

Manuali për Edukimin Medial dhe Dezinformimin për të Rinj në Kosovë

Ministria e Sportit dhe Rinisë
Ministarstvo Sporta i Omladine
Ministry of Sport and Youth



Mohim përgjegjësie

Ky dokument është zhvilluar në kuadër të projektit Laboratori Rinor i Ballkanit Perëndimor, i financuar nga Bashkimi Evropian dhe i zbatuar nga Këshilli për Bashkëpunim Rajonal (RCC). Ai është hartuar me iniciativën e Grupit të Punës për Dezinformimin dhe Edukimin Mediatik nga Kosova*, të themeluar në kuadër të Laboratorit Tematik të Politikave Rinore.

Përgjegjësia për përmbajtjen, pikëpamjet, interpretimet dhe përfundimet e shprehura në këtë dokument i takon vetëm autorit(ëve) dhe në asnjë mënyrë nuk pasqyron pikëpamjet e Këshillit për Bashkëpunim Rajonal, pjesëmarrësve, partnerëve, donatorëve të tij apo të Bashkimit Evropian.

Hyrje

Kosova është një nga shoqëritë më të reja në Evropë. Sipas Strategjisë Shtetërore për Rini 2024–2032, mbi 477,000 të rinj të moshës 15–29 vjeç jetojnë në Kosovë, që përbëjnë rreth 30% të popullsisë. Në të njëjtën kohë, Kosova është një shoqëri shumë e lidhur digjitalisht: qasja në internet është pothuajse universale në nivel familjeje, ndërsa të rinjtë marrin informata çdo ditë përmes rrjeteve sociale, videove të shkurtra, portaleve online, grupeve në aplikacione të komunikimit, faqeve anonime, influencerëve dhe përmbajtjeve të shpërndara nga miqtë.

Kjo krijon një paradoks të rëndësishëm: të rinjtë kanë më shumë qasje në informata se çdo gjeneratë më parë, por jo gjithmonë kanë mjetet e nevojshme për të dalluar lajmin nga opinioni, faktin nga propaganda, satirën nga manipulimi, reklamën nga raportimi, ose përmbajtjen e vërtetë nga ajo e nxjerrë jashtë kontekstit. Për këtë arsye, edukimi medial në Kosovë nuk duhet parë vetëm si aftësi digjitale, por si pjesë e sigurisë demokratike, pjesëmarrjes qytetare dhe mbrojtjes së të rinjve nga dëmtimi online.

Në nivel ligjor dhe strategjik, Kosova ka disa dokumente të rëndësishme që lidhen me këtë fushë. Kushtetuta e Republikës së Kosovës garanton lirinë e shprehjes, lirinë dhe pluralizmin e mediave, të drejtën për qasje në dokumente publike, të drejtën për privatësi dhe të drejtën për pjesëmarrje në jetën publike. Kodi Penal e njeh nxitjen e gjuhës së urrejtes si vepër penale, ndërsa legjislacioni për mbrojtjen nga diskriminimi, mbrojtjen e fëmijëve, dhunën në familje dhe dhunën me bazë gjinore, sigurinë kibernetike dhe mediat krijon pjesë të ndryshme të një kornize mbrojtëse. Strategjia e Arsimit 2022–2026 dhe Strategjia Kombëtare për Siguri Kibernetike 2023–2027 po ashtu përmendin aftësitë digjitale, sigurinë online dhe ndërtimin e kapaciteteve.

Megjithatë, këto pjesë ende nuk formojnë një kornizë të plotë dhe të integruar për edukim medial, integritet të informacionit dhe reziliencë rinore ndaj dezinformimit. Kosova ende nuk ka një strategji të veçantë kombëtare për edukim medial. Kjo do të thotë se Kosova ka bazë ligjore dhe strategjike, por fusha është ende e re dhe e fragmentuar. Nuk ekziston ende një nismë "flamurtare" kombëtare, e udhëhequr në mënyrë të koordinuar nga institucionet, shkollat, mediat, shoqëria civile dhe komuniteti i fact-checking, që ta bëjë edukimin medial pjesë qendrore të sistemit arsimor dhe të qytetarisë digjitale. Në vende si Finlanda dhe Estonia, edukimi medial është trajtuar më qartë si pjesë e reziliencës demokratike dhe mbrojtjes së hapësirës informative. Kosova ende është në fazën ku shumë punë të mira ekzistojnë, por ato mbeten kryesisht të shpërndara, të varura nga projekte, donatorë dhe kapacitetet e organizatave të veçanta.

Rastet e monitoruara tregojnë se dezinformimi, bullizmi kibernetik dhe gjuha e urrejtjes në Kosovë nuk është vetëm çështje e "lajmeve të rreme". Ai shfaqet përmes fotografive të manipuluara, videove të krijuara ose të ndryshuara me inteligjencë artificiale (IA), deklaratave të fabrikuara, sondazheve pa metodologji, titujve emocionalë, përmbajtjeve të nxjerra nga konteksti, narrativave që synojnë marrëdhëniet ndër-etnike, lajmeve që synojnë besimin në institucione, si dhe përmbajtjeve që prekin BE-në, NATO-n, sigurinë dhe orientimin ndërkombëtar të Kosovës. Raportimet e fundit kanë treguar edhe përdorim në rritje të IA-së në përmbajtje manipuluese dhe shpërndarje të narrativave të huaja përmes mediave, portaleve, rrjeteve sociale dhe faqeve të dyshimta.

Për të rinjtë, rreziku kryesor nuk është vetëm të besojnë një informatë të pasaktë. Rreziku më i madh është që, me kalimin e kohës, të mësohen të jetojnë në një hapësirë ku mosbesimi, cinizmi, polarizimi, gjuha e urrejtjes, manipulimi emocional dhe shpërndarja pa verifikim bëhen normale. Prandaj, ky manual i ndihmon të rinjtë të njohin më mirë mjedisin informativ digjital, të familjarizohen me koncepte, të nxisin mendimin

kritik mbi to, të pajisen me mjete konkrete analitike, edhe të ushtrohen në identifikimin e fenomeneve të dëmshme në hapësirën digjitale.

Njëkohësisht, manuali kontribuon në përpjekjet për një edukim më të strukturuar mbi median dhe aftësitë digjitale në Kosovë, duke shërbyer si model për kurse të ardhshme edukative në sistemin arsimor dhe në sektorin jo-fitimprurës. Pjesa e tij praktike, "Paketa e Mjeteve" (Toolkit), ndihmon në shndërrimin e çdo kapitulli në aktivitete praktike të përshtatura për grupe të ndryshme të moshës 18-29 vjeç.

Rreth manualit

- Përmbajtja është e përshtatshme për të rinjtë e moshës 18–29 vjeç, për mësuesit, punonjësit rinor, gazetarët e rinj, këshillat rinore, organizatat rinore dhe organizatat e shoqërisë civile.
- Rastet janë ndërtuar si skenarë edukativë të frymëzuar nga realiteti i Kosovës dhe rajonit, pa qëllim identifikimin e një personi ose institucioni specifik.
- Manuali vjen në tre gjuhë: shqip, serbisht dhe anglisht.
- Manuali shoqërohet me një Paketë Mjetesh që synon të shërbejë si një dokument ekzekutiv duke përfshirë 6-7 ushtrime për kapitull. Ushtrimet ndryshojnë në nivelin e vështirësisë, madhësinë e grupit dhe konsumin e kohës. Në këtë mënyrë, lehtësuesit mund të kombinojnë ushtrime të ndryshme bazuar në nevojat e tyre.
- Nëse përdoret në një klasë ose trajnim, lehtësuesi duhet të shmangë riprodhimin e përmbajtjes së dëmshme, të ruajë sigurinë e pjesëmarrësve dhe të mos i detyrojë ata të ndajnë përvojat personale dhe gjithmonë t'i referohet udhëzimeve të Pakos së Mjeteve dhe këshillave të sigurisë për aktivitetet përkatëse.

Struktura e kapitullit

Çdo kapitull është i strukturuar në mënyrë që të jetë i lehtë për t'u kuptuar dhe për t'u përshtatur audiencave të ndryshme. Ai fillon me një hyrje, e ndjekur nga objektivat dhe më pas vazhdon me shpjegime të koncepteve dhe ndikimit ose reagimeve përkatëse. Pjesa e dytë e kapitullit përfshin praktikë të shpejtë e cila përfshin ushtrime, pyetje reflektimi, fjalor të vogël, vetëvlerësim dhe shënime nga lehtësuesi.

Table of Contents

Kapitull I - Kuptimi i mjedisit të informacionit digjital **7**

1. Hyrje 7
2. Çfarë do të mësoni 8
3. Çfarë është mjedisi informativ digjital 8
4. Çfarë janë të drejtat digjitale dhe pse janë të rëndësishme 9
5. Çrregullimi informativ dhe shkeljet e të drejtave digjitale 9
6. Thashethemi, narrativa konspirative, propaganda dhe pseudo-lajmi 10
7. Reflektim 11
8. Praktika 11
9. Shënime për fasilituesin 12
10. Fjalor 12

Kapitulli II - Angazhimi rinor dhe mekanizmat e avokimit në hapësirën digjitale **13**

1. Hyrje 13
2. Çfarë do të mësoni 14
3. Të rinjtë nga përdorues pasiv në qytetar digjital aktiv 14
4. Mekanizmat ku të rinjtë mund të veprojnë 16
5. Raste studimore dhe skenarë për diskutim 18
6. Shënime për fasilitatorin 19
7. Fjalor 20
8. Burime për përshtatje të mëtutjeshme 20

Kapitulli III - Aftësia mediatike dhe konsumi kritik i medias **21**

1. Hyrje 21
2. Çfarë do të mësoni 22
3. Media si mjedis, jo vetëm si kanal 22
4. Konsumi kritik i medias 23
5. Etika në gazetari dhe komunikim 24
6. Praktika 25
7. Reflektim 26
8. Shënime për fasilituesin 27
9. Fjalor 27

Kapitulli IV - Identifikimi dhe reagimi ndaj keqinformimit dhe dezinformimit **28**

1. Hyrje 28
2. Çfarë do të mësoni 29
3. Koncepte kryesore 29
4. Format më të shpeshta të keqinformimit dhe dezinformimit 29
5. Pse dezinformimi funksionon 30
6. Si të reagojmë 31
7. Skenarë për diskutim dhe ushtrime 32
8. Shënime për fasilitatorin 34
9. Fjalor 34
10. Burime për përshtatje të mëtutjeshme 35

Kapitulli V - Bullizmi kibernetik **36**

1. Hyrje 36
2. Çfarë do të mësoni 37
3. Çfarë është bullizmi kibernetik dhe ku ndodh 37
4. Si të identifikoni bullizmin kibernetik 38
5. Reagimi ndaj bullizmit kibernetik 39
6. Kuadri ligjor vendor dhe ndërkombëtar 40
7. Reflektim 41
8. Skenarë dhe ushtrime 42
9. Fjalor 44
10. Burime 44

Kapitulli VI - Gjuha e Urrejtjes **45**

1. Hyrje 45
2. Çfarë do të mësoni 46
3. Çfarë është gjuha e urrejtjes dhe si ta identifikoni atë 46
4. Si të identifikoni gjuhën e urrejtjes 46
5. Ku ndodh gjuha e urrejtjes 48
6. Gjuha e urrejtjes dhe ndikimi i saj 48
7. Roli i arsimit në luftën kundër gjuhës së urrejtjes 48
8. Reagimi ndaj gjuhës së urrejtjes 49
9. Kuadri ligjor vendor dhe ndërkombëtar 49
10. Reflektim 50
11. Skenarë dhe ushtrime 50

12. Rekomandime 52
13. Fjalor 52
14. Burime 52
Metodologjia 53



Kapitull I - Kuptimi i mjedisit të informacionit digjital

1. Hyrje

Jo çdo informacion i gabuar ka të njëjtën origjinë, të njëjtin qëllim dhe të njëjtat pasoja. Ndonjëherë dikush ndan një lajm të rremë sepse është mashtruar. Ndonjëherë dikush e di që është i rremë, por e shpërndan megjithatë për të dëmtuar, për të manipuluar ose për të fituar vëmendje. Ndonjëherë një fakt i vërtetë nxirret nga konteksti dhe përdoret si armë. Pikërisht këtu fillon çrregullimi informativ.

Ky realitet nuk është abstrakt. Në prill 2026, rubrika Krypometër e KALLXO-s publikoi verifikimin me titull "Videoja që shfaq Albin Kurtin si hoxhë është e manipuluar" dhe e kategorizoi përmbajtjen si "Rrenë". I njëjti seksion shfaq edhe kategori të tjera që ndihmojnë publikun të dallojë shkallët dhe format e pasaktësisë: E vërtetë, Pjesërisht e vërtetë, Rrenë, Rrenë e kryptë, Qëndrim i ndërruar dhe Hetimet vazhdojnë. Kjo tregon se problemi nuk është vetëm "a është e vërtetë apo jo", por edhe *si*, *pse* dhe *me çfarë qëllimi* një pretendim qarkullon. Ky rast është i vlefshëm jo për shkak të figurës politike në vetvete, por sepse tregon një mekanizëm të zakonshëm të çrregullimit informativ: një video e shkurtër, një pretendim i fortë, një efekt i menjëhershëm emocional dhe nevoja për verifikim para reagimit.

Për këtë arsye, ky kapitull nuk mjaftohet me termin e paqartë "fake news". Ai synon t'i ndajë dukuritë me më shumë saktësi, që të mos e trajtojmë çdo gabim si komplot dhe çdo komplot si lajm. Të kuptosh çrregullimin informativ do të thotë të kuptosh edhe përgjegjësinë tënde si lexues, shikues, komentues dhe shpërndarës.

2. Çfarë do të mësoni

Në këtë kapitull do të mësoni:

- Çfarë kuptojmë me mjedis informativ digjital;
- Çfarë janë të drejtat digjitale dhe pse janë të rëndësishme;
- Çrregullimi informativ dhe shkeljet e të drejtave digjitale;
- Çfarë janë thashethemet, narrativat konspirative, propaganda dhe pseudo-lajmet;

3. Çfarë është mjedisi informativ digjital

Mjedisi informativ i referohet një hapësirë publike që mbështet aksesin në informacion të saktë, të besueshëm dhe pluralist, duke mundësuar pjesëmarrje të informuar demokratike.

