale duke parandaluar aksesin te adresa ose lloji i përmbajtjes ose burimit të përmbajtjes. Ndërsa në të shkuarën mundësitë ishin të bllokoje apo

të lejoje, tani ka shumë trajtesa që variojnë nga ngadalësimi i disa përmbajtjeve apo shërbimeve, etiketimit të përmbajtjes në mënyrë të caktuar, kundërekuilibrimit të saj me përmbajtje tjetër, etj.

Blog: Një faqe ueb, zakonisht e mirëmbajtur nga një individ, ku ai ose ajo poston komente, përshkrime ngjarjesh, fotografi apo video. Përdorues të tjerë mund të lënë komente mbi artikujt e blogut, por vetëm zotëruesi mund ta reduktojë blogun vetë. Blogjet shpesh referohen si "ditarë online".

Operatorët boolean: Operatorët Boolean janë fjalë të thjeshta (AND, OR, NOT ose AND NOT) që përdoren si lidhëza për të kombinuar ose përjashtuar fjalë kyçe në një kërkim, duke rezultuar në rezultate më të fokusuara dhe të produktive.

Box office (arkëtimet): Një masë se sa i famshëm apo i suksesshëm financiarisht është një film apo aktor. Arkëtimet përbëjnë dhe suksesin apo dështimin financiar të një filmi apo vepre artistike matur përmes shitjes së biletave.

Integrimi i Markës dhe Produktit: Procesi i inkorporimit të markave ose produkteve në karakteristikat para-ekzistuese të argëtimit. Në vend që thjeshtë të jetë (në mënyrë të pafajshme) në sfond, marka ose produkti i shtohet fabulës së tregimit apo përvojës.

Vendosja e Markave dhe Produkteve: Vendosja e markave – shpesh e referuar si "vendosja e produkteve" – është një praktikë në rritje në një numër të shtuar mjetesh mediatike. Përmes vendosjes, një markë përfshihet si pjesë e një programi masmedia apo përmbajtje në një platformë dixhitale që reklamuesi të ja kthejë në një farë mënyre. Miratimi i markave mund të jetë njësoj një formë e fshehur komunikimi, siç ndodh kur "influencuesit" online nuk zbulojnë sponsorizimet e fshehura kur ata veshin apo rekomandojnë produkte të caktuara.

Gazetaria qytetare: Veprimi i një qytetari, i cili nuk është një gazetar profesionist, që luan një rol aktiv në procesin e grumbullimit, raportimit, analizimit dhe shpërndarjes së lajmeve dhe informacionit.

Informacioni i drejtuar nga qytetarët: Qytetar-drejtuar është një hap më lart se informacioni qytetar-qendërzuar apo qytetar-fokusuar i krijuar nganjëherë nga stakeholder të jashtëm ku vetë qytetarët luajnë një rol të drejtpërdrejtë në një apo disa pika përgjatë ciklit informativ apo zinxhirit të vlerës informuese.

Qytetaria (aktive): Një pjesëtar i një komuniteti të përcaktuar (politik, kombëtar apo social). Qytetaria zakonisht kuptohet të përbëjë një seri të drejtash (p.sh. e drejta e votës dhe aksesi në mirëqenie sociale) dhe përgjegjësish (p.sh. pjesëmarrja). Qytetaria aktive është filozofia që qytetarët duhet të punojnë drejt përmirësimit të komunitetit të tyre përmes pjesëmarrjes, punës publike dhe vullnetare, dhe përpjekjeve të tjera për të përmirësuar jetën e të gjithë qytetarëve. Vini re që qytetaria ligjore në një shtet të caktuar përjashton shumë njerëz që jetojnë në atë vend, për shkak të moshës apo kombësisë së tyre. Termi "qytetari" ne EMI përdoret më gjerësisht sesa "qytetaria ligjore".

Qytetaria / përgjegjësia civile: Gjendja e të qenit pjesëtar i një komuniteti shoqëror, politik dhe kombëtar. Statusi i qytetarisë, nën teorinë e kontratës shoqërore, mbart në vetvete edhe të drejtat edhe përgjegjësitë.

Kodi i sjelljes përballë kodit të etikës: Një kod etike është i gjerë, duke i dhënë punonjësve ose pjesëtarëve një ide të përgjithshme se cilat lloje të sjellje apo vendime janë të pranueshme dhe të inkurajuara në një biznes apo organizatë. Një kod sjellje është më i fokusuar. Ai përkufizon se si punonjësit apo pjesëtarët duhet të veprojnë në situata specifike. Shiko më poshtë te "kodet gazetareske".

Sistemet konjitive: Një kategori teknologjish që përdorin përllogaritjen konjitive, përpunimit natyror të gjuhës dhe mësimin përmes makinerive për të mundësuar që njerëzit dhe makinat të ndërveprojnë në mënyrë më natyrale për të zgjeruar dhe shumuar ekspertizën dhe njohjen njerëzore.

Komunikimi: Një proces kur përmbajtja paketohet, kanalizohet dhe shpërndahet nga dërguesi te marrësi përmes një mediumi. Jo të gjitha format e komunikimit kërkojnë një dërgues, një mesazh dhe një marrës të synuar në formë lineare dhe të qëllimshme. Marrësi nuk duhet të jetë i pranishëm ose i vetëdijshëm për qëllimin e dërguesit për të komunikuar në momentin e komunikimit që të ndodhë akti i komunikimit. Dhe as marrësi nuk është rezultati i procesit të stimulit të përgjigjes; akti i marrjes së përmbajtjes përfshin një angazhim që mund të "dekodojë" mesazhe për të patur kuptime shumë të ndryshme me kontekstet me të cilat ato u krijuan fillimisht.

Media komunitare: Një shërbim radiofonik që ofron një model të tretë të transmetimit, në shtesë të transmetimeve tregtare apo publike. Ai është një shërbim që duhet të qeveriset dhe prodhohet nga vetë komuniteti të cilit synon t'i shërbejë. Ky mund të jetë ose një komunitet gjeografik ose një komunitet identitar apo interesi (p.sh. gjuhë indigjene).

Përmbajtja: I referohet mesazheve kuptimplotë, që variojnë nga llojet e shumta të cilësive dhe formateve teknologjike. Përmbajtja përfshin informacion, paralelisht me (dhe shpesh e tejhijëzuar nga) llojet e tjera të kuptimeve që i japin përparësi dimensioneve argëtuese (p.sh. filmat), edukuese (p.sh. dokumentarët) ose të bindjes (p.sh. reklamës). Përmbajtja gjithashtu përfshin çinformimin, dezinformimin dhe gjuhën e urrejtjes që shfrytëzon zhanret e gjetura në përmbajtjen informuese dhe argëtuese dhe maskohet sikur nuk ka axhendë tjetër.

Analiza kontekstuale: Qasja pedagogjike në mësimdhënien EMI që fokusohet te studimi dhe analizimi i konteksteve teknike, narrative dhe situacionale të teksteve.

Konvergjenca: I referohet aftësisë për të transformuar lloje të ndryshme përmbajtje, qofshin këto zëra, tinguj, imazhe apo tekste në kode dixhitale, të cilat më pas aksesohen nga një gamë pajisjesh, nga kompjuterët personalë te telefonat celulare, duke krijuar një mjedis komunikimi dixhitale. Termi gjithashtu mund t'i referohet shkrirjes së institucioneve dhe praktikave, për shembull një botues gazete që prodhon video të cilat shpërndahen përmes platformës së një kompanie të komunikimeve dixhitale.

Copyright (e drejta e kopjimit): Një seri të drejtash që i jepen autorit apo krijuesit të veprës, për të kufizuar aftësinë e të tjerëve për të kopjuar, rishpërndarë apo riformatuar përmbajtjen. Të drejtat shpesh zotërohen nga kompanitë që e sponsorizojnë punën dhe jo vetë krijuesit dhe mund të blihen dhe shiten në treg.

Mendimi kritik: Aftësia për të shqyrtuar dhe analizuar përmbajtjen në mënyrë që të kuptojnë dhe aksesojnë lidhjet logjike si dhe vlerat dhe supozimet, dhe jo thjesht të pranojnë klauzolat ashtu si ofrohen. Ajo nënkupton skepticizëm në formën e pyetjes (ose vënies në pikëpyetje), që ndryshon nga cinizmi (i cili i njeh përgjigjet më përpara, ose që me fjalë të tjera ka bërë gjykime a priori).

Kultura: Një sistem i përbashkët, i mësuar dhe simbolik vlerash, bindjesh dhe mendësish që formësojnë dhe ndikojnë perceptimin dhe sjelljen – një "maket mendor" ose një "kod mendor" abstrakt. Ai i referohet gjithashtu një modeli të integruar të njohurisë, bindjeve dhe sjelljeve njerëzore që varet nga kapaciteti për mendim simbolik apo mësim shoqëror.

Kurikula: Një seri kursesh/lëndësh, përmbajtja e të cilëve, është projektuar si një qasje sekuenciale mësimi.

Bullizmi kibernetik: Bullizmi kibernetik është bullizmi që ndodh në pajisjet dixhitale si telefonat celularë, kompjuterët apo tabletat. Bullizmi kibernetik mund të ndodh përmes një SMS-je, teksti dhe aplikacioni, ose online përmes mediave socialeve, mediumeve, forumeve apo lojërave ku njerëzit mund të këqyrin, marrin pjesë në ose të ndajnë përmbajtje. Bullizmi kibernetik përfshin dërgimin, postimin apo shpërhapjen e përmbajtjes negative, të dëmshme, të rreme ose të ligë mbi dikë tjetër. Ai mund të përfshijë shpërhapjen e informacionit personal ose privat mbi dikë tjetër duke shkaktuar sikletosje apo poshtërim. Një pjesë e bullizmit kibernetik kalon kufirin në një sjellje të paligjshme dhe kriminale.

Data/Të dhënat: Këto janë materialet bazë informacionit që përbëjnë mënyrën nga të cilat supozohet të kuptohen fragmentet diskrete që të kenë domethënie potenciale. Të dhënat nxjerrin faktet dhe faktet mund të shërbejnë më pas si të dhëna të reja për t'i bërë operacionet që të kenë edhe më shumë kuptim. Kur të dhëna të tilla si faktet ose numrat transformohet për t'u bërë referenca kuptimplota, ato pasurojnë vendimmarrjen. Sasi të mëdha të dhënash parashtrohen përmes gjurmëve dixhitale ose grumbullohen në mënyra të tjera, për t'u ruajtur dhe përdorur më pas nga fuqia kompjuterike në mënyra që individët nuk janë në gjendje t'i përpunojnë. Ka debate madhore se kush i grumbullon, zotëron dhe i përdor të dhënat e mëdha, sa përfaqësuese janë këto të dhëna dhe çfarë impakti ngrihet nga autonomia individuale dhe të drejtat e njeriut si privatësia.

Databaza/Baza e të dhënave: Një bazë të dhënash është një strukturë të dhënash që ruan informacionin e organizuar. Shumica e bazave të të dhënave përmban tabela dixhitale të shumëfishta, të cilat përfshijnë disa fusha të ndryshme. Për shembull, një bazë të dhënash e një kompanie mund të përfshijë tabela të produkteve, punonjësve dhe regjistrave financiarë.

Demokracia: Një sistem qeverisje kur njerëzit kanë fjalën e fundit të cilën e ushtrojnë drejtpërsëdrejti apo tërthorazi përmes agjentëve të tyre të zgjedhur në një sistem elektoral të lirë. Ajo gjithashtu nënkupton lirinë për të ushtruar zgjedhjen mbi vendimet që ndikojnë jetën e individit dhe mbrojtjen e të drejtave dhe lirive themelore.

Qytetaria dixhitale: Qytetaria dixhitale i referohet angazhimit me TIK-et që çojnë përpara karakteristika të qytetarisë si pjesëmarrja, zotërimi i të drejtave, solidariteti global dhe shqetësimet komunitare. Qytetaria dixhitale është e lidhur ngushtë me edukimin për median dhe informacionin dhe zotësitë dixhitale në adresimin e çështjeve si parandalimi i bullizmit kibernetik, siguria online, llogaridhënia dixhitale dhe shëndeti dhe mirëqenia sociale. Ajo është mbi njerëzit që kërkojnë në mënyrë proaktive të formësojnë dhe përdorin shërbimet teknologjike, dhe jo anasjelltas, në mënyrë që qëllimet e interesit publik të mund të shërbehen.

Gjurmët dixhitale: Gjurmët dixhitale i referohen veprimtarive, veprimeve, kontributeve dhe komunikimeve të gjurmueshme dixhitale që manifestohen në internet ose në pajisjet dixhitale.

Aftësimi dixhital: Ky koncept shpesh trajtohet sikur mbulon shumë gjëra. Për këtë Kurikul, ky interpretim është ai i ngushti, dhe ekziston paralelisht aftësive të tjera. Prandaj, ai nuk është një aftësim mbi kompanitë e komunikimeve dixhitale, as përmbajtjen e ofruar prej tyre, duke qenë se këto elementë janë mbuluar ndërkohë nga aftësimi i ekonomisë politike dhe aftësimi i zhanreve. Në të njëjtën mënyrë, aftësimi dixhitale nuk duhet përzier me aftësimin për privatësinë dhe as me aftësimin për të dhënat. Por, në këtë Kurikul, aftësimi dixhitale është në mënyrë specifike aftësia për të kuptuar dhe përdorur teknologjinë dixhitale, instrumentet komunikues ose rrjetet për të lokalizuar, vlerësuar, përdorur, krijuar dhe shpërhapur përmbajtje. Kjo përfshin aftësinë për të transformuar të dhëna dhe imazhe përmes manipulimit dixhitale. Ai jo domosdoshmërisht shtrihet te aftësimi mbi kodimin, megjithëse edhe mundet ta bëjë.

Zotësitë dixhitale: Kjo përbën një pjesë të aftësimit dixhitale dhe mbulon aftësitë teknike për të përdorur mjete dixhitale, edhe pa kuptuar kodet shoqëruese apo karakterin e teknologjive dixhitale. Leximi dhe shkrimi i kodeve kompjuterike janë shpesh pjesë e aftësive dixhitale, por këto nuk shterojnë gamën e zotësive.