Ndërsa mjedisi informativ digjital i referohet ekosistemit të gjerë ku informacioni krijohet, shpërndahet, konsumohet dhe ndikohet përmes teknologjive digjitale, duke përmbushur edhe kushtet e mjedisit informativ offline. Në këtë ekosistem digjtial përfshihen të gjitha kanalet, platformat dhe proceset përmes të cilave ne marrim dhe shkëmbejmë informacion në epokën e internetit. Për shembull platformat e rrjeteve sociale (Facebook, Instagram, TikTok), aplikacionet e mesazhit (Whatsapp, Viber, Telegram, Messenger), platformat e vidiove (Youtube), motorrët e kërkimit (Google, Bing).

Por mjedisi informativ digjital ka disa ndryshime nga mjedisi informativ offline që e bën më të vështirë aksesin në informacion të saktë dhe të besueshëm, apo me pjesëmarrje të informuar demokratike. Kjo për shkak të disa arsyesh:

Informacioni online përhapet menjëherë, pa filtra kohorë, sepse teknologjia e lejon me një klik pëlqimin, shpërndarjen, dërgimin e informacionit.

Për shkak të lehtësisë në shpërndarje, sot ne ekspozohemi ndaj sasi e pafundme informacioni, ndryshe nga numri i faqeve të kufizuara në një gazetë, apo numri i vogël i gazetave, revistave që ekzistonin më parë.

çdo person sheh një version të ndryshëm të «realitetit» bazuar në algoritme të personalizuara, duke krijuar kështu një flluskë informacioni vetëm për atë person. Kjo na ndryshon qasjen ndaj ndodhive në vend, por edhe pjesëmarrjen tonë demokratike dhe pikëpamjet personale.

Kushdo që ka akses në teknologji digjitale sot ka një "mikrofon" dhe mund të publikojë. Në mjedisin informativ offline, vetëm mediat e certifikuara shpërndanin lajm, dhe kjo pasi informacioni kishte kaluar disa filtra verifikimi dhe editimi.

Përdoruesit, ne, nuk jemi vetëm konsumatorë, por edhe krijues/shpërndarës të informacionit në mjedisin informativ digjital. Për këtë arsye kemi përgjegjësinë ta mirëmbajmë dhe të kontribuojmë në bërjen e tij më të sigurt dhe të besueshëm.

Si rezultat i shpejtësisë dhe sasisë së informacionit, aksesit si pëdorues dhe shpërndarës apo publikues i informacionit, ne sot jetojmë në një mjedis informativ digjital që shpeshsherë është në kushtet e çrregullimit informativ. Me shprehjen çrregullim informativ ne kuptojmë një mjedis ku qarkullojnë bashkë:

- informacione të pasakta;
- informacione të rreme;
- përmbajtje të vërteta të shkëputura nga konteksti;
- përmbajtje të montuara ose të manipuluara;
- komente, hamendësime dhe thashetheme që paraqiten si fakte.

Pra problemi nuk është vetëm gënjeshtra e hapur. Problemi është i gjithë mjegullimi i kufirit midis faktit, interpretimit, manipulimit dhe performancës emocionale.

4. Çfarë janë të drejtat digjitale dhe pse janë të rëndësishme

Të drejtat digjitale janë të drejtat e njeriut dhe të drejtat ligjore që u mundësojnë njerëzve të aksesojnë, përdorin, krijojnë dhe publikojnë media digjitale, si dhe të përdorin pajisje elektronike dhe rrjete telekomunikacioni. Nuk bëhet fjalë për një kategori "të re" të drejtash, por për zbatimin dhe mbrojtjen e të drejtave ekzistuese të njeriut, si privatësia dhe liria e shprehjes, por tashmë në kontekstin e botës së teknologjive digjitale.

Fëmijët dhe të rinjtë janë mbajtës të të drejtave të cilat vlejnë njësoj si online dhe offline. Kjo do të thotë se çdo gjë që u takon jashtë ekranit si dinjiteti, privatësia, liria e mendimit dhe aksesi në informacion të saktë, u takon njësoj edhe në botën digjitale.

Ne sot i përdorin hapësirat digjitale për arsimim, zhvillim, komunikim dhe të mirën publike, prandaj sigurimi i mjediseve digjitale të sigurta dhe të aksesueshme që respektojnë plotësisht të drejtat e njeriut është thelbësor. Sepse të rinjtë sot janë "qytetarë digjitalë" aktivë, jo thjesht përdorues pasivë.

5. Çrregullimi informativ dhe shkeljet e të drejtave digjitale

Në mjedisin informativ digjital ka një shumëllojshmëri informacioni, dhe përmbajtjet mashtruese nuk janë të pakta. Për këtë arsye informacionet dhe lajmet në hapësirën digjitale i ndajmë në disa kategori:

- **E vërtetë** – kur pretendimi përputhet me provat.
- **E pasaktë** – kur pretendimi bie ndesh me provat ose keqparaqet faktet.
- **Pjesërisht e saktë** – kur ka një bërthamë reale, por mungon konteksti ose ka shtrembërim.
- **E pavërtetuar** – kur nuk ka mjaft prova për ta pranuar si fakt.
- **Mashtruese** – kur forma, titulli, montimi ose konteksti e shtyn audiencën drejt një kuptimi të gabuar.

Fatkeqësisht përmbajtjet mashtruese nuk përhapen vetëm sepse dikush i krijon. Ato përhapen sepse gjejnë terren. Arsyet kryesore janë:

Emocioni - Frika, zemërimi, krenaria, turpi dhe kurioziteti e shtyjnë reagimin e shpejtë. Sa më i fortë emocioni, aq më i vogël shansi që audienca të ndalet për verifikim.

Identiteti - Njerëzit priren të besojnë më lehtë përmbajtje që përputhet me grupin e tyre, me bindjet e tyre ose me mënyrën si e shohin botën.

Shpejtësia - Në mjedisin digjital, shpërndarja është shumë më e lehtë se verifikimi. Një klikim mjafton për përhapje; verifikimi kërkon kohë.

Pamja e besueshmërisë - Një video, një imazh, një grafik ose një logo mund t'i japë një pretendimi një ndjenjë autoriteti, edhe kur përmbajtja është e pasaktë.

Shpërblimi social - Shpesh njerëzit ndajnë diçka jo sepse e kanë verifikuar, por sepse marrin reagim të menjëhershëm: pëlqime, komente, vëmendje, ndjesi përkatësie.

Në morinë e kakofonisë së informacionit digjtial dhe çrregullimit informativ hasim edhe shkelje të të drejtave digjitale, të cilat shpeshherë vijnë edhe si pasojë e mjedisit ku lundrojmë online.

Në këtë hapësirë ka tension mes garantimit të mbrojtjes së të rinjve nga dëmi online dhe respektimi i lirisë së tyre të shprehjes. Trajtimi vetëm si "viktima për t'u mbrojtur" u mohon të rinjve agjencinë; ndërsa trajtimi vetëm si "përdorues të lirë" i lë të pambrojtur. Ky manual synon të fuqizojë të rinjtë për të kontribuar mes një balancë më të drejtë mes mbrojtjes dhe lirive.

Në hapësirën digjtiale dhe atë të mjedisit informativ digjital, ka shumë fenomene si dezinformimi, gjuha e urrejtjes dhe bullizmi kibernetik, deri te shfrytëzimi i të dhënave dhe manipulimi algoritmik. Pa korniza të qarta të të drejtave, të rinjtë mbeten të ekspozuar ndaj tyre dhe pa mjete mbrojtjeje. Bazuar mbi këto problematika, Këshilli i Evropës po harton një udhëzues për "Qytetarinë Digjitale 2027-2030".

Një shqetësim në rritje për shkeljet e të drejtave digjitale të të rinjve janë aplikacionet e bazuara në AI që gjenerojnë imazhe të manipuluara të individëve pa pëlqimin e tyre. Ato prekin veçanërisht të rinjtë dhe të rejat në kontekste shkollore dhe shoqërore.

6. Thashethemi, narrativa konspirative, propaganda dhe pseudo-lajmi

Thashethemi

Thashethemi lind zakonisht në mungesë të informacionit të qartë. Ai qarkullon me shpejtësi sepse u jep njerëzve ndjesinë se "dinë diçka para të tjerëve". Thashethemi mund të jetë i vërtetë, i rremë ose i përzier, por deri sa të verifikohet, ai mbetet i paqëndrueshëm.

Narrativa konspirative

Narrativa konspirative shpjegon ngjarje komplekse përmes një skeme të fshehtë, zakonisht të pamundur për t'u provuar, por shumë tërheqëse emocionalisht. Ajo e thjeshton botën: dikush "i kontrollon të gjitha", dikush "po e fsheh të vërtetën", dikush "po e mashtron popullin". Forca e këtyre narrativave nuk vjen nga provat, por nga ndjesia e zbulimit të një sekreti.

Propaganda

Propaganda nuk është vetëm gënjeshtër. Ajo mund të përdorë edhe copëza të vërteta, simbole, identitete, frikë, krenari dhe përsëritje, për të ndërtuar një pamje të njëanshme të realitetit. Në kohë krizash, zgjedhjesh ose tensionesh shoqërore, propaganda bëhet veçanërisht e fuqishme.

"Fake News"

"Fake News" apo lajmi i rremë duket si lajm, por nuk i plotëson standardet bazë të gazetarisë. Ai shpesh përdor elemente të formës së lajmit – titull, fotografi, citim, "burime" – pa i ofruar standardet e verifikimit, pa kontekst dhe pa përgjegjësi editoriale.

7. Reflektim

- Kujto një rast kur ke dyshuar te një informacion, por nuk je ndalur ta kontrollosh.
- Çfarë të bindi atëherë: pamja e postimit; emocioni; njeriu që e shpërndau; fakti që e panë edhe të tjerët?
- Çfarë do të bëje ndryshe sot?
- Çfarë e dallon një thashethem nga një lajm i verifikuar?
- Pse termi "fake news" nuk mjafton për të shpjeguar gjithë problemin?
- Jep një shembull se si do të reagoje me përgjegjësi kur sheh një pretendim të dyshimtë online.

8. Praktika

Ushtrim 1

Fasilituesi sjell tre shembuj të shkurtër:

- një titull portal;
- një postim në rrjet social;
- një video e shkurtër me pretendim.

Për secilin, pjesëmarrësit duhet të thonë nëse kemi të bëjmë me:

- Keqinformim;
- dezinformim;
- thashethem;
- propagandë;
- përmbajtje të pavërtetuar.

Pastaj duhet të japin arsyen në një fjali.

Ushtrim 2

Punoni në grupe.

Secili grup zgjedh një pretendim aktual ose të kohëve të fundit që ka qarkulluar në Kosovë. Qëllimi nuk është vetëm të gjendet nëse është i vërtetë apo jo, por të hartëzohet rruga e përhapjes së tij.

Pyetjet udhëzuese:

- Ku u publikua fillimisht?
- Kush përfitoi nga shpërndarja?
- A kishte elemente emocionale?
- Çfarë prove mungonte?

- A ishte gabim i pavullnetshëm apo manipulim i qëllimshëm?
- Si do të duhej korrigjuar në mënyrë të përgjegjshme?

Në fund, grupi përgatit një "kartelë verifikimi" me përfundimin dhe arsyetimi

9. Shënime për fasilituesin

Koha e rekomanduar: 75–100 minuta.

Materialet: shembuj të printuar ose të projektuar, telefon ose laptop, tabelë për klasifikim.

Niveli i ndjeshmërisë: mesatar deri i lartë, sidomos kur përdoren shembuj politikë, fetarë ose identitarë.

Përshtatja sipas moshës: për moshat më të vogla përdorni shembuj të thjeshtë me fotografi dhe tituj; për moshat më të mëdha mund të futen narrativat konspirative dhe propaganda.

Varianti online: përdorni formularë të shkurtër ku nxënësit votojnë për klasifikimin e përmbajtjes para diskutimit.

Varianti offline: krijoni karta me pretendime dhe karta me prova; pjesëmarrësit duhet t'i përputhin.

Kujdes pedagogjik: mos e paraqitni çdo gabim si keqdashje. Një qëllim i kapitullit është pikërisht të mësohet dallimi ndërmjet gabimit, manipulimit dhe paqartësisë.

Kur duhet referim shtesë: nëse shfaqen elemente të kërcënimit, gjuhës së urrejtjes, ngacmimit ose manipulimit me imazhe të personave realë, fasilituesi duhet të lidhet me kapitujt për sigurinë online, bullizmin kibernetik dhe seksionet e inteligjencës artificiale.

10. Fjalor

- **Çrregullim informativ** – mjedis ku përzihen fakte, pasaktësi, manipulime dhe përmbajtje jashtë kontekstit.
- **Thashethem** – informacion i pavërtetuar që qarkullon shpejt.
- **Narrativë konspirative** – shpjegim që mbështetet te një skemë e fshehtë pa prova të mjaftueshme.
- **Pseudolajm** – përmbajtje që duket si lajm, por nuk respekton standardet bazë të gazetarisë.
- **Manipulim konteksti** – paraqitje e një materiali real në mënyrë që të prodhojë kuptim të gabuar.
- **Verifikim** – procesi i kontrollimit të pretendimeve nëpërmjet burimeve, provave dhe krahasimeve të pavarura.



Kapitulli II - Angazhimi rinor dhe mekanizmat e avokimit në hapësirën digjitale

1.Hyrje

Të rinjtë nuk janë vetëm konsumues të informacionit. Ata janë krijues përmbajtjeje, anëtarë të komuniteteve online, studentë, gazetarë të rinj, aktivistë, votues të ardhshëm ose aktualë, anëtarë të këshillave rinorë dhe pjesëmarrës në vendimmarrje. Në një mjedis ku dezinformimi, gjuha e urrejtjes, diskriminimi, cyberbullying dhe manipulimi me AI mund të zvogëlojnë besimin dhe guximin për të folur publikisht, angazhimi rinor duhet të lidhet me sigurinë, etikën, verifikimin dhe avokimin e bazuar në prova.

Institucionet dhe mekanizmat ekzistues ofrojnë disa "dyer hyrëse" për angazhim. Për nxënësit, dera e parë duhet të jetë Këshilli i Nxënësve në shkollë. Në shkollë, angazhimi mund të fillojë me një ide të thjeshtë: një aktivitet kundër gjuhës së urrejtjes, një diskutim për verifikimin e lajmeve, një javë tematike për sigurinë online, një klub medial, një fushatë kundër cyberbullying, ose një debat me mësimdhënës, prindër, gazetarë dhe fact-checkers. Këshilli i Nxënësve mund të shërbejë si hapësirë ku të rinjtë mësojnë të flasin, të dëgjojnë, të propozojnë, të negociojnë dhe të marrin përgjegjësi për çështje që prekin jetën shkollore dhe komunitetin. Pas shkollës, angazhimi mund të vazhdojë me grupe joformale të miqve, klube rinore, qendra rinore aty ku ekzistojnë, organizata rinore, organizata të shoqërisë civile, media lokale, iniciativa vullnetare dhe këshilla rinorë lokalë. Ligji për Rininë parashikon mekanizma për përfaqësim rinor në nivel qendror dhe lokal. Në praktikë, shumë prej këtyre strukturave ende njihen si Këshilla të Veprimit Rinor Lokal, të cilat kanë shërbyer si ombrella të organizatave rinore në komunë dhe si kanal për bashkëpunim me komunat.

Angazhimi rinor sjell disa përfitime të qarta: forcon vetëbesimin, aftësitë e komunikimit, mendimin kritik, punën në ekip dhe kuptimin e institucioneve; i ndihmon të rinjtë të kalojnë nga ankesa në propozim; i mëson të përdorin fakte dhe argumente; dhe krijon ura mes shkollës, komunitetit, komunës, mediave dhe institucioneve. Në kontekstin e dezinformimit, aktivizmi rinor është edhe më i rëndësishëm: të rinjtë mund të jenë jo vetëm konsumues të informacionit, por edhe mbrojtës të hapësirës publike nga manipulimi, urrejtja dhe shpërndarja e përmbajtjeve të paverifikuara.

Digjitalizimi e ka bërë aktivizmin më të lehtë për t'u nisur, por jo gjithmonë më të lehtë për t'u bërë mirë. Një grup të rinjsh mund të krijojë një fushatë online brenda një dite, të prodhojë video të shkurtra, të hapë një peticion, të organizojë diskutim publik, të ftojë një gazetar ose fact-checker, të raportojë përmbajtje të dëmshme, ose të kërkojë nga shkolla/komuna më shumë aktivitete për edukim medial. Por aktivizmi online kërkon përgjegjësi: informatat duhet të verifikohen, gjuha duhet të jetë jo-diskriminuese, fotografitë dhe të dhënat personale duhet të përdoren me kujdes, dhe qëllimi duhet të jetë ndryshimi pozitiv, jo turpërimi publik, sulmi personal ose përhapja e mëtejshme e dëmit.

Ky kapitull i ndihmon të rinjtë të kalojnë nga "komentimi" në "veprim qytetar": të identifikojnë një problem, të mbledhin prova, të ndërtojnë mesazh, të zgjedhin mekanizëm, të avokojnë pa dëm dhe të kërkojnë përgjegjësi nga aktorët përkatës.

2. Çfarë do të mësoni

- Të kuptoni çfarë është angazhimi rinor në epokën digjitale.
- Të njihni mekanizmat e pjesëmarrjes dhe avokimit: shkolla, universiteti, këshilli rinor, organizata rinore, komuna, media, fact-checkerët dhe institucionet publike.
- Të përdorni modelin e avokimit: Problem – Prova – Aktorë – Qëllim – Mesazh – Veprim – Ndjekje.
- Të planifikoni një fushatë të vogël digjitale kundër dezinformimit ose për edukim medial.
- Të mbroni sigurinë, privatësinë dhe dinjitetin e pjesëmarrësve gjatë avokimit.
- Të matni ndikimin e një iniciative rinore përtej numrit të pëlqimeve.

3. Të rinjtë nga përdorues pasiv në qytetar digjital aktiv

Qytetaria digjitale nuk do të thotë vetëm të dish ta përdorësh telefonin, një aplikacion apo një rrjet social. Do të thotë të marrësh pjesë me përgjegjësi në jetën publike online dhe offline: të kërkosh informacion të saktë, të respektosh dinjitetin e të tjerëve, të mbrosh të drejtat e tua, të mos shpërndash dëm dhe të kontribuosh në komunitet.

Për të rinjtë në Kosovë, kjo ka rëndësi të veçantë sepse shumë çështje që prekin jetën e tyre – arsimi, punësimi, siguria online, përfaqësimi lokal, barazia gjinore, marrëdhëniet ndër-komunitare, mjedisi dhe pjesëmarrja demokratike – diskutohen gjithnjë e më shumë në hapësira digjitale. Nëse këto hapësira dominohen nga dezinformimi dhe abuzimi, të rinjtë mund të heshtin. Nëse ato përdoren me etikë dhe aftësi, mund të bëhen hapësira për zgjidhje.

3.1 Pesë kushte për pjesëmarrje kuptimplote: të drejta, mjete, hapësirë, mundësi dhe mbështetje

Një qasje e dobishme për pjesëmarrje rinore vjen nga Këshilli i Evropës: të rinjtë duhet të kenë të drejta, mjete, hapësirë, mundësi dhe mbështetje për të marrë pjesë në vendimmarrje. Në kontekstin digjital, këto pesë kushte mund të kuptohen kështu:

- **Të drejta:** të rinjtë kanë të drejtë të informohen, të shprehen, të organizohen dhe të kërkojnë llogari, duke respektuar të drejtat e të tjerëve.
- **Mjete:** të kenë aftësi praktike për verifikim, komunikim, siguri digjitale, analizë të problemit dhe përdorim të platformave.
- **Hapësirë:** të kenë vende ku mund të flasin e dëgjohen, si shkolla, klube rinore, këshilla rinorë, forume publike, media lokale dhe platforma online.
- **Mundësi:** të ftohen realisht në konsultime, grupe pune, dëgjime publike, debate shkollore/komunale dhe procese të politikave.
- **Mbështetje:** të kenë mentorim, mbrojtje nga sulmet online, qasje në ekspertë, informata të qarta dhe burime minimale për veprim.

3.2 Avokimi me të dhëna, histori dhe etikë

Avokimi i mirë kombinon tri elemente: të dhëna, histori dhe kërkesë. Të dhënat tregojnë se problemi nuk është vetëm rast individual. Historia e bën problemin të kuptueshëm. Kërkesa tregon çfarë duhet bërë. Megjithatë, historitë duhet të përdoren me kujdes. Nëse një rast përfshin të mitur, viktima të cyberbullying, diskriminim ose gjuhë urrejtjeje, duhet të mbrohet identiteti dhe dinjiteti i personit.

Një rregull i thjeshtë: mos përdor për advokim një material që mund ta dëmtojë përsëri personin e prekur. Në vend të ekspozimit, përdor raste të anonimizuara, të përmbledhura ose të simuluara.

3.3 Të rinjtë si multiplikatorë: nga punëtoria te komuniteti

Një manual bëhet i dobishëm kur nuk mbetet në letër. Të rinjtë mund të veprojnë si multiplikatorë në shkolla, universitete, qendra rinore dhe komunitete online. Kjo mund të bëhet përmes modelit "Mëso – Praktiko – Ndaj": fillimisht mësojnë konceptet bazë, pastaj praktikojnë verifikimin dhe reagimin përmes skenarëve, dhe në fund organizojnë një aktivitet të vogël për bashkëmoshatarët.

Në çdo sesion mund të ftohet një ekspert: fact-checker, gazetar, përfaqësues i këshillit rinor, mësimdhënës, psikolog shkollor, përfaqësues i komunës ose aktivist i sigurisë digjitale. Roli i ekspertit nuk është të mbajë ligjëratë të gjatë, por të sjellë raste reale, të përgjigjet në pyetje dhe t'i ndihmojë të rinjtë të ndërtojnë një veprim konkret.

3.4 Cikli praktik i avokimit rinor

Cikli mund të përdoret për çdo nismë: nga një klub shkollor që do të organizojë një sesion për dezinformimin, deri te një organizatë rinore që kërkon përfshirjen e edukimit medial në programet komunale për rini.

1. **Problem:** Çfarë po ndodh? Kë prek? Ku ndodh? Pse ka rëndësi?
2. **Prova:** Çfarë të dhënash, shembujsh, intervistash, anketash apo raste të verifikuara kemi?
3. **Aktorë:** Kush mund të ndihmojë? Kush vendos? Kush ndikohet? Kush mund të kundërshtojë?
4. **Qëllim:** Çfarë ndryshimi konkret kërkojmë brenda një periudhe të caktuar?

5. **Mesazh:** Si e shpjegojmë thjesht, drejt dhe pa manipulim?
6. **Veprim:** Cilat aktivitete do të bëjmë: takim, debat, video shpjeguese, punëtori, peticion, konsultim, artikull, fushatë?
7. **Ndjekje:** Si do ta masim rezultatin dhe çfarë bëjmë pas përgjigjes së parë?

3.5 Avokimi dhe si ndryshon nga një postim

Një postim mund të shprehë mendim. avokimi shkon më tej: kërkon ndryshim konkret. avokimi i mirë fillon me një problem të qartë, mbështetet në prova, identifikon kush mund ta zgjidhë problemin, formon një kërkesë realiste dhe ndërton presion pozitiv për veprim.

Për shembull, "ka shumë lajme të rreme" është shqetësim i përgjithshëm. Një kërkesë avokimi është më konkrete: "Shkolla jonë të organizojë dy orë edukim medial në muaj, me pjesëmarrje të mësimdhënësit të TIK-ut, psikologut shkollor dhe një fact-checkeri të ftuar." Sa më konkrete kërkesa, aq më lehtë matet suksesi.

4. Mekanizmat ku të rinjtë mund të veprojnë

Angazhimi rinor nuk duhet të mbetet vetëm në rrjete sociale. Ai mund të lidhet me mekanizma ekzistues formalë dhe joformalë:

- Në shkollë: këshilli i nxënësve, mësimdhënësit, psikologu/pedagogu, klubi medial, revista shkollore, debatet, javët tematike.
- Në universitet: parlamentet studentore, klubet studentore, departamentet e gazetarisë/komunikimit, radio/podcast studentor, debate publike.
- Në nivel lokal: këshillat lokalë të veprimit rinor, drejtoritë komunale për kulturë/rini/arsim, dëgjimet publike, kuvendi komunal, qendrat rinore.
- Në shoqëri civile: organizatat rinore, rrjetet e të rinjve, organizatat për të drejta të njeriut, edukim medial, barazi gjinore, komunitete dhe siguri online.
- Në media dhe verifikim: fact-checkerët, mediat lokale, gazetarët e rinj, klubet e gazetarisë, podcastet, portalet që respektojnë etikën.
- Në platforma online: mekanizmat e raportimit, qendrat e sigurisë, udhëzuesit e komunitetit dhe format e dokumentimit të përmbajtjes së dëmshme.

4.1 Si ndërtohet një fushatë e vogël digjitale e përgjegjshme

Një fushatë rinore për edukim medial nuk ka nevojë të jetë e madhe. Ajo duhet të jetë e qartë dhe e besueshme. Pyetjet bazë janë: kujt po i flasim, çfarë duam të ndryshojë, çfarë prove kemi, çfarë toni përdorim, cilat kanale janë të përshtatshme dhe si e shmangim dëmin?

Një fushatë e përgjegjshme nuk turpëron persona, nuk ekspozon të mitur, nuk përdor foto pa pëlqim, nuk publikon të dhëna private, nuk përdor gjuhë përçmuese dhe nuk lufton dezinformimin me dezinformim. Ajo i ndihmon njerëzit të kuptojnë një problem dhe u jep një veprim të thjeshtë: kontrollo burimin, mos e shpërndaj pa verifikim, raporto përmbajtjen e dëmshme, merr pjesë në punëtori, kërko nga shkolla/komuna më shumë edukim medial.

Hapi	Pyetje udhëzuese	Shembull për temën "edukimi medial në shkollë/komunitet"
Problem	Cili është problemi konkret?	Nxënësit shpesh nuk dallojnë faktin nga opinioni dhe shpërndajnë përmbajtje pa burim.
Prova	Çfarë dëshmie kemi?	Mini-anketë në klasë, shembuj të anonimizuar, input nga mësimdhënësit dhe fact-checkerët.
Aktorë	Kush mund të veprojë?	Drejtoria e shkollës, mësimdhënësi i TIK-ut, këshilli i nxënësve, prindërit, organizata rinore, komuna.
Qëllim	Çfarë kërkojmë konkretisht?	Të mbahen 3 punëtori praktike për verifikim dhe siguri online brenda semestrit.
Mesazh	Si e themi shkurt?	"Para se të shpërndash, verifiko: një orë edukim medial mund të ndalë shumë dëme."
Veprim	Çfarë bëjmë?	Takim me drejtorinë, video 60-sekondëshe, punëtori me fact-checker, poster në shkollë.
Ndjekje	Si e masim?	Numri i pjesëmarrësve, test para/pas, feedback, vendim për vazhdim të klubit medial.