Kodet drejtuese dhe aspirantë: Kodet drejtuese janë synuar në parandalimin e sjelljes që përcaktuar nga aktorë të caktuar si joetike, dhe për pasojë, këto kode priren të jenë në mënyrë predominante si të bazuara në rregulla. Ata sigurojnë direktiva specifike sjelljeje ose specifikojnë në detaje sjelljet që janë të pranueshme dhe të papranueshme. Kodet aspirantë synohet të promovojnë sjellje vullnetare etike sipas standardeve të përcaktuara.

Diskursi: Trajtimi i një subjekti ose çështje (e folur apo e shkruar) e diskutuar gjatë.

Dezinformimi: Përmbajtja që është e rreme dhe/ose çorientuese. Sidoqoftë, një përdorim më specifik i termit është të kufizojë përmbajtjen e rreme të krijuar nga prodhuesit të cilët dinë të rremen dhe kanë qëllim t'u shkaktojnë dëme. Kjo ndjesi "dezinformimi" kontrastohet me çinformimin si një përmbajtje e rreme pa këto dy elementë të vetëdijes dhe qëllimit. Në secilin rast, sidoqoftë, impakti potencial mund të jetë i njëjtë. Për shkak se është e vështirë të njohësh vetëdijen dhe qëllimin, një qasje ka dalë për të identifikuar përmbajtjen e rreme përmes teknikave të përdorura për shpërndarjen e saj. Në veçanti, ato që quhen si sjellje "joautentike" dhe "të bashkë-renduara", për shembull përmes llogarive fallco dhe fushatave të dukshme, janë tregues që përmbajtja e rreme mund të

jetë në lojë. Dezinformimi në përgjithësi është sh-fuqizues, duke vepruar diametralisht kundër aksesit në informacione të verifikueshme dhe të besueshme që e bëjnë lirinë e shprehjes kuptimplotë. Dezinformimi, tipikisht, ose kërkon të joshë targetat e vet duke iu ofruar shpjegime të thjeshta si teoritë konspirative ose t'i intimidojë dhe diskreditojë ata që tregojnë të vërtetën që duhet t'u zërë vendin që të besohet vetë.

Diversiteti: Respekti i vërtetë për dhe vlerësimi i ndryshimeve – plotësues i idesë së pluralizmit. Shoqëritë ose sistemet demokratike mbrojnë dhe çmojnë diversitetin si pjesë e të drejtave njerëzore dhe respektit për dinjitetin njerëzor. Shiko Pluralizmin e Mediave për shumë shpjegim.

Editori/Redaktori: Personi përgjegjës për anën editoriale të një botimi, përcaktimin e përmbajtjes përfundimtare të një teksti, veçanërisht një gazete ose reviste. Ky term duhet të jetë qartësisht i diferencuar nga zotëruesi i medias (ose pronari i kompanisë së komunikimeve dixhitale), që i referohet personit apo grupeve të stakeholderave që e zotërojnë kompaninë mediatike, megjithëse ka shumë raste kur rolet kombinohen në mënyrë problematike në një person të vetëm.

Pavarësia editoriale: Liria profesionale që u besohet redaktorëve për të marrë vendime editoriale sipas politikës editoriale të institucionit dhe standardeve më të gjera profesionale, pa ndërhyrjen e zotëruesit të medias apo ndonjë aktori tjetër shtetëror dhe joshtetëror. Është esenciale që të shmanget fenomeni i "kapjes së mediave" (shiko më poshtë).

Edukimi për zhvillim të qëndrueshëm: Edukimi për zhvillim të qëndrueshëm i fuqizon nxënësit të marrin vendime të informuara dhe veprime të përgjegjshme për integritetin mjedisor, shëndetin ekonomik dhe një shoqëri të drejtë, brezat e tashëm dhe të ardhshëm. Është një edukim tërësor dhe transformues që adreson përmbajtjen dhe rezultatet mësimore, pedagogjinë dhe mjedisin mësimor.

Apeli emocional: Bindja e bazuar në reagimin emocional dhe jo në fakte dhe arsyetim.

Barazia: Ideja që gjithsecilit, pavarësisht moshës, gjinisë, fesë dhe etnisë, i takojnë të njëjtat të drejta. Ai është një parim themelor i Deklaratës Universale të të Drejtave të Njeriut i paraqitur në fjalët "pranimi i dinjitetit të brendshëm dhe të drejtave të barabarta dhe të patjetërsueshme të gjithë pjesëtarëve të shoqërisë njerëzore është themeli i lirisë, drejtësisë dhe paqes në botë". Ideja e qytetarisë përqafon çështje të barazisë.

Përmbajtja e fabrikuar: Përmbajtja që është e rreme, e projektuar për të mashtruar dhe që mund të shkaktojë dëme ndaj të drejtave njerëzore si dinjiteti, pjesëmarrja politike, identiteti, etj.

Fact-check (kontrolli i fakteve): Konfirmimi i vërtetësisë së një pretendimi (një pohim i bërë në të folur ose shkruar ose një imazh që supozohet të jetë i vërtetë), shpesh si pjesë e një procesi kërkimi apo redaksional.

Faktet: Këto janë kuptimet e përcaktuara që besohet të jenë të korreluara me botën reale. Testi i zakonshëm për një deklaratën e një fakti është verifikueshmëria që nënkupton nëse ajo mund të demonstrohet t'i korrespondojë perceptimeve. Jo e gjithë

përmbajtja është faktike (për shembull, opinionet duhet të provohen ose të hidhen poshtë). Në shumë raste, siç është rasti koronavirusi, ku shkenca është një proces, ka të panjohura, kur nuk është e mundur të japësh një status definitiv mbi faktet dhe falsitetin dhe madje të themeluara mbi kuptimin e ri kur fakte të tjera vijnë në dritë ose sillen në një narrativë më të gjerë.

Lidhje e rremë: Përmbajtja, titulli, vizuale ose shënimet e të cilës nuk mbështesin lidhjen vetë. Gjithashtu, lidhje të rreme midis fakteve që mundësojnë ndërtimin e teorive konspirative.

Konteksti i rremë: Përmbajtja e vërtetë që ndahet me një informacion të rreme kontekstuale. Gjithashtu i njohur si "keqinformim".

Feminiliteti: Një seri atributesh, sjelljesh dhe rolesh të lidhura përgjithësisht me gratë dhe vajzat.

Apeli popullor/folklorik: Përdorimi i njerëzve të zakonshëm për të promovuar një produkt ose shërbim. Synimi është që të tregojë që produkti ose shërbimi ka një apel apo vlerë për këdo.

Liria e shprehjes: Një liri themelore njerëzore. Ai përdoret për të treguar jo vetëm lirinë e ligjërimit verbal, por dhe veprimit të kërkimit, marrjes dhe dhënies të informacionit. Liria e shtypit (shiko më poshtë) është e lidhur me këtë të drejtë dhe esenciale për ndërtimin dhe mbështetjen e komuniteteve dhe shoqërisë civile. Norma me lirinë e shprehjes, ashtu si me drejtat e tjera njerëzore është liria është një gjendje tipike dhe çfarëdo ndërhyrje me të duhet të jetë përjashtimore. Në termat e standardeve ndërkombëtare, shtetet mund ta kufizojnë lirinë e shprehjes për një seri arsyesh të kufizuara (p.sh. mbrojtjen e dinjitetit të individit; shëndetin publik dhe rendin publik), dhe këto kufizime duhet të jenë në ligj si përpjesëtimore me objektivin e kërkuar.

Liria e informimit: E drejta e qytetarëve për të aksesuar informacion të ruajtur nga njësitë publike ose informacioni i mbajtur privatisht që ose janë prodhuar nën një mandat publik (p.sh. kërkimet e instituteve të financuar nga taksat) ose nga ndonjë interes publik madhor (p.sh. një rrjedhje nafte).

Liria e shtypit (liri shtypi): Kjo është liria e individëve dhe institucioneve (jo vetëm institucioneve mediatike) për të përdorur lirinë e shprehjes për ta barë përmbajtjen të disponueshme për publikun duke përdorur një kanal që mundëson shpërndarjen masive. Kjo nënkupton një normë lirie nga censura dhe kontrolli i drejtpërdrejtë nga qeverisja. Kjo nuk pamundëson zbatimin e ligjit të konkurrencës për të parandaluar monopolet në media ose kompanitë e komunikimeve dixhitale, dhe as nuk përjashton alokimin shtetëror të frekuencave të transmetimit ose detyrimin e të drejtave të kopjimit, mbrojtjes së fëmijëve apo kufizimeve të tjera që përligjen në standardet ndërkombëtare.

Gatekeeper (rojtar): Një term i përgjithshëm që zbatohet për këdo (individ, institucion apo algoritëm) që ka rolin e filtrimit ose të trajtimeve të tjera të përmbajtjes për publikimin ose transmetim. Në institucionet mediatike, ruajtja e "derës" ndodh në të gjithë nivelet e hierarkisë mediake – nga një raportues që vendos se cilat burime të përfshijnë në një histori për redaktorët që vendosin se cilat histori të publikojnë. Në

kompanitë e komunikimeve dixhitale, ruajtja e portës bëhet përmes masave algoritmike të cilat për shembull rekomandojnë apo rrisin përmbajtje në kurriz të disa të tjerëve dhe nganjëherë nga moderues njerëzor të brendshëm apo të jashtëm që kërkojnë të interpretojnë udhëzimet e kompanisë mbi përmbajtjen.

Verbëria gjinore: Verbëria gjinore është një term që përdoret për të përshkruar supozimin e fshehur që gjinia është e parëndësishme, që nënkupton trajtimin e të gjitha gjinive njësoj pavarësisht ndryshimeve të tyre biologjike apo historike. Megjithëse në sipërfaqe kjo duhet sikur është një kontribut për barazinë gjinore, ky trajtim "mbulesë" mund të përfundojë në shpërfilljen apo shkaktimin e pabarazive faktike.

Privatësia gjinore: Një term që po merr më shumë vlerë nga disa akademikë kur kërkojnë se si privatësia mund të zbatohet ose të nënkuptojë funksione normuese për gratë dhe vajzat.

Ndjeshmëria gjinore: Ndjeshmëria gjinore është procesi përmes të cilit njerëzit bëhen të vetëdijshëm se si gjinia luan një rol në jetë përmes trajtimit të të tjerëve. Marrëdhëniet gjinore janë të pranishme në të gjitha institucionet dhe ndjeshmëria gjinore manifestohet veçanërisht në pranimin e privilegjit dhe diskriminimit mbi gjininë. Megjithëse jo të gjitha gratë përjetojnë dhunën dhe diskriminimin në të njëjtën mënyrë, gratë priren të jenë në dezavantazh në gjithë shoqëritë për shkak të roleve tradicionale gjinore dhe stereotipave gjinore. Trajnimet mbi ndjeshmërinë gjinore përdoren për të edukuar individët, zakonisht punonjësit, që të bëhen më të vetëdijshëm mbi dhe të ndjeshëm ndaj gjinisë në jetët e tyre ose në vendet e punës, projektet, programet dhe veprimtaritë në përgjithësi.

Reagueshmëria gjinore: Veprimtaritë që janë të ndjeshme ndaj gjinisë dhe që artikulojnë politika dhe iniciativa që adresojnë nevojat, aspiratat, kapacitetet dhe kontributet e ndryshme të grave dhe burrave.

Transformuese ndaj gjinisë: Politikat dhe iniciativat që sfidojnë shkaqet rrënjësore të politikave, praktikave, si dhe programeve ekzistuese dhe të njëanshme/diskriminuese që ndikojnë ndryshimin drejt barazisë.

Zhanri: Një kategori kompozimesh artistike, muzikore apo letrare që karakterizohet nga një stil, formë apo përmbajtje e caktuar.

Edukimi për qytetari globale: Qytetaria globale i referohet ndjenjës së përkatësisë në një komunitet më të gjerë dhe një humanitet të përbashkët. Ajo thekson ndërvarësinë dhe ndërlidhshmërinë politike, ekonomike, shoqërore dhe kulturore midis vendores, kombëtare dhe globales. Pjesë e synimit 4.7 në Axhendën 2030 të Edukimit, edukimi për qytetari globale synon të jetë transformues, të ndërtojë njohurinë, zotësitë, vlerat dhe mendësitë që u nevojiten nxënësve për të kontribuar në një botë më gjithëpërfshirëse, të drejtë dhe paqësore. Edukimi për qytetari globale merr një qasje shumëfaqëshe, duke përdorur konceptet dhe metodologjitë që zbatohen ndërkohë në fusha të tjera, përfshirë të drejtën njerëzore për edukim, edukim paqeje, edukim për zhvillim të qëndrueshëm dhe edukimi për të kuptuar ndërkombëtar dhe synon të çojë përpara objektivat e përbashkët.

Qeverisja: Kuptohet më së mirë si një proces drejtimi që përfshin ndërveprimin midis institucioneve formale dhe atyre të shoqërisë civile. Qeverisja interesohet me faktin se kush e ka fuqinë, autoritetin dhe ndikimin, si përdoren ato dhe si ndërmerren politikat dhe vendimet lidhur me jetën shoqërore dhe publike. Kjo është shumë e lidhur me ofruesit e përmbajtjes si mediat dhe kompanitë e komunikimeve dixhitale. E-qeverisja nuk duhet ngatërruar me çështjet e qeverisjes – që kanë të bëjnë me përdorimin e TIK-eve nga qeveria për të kryer funksionet e saj.

Gjuha e urrejtjes: Çdo komunikim që stimulon armiqësi, diskriminim apo dhunë kundër një grupi të përcaktuar njerëzish për shkak të karakteristikave të tyre kolektive (etnia, gjinia, seksualiteti, etj.).