Mekanizmi	Për çfarë përdoret?	Si të afrohet një i ri/organizatë rinore
Këshilli i nxënësve/ studentëve	Për të ngritur çështje në shkollë/universitet dhe për të propozuar aktivitete.	Përgatit një kërkesë njëfaqëshe dhe kërko pikë në rend dite.
Këshilli lokal i veprimit rinor / qendra rinore	Për aktivitete lokale, kampanja, debate dhe konsultime rinore.	Shko me problem konkret, objektiv dhe propozim aktiviteti.
Dëgjim publik komunal	Për të kërkuar që komuna të përfshijë edukimin medial/sigurinë online në programet për rini.	Përgatit 2–3 minuta ndërhyrje me problem, provë dhe kërkesë.
Media lokale / gazetarë të rinj	Për të hapur debat publik dhe për të shpjeguar fenomenet me gjuhë të thjeshtë.	Dërgo ide artikulli, rast edukativ ose ftesë për bashkëpunim.
Fact-checkerë	Për verifikim të pretendimeve publike dhe edukim për metodat e kontrollit.	Dërgo linkun, screenshot-in dhe pyetjen konkrete; mos kërko "opinion", kërko verifikim.
Organizata të shoqërisë civile	Për mentorim, hapësirë, ekspertizë dhe lidhje me institucione.	Kërko partneritet me rol të qartë: trajnim, mentorim, fasilitim, komunikim.

5. Raste studimore dhe skenarë për diskutim

5.1 Skenar

Skenari	Përshkrimi	Detyra për grupin
Rasti 1: "Klubi medial në shkollë"	Një grup nxënësish vëren se shumë bashkëmoshatarë ndajnë lajme pa burim në grupet e klasës. Ata duan të bëjnë diçka, por drejtoria thotë se "nuk ka kohë në planprogram".	Përdorni ciklin e avokimit. Formuloni kërkesën konkrete, provat dhe mekanizmin e parë ku do të drejtoheni.
Rasti 2: "Fushatë komunale për mos-shpërndarje të thashethemeve"	Në një komunë qarkullojnë thashetheme online që rrisin tensionin ndërmjet grupeve të të rinjve. Një organizatë rinore dëshiron të ndërhyjë pa e bërë situatën më të dukshme.	Ndërtoni një plan 7-ditor: mesazhi, partnerët, rregullat e sigurisë, kanalet dhe matja e efektit.
Rasti 3: "Gazetarët e rinj dhe influencuesit lokalë"	Një grup studentësh të gazetarisë dhe disa krijues përmbajtjeje duan të prodhojnë video të shkurtra mbi dallimin fakt/opinion dhe përdorimin etik të AI.	Përgatitni formatin e videos, burimet që do të përdorni, rregullat etike dhe një thirrje për veprim.
Rasti 4: "Kërkesë për program rinor mbi sigurinë online"	Një këshill rinor lokal dëshiron që komuna të financojë punëtori për edukim medial, cyberbullying dhe verifikim.	Hartoni një kërkesë njëfaqëshe me problem, provë, objektiv, aktivitete, partnerë dhe rezultat të pritshëm.

5.2 Ushtrime

Ushtrimi 1: "Harta e aktorëve"

Koha: 20–25 minuta

Qëllimi: Të kuptohet se një problem digjital nuk zgjidhet vetëm me një postim, por me aktorë, përgjegjësi dhe mekanizma.

Materialet: Fletë e madhe, markerë, karta me aktorë.

Hapat:

1. Fasilitatori jep një problem: "Në shkollë/komunitet po shpërndahen pretendime të pasakta dhe komente ofenduese".
2. Grupet vizatojnë një hartë me tri rrethe: kush preket, kush mund të ndihmojë, kush vendos.
3. Në secilin rreth vendosin aktorët: të rinjtë, prindërit, mësimdhënësit, drejtoria, komuna, media, fact-checkerët, organizatat rinore, platforma online.
4. Grupi zgjedh aktorin e parë që duhet kontaktuar dhe arsyeton pse.

Pyetje reflektimi:

- Cili aktor kishte më shumë ndikim?
- Cili aktor shpesh harrohet?
- Çfarë ndryshon nëse problemi është në shkollë, komunë apo platformë online?

Kujdes - Nëse problemi lidhet me viktima konkrete, përdorni skenar të simuluar dhe mos kërkoni emra.

Ushtrimi 2: "Nga problem në fushatë"

Koha: 75–90 minuta

Qëllimi: Të ndërtohet një mini-fushatë avokimi për edukim medial ose reagim ndaj dezinformimit.

Materialet: Fletë "Canvas i avokimit"; laptop/telefon; shembuj fushatash; fletë prezantimi.

Hapat:

1. Secili grup zgjedh një problem: sondazhe të rreme, AI/deepfake, thashetheme në grupe, gjuhë urrejtjeje, mungesë edukimi medial në shkollë, mungesë raportimi.
2. Grupi plotëson canvas-in: problem, prova, audienca, aktorët, objektivi, mesazhi, aktivitetet, rreziqet, indikatorët.
3. Grupi krijon një produkt: postim edukativ, ide për video 60 sekonda, plan takimi me shkollën/komunën ose draft-kërkesë për punëtori.
4. Secili grup prezanton për 3 minuta. Të tjerët japin feedback sipas tri pyetjeve: a është kërkesa konkrete, a është etike, a është e matshme?

Pyetje reflektimi:

- A kërkon fushata ndryshim real apo vetëm ndërgjegjësim të përgjithshëm?
- Çfarë prove e bën kërkesën më bindëse?
- Si do të shmangim gjuhën polarizuese dhe ekspozimin e personave të prekur?

Kujdes - Kujdes me tema që përfshijnë diskriminim, gjini, etni ose të mitur. Fushata nuk duhet të riprodhojë përmbajtjen e dëmshme që synon ta luftojë.

6. Shënime për fasilitatorin

Kohëzgjatja e rekomanduar - 90 minuta për version hyrës; 3 orë për punëtori me fushatë; 1 ditë për laborator avokimi me mentorim.

Materialet - Canvas i avokimit, fletë aktorësh, laptop/telefon, shembuj fushatash, projektor, poster.

Niveli i ndjeshmërisë - Mesatar. Mund të bëhet i lartë nëse diskutohen viktima, diskriminim, gjuhë urrejtjeje ose përvoja personale.

Rregulla sigurie - Mbro identitetin e personave, shmang turpërimin, mos përdor komente të dëmshme të paanonimizuara, cakto rregulla për moderimin e komenteve.

Përshtatje për 18–29 - Shto konsultime publike, media, komuna, institucione, politika publike, zgjedhje dhe fushata digjitale.

Variant online - Përdor dokument të përbashkët për canvas, anketë live, dhoma grupore dhe prezantime 3-minutëshe.

Variant offline - Përdor harta aktorësh në mur, simulim takimi dhe prezantim publik para një paneli të ftuar.

Output i rekomanduar - Në fund, secili grup duhet të dalë me një kërkesë konkrete, një mesazh, një aktor të synuar dhe një hap të ardhshëm.

7. Fjalor

Advokim - Veprim i organizuar për të ndikuar në vendime, politika, praktika ose sjellje publike.

Audiencë - Grupi të cilit i drejtohet mesazhi ose fushata.

"Civic storytelling" - Tregim i një problemi publik përmes historie njerëzore, provash dhe thirrjeje për veprim.

Indikator - Shenjë matëse që tregon nëse një aktivitet ka pasur rezultat.

Këshill rinor - Strukturë përfaqësuese ose konsultative ku të rinjtë mund të artikulojnë nevoja dhe propozime.

Multiplikator - Person i trajnuar që i përcjell njohuritë dhe praktikat te bashkëmoshatarët ose komuniteti.

Pjesëmarrje kuptimplote - Pjesëmarrje ku të rinjtë kanë ndikim real, jo vetëm prani simbolike.

Qytetari digjitale - Pjesëmarrje aktive, e përgjegjshme dhe e sigurt në komunitete online dhe offline.

8. Burime për përshtatje të mëtutjeshme

- UNESCO – *Media and Information Literacy Curriculum for Educators and Learners*, 2021.
- Council of Europe – Digital Citizenship Education resources and *Digital Citizenship Education Handbook*.
- Council of Europe – *Have Your Say! Manual on the Revised European Charter on the Participation of Young People in Local and Regional Life*.
- European Commission – Media Literacy policy page and Digital Education Action Plan.
- Intervistë me Hibrid.info – rekomandime për edukim medial, dallim fakt/opinion, AI/deepfake dhe ushtrime praktike.
- UNESCO – *Journey Through the MILtiverse: Media and Information Literacy Toolkit for Youth Organizations,* 2025.



Kapitulli III - Aftësia mediatike dhe konsumi kritik i medias

1. Hyrje

Çdo ditë ne jetojmë brenda një rrjedhe të pandërprerë mesazhesh. Një titull na del në telefon sapo zgjohemi. Një video e shkurtër na tërheq vëmendjen në rrjetet sociale. Një portal na njofton për një ngjarje, ndërsa dikush tjetër e komenton po atë ngjarje me gjuhë emocionale, ironike ose politike nëpërmes një reel apo një "LIVE" video në Tik-Tok. Në pamje të parë, e gjithë kjo duket si informacion. Në të vërtetë, kemi të bëjmë me lloje të ndryshme përmbajtjeje që kërkojnë sy kritik përgjatë konsumit të tyre.

Përhapja e madhe e internetit dhe qasja e lehtë në të është një realitet në Kosovë që hap rrugën edhe për devijim të pranimit të informacionit. TikTok-u, Instagram-i, Telegram-i dhe platformat e tjera sociale kanë peshë të dukshme në qarkullimin e përmbajtjeve që informojnë, bindin, polarizojnë ose manipulojnë. Kjo do të thotë se edukimi medial është pjesë e mbijetesës në jetën e përditshme dhe jo më veç një njohuri profesionale e dikujt që merret me media. Një rol të ri në qarkullim informacioni po marrin edhe sistemet e ndryshme të inteligjencës artificiale.

Të jesh i edukuar medialisht nuk do të thotë të mos u besosh mediave në asnjë mënyrë. Do të thotë të mos u besosh verbërisht. Do të thotë të pyesësh: kush po flet, me çfarë qëllimi po flet, çfarë provash jep, a ka informacion rreth atij që po e shpërndan materialin dhe çfarë kërkon nga ne si audiencë.

Le të futemi në një situatë për pak qasje.

Një video 20-sekondëshe shfaqet në telefonin tënd me mbishkrimin: "Shiko çfarë po e fshehin mediat" dhe flet se si po fshihen paratë e Bankës Qendrore të Kosovës në një shtëpi të një lagje private në Kosovë, që është në pronësi të një politikani. Brenda pak minutash ajo shpërndahet në grupe shoqërore, në storie dhe në komente. Disa e marrin si të vërtetë. Disa zemërohen. Disa e përdorin për të forcuar atë që tashmë besojnë. Por pyetja kryesore mungon: a po shohim të gjithë të vërtetën, apo vetëm një copëz të saj?

Ky kapitull është ndërtuar pikërisht për atë çast kur informacioni na vjen shpejt, fort dhe me ngarkesë emocionale.

2. Çfarë do të mësoni

- Si të kuptoni çfarë janë mediat në kuptimin e sotëm;
- Si krijohet, përzgjidhet dhe shpërndahet informacioni;
- Si të dalloni lajmin nga opinioni, reklama, propaganda dhe satira;
- Si të konsumoni media në mënyrë kritike, pa rënë në cinizëm;
- Cilat janë disa parime themelore etike të gazetarisë dhe komunikimit publik.

3. Media si mjedis, jo vetëm si kanal

Kur dëgjojmë fjalën *media*, shpesh mendojmë për televizionin, radion dhe gazetën. Por sot media është shumë më e gjerë. Ajo përfshin portalet online, rrjetet sociale, podkastet, platformat video, aplikacionet e komunikimit, krijuesit e përmbajtjes dhe influencuesit. Media nuk është vetëm vendi ku publikohet një informacion por është mjedisi ku prodhohen kuptime, emocione, qëndrime dhe reagime.

Dallimi më i madh me të kaluarën është se sot shumica prej nesh nuk janë vetëm marrës të mesazheve. Ne jemi edhe shpërndarës, komentues, montues, ripostues, madje edhe krijues të tyre. Një storie, një meme, një video ose një 'caption' i shkurtër mund të ndikojë te qindra ose mijëra persona pa kaluar nëpër filtrat e gazetarisë profesionale.

Prandaj edukimi medial nuk është thjesht aftësi për të lexuar lajme. Është aftësi për të lexuar mjedisin informativ.

3.1 Si funksionon media

Media nuk e merr realitetin dhe nuk e hedh ashtu siç është para nesh. Midis ngjarjes dhe audiencës qëndron një proces përzgjedhjeje.

Gazetarët dhe redaktorët zgjedhin:

- çfarë ngjarjeje do t'i kushtohet vëmendje;
- cilat burime do të citohen;
- çfarë fotografie do të përdoret;
- cili titull do të vendoset;
- çfarë do të hyjë në fillim dhe çfarë do të lihet në fund.

Kjo nuk do të thotë se media është domosdoshmërisht mashtruese. Do të thotë se media është gjithmonë një ndërtim, jo thjesht një pasqyrë.

Në mjedisin online, këtij procesi i shtohet edhe një filtër tjetër: renditja algoritmike. Në praktikën e përditshme kjo do të thotë se shumë përdorues nuk e shohin domosdoshmërisht përmbajtjen më të plotë ose më të balancuar, por shpesh atë që ka më shumë gjasa t'i ndalë, t'i zemërojë, t'i bëjë kuriozë ose t'i nxisë të reagojnë. Për këtë arsye, popullariteti nuk është provë e saktësisë.

3.2 Lajm, opinion, reklamë, propagandë dhe satirë

Një nga aftësitë më të rëndësishme të edukimit medial është dallimi i llojeve të përmbajtjes.

Lajmi - Lajmi synon të informojë mbi një ngjarje, zhvillim ose fakt që ka interes publik. Ai duhet të mbështetet në burime të identifikueshme, të verifikueshme dhe të paraqitura me sa më shumë saktësi dhe kontekst.

Opinioni - Opinioni shpreh qëndrimin, analizën ose interpretimin personal të autorit. Ai mund të jetë i argumentuar mirë, i ndershëm dhe me vlerë, por nuk duhet ngatërruar me raportimin e paanshëm të një ngjarjeje.

Reklama - Reklama synon të të shtyjë drejt një veprimi: të blesh, të regjistrohesh, të klikosh, të provosh, të mbështesësh. Ndonjëherë reklama është e qartë; herë të tjera vishet me gjuhë neutrale dhe duket si artikull informues.

Propaganda - Propaganda synon të ndikojë bindjet ose sjelljen e njerëzve përmes një mesazhi të njëanshëm, të ngarkuar emocionalisht dhe të ndërtuar për të favorizuar një kauzë, grup ose qendrim të caktuar. Ajo nuk mbështetet domosdoshmërisht te dialogu; shpesh mbështetet te përsëritja, frika, identiteti dhe ndarja "ne" kundër "atyre".

Satira - Satira përdor humorin, ironinë dhe ekzagjerimin për të komentuar dukuri shoqërore ose politike. Ajo nuk synon të raportojë faktet si lajm. Megjithatë, në epokën e shpërndarjes së shpejtë, satira mund të shkëputet nga konteksti dhe të merret gabimisht si informacion i vërtetë.

4. Konsumi kritik i medias

Konsum kritik do të thotë të mbash dy qëndrime njëkohësisht: mendje të hapur dhe dyshim të arsyeshëm. Nuk do të thotë as neveri ndaj medias. Do të thotë pjekuri në marrëdhënien me të.Para se ta pranosh ose ta shpërndash një informacion, ndalu dhe pyet:

- ***Kush e publikoi?***

A ka emër, redaksi, autor, kontakt, përgjegjësi publike?

- ***Çfarë provash jepen?***

A ka dokument, lidhje, dëshmi, citim, datë, vend, burim të dytë?

- ***Çfarë mungon?***

A mungon konteksti? A mungon pala tjetër? A mungon data? A mungon pjesa e videos para ose pas?

- ***Kujt i shërben ky informacion?***

A ka interes politik, ekonomik, ideologjik ose komercial?

- ***A është aktual?***

A mund të jetë një foto ose video e vjetër, e ricikluar si "e re"?

» ***A po më shtyn të reagoj menjëherë?***

Nëse po, ndoshta ky është pikërisht qëllimi i mesazhit. Andaj mendoje dy herë.

4.1 Pesë pyetje për çdo mesazh mediatik

Një mënyrë e thjeshtë për të analizuar çdo përmbajtje është të përdorësh pesë pyetje themelore.

Kush e krijoi këtë mesazh - Çdo përmbajtje ka dikë pas saj: një gazetar, një redaksi, një institucion, një biznes, një parti, një influencues ose një llogari anonime. Të dish autorin nuk të jep automatikisht përgjigjen e saktë, por të jep pikën e nisjes.

Çfarë teknikash përdoren për të tërhequr vëmendjen - Tituj alarmues. Ngjyra të forta. Muzikë dramatike. Fjalë si "skandal", "urgjente", "ekskluzive", "nuk do ta besoni". Këto elemente nuk janë të ndaluara. Por kur teknika e emocionit zë vendin e provës, duhet ndezur alarmi kritik.

Si mund ta kuptojnë të tjerët ndryshe - Njerëzit nuk e lexojnë të njëjtin mesazh në të njëjtën mënyrë. Përvoja, identiteti, gjuha, bindjet politike, mosha dhe përkatësia sociale ndikojnë në interpretim. Kjo është arsyeja pse i njëjti postim mund të duket informues për dikë dhe fyese ose manipuluese për dikë tjetër.

Cilat vlera dhe këndvështrime paraqiten - Asnjë përmbajtje nuk është krejtësisht neutrale. Edhe kur një mesazh jep fakte të sakta, ai përsëri zgjedh çfarë të theksojë, kë të citojë dhe cilin kënd të paraqesë. Pyet: kush flet? kush mungon? cili grup paraqitet me dinjitet? cili reduktohet në stereotip?

Pse është krijuar ky mesazh - Për të informuar? Për të argëtuar? Për të reklamuar? Për të bindur? Për të nxitur reagim politik? Për të mbledhur klikime? Qëllimi është shpesh çelësi që të ndihmon ta kuptosh mesazhin.

5. Etika në gazetari dhe komunikim

Një komunikim i mirë nuk është vetëm ai që tërheq vëmendje. Është ai që e përdor vëmendjen me përgjegjësi.Pesë parime bazë janë të domosdoshme:

1. **Saktësia** - Verifikimi duhet të vijë para publikimit. Kur nuk je i sigurt, nuk e paraqet si të sigurt.
2. **Drejtësia** - Faktet nuk duhen shtrembëruar për t'i shërbyer një pozicioni të parapëlqyer. Drejtësia kërkon përfaqësim të ndershëm të çështjes.
3. **Konteksti** - Edhe një fjali e vërtetë mund të mashtrojë nëse shkëputet nga rrethanat. Konteksti është pjesë e së vërtetës.
4. **Pavarësia**- Përmbajtja nuk duhet të diktohet padrejtësisht nga interesa politike, personale apo biznesore.
5. **Llogaridhënia** - Gabimet ndodhin. Ajo që e dallon komunikimin e përgjegjshëm është gatishmëria për t'i pranuar dhe korrigjuar ato.

6. Praktika

Ushtrimi 1

Qëllimi: Të eksplorohen perceptimet dhe njohuritë fillestare të pjesëmarrësve rreth koncepteve kryesore të edukimit medial.

Kohëzgjatja: 15–20 minuta

Materialet:

- 5 flipchart-e ose fletë të mëdha letre
- Markerë
- Sticky notes (opsionale)

Udhëzimet:

Lehtësuesi vendos në mure pesë flipchart-e me këto terma:

- Lajm
- Opinion
- Edukim Medial
- Rrjete Sociale

Pjesëmarrësit ndahen në pesë grupe. Çdo grup fillon te një flipchart dhe ka 2–3 minuta kohë për të shkruar fjalë, ide, asociacione ose shpjegime që lidhen me termin përkatës.

Për shembull:

Lajm

- Informim
- Fakte
- Aktualitet
- Burime

Rrjete Sociale

- TikTok
- Instagram
- Shpërndarje
- Influencues

Pas disa minutash, grupet kalojnë te flipchart-i tjetër dhe vazhdojnë të shtojnë ide të reja pa përsëritur ato që janë shkruar më parë.

Procesi vazhdon derisa të gjitha grupet të kenë kontribuar në secilin flipchart.

Diskutim në grup

Pasi të përfundojë aktiviteti, lehtësuesi i lexon përgjigjet dhe hap diskutimin me pyetje si:

- Cili term ishte më i lehtë për t'u përshkruar?
- Për cilin term pati më shumë mendime të ndryshme?
- A kishte ndonjë fjalë që ju befasoi?
- A mendoni se të gjithë e kuptojmë njësoj termin "edukim medial"?
- Nga cilët prej këtyre termave ndikohemi më shumë në jetën e përditshme?

Ky ushtrim tregon se secili prej nesh vjen me përvoja dhe kuptime të ndryshme për mediat dhe informacionin. Gjatë këtij manuali do të ndërtojmë një kuptim më të plotë të këtyre koncepteve dhe do të zhvillojmë aftësi për t'i përdorur ato në mënyrë kritike dhe të përgjegjshme.

Ushtrimi 2

Punoni në grupe të vogla. Zgjidhni një temë aktuale nga Kosova dhe krahasoni tre forma të paraqitjes së saj:

- një artikull mediatik;
- një video të shkurtër në rrjet social;
- një postim ose koment viral.

Analizoni:

- autorin;
- qëllimin;
- provat;
- tonin;
- emocionet që aktivizon;
- mungesat e mundshme;
- besueshmërinë përfundimtare.

Në fund, secili grup të paraqesë jo vetëm përfundimin, por edhe rrugën logjike që ndoqi për të arritur aty.

7. Reflektim

- Mendo për përmbajtjen e fundit që e ke shpërndarë ose e ke pëlqyer.
- A e shpërndave sepse ishte e verifikuar; sepse të bëri të qeshësh; sepse të zemëroi; sepse përputhej me atë që tashmë besoje?
- Nëse do të ktheheshe edhe një herë te ai postim, a do të bëje të njëjtin veprim?

Vlerësim

- Shpjego me fjalët e tua çfarë është edukimi medial.
- Pse njohja e autorit të një mesazhi është e rëndësishme?
- Cili është dallimi kryesor ndërmjet lajmit dhe opinionit?
- Si mund të duket një reklamë si përmbajtje "neutrale"?
- Pse një përmbajtje shumë virale nuk është domosdoshmërisht e besueshme?

8. Shënime për fasilituesin

Koha e rekomanduar: 60–90 minuta.

Materialet: telefona ose kompjuterë, projektor, fletë pune, stilolapsa.

Niveli i ndjeshmërisë: mesatar; diskutimet mund të prekin identitete politike, fetare ose kulturore.

Përshtatja sipas moshës: për moshat më të vogla përdorni shembuj nga kultura digjitale e përditshme; për moshat më të mëdha shtoni analiza të titujve, framing-ut dhe interesit publik.

Varianti online: përdorni ndarjen në "breakout rooms" dhe dokumente të përbashkëta për analizë.

Varianti offline: printoni screenshote të postimeve ose artikujve dhe kërkoni analizë me ngjyra ose etiketime.

Kujdes pedagogjik: shmangni turpërimin e nxënësve për përmbajtje që mund ta kenë shpërndarë më parë; fokusi duhet të jetë te të mësuarit, jo te faji.

Kur duhet referim shtesë: nëse diskutimi kalon te kërcënimet ndaj gazetarëve, gjuha e urrejtjes ose dhuna online, fasilituesi duhet ta kanalizojë bisedën drejt kapitujve për sigurinë online dhe mbështetjen institucionale.

9. Fjalor

Media – mjetet dhe platformat përmes të cilave qarkullon informacioni.

Audiencë – grupi i njerëzve për të cilin synohet një mesazh.

Burim – personi, institucioni ose dokumenti nga i cili merret informacioni.

Editorial – procesi i përzgjedhjes dhe formësimit të përmbajtjes para publikimit.

Algoritëm – mekanizëm që rendit ose rekomandon përmbajtje në mjedisin digjital.

Opinion – mendim ose interpretim personal.

Propagandë – komunikim i ndërtuar për të ndikuar bindje ose sjellje në mënyrë të njëanshme.

Pavarësi editoriale – aftësia për të raportuar pa ndikim të padrejtë nga interesa të jashtme.



Kapitulli IV - Identifikimi dhe reagimi ndaj keqinformimit dhe dezinformimit

1. Hyrje

Të rinjtë në Kosovë jetojnë në një mjedis të lidhur ngushtë me internetin, ku lajmet, opinionet, reklamat, videot e shkurtra, komentet, memet dhe përmbajtjet e krijuara nga përdoruesit qarkullojnë në të njëjtat platforma. Keqinformimi dhe dezinformimi nuk paraqiten gjithmonë si "lajme të rreme". Shpesh ato vijnë si tituj emocionalë, video të vjetra të riqarkulluara, fotografi jashtë kontekstit, sondazhe pa metodologji, pretendime të influencerëve, audio të manipuluara, pamje të gjeneruara me AI ose postime anonime në grupe të mbyllura. Ai shpeshherë përdoret edhe si formë rekrutimi ku synohet shpërndarja e informata me orientim ideologjik. Rreziku nuk është vetëm që një i/e ri/re të besojë një pretendim të pasaktë. Rreziku më i madh është që përmes përsëritjes të krijohet mosbesim, polarizim, urrejtje, frikë dhe tërheqje nga pjesëmarrja publike.

Në jetën e përditshme online, përmbajtjet nuk ndahen thjesht në të vërteta dhe të rreme. Një postim mund të ketë një fakt të vërtetë, por ta vendosë në kontekst të gabuar. Një video mund të jetë reale, por e marrë nga një vend tjetër. Një titull mund të mos jetë plotësisht i pavërtetë, por mund të shtrembërojë kuptimin e ngjarjes. Një koment mund të duket si opinion personal, por mund të jetë pjesë e një fushate të koordinuar për të nxitur urrejtje apo mosbesim.

Për këtë arsye, pyetja e parë nuk duhet të jetë vetëm "a është kjo e vërtetë?". Pyetjet më të dobishme janë: Kush e thotë? Si e di? Çfarë prove jep? Çfarë mungon? Pse po më shfaqet tani? Çfarë kërkon nga unë: të informohem, të zemërohem, të klikoj, të ndaj, të urrej, apo të veproj menjëherë.

Ky kapitull synon t'i ndihmojë të rinjtë të kalojnë nga reagimi impulsiv në reagim të menduar: të ndalen, të verifikojnë, të vlerësojnë dëmin dhe të zgjedhin mënyrën më të sigurt e më të dobishme të përgjigjes.

2. Çfarë do të mësoni

- Të dalloni keqinformimin nga dezinformimi dhe nga përmbajtjet e tjera manipuluese.
- Të njihni shenjat paralajmëruese të një përmbajtjeje të dyshimtë.
- Të kuptoni pse emocionet, identiteti grupor, algoritmet dhe përsëritja e bëjnë dezinformimin më bindës.
- Të përdorni modelin "Ndalo – Ruaje – Verifiko – Vlerëso – Reago – Mëso".
- Të korrigjoni informacionin e pasaktë pa e përhapur më shumë dhe pa hyrë në konflikt të panevojshëm.
- Të dini kur duhet raportuar, kur duhet kërkuar ndihmë dhe kur duhet shmangur ndërveprimi.

3. Koncepte kryesore

Keqinformim - Informacion i pasaktë ose mashtrues që mund të shpërndahet pa qëllim të keq. Për shembull: dikush ndan një fotografi të vjetër duke menduar se është e sotme.

Dezinformim - Informacion i rremë ose mashtrues i krijuar ose shpërndarë me qëllim për të manipuluar, dëmtuar, fituar ndikim ose krijuar përfitim.

Keqpërdorim i informatës - Informacion i vërtetë, por i përdorur jashtë kontekstit ose në mënyrë dëmtuese. Për shembull: publikimi i të dhënave private për të sulmuar dikë.