Individualiteti apo pavarësia njerëzore: Individualiteti njerëzor i referohet zotësisë për t'i dhënë formë jetës së dikujt. Autonomia është kapaciteti individual për vetë-vendosje apo vetë-qeverisje. Ai kërkon vetëdije të plotë të përpjekjeve të jashtme për të manipuluar ose "ngacmuar" mendësitë apo sjelljet e një individi. Vetë-vendosja kërcënohet kur ka një asimetri informacioni midis personit në shqyrtim dhe aktorëve të tjerë (dhe algoritmeve). Këta të fundit mund të njohin, kujtojnë dhe përdorin vëzhgime më të thella në individin në shqyrtim, në mënyrë që ndikojnë psikologjinë, aspiratat, shpresat, frikërat dhe lidhjet shoqërore të këtij individi. Ky është një shqetësim veçanërisht relevant në lidhje me fëmijët dhe të rinjtë që janë ende në procesin e formimit të identitetit të tyre dhe më të hapur ndaj manipulimit. Ky është gjithashtu një rrezik për të rriturit që mund të jenë të cenueshëm për shkak të faktorëve të tillë si depresioni, vetmia apo pikëllimi, dhe që mund të bëhen pre nga mbajtësit e të dhënave që të cilët mund të përfitojnë nga kohë të tilla.

Të drejtat e njeriut: Një seri titujsh dhe mbrojtjesh që konsiderohen si të domosdoshme për të mbrojtur dinjitetin dhe vlerën e vetvetes si qenie njerëzore. Të drejta të tilla zakonisht gjejnë vend në dokumente kombëtare dhe ndërkombëtare të cilat i artikulojnë këto të drejta (p.sh. Deklarata Universale e të Drejtave të Njeriut, Konventa Europiane e të Drejtave të Njeriut mbi të Drejtat e Fëmijëve, etj.). Gjithashtu, të drejtat e grupeve apo individëve – kërkojnë të mbrojnë veçanërisht të varfrit dhe/ose grupet e margjinalizuara në shoqëri.

TIK: Teknologjia e Informacionit dhe Komunikimit konsiston në termat teknikë që përdoren për të trajtuar informacionin dhe për të lehtësuar komunikimit, përfshirë harduerët kompjuterik dhe të rrjeteve, si dhe softuerët e nevojshëm. Me fjalë të tjera, TIK konsiston në teknologjinë informative si dhe telefoninë, mediat transmetuese dhe gjithë llojet e përpunimeve dhe përçimeve audio dhe video. Ajo thekson rolin e komunikimeve (linjat telefonike dhe sinjaleve jokabllore) në teknologjinë moderne të komunikimit. Të gjitha TIK-et janë elektronike, por jo të gjitha janë dixhitale (megjithëse kjo po ndryshon). Po kështu, jo të gjitha teknologjitë dixhitale trajtojnë informacionin dhe komunikimin në një sens EMI, por për shembull analizojnë të dhënat në operacione më tregtare, mjete motorike më të përparuar, monitorime klimatike, etj.

Imazhi: Një paraqitje mendore ikonike ose pikturë/fotografi.

Përmbajtja Mashtruese: Përmbajtja burimet e vërteta të së cilës janë imituar/shtirur.

Modaliteti incognito (i panjohur) ose privat: Kur vepron në një modalitet të tillë, shfletuesi i internetit krijon një sesion të përkohshëm që izolohet nga sesioni kryesor i shfletuesit kryesor dhe përdor të dhëna. Historia e shfletimi nuk ruhet dhe të dhënat vendore që shoqërohen me këtë sesion, të tilla si "cookies", pastrohen me mbylljen e sesionit. Sidoqoftë, vini re, që kjo nuk do të thotë që veprimet janë inkriptuara ose të mbrojtura në mënyrë të ndryshme nga gjurmimi i cookies apo softuerëve të tjerë që janë përgjithësisht në përdorim.

Etika informative: Dega e etikës që fokusohet në marrëdhënien midis krijimit, organizimit, shpërndarjes dhe përdorimit të informacionit dhe standardeve etike dhe kodeve morale që ndikojnë sjelljen njerëzore në shoqëri.

Informimi për të mirën publike: Koncepti që, brenda një përzierje të gjerë përmbajtje, informacioni është veçanërisht i çmuar për publikun. Për më tepër, ai meriton mbështetje publike dhe aty ku duhet të jetë me burim publik. Bibliotekat, muzetë, arkivat, lloje të caktuara mediash lajmesh (p.sh. media komunitare) dhe institucione specifike online (p.sh. qendrat e burimeve komunitare), janë të gjithë kandidatë për konsideratë bazuar në performancën dhe nevojën e tyre. Gazetaria, kur kryhet sipas etikës dhe standardeve të saja profesionale, është një gjenerues kryesor i informacionit.

Cikli jetësor i informacionit: Cikli jetësor i informacionit është faza përmes të cilës regjistrimi i secilit informacion (i shkruar apo i kompjuterizuar) kalon nga krijimi i tij te ruajtja dhe shpërndarja, derisa të arkivohet ose shkatërrohet/humbasë. Këto faza mund të përfshijnë ndryshimin e formatit apo regjistrimin e medias për të mundësuar akses më të lehtë ose ruajtje më të sigurtë. Cikli jetësor i informacionit mund të përfshijë një ndryshim në vlerën e informacionit me kalimin e kohës, me përmbajtjen që kthehet në njohuri dhe ndoshta urtësi. Njerëzit duhet të jenë të vetëdijshëm për vlerën dhe implikimet e angazhimit të tyre në faza të ndryshme të ciklit jetësor të informacionit.

Aftësimi për informacion: I referohet zotësisë për të dalluar kur informacioni nevojitet dhe për të lokalizuar, vlerësuar, përdorur dhe komunikuar me efikasitet informacionin në formate të ndryshme.

Privatësia e informacionit / mbrojtja e të dhënave: Privatësia e informacionit ose privatësia e të dhënave personale (pjesë e mbrojtjes së të dhënave), është marrëdhënia midis grumbullimit dhe shpërndarjes së të dhënave, teknologjisë dhe pritshmërisë publike për privatësi. Mbrojtja e të dhënave mund të mbulojë gjithashtu pritshmëritë e bizneseve dhe qeverive për mbrojtjen e të dhënave të klasifikuara apo sekreteve tregtare, por këto raste nuk janë çështje të së drejtës për privatësi. Sidoqoftë, bizneset dhe qeveritë kanë detyrë të mbrojnë këtë të drejtë në lidhje me të dhënat personale që mbajnë mbi qytetarët.

Ofruesi i informacionit: Një individ ose organizatë që siguron informacion të grumbulluar. Ofrues të ndryshëm përmbajtje mund të specializohen më shumë në informacionin sesa në lloje të tjera përmbajtje, por shumica e tyre ofrojnë një përmbajtje të përzier. Mediat e lajmeve specializohen në informacion, por shumë kompani mediatike sigurojnë edhe lajme edhe argëtim, nganjëherë duke i mjegulluar kufijtë. Bibliotekat ofrojnë edhe enciklopedi edhe revista shkencore (informacion), si dhe romane (trillime). Kompanitë

e komunikimeve dixhitale njihet, si për kundërshti, që paraqesin një përzierje të gjerë përmbajtje që përfshin çinformimin e dezinformimin dhe gjuhën e urrejtjes, paralelisht me informacionin, artet krijuese dhe videot argëtuese, memet, reklamat dhe shumë gjëra të tjera.

Shoqëria e informacionit: Shoqëria e Informacionit është një term për një shoqëri në të cilën krijimi, shpërndarja dhe manipulimi i përmbajtjes është bërë një veprimtari dominuese ekonomike dhe kulturore. Një Shoqëri Informacioni mund të vihet në kontrast me shoqëritë në të cilat baza ekonomike është kryesisht industriale ose agrare. Instrumentet mekanikë të Shoqërisë së Informacionit janë kompjuterët dhe telekomunikacionet.

Pronësia intelektuale: Pronësia intelektuale (PI) është një kategori pronësie që përfshin krijime të paprekshme të inteligjencës njerëzore. Ka shumë lloje të pronësisë intelektuale dhe disa vende njohin disa më shumë se disa të tjera. Por llojet më të mirënjohura janë të drejtat e kopjimit, patentat, markat tregtare dhe sekretet tregtare.

Qeverisja e internetit: Krijimi dhe zbatimi nga ana e qeverive, sektorit privat dhe shoqërisë civile, në rolet e tyre përkatëse, i parimeve të përbashkëta, normave, rregullave dhe procedurave vendimmarrëse dhe programeve që i japin formë evolucionit dhe përdorimit të internetit. UNESCO thekson vlerën e një qeverisje shumë-stakeholdersa – kompromisin/përbërjen e disa sektorëve të ndryshëm për të parandaluar drejtimin dixhitale që të kapet nga vetëm një (p.sh. kompanitë ose qeveritë). Kjo zbatohet në formulimin e ligjeve, krijimin dhe implementimin e politikave (në nivele qeveritare, kompanie dhe institucionale) dhe monitorimin e rishikimin.

Interneti: Një sistem global i rrjeteve të ndërlidhura kompjuterike që përdor Protokolle Komplete Internet (TCP/IP) për t'u shërbyer miliarda përdoruesve botërisht. Është një rrjet rrjetesh që përbëhet nga miliona rrjete private, publike, akademike, biznesi dhe qeveritare me shtrirje nga vendore në globale që lidhen me një varg të gjerë teknologjish elektronike dhe rrjetesh optike.

Intoleranca: Mosgatishmëria për të konsideruar dhe respektuar pikëpamjet, bindjet ose sjelljet që ndryshojnë nga ajo e juaja.

Thirrje/reklama brenda-video: Sponsorizimi i emrit të një marke dhe / ose produkti që përmendet qartësisht në një moment të videos.

Mësimi lojëformues (jigsaw): Është një strategji bashkëpunuese mësimi që mundëson çdo student në një grup "shtëpie" të specializohet në një aspekt të temës (për shembull, një grup studion habitatet e kafshëve të pyllit, një grup tjetër studion grabitqarët e kafshëve të pyllit).

Gazetaria: Grumbullimi, prodhimi, redaktimi dhe prezantimi i informacionit të verifikuar dhe opinionit të informuar. Disa aktorë përqendrohen te grumbullimi (raportimi), të tjerë te redaktimi (redaktorët). Gazetaria mund të kryhet nga individë që nuk janë profesionistë karriere, për sa kohë respektohen etikat dhe standardet profesionale. Askush nuk duhet sulmuar për ushtrimin e lirisë së shprehjes dhe veçanërisht jo kur kjo ndodh përmes gazetarisë e cila është një shërbim publik. Planveprimi i OKB-së mbi

Sigurisë e Gazetarëve dhe Çështjes së Pandëshkueshmërisë, i drejtuar nga UNESCO, kërkon të mbrojë gazetarët.

Kodet gazetareske: Për shembull, kodet gazetareske të etikës / kodet e praktikës / kode të tjera (p.sh. mbi diversitetin): Një seri parimesh sjelljeje për gazetarët që shprehin sjelljen e përshtatshme në plotësimin e standardeve më të larta profesionale. Shembuj të kodeve të tilla janë krijuar nga Federata Ndërkombëtare e Gazetarëve (FNG). Ndërsa ka ndryshime në kodet ekzistuese, shumica e tyre ndajnë parime të përbashkëta, përfshirë vërtetësinë, saktësinë, verifikimin, paanshmërinë, ndershmërinë dhe llogaridhënien publike, ndërsa këto gjejnë zbatim në mbledhjen e informacionit që përbën lajm dhe shpërndarjen vijuese të tij për publikun.

Mësimi kinestetik: I referohet një qasje mësimore që përfshin veprimtarinë fizike dhe jo thjesht, për shembull, dëgjimit të një leksioni.

Shoqëritë e njohjes/njohurisë: "Shoqëritë e njohjes" është një koncept që vjen si kontribut i UNESCO-s për të përshkruar një nivel më të lartë të shoqërive të informacionit. Ai ndryshon nga koncepti i "ekonomive të njohjes". Në përdorimin e UNESCO-s, shoqëritë e njohjes janë mbi zotësitë për të identifikuar, prodhuar, përpunuar, transformuar, shpërndarë dhe përdorur informacionin në ndërtimin dhe zbatimin e njohurisë për zhvillim njerëzor. Shoqëritë e njohurisë natyrshëm mbi katër kolona: liria e shprehjes; e drejta universale për akses në informacion dhe njohuri; respekti për diversitetin kulturor dhe gjuhësor; dhe edukimi cilësor për të gjithë.

Njohuria: Informacioni i kthyer në diçka që mund të zbatohet ("know-how") ose të përdoret për të kuptuar. Njohuria mund të mësohet. Njohuria është themeli i urtësisë, e cila është gjykimi se si njohuria vihet në zbatim në raste të veçanta.

Nxënës-qendërzuar: Një qasje edukimi që e vendos nxënësin në qendër të procesit mësimor. Këtu nevojat dhe aspiratat e individit vendosen në qendër të procesit apo programit mësimor, duke u fokusuar shumë mbi përvojat që ata sjellin në situatat mësimore. Koncepti përqafon nocionin e pjesëmarrjes dhe vlerat e kontributit të nxënësit ndaj komunitetit të nxënies.

Zotësi bibliotekare: Kompetencat në përdorimin e bibliotekave për të gjetur, vlerësuar dhe përdorur burime përmbajtje.

Mësimi gjatë gjithë jetës: Lidhet me idenë e edukimit nxënës-qendërzuar. Ai njeh që jeta nuk "fillon" dhe "ndalon" pas programit të udhëzimit brenda një kohe dhe hapësire specifike kohore. Secili individ po mëson vazhdimisht, duke ndërvepruar me ofruesit e përmbajtjes, për të mbështetur këtë lloj të mësuari. Zhvillimi i edukimit për median dhe informacionin nuk kufizohet thjesht në plotësimin e një programi, por shtrihet përtej konteksteve të edukimit formal. Ai ndodh në sfonde të ndryshme (vendeve të punës, në veprimtari komunitare, sfondeve edukuese joformale, etj.).

Machine learning (mësimi i automatizuar): Përdorimi dhe zhvillimi i sistemeve kompjuterike që janë të gjendje të mësojnë dhe përshtaten pa ndjekjen e udhëzimeve eksplicite, përmes përdorimit të algoritmeve dhe modeleve statistikore për të analizuar dhe bërë mbivendosje të modeleve të të dhënave.

Media standarde: Media e shpërndarë përmes kanaleve më të mëdha shpërndarëse, të cilat janë për rrjedhojë përfaqësuese të një shumice të asaj me të cilën ndeshen konsumatorët mediatik. Termi gjithashtu përcakton mediat që përgjithësisht reflektojnë rrymat mbizotëruese të mendimit, ndikimit dhe veprimtarisë. Me zgjatjen e jetëgjatësisë së përmbajtjes përmes kompanive të komunikimeve dixhitale, ka një fragmentim që redukton rolin dhe sferën e institucioneve standarde të mediave.