Parandalimi i Dezinformimit (Prebunking) - Paralajmërim dhe edukim paraprak për taktikat manipuluese, para se njerëzit të ekspozohen ndaj përmbajtjes mashtruese.

Demaskimi i Dezniformimit (Debuking) - Korrigjim pas publikimit të një pretendimi të pasaktë, duke treguar çfarë është e pavërtetë dhe cilat janë faktet e verifikuara.

4. Format më të shpeshta të keqinformimit dhe dezinformimit

Përmbajtjet manipuluese mund të marrin shumë forma. Në Kosovë dhe rajon ato shpesh qarkullojnë përmes portaleve online, faqeve anonime, videove të shkurtra, grupeve në rrjete sociale, aplikacioneve të mesazheve, komenteve të koordinuara dhe kanaleve më pak të dukshme. Format e zakonshme përfshijnë:

- Tituj sensacionalë që nuk përputhen me përmbajtjen.
- Fotografitë ose videot e vjetra që paraqiten si të reja.
- Sondazhet pa burim, pa metodologji.
- Pretendimet politike ose shoqërore pa provë dhe pa burim parësor.
- Statistikat e nxjerra jashtë kontekstit.

- Përkthimet e pasakta ose të manipuluara të deklaratave.
- Pamjet, zërat ose mesazhet e gjeneruara me IA.
- "Screenshot"-et që mund të jenë të fabrikuara ose të edituara.
- Satira e shkëputur nga konteksti dhe e shpërndarë si lajm i vërtetë.

5. Pse dezinformimi funksionon

Dezinformimi është efektiv jo sepse njerëzit janë "të painformuar", por sepse ai shfrytëzon mënyrën si funksionon vëmendja njerëzore. Përmbajtjet që shkaktojnë frikë, zemërim, krenari, turp ose ndjenjë rreziku kanë më shumë gjasa të klikohen dhe të shpërndahen. Algoritmet shpesh e forcojnë këtë dinamikë duke na shfaqur më shumë përmbajtje të ngjashme me atë që kemi parë, pëlqyer apo komentuar më parë.

Në tema politike, ndër-etnike, gjinore, fetare ose të sigurisë, dezinformimi shpesh synon identitetin: "grupi ynë po kërcënohet", "ata po fshehin të vërtetën", "askujt nuk mund t'i besohet", "institucionet janë gjithmonë kundër nesh". Kur këto mesazhe përsëriten, ato mund të ndikojnë në mënyrën si të rinjtë e kuptojnë shoqërinë, institucionet dhe njëri-tjetrin.

5.1 Shenjat paralajmëruese: kur duhet të ndalemi

Një përmbajtje duhet të na bëjë të ndalemi kur kërkon reagim të menjëhershëm, kur përdor gjuhë shumë emocionale, kur nuk jep burim, kur mbështetet vetëm në "thuhet se", kur përdor fotografi pa kontekst, kur pretendon se "mediat po e fshehin", kur sulmon grupe të caktuara, kur e bën një çështje komplekse të duket shumë e thjeshtë ose kur përdor gjuhë që nxit ndarje.

Ndalimi nuk do të thotë censurë. Do të thotë përgjegjësi. Para se të ndajmë diçka, duhet të kuptojmë nëse po ndihmojmë informimin apo po i japim shpejtësi një manipulimi.

Kur sheh një pretendim të dyshimtë, mos u fut menjëherë te pyetja "a më pëlqen?". Fillo me pyetjen "çfarë lloj pretendimi është ky?".

Filtri i parë

- A po raporton një fakt të kontrollueshëm?
- Apo po jep mendim, frikë, dyshim ose interpretim?

Filtri i dytë

- A ka autor, burim, datë, vend dhe provë?
- Apo ka vetëm tone alarmi dhe gjuhë urdhëruese?

Filtri i tretë

- A është pretendimi i vërtetë?
- A është i rremë?
- A është i saktë, por i paplotë?
- A është i pasaktë, por jo domosdoshmërisht i qëllimshëm?
- A është i pavërtetuar ende?

6. Si të reagojmë

6.1 Modeli praktik i reagimit: Ndalo – Ruaje – Verifiko – Vlerëso – Reago – Mëso

Ky model mund të përdoret nga të rinjtë, mësimdhënësit, punëtorët rinorë dhe organizatat rinore sa herë që hasin përmbajtje të dyshimtë.

1. **Ndalo**: mos e shpërnda menjëherë. Reagimi i shpejtë është shpesh objektivi i manipulimit.
2. **Ruaje**: nëse përmbajtja është e dëmshme, ruaj një dëshmi për analizë ose raportim. Mos e riposto publikisht. Hyr në profil, portal ose faqe. Shiko a ka të dhëna bazë, historik publikimi, autor, metodologji, apo korrigjime.
3. **Verifiko**: kërko burimin origjinal, datën, autorin, kontekstin, prova të pavarura dhe raportime nga burime të besueshme. A është video e plotë? A është fotografia nga kjo ngjarje? A është ky citim i shkëputur? Shiko nëse pretendimi raportohet edhe nga media të tjera serioze ose nga rubrika lokale të verifikimit. Në Kosovë, rubrika si **Krypometër** e KALLXO.com dhe platforma Hibrid.info mund të përdoren për të verifikuar lajmet.
4. **Vlerëso**: a është thjesht gabim, apo përmbajtje që mund të shkaktojë panik, urrejtje, diskriminim, dëm personal apo dhunë?
5. **Reago**: zgjidh përgjigjen e duhur: mosndërveprim, korrigjim privat, raportim në platformë, dërgim te fact-checker, shpjegim publik ose njoftim i një të rrituri/institucioni kur rreziku është i lartë.
6. **Mëso**: pas rastit, reflekto çfarë taktike u përdor dhe si mund ta njohësh më herët herën tjetër.

6.2 Si të korrigjojmë pa e përhapur më shumë manipulimin

Një gabim i zakonshëm është se duke e kundërshtuar një pretendim të rremë, ne e përsërisim atë aq shumë sa i japim më shumë dukshmëri. Korrigjimi i mirë duhet të jetë i qartë, i shkurtër dhe i bazuar në fakte.

Përdor këtë rend: fillo me faktin e saktë; shpjego shkurt pse pretendimi është problematik; jep burimin ose metodën e verifikimit; shmang talljen, fyerjen ose etiketimin e personit që e ka shpërndarë; përqendrohu te përmbajtja, jo te turpërimi i personit. Për shembull: "Sipas të dhënave të publikuara nga burimi zyrtar, kjo fotografi nuk është nga kjo ngjarje. Ajo është publikuar më herët dhe lidhet me një kontekst tjetër. Më mirë të mos shpërndahet si aktuale."

6.3 Kur duhet të raportohet dhe kur duhet kërkuar ndihmë?

Jo çdo informacion i pasaktë kërkon të njëjtin reagim. Një gabim në datë mund të korrigjohet me shpjegim.

Një përmbajtje që nxit urrejtje, kërcënime, dhunë, diskriminim, publikim të të dhënave personale, sulm ndaj një të mituri ose shënjestrim të një grupi të cenueshëm kërkon më shumë kujdes. Në këto raste, përgjigjja nuk duhet të jetë debat publik me sulmuesit, por dokumentim, raportim në platformë, njoftim i personave përgjegjës në shkollë/organizatë, kontaktim i prindit/kujdestarit kur përfshihen të mitur, dhe sipas rastit dërgim te mekanizmat përkatës institucionalë ose te organizatat që ofrojnë mbështetje.

Për fasilitatorët: mos kërkoni nga pjesëmarrësit të tregojnë publikisht përvoja personale të dëmtimit online. Ofroni mundësi për bisedë individuale pas sesionit dhe përmendni rrugë të sigurta të mbështetjes.

Niveli i reagimit	Kur përdoret	Shembull i përgjigjes
1. Mosndërveprim	Kur përmbajtja është provokim, trollim ose kërkon vetëm të prodhojë konflikt.	Mos komento, mos e shpërnda, mos e rrit dukshmërinë.
2. Korrigjim privat	Kur personi që e ka ndarë mund të ketë gabuar pa qëllim.	"Mendoj se kjo foto është e vjetër. Shiko këtë burim para se ta lësh online."
3. Korrigjim publik i kujdesshëm	Kur përmbajtja po shpërndahet shumë dhe mund të keqinformojë të tjerët.	Publiko faktin e saktë, jo pretendimin e rremë si titull.
4. Raportim në platformë	Kur ka mashtrim, impersonim, gjuhë urrejtjeje, kërcënim ose privatësi të cenuar.	Përdor opsionin "Report" dhe ruaj dëshmi.
5. Dërgim te fact-checker / media e besueshme	Kur pretendimi është publik, me interes shoqëror dhe kërkon verifikim profesional.	Dërgo linkun/screenshot-in te platforma e verifikimit.
6. Njoftim i të rriturve/ institucioneve	Kur përfshihen të mitur, siguria, kërcënimi, diskriminimi ose dhuna.	Njofto mësimdhënësin, koordinatorin e organizatës, prindin/kujdestarin ose mekanizmin përkatës.

7. Skenarë për diskutim dhe ushtrime

7.1 Shkenarë

Skenari	Përshkrimi	Pyetje për grupin
Rasti 1: "Sondazhi që doli në Instagram"	Një faqe anonime publikon një grafik me përqindje për zgjedhje. Nuk ka emër kompanie, datë, metodologji, numër respondentësh apo lidhje drejt raportit. Postimi kërkon: "Shpërndajeni para se ta fshijnë".	Cilat shenja tregojnë se duhet të ndalemi? Çfarë duhet verifikuar para se të besohet? Si mund të korrigjohet pa e përhapur më shumë grafikën?
Rasti 2: "Videoja e vjetër me titull të ri"	Në një grup lokal shpërndahet një video e tensionuar me pretendimin se ka ndodhur "sot". Disa komente kërkojnë reagim kundër një komuniteti tjetër. Në video nuk shihet data, vendi apo burimi origjinal.	Si verifikohet koha dhe vendi? Pse ky rast mund të jetë i dëmshëm për marrëdhëniet ndër-komunitare? Cili është reagimi më i sigurt?
Rasti 3: "Screenshot-i i bisedës së një personi publik"	Një "screenshot" i një bisede private qarkullon në TikTok. Disa përdorues e përdorin për tallje dhe sulme. Nuk dihet nëse pamja është autentike, e edituar apo e gjeneruar.	A duhet shpërndarë edhe nëse duket "interesante"? Cilat janë çështjet e privatësisë dhe etikës? Çfarë duhet të bëjë një nxënës, student apo gazetar i ri?
Rasti 4: "Fotoja me AI gjatë një krize"	Pas një ngjarjeje të ndjeshme, shfaqet një fotografi dramatike që nxit zemërim. Disa detaje duken të çuditshme: duart, hijet, tekstet në sfond. Nuk ka burim origjinal.	Cilat sinjale mund të tregojnë manipulim? Pse nuk mjafton të thuhet "duket reale"? Cilat hapa duhet ndjekur para raportimit apo shpërndarjes?

7.2 Ushtrim

Ushtrimi 1: "Cili është problemi kemi këtu?"

Koha: 15–20 minuta

Qëllimi: Të dallohen llojet e përmbajtjeve problematike pa hyrë menjëherë në debat politik apo personal.

Materialet: Karta të printuara me 8 shembuj të shkurtër; fletë pune; lapsa.

Hapat:

1. Ndaj pjesëmarrësit në grupe të vogla.
2. Secili grup merr 8 karta me pretendime të shkurtra: titull sensacional, foto jashtë kontekstit, opinion, satirë, sondazh pa burim, statistikë pa kontekst, thashethem në grup, përmbajtje e manipuluar me AI.
3. Grupi vendos secilën kartë në njërën kategori: fakt i verifikueshëm, opinion, satirë, keqinformim i mundshëm, dezinformim i mundshëm, përmbajtje e dëmshme që kërkon raportim.
4. Secili grup shpjegon dy karta dhe arsyetimin e tij.

Pyetje reflektimi:

- Cila kartë ishte më e vështira për t'u kategorizuar?
- A kishte raste kur nuk kishim mjaft informata? Çfarë bëjmë kur nuk jemi të sigurt?
- Pse është e rëndësishme të mos e quajmë çdo gabim "dezinformim"?

Kujdes - Mos përdorni shembuj realë që identifikojnë të mitur ose persona të zakonshëm. Nëse përdoren raste publike, anonimizoni detajet.

Ushtrimi 2: "Ekipi i reagimit ndaj një dezinformimi"

Koha: 60–75 minuta

Qëllimi: Të praktikohen hapat e reagimit: verifikim, vlerësim i dëmit, mesazh korrigjues dhe raportim.

Materialet: Skenar i printuar; role për grupet; telefona ose laptopë për kërkim; fletë "Ndalo – Ruaje – Verifiko – Vlerëso – Reago – Mëso".

Hapat:

1. Fasilitatori prezanton një skenar: një video e vjetër po shpërndahet si e re dhe po nxit komente kundër një grupi të caktuar.
2. Pjesëmarrësit ndahen në role: verifikues burimesh, ekip komunikimi, ekip sigurie/raportimi, përfaqësues të organizatës rinore, gazetarë të rinj.
3. Secili ekip ka 15 minuta të analizojë situatën dhe të propozojë veprim.
4. Grupet bashkojnë planin: çfarë dimë, çfarë nuk dimë, çfarë duhet verifikuar, kush duhet njoftuar, cili mesazh publik duhet dhënë.
5. Në fund, secili grup prezanton një përgjigje prej 5 fjalish dhe një hap konkret raportimi ose edukimi.

Pyetje reflektimi:

- A e rriti apo e uli reagimi ynë dukshmërinë e përmbajtjes së rreme?
- Çfarë rreziku kishte nëse reagonim me zemërim?
- Si mund të përfshihet një fact-checker, mësimdhënës, këshill rinor apo media lokale?

Kujdes - Nëse skenari prek tema ndër-etnike, fetare ose gjinore, vendosni rregulla të qarta: flasim për taktika manipuluese, jo për fajësim kolektiv.