Përmbajtja e manipuluar: Përmbajtje apo imazhe të vërteta që manipulohen për të mashtruar.

Marketingu: Procesi me anë të të cilit kompanitë krijojnë interes në të mirat, shërbimet dhe idetë. Marketingu gjeneron strategjitë që përçojnë teknikat e shitjeve, komunikimet e biznesit dhe zhvillimet e biznesit. "Komunikimi strategjik" dhe "operacionet informuese" janë në rrënjë forma të marketingut, shpesh duke përfshirë komponentë të dukshëm dhe të fshehur.

Maskiliteti / Mashkullorja: Një seri mendësish, sjelljesh dhe rolesh që në përgjithësi shoqërohen me burrat dhe djemtë.

Masmedia: Institucione dhe ofrues mediatik që kërkojnë të krijojnë audienca të mëdha, edhe ndërsa potencialisht të sigurojnë reklamime të mikro-targetuara reklamash dhe ushqime të individualizuara përmbajtje.

Kapja e medias: Një formë e kontrollit mediatik që arrihet përmes hapave sistematike që ndërmerren nga qeveritë dhe grupet e fuqishme të interesit. Kjo kapje ndodh përmes kontrollit dhe abuzimit të: mekanizmave rregullues që qeverisin median; operacioneve mediatike me pronësi apo kontroll shtetëror; fondeve publike të përdorura për të financuar gazetarinë; dhe pronësive miqësore të transmetuesve të lajmeve me pronësi private.

Diversiteti i mediave: Kjo ndryshon nga pluralizmi mediatik (shiko më poshtë), megjithëse nganjëherë quhet "pluralizmi i brendshëm". Ai i referohet një game zërash, opinionesh dhe analizash qoftë brenda institucioneve mediatike apo brenda sektorit mediatik. Shkalla e diversitetit lidhet shpesh me ngushtësinë apo gjerësinë e pronësisë, stafeve dhe audiencave të targetuara të institucioneve mediatike. Një sistem mediatik gjithëpërfshirës siguron një gamë të larmishme përmbajtje, në forma dhe gjuhë të larmishme, duke mundësuar në këtë mënyrë zgjedhjet dhe vetëdijen publike të gjithëpërfshirjes demografike.

Etika mediatike: Etika mediatike është ajo pjesë e etikës së aplikuar që trajton parimet etike specifike dhe standardet e institucioneve mediatike, përfshirë mediat e transmetuara, studiot e filmave, teatrot, studiot artistike dhe hapësirat e ekspozimit, dhe median e shkruar, mbi dimensionet online dhe offline të këtyre institucioneve. Etika e medias promovon dhe mbron vlera si respekti për diversitetin e shprehive kulturore, barazisë dhe mosdikriminimit, integritetin dhe zgjedhjes. Etikat gazetareske janë më specifike dhe më relevante për institucionet mediatike të lajmeve (megjithëse janë relevante për gazetarët qytetarë që operojnë jashtë institucioneve).

Liria e medias: Shikoni gjithashtu “Liria e shtypit” më lart (ose më poshtë në varësi të zgjedhjes që bëhet për rendin e këtij fjalori).

Pavarësia e medias: Pavarësia e medias është mungesa e kontrollit dhe influencës së jashtme mbi një institucion apo individ që punon në media. Ajo matet me kapacitetin për të marrë vendime sipas politikës editoriale dhe standardeve profesionale, dhe për të dalluar mediat e pavarura nga mediat kontrolluara apo në pronësi qeveritare. Ajo është e kundërta e “kapjes së medias” (shikoni më lart).

Gjuha mediatike: Konvencionet, formatet, simbolet dhe strukturat narrative që tregojnë kuptimin e mesazheve mediatike për një audiencë. Simbolikisht, gjuha e mediave elektronike funksionon në të njëjtën mënyrë siç funksionon gramatika në mediat e shkruara.

Aftësimi mediatik: Kuptimi dhe përdorimi i masmedias qoftë në mënyra kategorike apo jokategorike, përfshirë një të kuptuar të informuar apo kritik të institucioneve mediatike, pronësisë së tyre, funksioneve normuese e faktike dhe efekteve të përmbajtjes së tyre. Gjithashtu, aftësia për të lexuar, analizuar, vlerësuar dhe prodhuar komunikim në një larmi formash mediatike (p.sh. audio-vizive, të shkruara, grafike, lojërash ndërvepruese, etj.).

Pronësia e mediave: Kontrolli tregtar dhe ligjor i teknologjive të komunikimit masiv nga individët, korporatat dhe/ose qeveritë. Sot, pronësia dhe llogaridhënia e kompanive të komunikimeve dixhitale është bërë një çështje me shqetësim madhor, nisur nga roli që këto luajnë në sigurimin e përmbajtjes (përfshirë dhe përmbajtjen nga institucionet mediatike).

Pluralizmi mediatik: Pluralizmi mediatik i referohet bashkekzistencës së llojeve të ndryshme dhe të larmishme të mediave. Kjo është e kundërta e shërbimeve mediatike të qendërzuara, të konsoliduara dhe të monopolizuar. Koncepti gjithashtu ka rezonanca të shërbimeve të ndryshme dixhitale, të tilla si shërbimet e lidhjes në internet, ku një pluralitet shihet si një e mirë shoqërore në termat e reduktimit të kostove të aksesit. Ai gjithashtu tërheq vëmendjen ndaj çështjeve të lehtësirave të qendërzuara si “app stores” oligopolistike, veçanërisht ku këto mund të privilegjojnë aplikacione jo-rivale dhe të dezavantazhojnë konkurrentët ose kur këto mundësojnë (shfuqizojnë) klauzolat e privatësisë. Në hapësirën mediatike, pluralizmi mbulon gjithashtu rolet dalluese të tre sektorëve të institucioneve mediatike: mediat private, mediat komunitare dhe mediat publike – me secilin sektor që varion nga tjetri në termat e racionalitetit primar, sistemit të financimit, qeverisjes dhe përmbajtjes. Pluralizmi i medias nuk garanton diversitetin e medias.

Dhuna mediatike: Dhuna mediatike është një koncept tejet i kontestuar, i lidhur me supozimet e ndryshme mbi shijet dhe impaktin potencial. Ai i referohet gjerësisht përmbajtjes që pasqyron kërcënimin për të përdorur forcë, aktit të përdorimit të forcës apo pasojave të përdorimit të forcës kundër qenieve të animuara (përshirë personazheve të animuar apo specieve të tjera, si dhe njerëzve vetë). Shumë dekada të dhënash shkencore kanë sugjeruar që ekspozimi ndaj dhunës mediatike shton agresionin ndërsa disa studime sugjerojnë ndryshme, madje dhe të kundërtën e kësaj.

Në termat e standardeve ndërkombëtare, përmbajtja që nxit dhunë dhe urrejtje racore është e ndaluar me ligj. Sidoqoftë, Planveprimi Rabat i OKB-s mbi ndalimin e nxitjes, paralajmëron që çdo kufizim duhet të kufizohet vetëm ndaj atyre rasteve të shprehjeve me rrezik të qenësishëm, bazuar mbi vlerësimin e disa pikave kryesore (të tilla si statusi i folësit, probabiliteti dhe afërsia e sulmit, etj.). Kompanitë e komunikimeve dixhitale, përmes të dhënave në kohë reale, janë në gjendje të vlerësojnë paraprakisht cilat shprehje (edhe ato që janë të fshehura, shpesh të quajtura "fryrje bilbilash") po bëhen një nxitje e vërtetë. Në teori, ato mund të veprojnë para-kohe dhe ndaj të jetë tepër vonë për të parandaluar dhunën e vërtetë.

Media: Kjo përdoret të paktën në dy mënyra – për t'iu referuar institucioneve shoqërore dhe mjeteve teknike të komunikimit. Si institucione shoqërore, për shembull, "media" shpesh i referohet institucioneve që prodhojnë lajme që duhet të drejtohen nga normat dhe standardet e informacionit të besueshëm, bazuar në një proces redaktorial të përcaktuar nga vlera gazetareske dhe me llogaridhënie redaktorialë që i atribuohen një organizate apo një personi ligjor. Kur i referohet teknologjisë, termi media përcakton mjetet fizike që përdoren për të komunikuar si gazeta, transmetimi, filmi dhe transmetimi dixhital.

Mediumi: Ky term mund të jetë sinonim me "median" në kuptimin teknologjik (shiko më lart). Ai mundet gjithashtu, të përcaktojë një kanal bazuar mbi teknologjinë apo teknologjitë e caktuara. Për shembull, televizioni është një kanal që mund të shpërndahet përmes transmetimit (dixhitale apo satelitor), ose përmes telekomunikimeve Wi-Fi ose 3G ose përmes linjave fikse të internetit.

EMI: EMI është shkurtim për edukimi për median dhe informacionin dhe i referohet kompetencave esenciale (njohurisë, zotësive dhe mendësive) që i lejojnë qytetarët të angazhohen me ofrues përmbajtje në mënyrë efikase dhe të krijojnë aftësi të mendimit kritik dhe mësimit përgjatë gjithë jetës për socializimin dhe kthimin në qytetarë aktivë.

Çinformimi: Mbulon përmbajtjen e rreme dhe çorientuese. Ai nganjëherë përdoret në këtë Kurikul për të mbuluar krijimin mashtrues e të paqëllimshëm dhe shpërndarjen e një përmbajtje të tillë. Në një kuptimi të ngushtë, i referohet dhe përmbajtjes që është e rreme por jo të krijuar me qëllimin për të shkaktuar dëm, edhe pse efekti mund të jetë i dëmshëm (si në rastin e mashtrimeve kundër-vaksinë). Shpesh, çinformimi derivon nga dezinformimi fillestar. E njëjta përmbajtje (p.sh. një zgjedhje "vidhet") mund të iniciohet me një qëllim mashtrues, por më pas të shpërndahet më tej nga individë që besojnë ndershmërisht që është një vlerësim i vërtetë. Me fjalë të tjera, një falsitet identik mund të jetë edhe dezinformim edhe çinformim.

Përmbajtja çorientuese: Përmbajtja që kërkon të mashtrojë dikë që të besojë në diçka që nuk është e vërtetë.

Kurator muzeu: Një specialist përmbajtje i ngarkuar me koleksionet e muzeut dhe i përfshirë në interpretimin e trashëgimisë materiale, përfshirë dhe artefaktet historike. Term "kurim" është zgjeruar për të përfshirë kompanitë e komunikimeve dixhitale dhe i referohet mënyrës se si këto institucione organizojnë "ruajtjen" në termat e përmbajtjes që promovohet nga algoritmet përkatëse, etj. Termi "moderim" përdoret për t'iu referuar ndërhyrjeve të lidhura me mënyrat se si përdoruesit ndërveprojnë me kurimin.

Narrativa/Tregimi: Tregimi i një historie ose fabule përmes një sekuence ngjarjesh. Shumica e informacioneve faktive strukturohet brenda një narrative më të gjerë që i jep një prekje fakteve të caktuara dhe siguron udhëzime interpretuese ndaj një personi që angazhohet me tekstin në konsideratë. Narrativat, për rrjedhojë mund të variojnë, e megjithatë, të gjitha të jenë faktike. Sidoqoftë, disa narrativa ndërthurin përmbajtje të rreme dhe çorientuese në strukturën e tyre, si një teknikë çinformimi dhe dezinformimi.

IA e Ngushtë: IA e Ngushtë është një term që përdoret për të përshkruar sistemet e inteligjencës artificiale që janë specifike për të trajtuar një detyrë të vetme ose të kufizuar.

Mediat e reja: Përmbajtja e organizuar dhe shpërndarë përmes platformave dixhitale.

Media e lajmeve: Seksioni i masmedias që fokusohet në prezantimin e lajmeve aktuale për publikun. Ai përfshin historikisht mediat e shkruara (p.sh. gazetat dhe revistat), mediat transmetuese (radio dhe televizioni), mediat e lajmeve ekskluzivisht online, si dhe ente të tjera si OJF-të apo individë që mund të prodhojnë lajme (p.sh. përmes faqeve të World Wide Wed dhe blogjeve).

Vlerat e lajmeve: Nganjëherë të quajtura kriteret e lajmeve, ato përcaktojnë se sa rëndësi i jepet një tregimi në lajme nga një kanal mediatik dhe vëmendja që i jepet një audience. Disa nga vlerat më me peshë të lajmeve përfshijnë shpeshtësinë, të papriturën, personalizimin, domethënien apo nëse janë të gjeneruar nga konflikti. Sidoqoftë, këto vlera të lajmeve gjithashtu zhvlerësojnë dimensione të rëndësishme të përmbajtjes informative, siç janë proceset (si ngrohja globale) dhe jo ngjarjet (si stuhitë), njerëzit e zakonshëm dhe jo elitat, zgjedhjet që bazohet te çështjet dhe jo përballjet direkte, etj.

Burimet e hapura edukative: Burimet e hapura edukative (BHE) janë materiale mësimdhënëse, mësimnxënëse dhe kërkimore në çfarëdo mediumi – dixhitale apo formë tjetër – që ekziston në një domain publik ose që është lëshuar në një licencë të hapur që lejon aksesin, përdorimin, përshtatjen dhe rishpërndarjen pa kosto nga të tjerët pa ose me pak kufizime.

Pjesëmarrja (pjesëmarrja civile): Pjesëmarrja është në zemër të demokracisë, me synimin e saj kryesor që të garantojë çdo individ që të marrë rolin e tij apo të saj në shoqëri dhe të bëjë kontribute në zhvillimin e saj. Ajo është një element i rëndësishëm i praktikave demokratike dhe i rëndësishëm në proceset vendimmarrëse, i konsideruar një gur themeli i të drejtave bazike njerëzore.

Qasja pedagogjike: Parimet dhe metodat e gjera të edukimit të përdorura në praktikat mësimdhënëse. Shikoni Modulin 1 të kësaj Kurikule EMI si për shembull të qasjeve pedagogjike të lidhura me EMI.