8. Shënime për fasilitatorin

Kohëzgjatja e rekomanduar: 90 minuta për version të shkurtër; 2.5–3 orë për version me simulim të plotë.

Materialet: Projektor, fletë pune, karta me skenarë, qasje në internet, fletë të mëdha, markerë.

Niveli i ndjeshmërisë: Mesatar deri i lartë kur diskutohen tema ndër-etnike, gjinore, fetare, politike ose raste me të mitur.

Rregulla sigurie: Mos shfaq përmbajtje të dëmshme të paanonimizuar. Mos kërko rrëfime personale. Mos lejo riprodhim të gjuhës së urrejtjes në ushtrime.

Variant online: Përdor anketa të shpejta, dokumente të përbashkëta, grupe të vogla virtuale dhe screenshot-e të anonimizuara.

Variant offline: Përdor karta, role-play, mur verifikimi dhe hartëzim të aktorëve lokalë.

9. Fjalor

Algoritëm - Sistem që vendos cilat përmbajtje të shfaqen më shpesh bazuar në sjelljen, interesat dhe ndërveprimet e përdoruesit.

Amplifikim - Rritja e dukshmërisë së një përmbajtjeje përmes pëlqimeve, komenteve, shpërndarjeve, mediave ose rrjeteve të koordinuara.

Burim primar - Dokumenti, deklarata, videoja, të dhënat ose dëshmia origjinale nga ku buron informacioni.

“Echo chamber” - Mjedis online ku njeriu sheh kryesisht ide të ngjashme me të vetat.

Deepfake - Përmbajtje audio/video e manipuluar ose e gjeneruar me AI për të paraqitur dikë duke thënë apo bërë diçka që nuk e ka bërë.

FIMI - Manipulim dhe ndërhyrje e huaj në informacion, shpesh me qëllim ndikimin e opinionit publik ose proceseve demokratike.

Kontekst. - Rrethanat që e bëjnë një informacion të kuptohet drejt: koha, vendi, burimi, qëllimi dhe ngjarja.

Parandalimi i Dezinformimit. - Mësim paraprak për taktikat manipuluese, para ekspozimit ndaj përmbajtjes mashtruese.

10. Burime për përshtatje të mëtutjeshme

- UNESCO – Media and Information Literacy Curriculum for Educators and Learners, 2021; UNESCO MIL e-platform.
- European Commission – Guidelines for teachers and educators on tackling disinformation and promoting digital literacy through education and training, updated 2026.
- European Commission – Media Literacy policy page and Digital Education Action Plan.
- Council of Europe – Digital Citizenship Education Handbook and Digital Citizenship Education resources.
- Intervistë me Hibrid.info – input mbi ekspozimin e të rinjve, nevojën për dallim fakt/opinion, AI/deepfake dhe ushtrime praktike.



Kapitulli V - Bullizmi kibernetik

1. Hyrje

Bullizmi kibernetik po bëhet një fenomen shumë i përhapur mes të rinjve në Kosovë, pasi 90% e të rinjve kanë qasje në internet. Një në tre fëmijë në Kosovë ka qenë viktimë e bullizmit kibernetik, ndërsa gjysma e tyre ka të ngjarë të mungojë nga shkolla për shkak të tij. Deri tani mungojnë të dhëna mbi bullizmin kibernetik mes nëngrupe të tjera të të rinjve.

Bullizmi kibernetik prek sidomos vajzat, pasi vlerat konservatore dhe diskriminimi offline gjejnë rrugë më të shpejtë online. Të gjithë keni dëgjuar për raportimin e grupit "Albking", që është raportuar të kishte mbi 100.000 anëtarë. Në kanalin e tyre në Telegram, burrat dërgonin foto intime të grave që ose i njihnin ose i kanë fotografuar fshehurazi apo u kanë marrë foto nga rrjetet sociale. Pas dërgimit të fotove, anëtarët postonin detaje private të tyre, përfshirë numra telefoni, duke mundësuar kështu ngacmime të ndryshme, presion dhe intimidim të grave. Ky shembull është një prej shumë kanaleve apo grupeve private që ekzistojnë duke targetuar bullizmin dhe ngacmimin e grave dhe vajzave, jo vetëm në Kosovë, por kudo në hapësirën digjitale.

Një rast tjetër i ngjashëm është skandali i inteligjencës artificiale GROK, i cili u përdor nga njerëzit në rrjetin social X për të riprodhuar imazhe artificiale nudo të grave dhe vajzave që përdornin këtë platformë për t'i bullizuar ato. Kjo aftësi e GROKUt për të gjeneruar foto nudo mbi bazën e fotove reale u keqpërdor më tej

nga njerëz të cilët riprodhuan dhe shpërndanë foto nudo të vajzave dhe fëmijëve në platforma me përmbajtje pornografike.

Nën këtë situatë alarmante të pranisë së shtuar online të të rinjve, mungesës së ligjeve të duhura dhe mos-pasjes së të dhënave dhe aftësive si të adresohet bullizmi kibernetik, ky kapitull synon të ofrojë mjete për të mbushur këto boshllëqe. Ai kontribuon gjithashtu në Strategjinë e Arsimit 2022–2026 dhe në rritjen e aftësive digjitale për të adresuar dëmet online dhe bullizmin kibernetik si edhe Strategjinë Shtetërore për Rininë 2024–2032.

2. Çfarë do të mësoni

- Çfarë është bullizmi kibernetik dhe ku ndodh bullizmi kibernetik
- Si të identifikoni bullizmi kibernetikn dhe si t'i përgjigjeni atij
- Pasqyrë e ligjit vendor dhe ndërkombëtar mbi bullizmin kibernetik

3. Çfarë është bullizmi kibernetik dhe ku ndodh

Pavarësisht se bullizmi kibernetik është mjaft i përhapur sidomos mes të rinjve, ende nuk ka një përkufizim të dakorduar mbi të. Për qëllimet e këtij manuali, do të adoptojmë përkufizimin e mëposhtëm:

Bullizëm kibernetik nënkupton përdorimin e teknologjisë për të ngacmuar (ngacmuar, kërcënuar, turpëruar ose synuar) një person tjetër. Zakonisht merr katër forma kryesore: (1) të shkruar/verbale nëpërmjet telefonatave, mesazheve me tekst, emaileve, chateve, blogeve, postimeve në media sociale; (2) vizuale, nëpërmjet postimit të fotove ose videove kompromentuese ose poshtëruese; (3) përjashtim duke përjashtuar me qëllim një person nga një grup; (4) imitim duke përdorur detajet e llogarisë së një personi tjetër për të shkaktuar dëm.

E thënë më thjesht: bullizmi kibernetik është çdo akt i kryer për të ngacmuar, kërcënuar ose synuar një person tjetër, për ta imituar ose përjashtuar, i cili kryhet ose mundësohet nëpërmjet përdorimit të teknologjisë. Zakonisht, bullizmi kibernetik është sjellje e përsëritur, e synuar për të frikësuar, zemëruar ose turpëruar personin.

Shembull 1: Një vajzë në klasë poston një foto të saj në një festë ditëlindjeje në Instagram dhe një shok klase komenton si vijon: "Hah, ai fustan duket shumë i ngushtë për ty, përpiqu të humbasësh pak peshë për t'u futur në të."

Shembull 2: Mësuesi njoftoi se një institut kombëtar do të organizojë një konkurs ekonomie për nxënësit e gjimnazit dhe kushdo i interesuar duhet vetëm t'i telefonojë për t'u regjistruar me detajet e tyre personale. Ju jeni të shkëlqyer në Ekonomi dhe jeni shumë të interesuar në konkurs. Një shok klase telefonon institutin në emrin tuaj, duke pretenduar se është ju dhe dëshiron të regjistrohet. Pasi regjistrimi duket i përfunduar me institutin që ka emrin, mbiemrin dhe klasën tuaj, shoku juaj i klasës fillon të jetë i vrazhdë me ta, duke sharë, dhe mbyll telefonin. Me këtë akt, ata jo vetëm ju imituan, por edhe shkatërruan shanset tuaja për të marrë pjesë në konkurs duke fyer stafin e institutit në emrin tuaj.

3.1 Ku ndodh bullizmi kibernetik

Me rritjen e sasisë dhe llojeve të ndërveprimeve digjitale, bullizmi kibernetik mund të ndodhë në mjedise të ndryshme: në aplikacione të mediave sociale si Instagram, TikTok, Snapchat, BeReal nëpërmjet ndërveprimeve me postime ose mesazheve; në aplikacione të mesazheve nëpërmjet mesazheve me tekst, video

ose audio të shkëmbyera (p.sh.: WhatsApp, Viber etj.); dhe në platforma lojërash nëpërmjet veçorive të vetë lojës dhe opsioneve të mesazheve brenda lojërave (p.sh.: Roblox, Fortnite etj.); realitetit të zgjeruar, megjithëse më pak popullor në Ballkanin Perëndimor dhe Kosovë (p.sh.: kufjet VR META); dhe në telefonat celularë.

Një problem tjetër me komunikimet digjitale dhe praninë online është se është shumë e lehtë të shpërndahet informacioni nëpër platforma. Prandaj, një foto e turpshme e ndarë në një grup privat në WhatsApp mund të ruhet ose të përcillet lehtësisht në chat ose histori të mediave sociale. Kështu, bullizmi kibernetik mund të shpërndahet nëpër platforma dhe të amplifikohet.

Një dimension tjetër është kur bullizmi kibernetik nxitet nga ndërveprimet jashtë linje dhe më pas merret ose amplifikohet nëpërmjet teknologjisë në ndërveprimet online; ose kur bullizmi kibernetik kalon në ndërveprime fizike duke nxitur izolim të mëtejshëm ose dhunë. Është e rëndësishme të mbani mend se bullizmi kibernetik lë një gjurmë digjitale që mund të jetë e dobishme në provimin e abuzimit dhe ndihmë në ndalimin e tij nëpërmjet fakteve.

3.2 Çfarë lidhje ka AI me bullizmin kibernetik

Me disponueshmërinë masive të mjeteve të AI, bullizmi kibernetik po lehtësohet nga fotografitë e gjeneruara artificialisht që shtrembërojnë realitetin dhe mund të keqpërdoren për të ngacmuar, kërcënuar, imituar ose turpëruar dikë. Ndërsa AI bëhet më e mirë në gjenerimin e imazheve realiste, të rinjtë kanë qenë target i cënueshëm i bullizmit kibernetik si Materiali i Abuzimit Seksual të Fëmijëve (CSAM), ku deepfake-t nudo të fëmijëve dhe të rinjve janë prodhuar dhe shpërndarë në faqet e të rriturve.

4. Si të identifikoni bullizmin kibernetik

4.1 Si të dalloni situatat e zakonshme nga rastet e bullizmit kibernetik

Shakatë dhe argëtimi i zakonshëm mes shokëve ndonjëherë mund të duket i padëmshëm, por mund të shkojë aq larg sa të lëndojë ndjenjat tuaja ose t'ju bëjë të ndiheni keq. Nëse ndiheni të lënduar nga shakaja dhe e shprehni, por personi insiston ose e përsërit shakanë ose situatën, kjo mund të jetë bullizëm kibernetik dhe duhet të raportoni abuzimin dhe të kërkoni që dinjiteti dhe të drejtat tuaja online të respektohen.

4.2 Bullizmi kibernetik dhe ndikimi i tij

Bullizmi kibernetik nuk ndalet në botën online, por prodhon efekte dhe dëme reale si ankth, paqëndrueshmëri emocionale, dhimbje fizike etj. bullizmi kibernetik mund t'ju preki në tre mënyra:

- Mendërisht, duke u ndjerë nervoz, i mërzitur, i zemëruar ose i turpëruar, ose i frikësuar të flasë.
- Emocionalisht, duke u ndjerë i pafuqishëm, i turpëruar ose duke humbur interesin për gjërat që zakonisht bëni ose ju pëlqejnë.
- Fizikisht, duke u ndjerë i lodhur, ose duke përjetuar simptoma si dhimbje stomaku dhe dhimbje koke si rezultat i presionit psikologjik dhe emocional.
- Përkeqësim i përgjithshëm i shëndetit mendor mund të ndodhë nëse bullizmi kibernetik vazhdon. Në këto raste mund të ndiheni fajtorë ose të vetmuar, të filloni të tërhiqeni nga ndërveprimet familjare ose miqësore.

4.3 Këshilla për shkëmbime pozitive online

- Kini kujdes ndaj pranisë tuaj online dhe komunikimit, sepse çdo gjë që postoni, dërgoni ose regjistroni online lë një gjurmë digjitale. Provoni të kërkoni emrin tuaj për të parë çfarë ka tashmë online për ju.
- Mendoni dy herë para se të postoni ose dërgoni një mesazh, sepse edhe diçka që nuk duket negative mund të keqinterpretohet ose t'i mungojë konteksti.
- Mundohuni të mbani informacionin tuaj personal të kufizuar në botën online, ose kini kujdes ndaj sasisë së informacionit personal që ndani.
- Mbani mend, të gjitha ndërveprimet online mund të ruhen dhe depozitohen, prandaj kini kujdes ndaj shkëmbimeve tuaja online duke përfshirë tekstet, imazhet, videot ose audiot e dërguara.

4.4 Privatësia si zgjedhje e parë

Shpeshherë harrojmë që privatësinë tonë e kemi vetë në dorë. Mund të vendosni kush mund të shohë profilin tuaj, t'ju dërgojë mesazhe të drejtpërdrejta ose të komentojë postimet tuaja duke rregulluar cilësimet e privatësisë së llogarisë tuaj. Mund të raportoni komente, mesazhe, foto dhe video të dëmshme dhe të kërkoni heqjen e tyre. Përveç 'çmiqësimit', mund të bllokoni plotësisht njerëzit për t'i ndaluar të shohin profilin tuaj ose t'ju kontaktojnë. Mund të zgjidhni gjithashtu të keni komente nga persona të caktuar që shfaqen vetëm për ta pa i bllokuar plotësisht.