Informacioni i përsosur: Një hipotezë sipas të cilës individi ka gjithë informacionin e duhur për të marrë vendimet në kohën e duhur.

Pluralizmi: Shiko “pluralizmin e medias” më lart.

Kultura popullore (me popullaritet): Tërësia e ideve, perspektivave, mendësive, temave, imazheve dhe fenomeneve të tjera që parapëlqehen përmes një konsensusi informal në rrjedhën kryesore të një kulture të caktuar, veçanërisht kultura perëndimore e fillim deri në mes shekullit të 20-të dhe rrjedhës globale që ka dalë në fund të shekullit të 20-të dhe fillim të shekullit të 21-të.

Portali: Një portal është një ide për një uebfaqe apo shërbim që ofron një gamë të gjerë shërbimesh, si e-mail, lojëra, citime, kërkime, lajme dhe bursë. Një portal, portal ueb apo vorteks ofron një gamë të gjerë shërbimesh të aksesuara kryesisht që vizitorët kanë më të ngjarë t'i vizitojnë shpesh. E kundërta e një portali do të ishte një "kopsht i murosur" që kërkon t'i mbajë përdoruesit brenda një hapësire të kufizuar si një aplikacion social rrjeti që është specifik dhe përdor teknika psikologjike për të arritur "ngjitjen" përfshirë ruajtjen e vëmendjes përmes angazhimeve dhe rekomandimeve algoritmike. Mundësitë e zgjedhjes në internet do të thonë që edhe portale edhe kopshtet e murosura në mënyrë të vazhdueshme gjejnë mënyra për të monitoruar sjelljet e përdoruesve në gjerësinë e internetit, siç janë gjurmimi i cookies dhe përputhja e adresës tuaj unike të protokollit internet me të dhënat e grumbulluara nëpër mjedise të ndryshme interneti. Një rëndësi e shtuar sot janë portalet e quajtura "app stores" (dyqan aplikacionesh) që po sjellin kundërshti se cilat aplikacione të përshihen, përjashtohen dhe modelet biznes të të cilave shihen nga disa si shfrytëzuese.

Kushtet e privatësisë: Pjesa e faqeve të rrjeteve sociale, shfletuesve të internetit, softuerëve, pajisjeve dixhitale e të tjera si këto që të lejojnë të marrësh kontroll të pjesshëm se kush nga palët e treta mund të shohë dhe të aksesojë drejtpërdrejt informacionin mbi ju, duke patur në mendje që shërbimi/et në përdorim janë tipikisht duke grumbulluar të dhëna për ty – ose lejojnë grumbullimin përmes aplikacioneve që përdorni ose përmbajtjes që aksesoni. Një shembull është siguruesi i lidhjes që përdorni. Mbi këtë, janë dhe aplikacionet që përdorni, të cilat kanë një gamë mundësish.

Recensat mbi produktet dhe shërbimet: Mendimet apo feedback-u i konsumatorëve për një produkt apo shërbim të caktuar (p.sh. restorant). Këto shpesh kritikohen për fshehjen e motiveve apo pagesave për recensuat që janë pozitive ose negative.

Prosumatorët: Një individ që konsumon dhe prodhon përmbajtje.

Informacion në domain publik: Një term që zbatohet në punën krijuese origjinale, duke përfshirë poezinë, muzikën, artin, librat, filmat, dizenjot e produkteve dhe formave të tjera të pronësisë intelektuale, të tilla si programet kompjuterike. Ekzistenca në domain publik nënkupton që vepra krijuese mund të përdoret për çfarëdo qëllimi që dëshiron përdoruesi. Artikujt me domain publik konsiderohen pjesë e trashëgimisë kulturore kolektive të shoqërisë në përgjithësi, ndryshe nga ato që janë pronësi e një individi.

Interesi publik: Koncepti i mirëqenies së përgjithshme apo përfitimit të publikut në tërësi, në kontrast me interesat e veçanta të një personi apo grupi. Nuk ka darkordësi të përgjithshme mbi atë që do të përbënte interes publik, por termi reflekton ndjesinë se disa interesa u përkasin të gjithëve, pavarësisht statusin apo pozitës së tyre dhe kërkohet veprim për t'i mbrojtur ato. Shembuj të interesit të përbashkët përfshijnë ekspozimin e korrupsionit, mbrojtjen e fëmijëve dhe luftën për ndryshimet klimatike.

Reklamë me interes publik: Një lloj reklame që adreson ndonjë aspekt të interesit publik dhe jo një produkt apo një markë.

Njoftime të shërbimeve publike: Një mesazh në interes publik që prodhohet dhe shpërndahet pa pagesë, me objektiv krijimin e vetëdijes për dhe ndryshimit të mendësive dhe sjelljeve publike ndaj një çështje shoqërore.

Media e shërbimeve publike: Media e financuar nga publiku që shpesh luan një rol në mbështetjen e interesit publik duke ofruar një programim të ekuilibruar dhe të ndryshëm që është përfaqësues për shoqërinë si e tërë.

Sfera publike: Nocioni i një hapësire publike në të cilën pjesëtarët e një shoqërie shkëmbejnë lajme, informacione dhe opinione – një vend ku individët takohen dhe shkëmbejnë pikëpamje mbi çështje me interes publik, mbi bazën e një barazie dhe gjithëpërfshirje. Një nga teoricienët modernë më me ndikim në sferën publike është Jurgen Habermas.

Racizmi: Bindja që faktorë gjenetikë dhe kulturorë, të cilat janë të ndërtuar në mënyrë sociale si shënjues të asaj që mund të quhet racë, janë determinuesi primar i cilësive dhe aftësive njerëzore dhe që ndryshimet raciale prodhojnë një inferioritet dhe superioritet të brendshëm për grupin e klasifikuar në këtë mënyrë.

Rregullimi: I referohet përpjekjeve për të kontrolluar apo ndikuar sjelljen e institucioneve dhe aktorëve. Këto rregullime mund të bëhen nga shtetet, idealisht që ndjekin politika të dakordësuar dhe korniza ligjore të përcaktuara në mënyrë demokratike. Një shembull se si rregullimet mbi konkurrencës e ndershme përballë monopoleve ose mbi spektrin e shpërndarjes së të ardhurave, privatësisë, të drejtës së kopjimit dhe gjuhës së urrejtjes, etj. Rregullimi që ndodh në mënyrë të drejtpërdrejtë nga institucionet e interesuar njihet si vetë-rregullim ose rregullim-kolegësh, dhe duhet të përfshijë sistemime që përfshijnë shoqërinë civile në mënyrë që të lejojë për vlerësimin dhe apelin e pavarur si Këshillat e Shtypit që përfshijnë përfaqësues publik. Një institut analog në hapësirat e kompanive të komunikimeve dixhitale si Bordi Mbikëqyrës i Facebook. Termi bashkë-rregullim zakonisht i referohet sistemeve që bashkërisht përfshijnë pjesëmarrjen e sektorëve shtetërorë dhe privatë (për shembull, në çështjet e sigurisë kibernetike, kundërterrorizmit dhe mbrojtjes së fëmijëve).

Depo (repositor): Një magazinë ose vend kur gjërat depozitohen, ruhen ose ofrohen për shpërndarje apo akses; një burim ose ofertë të bollshme; vendruajtje: një depo informacioni. Ato mund të jenë fizike ose elektronike (në rastin e dytë, zakonisht dixhitale).

Përfaqësimi/Paraqitja: Proceset përmes të cilave një tekst i ndërtuar qëndron për, simbolizon, përshkruan ose paraqet njerëzit, vendet, ngjarjet ose idetë që janë reale dhe ekzistojnë jashtë tekstit. Gjithashtu nënkupton lidhja që ekziston midis vendeve, njerëzve, ngjarjeve dhe ideve faktike dhe përmbajtjes.

Revizionimi dhe negativizmi: Negativizmi historik, i quajtur gjithashtu edhe mohimizimi, është falsifikimi apo shpërfytyrimi i regjistrimeve historike. Revizionimi historik është një term më i gjerë që mund të shtrihet deri tek riinterpretimet akademike

përmes fakteve të reja dhe ndershmërisht të arsyetuara të historisë. Disa argumentojnë se revizionimi historik është përdorur si instrument për të përligjur "riinterpretime" të historisë, të cilat janë të gabuara dhe të motivuara politikisht ose ideologjikisht. Kështu që revizionimi historik mund të jetë një shformim i qëllimshëm i fakteve historike të pranuara akademikisht për arsye politike dhe ideologjike.

E drejta e informimit: Shiko "aksesi në informacion" më lart.

E drejta e privatësisë: Liria nga ndërhyrjet e paautorizuara; e drejta e një individi që t'i mbajë çështjet dhe marrëdhëniet personale sekret. Kjo e drejtë themelore, me rrezikun e madh që ka në botën bashkëkohore, përkufizohet nga Neni 17 i Konventës (Besëlidhjes) Ndërkombëtare mbi të Drejtat Civile dhe Politike si vijon: "Askush nuk do t'i nënshtrohet interferencës arbitrare dhe të paligjshme të privatësisë, familjes, banesës apo korrespondencës së tij, as sulmeve të paligjshme të nderit apo reputacionit të tij".

Vetëcensurimi: Vetëcensurimi është akti përmes të cilit dikush vendos të nënshtrojë vetë diskursin e tij. Kjo bëhet nga frika e apo shmangia ndaj ndjeshmërive dhe preferencave (faktike ose të perceptuara) të të tjerëve dhe pa udhëzime të dukshme të ndonjë grupimi apo institucioni autoritar specifik. Kur nënshtrimi ndodh nga një grupim i jashtëm, kjo është censurë.

Vetërregullimi: Shikoni "rregullimin" më lart.

Seksizmi: Paragjykimi apo diskriminimi bazuar mbi seksin, veçanërisht diskriminimi ndaj grave – sjellje, kushte apo mendësi që i bëjnë vend stereotipeve të roleve shoqërore bazuar mbi seksin.

Aftësimi shoqëror dhe emocional: Mësimi socio-emocional është procesi i zhvillimit dhe përdorimit të zotësive sociale dhe emocionale. Është një tërësi aftësish për t'u ballafaquar me ndjenjat, vendosur objektiva, marrë vendime dhe rënë dakord me – dhe të kesh empati për – të tjerët. (Shkurtimi SEL përdoret gjithashtu si mësimi socio-emocional ose aftësimi socio-emocional).

Marketingu social: Marketingu që ka si qëllim primar përmbushjen e "të mirës shoqërore". Për shembull, në kontekstin e shëndetit publik, marketingu social mund të kërkojë të promovojë shëndetin e përgjithshëm, të ngrejë vetëdije dhe të nxisë ndryshime në sjellje.

Rrjetëzimi social: Lidhjet online me njerëz nga rrjete që rreth një interesi ose veprimtarie të përbashkët. Veprimtaria e rrjetit social përfshin njerëz që publikojnë profile që ofrojnë informacion rreth vetes së tyre. Facebook, WeChat dhe VK janë shembuj të rrjeteve sociale më të njohura. Shumë përdorues të rrjeteve sociale janë nën përshtypjen që ata po ndërveprojnë me përdorues të tjerë, megjithëse realiteti është që ata gjithashtu po ndërveprojnë veçanërisht përmes sistemeve dhe interesave të kuruara dhe moderuara të kompanisë së platformës, përfshirë mesazhet reklamuese dhe të teknikave grumbulluese të të dhënave që jepet nga enti. Me fjalë të tjera, një "platformë" nuk është një strukturë pasive në të cilën individët perfomojnë/luajnë – ajo është krijuar dhe operuara për të përmbushur në mënyrë aktive në përmbushjen e modeleve të biznesit nga pronarët e tyre.

STEM: STEM është një shkurtim i një qasje ndaj nxënies dhe zhvillimit që integron fushat e shkencës, teknologjisë, inxhinierisë dhe matematikës. Përmes STEM, studentët krijojnë zotësi kyçe, përfshirë zgjidhjen e problemeve.

Audienca e targetuar (synuar): Grupi i njerëzve të cilëve një tekst u adresohet në mënyrë specifike dhe për të cilët krijuesi apo shpërndarësi shpreson të ndikojë, bazuar në karakteristika të përbashkëta, si mosha, gjinia, profesioni, klasa, etj.

Reklamimi i targetuar (synuar): Një formë reklamimi, përfshirë reklamimi online që drejtohet te një audiencë me cilësi të caktuara, bazuar në produktin apo individin që po promovon reklamuesi. Kjo ka çuar në reklamim të mikro-targetuar bazuar në mijëra të dhëna që janë grumbulluar mbi secilin individ, me potencialin që të jetë kuptimplotë ndaj ndjeshmërisë së individit për bindje edhe më shumë sesa individi i veçantë është në gjendje. E ndryshme nga kjo është reklamimi kontekstual, kur reklamat dërgohen bazuar mbi përmbajtjen e veçantë dhe jo mbi profilin specifik të personit. Reklamimi i targetuar te individët po bëhet gjithmonë e më shumë i automatizuar dhe mund të duket i pavarur nga përmbajtja e veçantë që po shqyrtohet, arsyeja për të cilën shumë marka janë gjithmonë e më shumë të shqetësuara për asocimin e tyre me gjuhën e urrejtjes dhe përmbajtjen mizogjinike si rezultat i drejtpërdrejtë i veprimeve algoritmike që janë të verbra ndaj përmbajtjes.

Teksti: Brenda EMI, teksti i referohet rezultateve individuale të produksionit mediatik, jo thjesht të shkruar, por edhe audio e video, grafik e të lidhur me lojërat (p.sh. një episod televiziv, një meme, një libër, një numër reviste apo gazete, një video “influencuesi”, një reklamë, etj.).

Modeli “Big 6” (6 të Mëdhatë) i përpunimit të informacionit: 6 të Mëdhatë është një model procesi se si njerëzit e të gjitha moshave zgjidhin problemet informative. Procesi është një qasje sistematike të informacionit për zgjidhje problemesh dhe që varet nga zotësitë e mendimit kritik. 1. Përkufizimi i detyrës; 2. Strategjitë e kërkimit të informacionit; 3. Vendndodhja dhe aksesi; 4. Përdorimi i informacionit; 5. Sinteza; 6. Vlerësimi.

Përmbajtja e gjeneruar nga përdoruesi (PGjP): E njohur edhe si media e gjeneruar nga konsumatori (MGjK), PGjP i referohet llojeve të larmishme të përmbajtjeve mediatike që janë të disponueshme për publikun dhe që mund të prodhohet nga përdoruesit e mediave dixhitale. Ata që konsumojnë përmbajtjen edhe e prodhojnë atë, shpesh pa standardet e caktuara etike. Modelet e kurimit të kompanive të komunikimeve dixhitale ftojnë, tolerojnë dhe shumëfishojnë lloje të caktuara PGjP, ndërsa veprimtaritë e tyre moderuese kërkojnë të fuqizojnë politikat e përmbajtjes së tyre, nganjëherë duke angazhuar ndihmën e përdoruesve në përgjithësi, përdoruesit e akreditуar dhe fakt-kontrolluesit e jashtëm të paguar – me sukses të ndryshëm.

Virtual private network (rrjeti privat virtual): Një rrjet privat virtual shtrin një rrjet privat përtej një rrjeti publik dhe mundëson përdoruesit të dërgojnë dhe marrin të dhëna në rrjetet e përbashkëta ose publike sikur pajisjet kompjuterike të ishin të lidhura drejtpërdrejt me rrjetin privat. VPN mund të anashkalojnë bllokuesit dhe filtrat, por

përdoruesit nuk janë automatikisht imun ndaj mbikëqyrjes dhe gjurmimit edhe pse po përdorin VPN.

Mësimi vizual: Një stil të mësuari i bazuar në përthithjen e imazheve ose përmes këqyrjes së demonstrimeve.

Vlogu: Një vlog është një lloj videosh që dikush poston rregullisht në Internet në të cilin ata regjistrojnë mendimet dhe përvojat e tyre ose flasin mbi një temë të caktuar.

Ueb 2.0: Aplikacione që lehtësojnë ndërveprimin dhe lejon përdoruesit të dizenjojnë karakteristikave të tyre softuerike. Aplikacionet Ueb 2.0 theksojnë rëndësinë e bashkëpunimit dhe ndarjes.

Website / Uebsajt: Një përmbledhje faqesh, imazhesh dhe të dhënash ueb me një Lokalizues Uniform Burimesh (Uniform Resource Locator, URL) (shiko më poshtë World Wide Web).

Wiki / Uiki: Një uebsajt që mirëmbahet zakonisht nga më shumë se një individ, ku përdoruesit bashkëpunojnë mbi përmbajtjen. Ata shpesh kanë faqe dhe përmbajtje shumëfish të ndërlidhur përfshirë komente, përshkrim ngjarjesh, dokumente, etj. Uiki ndryshon nga blogu në atë që përmbajtja zakonisht përditësohet nga përdorues të shumtë dhe një larmi e madhe materialesh mund të shkarkohen prej tij.

Wikibook: Wikibooks (të quajtur më parë Projekti i Teksteve Shkollore Wikimedia dhe Tekstet Shkollore Wikimedia) është një projekt Wikimedia i bazuar në uiki nga Fondacioni WikiMedia për krijimin e përmbajtjes falas me libra shkollorë elektronikë dhe tekste të redaktueshme nga të gjithë.

World Wide Web: Një shërbim që vepron mbi Internetin dhe që mundëson vëllime të mëdha përmbajtje që të jenë të disponueshme duke ofruar tri funksione kyçe: një format publikues përmes HTML (HyperText Markup Language); një adresë për secilin artikull informacioni, e njohur si URL (Uniform Resource Locator); dhe një mënyrë për transferimin e informacionit përmes HTTP (HyperText Transfer Protocol).

MIRËNJOHJE

BOTIMI I DYTË

Rishikuesit:

Bernard Combes, Specialist Programi, Sektori Edukativ, Edukimi për Zhvillim të Qëndrueshëm, UNESCO

Damiano Giampaoli, Specialist Programi, Divizioni i Barazisë Gjinore, UNESCO

Isabel Tamoj, Oficere e Asocicuar Projekti, Sektori Edukativ, Seksioni i Edukimit të Qytetarisë Globale dhe Paqes, UNESCO

Joyce Monteiro, Ndihmës/Specialiste Programi, Shkencat Sociale dhe Humane, Dialogu Ndërfetar, UNESCO

Karel Fracapane, Specialiste Programi, Sektori Edukativ, Seksioni i Edukimit të Qytetarisë Globale dhe Paqes, UNESCO

Ke Leng, Kordinator Programi, Sektori Kulturor, Politikat Kulturore dhe Zhvillimi, UNESCO

Peter Wallets, Oficer Projekti, Sektori Edukativ, Divizioni i Edukimit të Mësuesve, UNESCO

Kontribuesit:

Takimi Konsultativ Ndërkombëtar mbi Kurikulën EMI për Mësuesit, 12-13 shtator 2019

Albert K. Boekhorst, Kërkues, Universiteit van Amsterdam/ Universiteti i Pretorias

Alexandre Sayad, Bashkë-Kryetar, Komiteti Ndërkombëtar Drejtues i Aleancës së UNESCO për Edukimin mbi Median dhe Informacionin

Alice Lee, Profesoreshë, Universiteti Baptist i Hong Kong

Alton Grizzle, Specialit Programi, UNESCO

Arul Selvan, Profesor i Asociuar, Shkolla e Gazetarisë dhe Studimeve të Reja Mediatike, IGNOU

Bogdan Trifunovic, President, Shoqatës Serbe të Bibliotekave

Carolyn Wilson, Ish Kryetare e Komitetit Ndërkombëtar Drejtues i Aleancës së UNESCO për Edukimin mbi Median dhe Informacionin, Bordi i MediaSmarts (Kanada) dhe Shoqatës për Edukimin e Medias MENTOR (Spanjë), Fakulteti i Edukimit në Universitetin Uestern

Dalibor Todorovic, Mësuese informatike, Serbi

Divina Frau-Meigs, Profesoreshë dhe Katedra e UNESCO, Université Paris 3 Sorbonne Nouvelle

Felipe Chibas Ortiz, Profesor i Asociuar, University i Sao Paolos

Igor Simic, Artist Filmash/Lojërash, studio Demagog

Irina Zhilavskaya, Përgjegjëse e Katedrës së UNESCO-s të Edukimit për Median dhe Informacionin dhe Edukimi Mediatik për Qytetarët, Universiteti Pedagogjik Shtetëror i Moskës

Jesus Lau, Drejtor i Bibliotektës USBIVER, University i Veracruzana, dhe Bashkë-Kryetar i Komiteti Ndërkombëtar Drejtues i Aleancës së UNESCO për Edukimin mbi Median dhe Informacionin

Katarina Aleksic, Kryetare e Qendrës së Edukimit Teknologjik, Instituti për Cilësinë dhe Vlerësimin e Edukimit

Lisa Serero, Menaxhere e Projekteve Eduaktive, Cartooning for Peace

Maha Bashri, Profesore e Asociuar, Universitet i Emirateve të Bashkuara Arabe

Maja Zaric, Përgjegjëse Njësie në Departmentin e Medias, Ministria e Kulturës dhe Medias, Republika e Serbisë

Marjana Brkic, Qendra Serve për Promovimin e Shkencës

Mouna Benslimane, Mësuese, Shkolla e Shkencave Informatike

Olunifesi Suraj, Lektor Kryesor, Departamenti i Komunikimit Masiv, Universiteti i Lagosit

Rachel Fisher, Kërkuese dhe Kordinatore, Rrjeti i Etikës Informative për Afrikën, Instituti i të Ardhmes Afrikane, Universiteti i Pretorias, dhe Bashkë-kryetare, Qendra Ndëkombëtare Etikën Informative (ICIE)

Ramon Tuazon, President, Instituti Aziatik i Gazetarisë dhe Sekretar i Përgjithshëm i Qendrës Aziatike të Informacionit dhe Komunikimit Mediatik, Instituti Aziatik i Gazetarisë / Qendra Aziatike e Informacionit dhe Komunikimit Mediatik

Roxana Mordochowicz, Ish-drejtore e Programit të Edukimit për Median, Ministria Argjentinase e Edukimit

Sasa Mirkovic, Ekspert Mediash dhe Lektor në Fakultetin e Medias dhe Komunikimit, Serbi

Tatyana Murovana, Specialiste Programi, Instituti i UNESCO-s për Teknologjitë e Informacionit në Edukim

Violeta Kecman, Mësuese Gjuhe në Shkollën e Mesme të Pestë të Beogradit, Serbi

Wallace Gichunge, Drejtor, Qendra e Kenias për Edukimin mbi Median dhe Informacionin

Xu Jing, Oficer i Asociuar Projekti, UNESCO

Konsulta Rajonale në Shtetet Arabe, 8 dhe 10 dhjetor 2020

Abdelhamid Nfisi, Kryetar, Forumi Ndërkombëtar mbi Edukimin për Median dhe Informacionin

Abtar Darsbau Singh, Profesor, Hmadan Bin Mohammud Smart University

Alton Grizzle, Specialist Programi, UNESCO

Anna Page, Prodhues Kryesor, UK Open University

Basu Der Kahe, Profesor, Mibhuvan University

Bushro binti Ali, Lektor Kryesor, Instituti i Edukimit të Mësuesve

Cathal de Paor, Drejtor i Zhvillimit të Vazhdueshëm Profesional, Kolegji i Marisë së Papërlyer, Universiteti i Limerick

Connie Elaine George, Administratore Edukimi, Ministria e Edukimit, Ishujt British Virgin

Danilo Padilla, Specialist Programi, UNESCO

Drissia Nfissi, Profesore, Universiteti Moulay Ismail i Meknes

Enas Abulibdeh, Asistent Profesore, Universiteti Al Ain

Gabriel Elrhili, Specialist Programi, UNESCO

Gihan Osman, Asistant Profesore e Dizenjos dhe Teknologjisë Udhëzuese, Universiteti Amerikan i Kajros

Naglaa Emary, Konsulente dhe Eksperte Mediash në Universitetin Britanik të Egjiptit

Ramon R. Tuazon, President, Instituti Aziatik i Gazetarisë dhe Komunikimit

Steve Nwokeocha, Drejtor Ekzekutiv, Federata Afrikane e Autoriteteve Rregullatore të Mësimdhënies (AFTRA)

Suad Al-Furrain, Profesor i Asociuar, Fakulteti i Edukimit, Universiteti i Kuvajtit

Sumayyah Abuhamdieh, Konsulente Edukimi, Universiteti i Jordanit

Konsultimet Rajonale në Afrikën Lindore, 5 mars 2020

Abas Mpindi, Drejtor Ekzekutiv, Inisiativa e Sfidës Mediatike

Abdirahman Moallin Addow, Drejtor, Instituti Kombëtar i Telekomunikacionit, Ministria e Postave, Telekomunikacioneve dhe Teknologjisë

Bruce Vitalis, Drejtor Ekzekutiv, Qendra për Edukim për Median dhe Zhvillim Komunitar (CEMCOD), Uganda

Gundeea Narrainen, Lektore kryesore, Shkolla e Komunikimit, Universiteti i Mauritanisë

Elifas Bissanda, Zëvëndës Kancelar dhe Kryetar i UNESCO-s, Komisioni i Hapur Kombëtar, Universiteti i Tanzanisë,

Emmanuel Munyarukumbuzi, Asistent Lektor, Universiteti i Ruandës

Farah Judith Isaacs, Oficer Programi, Iniciativa e Mësimit të Edukimit për Median dhe Informacion (MiLLi) Namibi

Henry Kabwe, Drejtor Ekzekutiv, Rrjeti i Mediave mbi të Drejtat e Fëmijëve, Zambia

John Oluoch, Dekan, Shkolla e Informacionit dhe Komunikimit, Universiteti Rongo, Kenia.

John Okande, Oficer Kombëtar Programi, UNESCO

Kara Chaplain, Zëvëndës Dekane, Departamenti i Gazetarisë dhe Komunikimit, Universiteti i Jubës, Sudani i Jugut

Levi Obonyo, Dekan, Shkolla e Gazetarisë, Universiteti Daystar

Menychle Meseret Abebe, Ekspert Mediash, Kërkues dhe Lektor, Departamenti i Gazetarisë dhe Komunikimit, Universiteti i Gondar, Etiopi

Mirjam Gehrke, Drejtore Programi, Kordinatore Kombëtare DW Uganda

Olunifesi Suraj, Lektor Kryesor, Departamenti i Komunikimit Masiv, Universiteti i Lagosit

Prossy Kawala, Drejtore Ekzekutive, Qendra për Edukim për Median dhe Zhvillim Komunitar (CEMCOD), Uganda

Rachel Fisher, Kërkuese dhe Kordinatore, Rrjeti i Etikës Informative për Afrikën, Instituti i të Ardhmes Afrikane, Universiteti i Pretorias, dhe Bashkë-kryetare, Qendra Ndëkombëtare Etikën Informative (ICIE)

Rebecca Ryakitimbo, Kordinatore Kombëtare, Digital Grassroots, Tanzania

Thomas Sithole, Bashkë-themelues dhe Drejtor Ekzekutiv, Qendra e Zimbaves për Edukimin për Median dhe Informacionin

Vitalis Bruce Ziraba, Drejtor Ekzekutiv, Qendra për Edukim për Median dhe Zhvillim Komunitar (CEMCOD)

Wallace Gichunge, Drejtor Ekzekutiv, Qendra për Edukim për Median dhe Informacionin në Kenia

William Tayebwa, Përgjegjës i Departamentit të Gazetarisë dhe Komunikimit, Universiteti Makerere, Uganda

Konsultat Rajonale në Amerikën Latine, 29-30 qershor 2020

Abel Antonio Grijalva Verdugo, Pjesëtar i Fakultetit, Departamenti i Shkencave Sociale dhe Humane, Universidad de Occidente

Abigail Castro de Pérez, Ish Ministër i Edukimit të El Salvador

Adelaida Trujillo, Producent filmash

Alexandre Bianquini do Amaral, Gazetar dhe producent filmash, Universiteti i São Paulo

Alexandre Fernandes Barbosa, Drejtues, Qendra Rajonale për Studime mbi Shoqërinë e Informacionit (Cetic.br)

Alexandre Sayad Le Voci, CEO, ZeitGeist dhe Bashkë-Kryetar i Komitetit Ndërkombëtar Drejtues i Aleancës së UNESCO për Edukimin mbi Median dhe Informacionin

Ana Maria Rodino, Konsulente Ndërkombëtare, Edukimi i të Drejtëve të Njeriut

Anabella Serignese, Drejtore, Conciencia Association

Angel Martin Peccis, Drejtor, Organizata e Shteteve Iberoamerikane

Camila Munoz Churruca, Këshilltare e Projektit të Bibliotekës Dixhitale për Mësuesit, Universiteti i Santiagos

Camila Ponce, Drejtore, America Solidaria

Carlos Staff, Sekretari i Përgjithshëm, CECC-SICA, ish zëvëndës Ministër i Edukimit të Panamës

Carlos Vargas Tamez, Byroja Rajonale e UNESCO-s për Edukim në Amerikën Latine dhe Karaibet

Carolina Casas, Drejtore Rajonale, Sesame Street

Cecilia Martins, Kordinatore e Komitetit Inter-Amerikane mbi Edukimin

Claudia Dulce Romero, Kreu i UNESCO-s për Edukimin dhe Kulturën e Paqes

Claudia Tobar, Drejtore e Institutit për Mësimdhënie dhe Mësimnxënie, Universidad San Francisco de Quito

Corrina Grace, Drejtore Ekzekutive, Asociacion SERES

Daniella Zallocco, Kordinatore Kombëtare e UNESCO ASPnet

Edgar Maestre Sierra, Drejtor i Programeve për Amerikën Latine, Young Americas Business Trust

Edison Lanza, Ish-Raportues Special për Lirinë e Shprehjes, Komisioni Inter-Amerikan mbi të Drejtat e Njeriut

Eduardo González Saá, Drejtor Ekzekutiv, Qendra Boliviane për Kërkim dhe Aksion Edukativ

Emilio Garcia Mendez, Ekspert mbi të Drejtën e Fëmijëve për Lirinë e Shprehjes

Ernesto Reyna Alcántara, Zëvendës President Ekzekutiv, Këshilli Kombëtar mbi Ndryshimet Klimatike

Esther Hamburger, Profesore, Universiteti i São Paulo

Esther Kuisch-Laroche, Drejtor, Zyra e UNESCO-s në San Jose

Facundo Galván, Ekspert në GCED dhe Zhvillimin Profesional të Mësueve, Asociación SERES

Felipe Chibás Ortiz, Profesor i Asociuar, Universiteti i São Paulo

Felisa Tibbits, Politologe, Profesore, ish Drejtore e Edukimit Elektoral, Ministria e Punëve të Brendshme të Argjentinës

Gabriela Martini, Politologe, Profesore në universitete të ndryshme në Argjentinë, ish Drejtore e Edukimit Elektoral, Ministria e Punëve të Brendshme të Argjentinës

Gilson Schëartz, Profesor i Asociuar, Universiteti i São Paulo

Glenda Marisol Xulu Perez, Mësuese, Asociacion SERES

Guillermo Orozco Gómez, Profesor, University i Guadalajara

Henry Arias Guido, Këshilltar në Edukimin për Zhvillim të Qëndrueshëm, Zyra e Çështjeve dhe Bashkëpunimit Ndërkombëtar, Ministria e Edukimit Publik të Kosta Rikës

Ismar Oliveira, Profesor Kryesor i Komunikimit, Shkolla e Komunikimit dhe Arteve, Universiteti i São Paulo

Jamion Knight, Specialist i Asociuar Programi, UNESCO

Jesus Lau, Drejtor i Bibliotektës USBIVER, University i Veracruzana, dhe Bashkë-Kryetar i Komiteti Ndërkombëtar Drejtues i Aleancës së UNESCO për Edukimin mbi Median dhe Informacionin

Jose Fernando Mejia, Drejtor i GCED, Convivencia Productiva

Kerstin Forsberg, Drejtore, Platena Oceana Peru

Laura Engel, Drejtuese e GCED në UNESCO, Universiteti George Ëashington

Luisa Villegas, Specialist Edukimi, Fondacioni Pan-Amerikan për Zhvillim, Organizata e Ndërtimit të Shteteve Amerikane

Manuel Salamanca Rangel, Drejtor, Instituto de Derechos Humanos “Alfredo Vásquez Carrizosa

Marcela Browne, Kordinatore Bashkëpunimi, Fundación SES

Marcio Guerra Amorim, Menaxher Ekzekutiv i Njësisë së Studimeve dhe Prespektivës, Konfederata Kombëtare e Industrisë

Maria Soledad Bos, Specialiste Edukimi, Inter-American Development Bank

Miriam Vilela, Drejtore Ekzekutive, Dhoma e Tokës Sekretariati Ndërkombëtar

Monica Reinoso, Ish Zëvëndës Ministre e Menaxhimit të Edukimit

Nascira Ramia, Kordinatore Edukimi, Universidad San Francisco de Quito

Orlando Sáenz, Kordinatore, Aleanca ARIUS

Roberto Beltrán, Kreu i UNESCO-s për Edukimin dhe Kulturën e Paqes

Rosa Campusano, Drejtore Ekzekutive, Instituti Kombëtar i Trajnimit të Mësuesve në Republikën Dominikane

Roxana Mordochowicz, Ish-drejtore e Programit të Edukimit për Median, Ministria Argjentinase e Edukimit

Sara Jaramillo, Drejtore e Zyrës Kombëtare të Ekuadorit, Organizata e Shteteve Ibero-Amerikane

Silvia Bacher, Presidente, Las Otras Voces

Soledad Mena, Mësuese, Universidad Andina Simón Bolivar

Tais Gadea Lara, Gazetare, Conexion Coral

Tomas Durán-Becerra, Drejtore Kombëtar Kërkimi, Korporata e Bashkuar Kombëtare e Edukimit Kombëtar

Vicky Colbert, Drejtore, Escuela Nueva Foundation

Konsultat Rajonale në Afrikën Perëndimore, 7 korrik 2020

Aboubakar Ali Kore, Drejtor i Përgjithshëm, Qendra Kombëtare e Kurikulave

Akore Massa Zoumanigui, Drejtor i Përgjithshëm, Instituti i Lartë i Shkencave të Edukimit të Guineas (ISSEG)

Alain Sessou, Drejtor, Maison des Médias

Amivi Cra Komlan, Drejtore Trajnimesh, Ministria e Edukimit Parësor e Dytësor dhe Aftësimit të Togos

Biyao Kokou Essohanam, Drejtor Trajnimesh, Ministria e Edukimit Parësor e Dytësor (MEPS)

Camille Bulabula, Përgjegjëse e Zyrës së Komunikimi dhe Informacionit, Ministria e Edukimit Parësor, Dytësor e Profesional

Cyrille Guel, Kryetare Themeluese dhe Eksperte, EducommunikAfrik

Elvis Michel Kenmoe, Këshilltar për Komunikimin dhe Informacionin, UNESCO

Emile-Pierre Bazyomo, Mësues dhe Kërkues, Observatori i Politikave Publike për Median dhe Edukimin Dixhital në Afrikë (OPENEMA)

Emmanuel Edima N'Guessan, President, Këshilli Kombëtar i të Rinjve

Etienne Damome, Lektor, Universiteti Bordeaux-Montaigne

Evariste Hodonou, President, CNPA-BENIN

Francis Babbey, Observatori i Politikave Publike për Median dhe Edukimin Dixhital në Afrikë (OPENEMA)

Georges Madiba, Mësues dhe Kërkues, Laboratori i Komunikimeve Sociale e Mediatike dhe Departament i Komunikimit, Fakulteti i Letërsisë dhe Shkencave Humane, Universiteti i Douala

Géraldine Apo Yanon, Eksperte dhe Kërkuese

Germain Gonzalo, Drejtor, Kolegji i Trajnimit të Mësuesve Porto Novo (gjuhët, letërsia modern, histori-gjeografia dhe filozofia)

Ibrahim Horouna, Drejtor, Maison de la Presse

Ibrahima Sarr, Asistent, CESTI/CODESRIA

Ismaila Camara, President, Rrjeti i Gazetarëve të TIK (REJOTIC)

Jean Claude Bationo, Drejtor i Përgjithshëm, Shkolla e Lartë e Koudougou (ENS/UK)

Jean-Claude Coulibay, President i Bordit Ekzekutiv, Union Kombëtar i Gazetarëve të Bregut të Fildishtë (UNJCI)

Kate Adoo-Adeku, Kryetar e Komitetit Ekzekutiv, Forumi i Koalicionit mbi Zhvillimin e Medias dhe Edukimit në Afrikë (CAFOR)

Khadim Diop, President, Këshilli Kombëtar i të Rinjve

Leonce Gamai, Menaxher i Përgjithshëm, BANOTOU (media online)

Maidaji Mahamadou, Drejtor i Përgjithshëm, Ministria e Arsimit Dytësor

Mamadou Kone, Drejtor i Formimit Fillestar, Ecole Normale Supérieure Abidjan

Elvis Michel Kenmoe, Këshilltar për Komunikimin dhe Informacionin, UNESCO

Noël Gbaguidi, President, Këshilli Kombëtar i Edukimit

Pierre Chanou, Drejtor, Instituti Kombëtar për Trajnim dhe Kërkim në Edukim (INFRE)

Roger Kabore, Drejtor i Përgjithshëm, Shkolla e Trajnimit të Edukimit Primar (ENEP) de Bobo Dioulasso

Romaine Raissa Zidouemba, Kordinator, Rrjeti i Iniciativës së Gazetarëve

Salzabo Dimougna, Menaxher Komunikimi, Këshillimi Kombëtar i të Rinjve të Tchad (Çadit)

Sounmaila Moumouni, Drejtor, Ecole Normale Supérieure Natitingou

Valy Sidibé, Drejtor i Përgjithshëm, Shkolla e Lartë Abidjan

Vinod Seegum, President, Unioni i Mësueve Qeveritarë (GTU)

Yaovi Ekoue, Drejtor, Kolegji i Trajnimit të Mësuesve Notsé

Zakiath Latondji, President, Unioni i Profesionistëve të Medias së Beninit (UPMB)

Zara Baingue Gaoh, Drejtor Trajnimesh, Ministria e Edukimit Parësor, Aftësimit, Promovinit të Gjuhëve Kombëtare dhe Edukimit Civil

Konsultimet Rajonale në Karaibe, 30 korrik 2020

Alexandre Sayad Le Voci, CEO, ZeitGeist dhe Bashkë-Kryetar i Komitetit Ndërkombëtar Drejtues i Aleancës së UNESCO për Edukimin mbi Median dhe Informacionin

Anthea Henderson, Lektore, Shkolla e Karaibeve për Mediat dhe Komunikimin (CARIMAC)

Asif Dover, Oficer Edukimi për Aftësimin, Ministria e Edukimit të Shën Vincentit dhe Grenadinës

Catherina Schönhammer, Oficere e Informacionit Publik, UNESCO

Charlene James, Asistente Programi, UNESCO

Cheryl Bernabe Bishop, Përgjegjëse e Kurikulave, Ministria e Edukimit, Burimeve Njerëzore dhe Çështjeve Fetare, Granada

Cordel Green, Drejtor, Komisioni i Transmetimit të Xhamajkas

Daisy St. Rose, Bibliotekare, Universiteti Ëest Indies Open Campus

David Jenkins, Asistent IT, UNESCO

Dorcas R. Boëler, Drejtore e Shërbimeve Bibliotekare dhe Informative, Ministria e Edukimit e Bahamasit,

Everton Hannam, Sekretar i Përgjithshëm, Komisioni Kombëtar i Xhamajkas për UNESCO

Faryal Khan, Specialiste Programi, UNESCO

Georgiane Adriana – Henriques, Trajnere IT për për Edukimin Publik, Shkollat Publike të Edukimit

Ingrid Peart-Wilmot, Krye-oficere e Monitorimit, Këshilli Mësimor i Xhamajkas

Isabel Viera Bermundez, Këshilltare për Komunikimin dhe Informacionin, UNESCO

Joan McDermott, Bibliotekare, Kolegji i Mësuesve Shortwood

Katherine Grigsby, Drejtore dhe Përfaqësuese, Zyra Bashkuese e Karaibeve Kingston, UNESCO

Kathy McDiarmed, Ndihmës Bibliotekare Kryesore, Biblioteka Hunter J Francois

Kiran Maharaj, President, Instituti i Mediave të Karaibeve

Latoya Swaby-Anderson, Oficere Kombëtare, UNESCO

Marcellia Henry, Sekretare e Përgjithshme e Komisionit Kombëtar të Shën Martenit për UNESCO-n

Marva C. Browne, Sekretare e Përgjithshme, Komisioni Kombëtar i Kuraçaos për UNESCO

Nurizcka Everts, Ministria e Edukimit, Shkencës, Kulturës dhe Sporteve

Paulette Stewart, Përgjegjëse, Departamenti i Studimeve të Bibliotekave dhe Informacionit, Universiteti i Ëest Indies Mona

Valerie Clarke, Bibliotekare Kampusi, Universiteti i Ëest Indies, Kampusi Cave Hill

BOTIMI I PARË

KONTRIBUESIT:

Takimi i grupit të ekspertëve për të këshilluar mbi strategjinë e përgatitjes së kurikulës

Albert K. Boekhorst, Profesor Vizitor, Departamenti Shkencave Informatike, Universiteti i Pretoria, Afrika e Jugut

Bandula P. Dayarathne, Mësues Pasuniversitar dhe Zhvillues Kurikulash, Instituti Kombëtar i Edukimit dhe Lektor Vizitor i Edukimit të Medias, Universiteti i Kolombos, Sri Lanka

Carmilla Floyd, shkrimtare, gazetare dhe trajnuese mediash, Stokholm, Suedi

Caroline Pontefract, Përgjegjëse e Seksionit për Edukimin e Mësuseve, UNESCO Paris

Carolyn Wilson, Presidente, Shoqata e Edukimit për Median (AML), Ontario, Kanada; Instruktore, Instituti i Ontarios për Studime në Edukim, Universiteti i Torontos, Kanada

K. Cheung, Trajnues Mësuesish, Fakulteti i Edukimit, Universiteti i Hong Kongut, Kinë

Divina Frau-Meigs, Zvëndëspresidente, Shoqata Ndërkombëtare për Kërkimet në Media dhe Komunikim (IAMCR), University i Parisit – Sorbonne, France

Evelyne Bevort, Zëvëndësdrejtore, Centre de Liaison de l'Enseignement et des Moyens d'Information (CLEMI), Paris, France

Fackson Banda, SAB Limited – UNESCO Katedra e Medias dhe Demokracisë, Universiteti Rhodes, Grahamstoën, Afrika e Jugut

Jesus Lau, Drejtor, Biblioteka USBI VER, Universidad Veracruzana, Mexico

Jordi Torrent, Menaxher Projekti, Edukimi për Aftësimin Mediatik, Aleanca e Qytetërimeve, Kombet e Bashkuara

Jose Manuel Perez Tornero, Zëvëndëspresident, Shoqata Europiane për Interesin e Shikuesve (EAVI); Sekretar i Përgjithshëm, Shoqata Ndërkombëtare për Edukimin Mediatik (MENTOR), Universidad Autónoma de Barcelona, Spanjë

Kwame Akyempong, Zëvëndësdrejtor, Qendra për Edukim Ndërkombëtar, Universiteti Sussex, Brighton, Mbretëria e Bashkuar

Manuel Quintero, Drejtor i Përgjithshëm, Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa, Meksikë

Maria Ester Mancebo, Profesore e Politikave Edukative, Universidad de la República, Montevideo, Uruguaj

Martin Hadlow, Drejtor, Qendra për Komunikim dhe Ndryshim Social, Shkolla e Gazetarisë dhe Komunikimit, Universiteti i Queensland, Brisbane, Australia

Noel Chicuecue, Oficer Profesional Kombëtar, UNESCO Mozambik

Penny Moore, Konsulente Kërkimore e Edukimit dhe Drejtore Ekzekutive, Shoqata Ndërkombëtare e Bibliotekarëve të Shkollave, Uellington, Zelanda e Re

Ramon R. Tuazon, Kryetar, Komiteti Teknik për Komunikimin, Komisioni i Arsimit të Lartë (CHED) dhe President i Institutit Aziatik të Gazetarisë dhe Komunikimit, Filipine

Rasha Omar, Drejtor, Dega e Shkencave Teknologjike, Qendra Palestineze për Zhvillimin e Kurikulave, Ministria e Edukimit dhe Arsimit të Lartë, Ramallah, Territoret Palestineze

Renato Opertti, Byroja Ndërkombëtare e Edukimit, UNESCO Gjenevë

Samy Tayie, President, Shoqata Ndërkombëtare e Edukimit Mediatik (MENTOR), Kajro, Egjipt

Toussaint Tchitchi, Université d'Abomey-Calavi, Bénin

Takimi i dytë grupit ndërkombëtar të ekspertëve për rishikimin e draftit të parë të kurikulës

Ana Naidoo, Zëvendësdekane, Fakulteti i Edukimit, Universiteti i Pretoria, Afrika e Jugut

Asim Abdul Sattar, Dekan, Fakulteti i Edukimit, Kolegji i Edukimit të Lartë të Maldiveve, Maldive

Carolyn Wilson, Presidente, Shoqata e Edukimit për Median (AML), Ontario, Kanada; Instruktore, Instituti i Ontarios për Studime në Edukim, Universiteti i Torontos, Kanada

C. K. Cheung, Trajnues Mësuesish, Fakulteti i Edukimit, Universiteti i Hong Kongut, Kinë

Carolyn Wilson, Presidente, Shoqata e Edukimit për Median (AML), Ontario, Kanada; Instruktore, Instituti i Ontarios për Studime në Edukim, Universiteti i Torontos, Kanada

Clement Lambert, Lektor, Artet Gjuhësore / Edukimi për Aftësim, Instituti i Edukimit, Universiteti i West Indies, Xhamajka

Jordi Torrent, Menaxher Projekti, Edukimi për Aftësimin Mediatik, Aleanca e Qytetërimeve, Kombet e Bashkuara

Jutta Croll, Drejtore Menaxhues, Stiftung Digitale Chancen, Berlin, Gjermani

Kwame Akyempong, Zëvendësdrejtor, Qendra për Edukim Ndërkombëtar, Universiteti Sussex, Brighton, Mbretëria e Bashkuar

Mouna Benslimane, Mësuese, Shkolla e Shkencave Informatike, Marok

Per Lundgren, Anëtar, Bordi i Drejtorëve, Samiti Botëror mbi Median dhe Fëmijët, Karlstad, Suedi

Ramon R. Tuazon, Kryetar, Komiteti Teknik për Komunikimin, Komisioni i Arsimit të Lartë (CHED) dhe President i Institutit Aziatik të Gazetarisë dhe Komunikimit, Filipine

Renato Opertti, Byroja Ndërkombëtare e Edukimit, UNESCO Gjenevë

Roxana Mordochoëicz, Ish-drejtore e Programit të Edukimit për Median, Ministria Argjentinase e Edukimit

Susan Moeller, Drejtore, Qendra Ndërkombëtare për Median dhe Axhendën Publike (ICMPA),Salzburg, Austri

Seria e Trajnimeve Rajonale të Trajnuesve të seminareve dhe konsultimeve për Afrikën Jugore, Amerikën Latine e Karaibet dhe Azinë Jugore

Afrika Jugore

Allen Chaida, Lektor, Kolegji i Edukimit Caprivi, Namibi

Ana Naidoo, Zëvëndësdekane, Fakulteti i Edukimit, Universiteti i Pretoria, Afrika e Jugut

Andrew Stevens, Lektor, Universiteti Rhodes, Afrika e Jugut

Elizabeth Brown, Lektore, Universiteti Namibisë, Namibi

Gerhard Ngalangi, Lektor, Kolegji Rundu i Edukimit, Namibi

Gerrit Stols, Universiteti i Pretorias, Afraka e Jugut

Ina Fourie, Profesore e Asociuar, Departamenti i Shkencave Informatike, Universiteti i Pretorias, Afrika e Jugut

Johan van Wyk, Bibliotekar, Universiteti i Pretorias, Afrika e Jugut

John Nyambe, Instituti Kombëtar i Zhvillimit të Edukimit, Namibi

Les Nyambe, Lektor, Universiteti Metropolitan Nelson Mandela, Port Elizabet, Afrika e Jugut

Mabataung Metsig, Qendra Kombëtare për Zhvillimin e Kurikulave, Afrika e Jugut

Mafata Paul Mafata, Kolegji i Edukimit Lesoto, Lesoto

Mandie Uys, Lektore, Universiteti Veriperëndimor, Afrika e Jugut

Marianne Hicks, Lektore, Studime Ndërkombëtare, Universiteti Monash, Afrika e Jugut

Mary Anne Hood, Lektore, Universiteti Fort Hare, Londra Lindore, Afrika e Jugut

Maryna Roodt, Lektore, Universiteti Qendror i Teknologjisë, Bloemfontein, Afrika e Jugut

Musa Hlophe, Hartues Kurikulash Matematikore, Përgjegjës për Informacionin në Qendrën Kombëtare të Kurikulave NCC, Afrika e Jugut

Pentecost Nkhoma, Lektor, Universiteti Tshëane i Teknologjisë, Univeristeti i Pretorias, Afrika e Jugut

Phindile Maurren Nxumalo, Përgjegjës i Departamentit të Edukimit, Kolegji Ëilliam Pitcher, Svaziland

Sikhonzile Ndlovu, Menaxher i trajnimit të Medias, Gender Links, Johanesburg, Afrika e Jugut

Tulonga Henoch, Lektor, Kolegji Ongëediva i Edukimit, Namibi

Van Heerden, Lektor, Universiteti i Kepit Perëndimor, Afrika e Jugut

Wandile Sifundza, Redaktor i Raportit SNAT, Shoqata Kombëtare e Mësuesve të Svaziland

Amerika Latine dhe Karaibet

Barbara Foster, Kordinatore, Universiteti i Ëest Indies, Mona, Xhamajka

Bob Harris, Gazetar i Lirë, PBC TV, Kingston, Xhamajka

Catherine Gibson, Tutore e Studimeve në Biznes, Kolegji i Trajnimeve të Mësuesve Erdiston, Barbado

Dahlia Palmer, Lektore, Kollegji i Mësuesve Shortwood, Kingston, Xhamajka

Deborah Francis, Lektore Kryesore, Mësuesit e Shën Jozefit, Kingston, Xhamajka

Elizabeth Terry, Drejtuese, ICT4D Jamaica; Drejtore e Projekteve dhe Parneriteteve, HEART Trust/NTA

Erika Vasques, Drejtore Departament i Edukimit Bazë, Universiteti Kombëtar i Kosta Rikës

Erika Walker, Oficere Kombëtare Programi për Komunikimin dhe Informacionin, UNESCO Kingston, Xhamajka

Gillian Bernard, Konsulent, UNESCO Kingston, Xhamajka

Hirfa Morrison, Bibliotekare Kolegji, Kolegji Komunitar Eklesior, Kingston, Xhamajka

Isidro Fernandez-Aballi, Këshilltare Informacioni dhe Komunikimi për Karaibet, UNESCO Kingston, Xhamajka

Jasqueline Morris, Lektore Universiteti i Trinidad dhe Tobago

Jennifer Palmer Crawford, Përgjegjëse Departamenti, Edukimi i Mësuesve, Kolegji Clarence Fitzroy Bryant, Guadalupe

Joseph McKenzie, Lektore Kryesore, Kolegji Manegue i Mësueve, Xhamajka

Lind Rozenbald, Edukatore e Mësueve, Kolegji i Trajnimeve të Avancuara të Mësuesve, Lejveg, Surinam

Lionel Douglas, Asistent Profesor, Universiteti i Trinidad dhe Tobago

Lorraine Jeanette Campbell, Drejtor Edukimi, Kolegji Edna Manley i Arteve Vizuale dhe Performuese, Kingston, Xhamajka

Marlon Dixon, Kamerman, PBC TV, Kingston, Xhamajka

Melody Palmer, Menaxhere Programi dhe Kordinatore Rrjeti, ICT4D Jamaica

Royston Emmanuel, Lektor, Kolegji Komunitar Sir Arthur Leëis, Shën Lusia

Sonia Bennet-Cunningham, Drejtuese Kryesore, VTDI, HEART Trust/NTA, Kingston, Xhamajka

Sylvia James-Mitchell, Lektore, Kolegji i Komunikimit T.A. Marryshoë, Granada

Valentine Telemaque, Tutore TIK-u, Shkolla Tërësore Verilindore, Uesli, Dominika

Zellyne Jennings-Craig, Drejtore, Shkolla e Edukimit, Universiteti i Ëest Indies, Mona, Xhamajka

Azia Jugore

Abdul Rasheed Ali, Dekan, Fakulteti i Arteve, Kolegji i Edukimit të Lartë të Maldiveve, Maldive

Anjum Zia, Kryesuese, Departament i Komunikimit Masiv, Kolegji Universitari i Lahorit për Gratë, Lahor, Pakistan

Anthony D'Silva, Instituti Notre Dame i Edukimit, Karaçi, Pakistan

Arul Selvan, Profesor i Asociuar, Shkolla e Studimeve të Gazetarisë dhe Mediave të Reja, IGNOU, Nju Delhi, Indi

Braza Gopal Bhowmick, Sekretar, Boardi Kombëtar i Kurikulave dhe Teksteve Shkollore, Dhaka, Bangladesh

Ima Naryan Shrestha, Oficer Trajnimesh, Qendra Kombëtare për Zhvillimin e Edukimit (NCED), Nepal

Jigme Choden, Ministria e Informacionit dhe Komunikimit, Thimphu, Butan

Mahalakshmi Jayaram, Pjesë e mëparshme e Fakultetit, Kolegji Aziatik i Gazetarisë, Çenai

Pradeepa Wijetunge, Drejtore, Instituti Kombëtar i Shkencave Bibliotekare dhe Informatike (NILIS), Kolombo, Sri Lanka

Premila Gamage, Bibliotekare, Instituti i Studimeve të Politikave të Sri Lankës (IPS), Kolombo, Sri Lanka

Rayhana Taslim, Asistent Profesore, Kolegji i Trajnimit të Mësuesve, Dhaka, Bangladesh

Shameem Reza, Asistent Profesor, Departamenti i Komunikimeve Masive dhe Gazetarisë, Universiteti i Dhaka, Bangladesh

Shreeram Lamichhane, Instituti i Trajnimit të Mësuesve, Nepal

Shuhudha Rizwan, Oficere e Zhvillimit të Edukimit, Qendra për Edukimin e Vazhdueshëm, Ministria e Edukimit, Male, Maldive

Yeshey Yang, Oficer Politikash dhe Planifikimi, Ministria e Informacionit dhe Komunikimeve, Thimphu, Butan

unesco

Organizata e Kombeve
të Bashkuara për Arsim,
Shkencë, dhe Kulturë

"...Shtete Pjesëtare të kësaj Kushtetute, duke besuar në mundësitë e plota dhe të barabarta të edukimit për të gjithë, në kërkimin e papenguar të së vërtetës objektive dhe në shkëmbimin e lirë të ideve dhe njohurisë, bien dakord dhe janë të vendosura në zhvillimin dhe shtimit e mënyrave të komunikimit midis popujve të tyre dhe përdorimit të këtyre mënyrave për qëllimin e të kuptuarit reciprok në një njohuri më të vërtetë dhe të përsosur të jetëve të njëri-tjetrit..."

– Shkëputur nga Kushtetuta e UNESCO-s.

"Edukimi për median dhe informacionin është një dimension thelbësor i edukimit moral dhe civil. Ai është gjithashtu një e drejtë themelore e çdo qytetari, në cilindo vend të botës dhe ndaj mundëson këdo të mbrojë privatësinë e tij dhe vendin e tyre në një shoqëri ku mjedisin teknologjik që po ndryshon gjithmonë e më shpejt".

– Audrey Azoulay, Drejtore e Përgjithshme e UNESCO-s,
në Takimin Konsultativ Ndërkombëtar të Kurikulës
së Edukimit mbi Median dhe Informacionin,
13 shtator 2019, Beograd, Serbi.

Albanian Media Institute
Instituti Shqiptar i Medias

9 789230 001629