5. Reagimi ndaj bullizmit kibernetik

Sjellja juaj online ka rëndësi

Çelësi i luftës kundër bullizmit kibernetik është të sillemi me respekt ndaj dinjitetit njerëzor dhe vlerave morale. Cilësi të tilla zakonisht formohen brenda familjeve dhe modelohen pas prindërve, por edhe shkollat kanë një rol të madh për të luajtur. Mjediset arsimore mund të hapin biseda mbi vlerat dhe parimet morale që duhen respektuar nga të gjithë.

1. Flisni me dikë

Në situata bullizmi kibernetik mund të jetë e vështirë të dalësh nga ndjenja e fajit dhe vetmisë, por është shumë e rëndësishme që, pavarësisht situatës, të kërkoni të flisni me dikë në shkollë, në familjen tuaj ose me një mik që besoni.

Për miqtë, anëtarët e familjes dhe mësuesit e shkollës të cilëve u drejtohen të rinj viktima të bullizmit kibernetik, duhet të ofroni një situatë të sigurt dhe me besim për të folur hapur. Mos gjykoni situatën, por theksoni se bullizmi kibernetik nuk është kurrë faji i viktimës.

2. Kërkoni ndihmën e një psikologu

Nuk është e lehtë të përballosh presionin psikologjik dhe emocional te bullizmit kibernetik, aq më tepër nëse kjo gjëndje ka filluar të ndikojë shëndetin mendor. Është gjithmonë e këshillueshme të filsni me një psikolog për të adresuar situatën me një ekspert të fushës, për të folur pa u ndjerë i/e paragjykuar, dhe për të marrë ndihmën e nevojshme nëse bullizmi ka filluar të ndikojë në shëndetin tuaj mendor.

3. Dokumentoni gjithçka

Është e rëndësishme të kuptoni se bullizmi kibernetik lë një gjurmë të provave digjitale që mund të përdoret për të dokumentuar abuzimin e bullizmit kibernetik dhe për ta raportuar atë te administrata e shkollës ose te institucionet publike. Mund të bëni screenshot, regjistrim ekrani ose të ruani postime, foto, audio dhe video si prova.

4. Raportoni bullizmin kibernetik

Mund të duhet shumë kohë nga identifikimi i bullizmit kibernetik, deri te biseda me dikë dhe pastaj raportimi te autoritetet. Shumë të rinj hezitojnë të raportojnë bullizmin kibernetik, por me disa udhëzime nga prindërit dhe mësuesit mund të këshillohen të raportojnë te autoritetet ose administrata e shkollës nëse bullizmi kibernetik vazhdon dhe nëse shëndeti i tyre mendor dhe mirëqenia preken.

5. Raportoni dhe bllokoni nëpërmjet veçorive të mediave sociale ose lojërave

- Bllokoni profilet dhe mesazhet e njerëzve që identifikoni se ju bullizojnë online;
- Raportoni në platforma materialet që janë të rreme, poshtëruese ose ju kërcënojnë nëpërmjet cilësimeve të raportimit;
- Raportoni profilet e njerëzve që ju bullizojnë online.

6. Qëndroni offline për një kohë

Nëse shëndeti juaj mendor dhe mirëqenia po preken nga bullizmi kibernetik, përveç bisedës dhe raportimit të mundshëm të abuzimit, mund të merrni parasysh edhe qëndrimin offline për një kohë. Kjo do t'ju lejojë të rikuperoheni, të lëshoni presionin që prania e madhe e mediave sociale u vë të rinjve, si dhe të rishikoni cilësimet e privatësisë dhe ndërveprimet tuaja online.

Për prindërit: diskutoni me fëmijën tuaj për të mirat dhe të këqijat e këtyre hapave të mundshëm dhe lëreni atë të vendosë se çfarë dëshiron të bëjë.

6. Kuadri ligjor vendor dhe ndërkombëtar

6.1 Ligji në Kosovë

Kushtetuta e Kosovës është baza e përgjithshme ligjore për të garantuar të drejtat themelore dhe për të siguruar respektimin dhe zbatimin e tyre nëpërmjet ligjeve të tjera specifike. Megjithatë, mungon një referencë specifike e bullizmit kibernetik në ligjet e Kosovës, duke lënë kështu viktimat e bullizmit kibernetik pa mbrojtje të duhur. Kodi Penal nuk e referon bullizmin kibernetik si krim, por njeh veprën penale të kërcënimeve serioze (duke përfshirë me fjalë, megjithëse jo specifikikisht në botën digjitale) dhe të ngacmimit dhe bullizmit të bërë nëpërmjet emaileve ose mesazheve me tekst.

Një boshllëk i ngjashëm vihet re në Ligjin Nr. 03/L-166 të vitit 2010 për Parandalimin dhe Luftimin e Krimit Kibernetik dhe Strategjinë Kombëtare të Sigurisë Kibernetike 2023-2027, ku bëhet referencë vetëm ndaj krimeve kibernetike pa specifikuar bullizmin kibernetik si pjesë të tij.

6.2 Korniza ndërkombëtare

Nuk ka një përkufizim të dakordësuar mbi bullizmin kibernetik, por përpjekjet për të mbuluar çështjen bëhen nga organizata të ndryshme si Konventa e OKB-së mbi Krimin Kibernetik (ende e pa miratuar); Konventa e Këshillit të Evropës mbi Krimin Kibernetik; Plani i Veprimit të BE-së kundër bullizmit kibernetik.

Edhe pse ende nuk është anëtare e BE-së, Kosova mund të mësojë nga dispozitat e Planit të Veprimit kundër bullizmit kibernetik i cili ka një qasje gjithpërfshirëse për shoqërinë dhe shkollën, duke ftuar shtetet anëtare të zhvillojnë politika kombëtare të bullizmit kibernetik bazuar në një përkufizim të përbashkët; dhe duke mbështetur zbatimin e një aplikacioni të sigurisë online për fëmijët për të raportuar incidentet dhe ruajtur provat.

7. Reflektim

7.1 Për të rinjtë

Nuk ka përgjigje të drejta ose të gabuara. Merrni kohën tuaj, jini të sinqertë me veten dhe mbani mend se reflektimi është hapi i parë drejt ndryshimit.

- Mendoni për javën e kaluar online. A keni postuar, ndarë ose komentuar diçka rreth dikujt tjetër – edhe si shaka? Si mendoni se u ndje ai person kur e pa këtë postim?
- A keni qeshur ose pëlqyer ndonjëherë një postim që tallte dikë? Çfarë thotë ai reagim rreth rolit tuaj në atë situatë?
- Prania juaj online lë një gjurmë digjitale. Provoni të kërkoni emrin tuaj. Çfarë gjendet? Jeni dakord me atë që të tjerët mund të shohin për ju?
- Para postimit ose mesazhit tuaj tjetër, pyesni veten: a mund të keqinterpretohet kjo ose t'i mungojë konteksti në mënyrë që mund të lëndojë dikë? Çfarë do të ndryshonit?
- A keni përjashtuar ndonjëherë me qëllim dikë nga një grup chati ose hapësirë online? Si do të ndiheshit nëse do të ishit në anën e marrjes?
- Nëse diçka online ju ka bërë të ndiheni nervoz, të turpëruar ose të frikësuar të flisni, a i keni treguar dikujt? Çfarë ju pengoi, ose çfarë ju ndihmoi?
- Nëse një shaka online ju lëndoi ndjenjat dhe e thatë, por personi e përsëriti, a e njohët atë si formë bullizmi kibernetik? Çfarë bëtë?
- A keni parë ndonjëherë dikë të bullizojë online dhe qëndruat heshtur? Çfarë ju pengoi të thonit diçka ose ta raportonit?

7.2 Për mësuesit, stafin e shkollës dhe punonjësit rinorë

- Herën e fundit kur një nxënës erdhi tek ju me një problem që përfshinte bashkëmoshatarët – online ose jashtë linje, a iu përgjigjët në mënyrë jo gjykuese dhe krijuat hapësirë të sigurt? Çfarë do të bënit ndryshe tani?
- A ka shkolla juaj një protokoll të qartë dhe të dukshëm për raportimin e bullizmit kibernetik që nxënësit e dinë dhe i besojnë? Kur e diskutuat herën e fundit me klasën tuaj?
- Mjediset arsimore kanë një rol të madh në hapjen e bisedave rreth vlerave morale, empatisë dhe sjelljes etike online. Kur shkolla juaj krijoi herën e fundit hapësirë të strukturuar për këtë lloj bisede, jo vetëm si reagim ndaj një incidenti, por proaktivisht?

- Mjetet e AI po keqpërdoren tashmë për të gjeneruar imazhe të rreme që poshtërojnë ose imitojnë të rinj. Sa të përgatitur ndiheni për të njohur dhe reaguar ndaj bullizmit kibernetik të lehtësuar nga AI? Çfarë trajnimi do t'ju ndihmonte?
- Mendoni për një nxënës që mund të përjetojë bullizëm online tani pa i treguar askujt. Cilat sinjale mund t'i humbisni?

8. Skenarë dhe ushtrime

8.1 Skenarë

Lexoni me kujdes situatën e mëposhtme, pastaj përgjigjuni pyetjeve më poshtë.

Ujeza është 15 vjeç dhe deri kohët e fundit ishte anëtare aktive e chatit WhatsApp të grupit të saj të miqve, ku ndanin meme, këshilla detyrash dhe plane të fundjavës. Gjatë tre javëve, ajo vuri re se mesazhet në grup ngadalësoheshin kur ajo ishte aktive, dhe eventualitetisht kuptoi se grupi ishte riemërtuar dhe ajo nuk mund ta gjente më. Një shok klase zbuloi aksidentalisht se një grup i ri ishte krijuar pa të. Pas pak, një foto e Ujezës nga një ekskursion shkollor u shfaq në një histori Instagram të postuar nga një llogari anonime. Fotografia kishte titull tallës duke bërë shaka me mënyrën e pamjes së saj. Brenda pak orësh, disa shokë klase kishin reaguar me emoji që qeshin. Të gjithë në klasën e saj e panë.

Ujeza filloi të ndihej e sëmurë para shkollës çdo mëngjes. Ndaloi të hante drekë në mensë dhe filloi t'i tregonte nënës se kishte dhimbje koke. Nuk i ka treguar askujt çfarë po ndodh. Mësuesi i saj vëren se është tërhequr por mendon se po kalon "një fazë adoleshence".

Pyetje reflektimi për vetë-mësim:

- Identifikoni format e bullizmit kibernetik të pranishme në situatën e Ujezës.
- Listoni llojet e ndikimit që bullizmi kibernetik ka pasur mbi Ujezën. Cilin prej tyre e gjetët më shqetësuese, dhe pse?
- Bullizmi kibernetik mund të shpërndahet nëpër platforma. Gjurmoni rrugën që mori fotografia dhe përshkruani si u amplifikua dëmi në çdo hap.
- Shokët e klasës që reaguan me emoji që qeshin nuk krijuan postimin. A janë ata përgjegjës për çfarë ndodhi? Ku e vendosni kufirin midis qënies spektator dhe qënies pjesëmarrës?
- Dokumentimi i bullizmit kibernetik është i rëndësishëm – screenshotet dhe postimet e ruajtura mund të shërbejnë si prova. Çfarë prove specifike mund të mbledhë Ujeza dhe kujt duhet t'ia dërgojë?
- Çfarë duhej të kishte bërë ndryshe mësuesi? Çfarë veprimi konkret mund të ndërmerrte për të adresuar situatën?
- Nëse do të ishit miku/mikja e Ujezës dhe do të zbulonit çfarë po ndodhte, çfarë do të bënit?

8.2 Ushtrim

Ushtrim në klasë: "Dërgo ose Mos Dërgo?" - Karta Skenarësh

Kohëzgjatja: 20–25 minuta

Grupi i moshës: 18–22 vjeç

Materialet: Karta skenarësh të printuara (ose të paraqitura në ekran)

Mësuesi lexon ose paraqet një seri skenarësh të shkurtër online. Në grupe nga 3–4, nxënësit vendosin: Dërgo / Mos Dërgo / Modifiko Para Dërgimit – dhe, më e rëndësishmja, pse. Grupet ndajnë arsyetimin e tyre me klasën. Qëllimi nuk është të gjendet "përgjigja e drejtë" por të praktikohet pauza që edukimi medial dhe qytëtaria digjitale kërkojnë.

Skenari A: Miku juaj ju dërgon një mesazh zanor duke tallur mënyrën si një shok klase tjetër shqipton fjalët në klasën e anglishtes. Është mjaft qesharak. Miku juaj ju kërkon ta përcillni në chat-in e grupit të klasës. Dërgoni / Mos Dërgoni / Modifikoni Para Dërgimit? Pse?

Skenari B: Jeni në një lojë online dhe një lojtar tjetër vazhdimisht ju mposht. Kërkoni emrin e tyre të përdoruesit, gjeni shkollën e tyre të listuar në profilin e tyre dhe jeni të tunduar të postoni "ky lojtar është nga XXX dhe është humbës total" në një forum publik lojrash. Dërgoni / Mos Dërgoni / Modifikoni Para Dërgimit? Pse?

Skenari C: Gjeni një foto të vjetër, të turpshme të dikujt nga klasa juaj në një festë ditëlindjeje të fëmijërisë. Është vërtet qesharake dhe jo keqdashëse. Doni ta ndani në grupin tuaj të miqve. Dërgoni / Mos Dërgoni / Modifikoni Para Dërgimit? Pse?

Skenari D: Një shok klase ka thënë gjëra të pakëndshme rreth jush në chat-in e grupit. Doni të bëni screenshot të mesazheve të tyre dhe t'i postoni publikisht për të ekspozuar çfarë po bëjnë. Dërgoni / Mos Dërgoni / Modifikoni Para Dërgimit? Pse?

Skenari E: Jeni në TikTok dhe shihni një video duke tallur një nxënës në një shkollë në një qytet tjetër. Nuk e njihni. Ka 2.000 pëlqime. E gjeni qesharake dhe pothuajse shtypni share, por diçka ju bën të ndaloni. Dërgoni / Mos Dërgoni / Modifikoni Para Dërgimit? Pse?

Pyetje për klasën

- Cili skenar ishte më i vështirë për t'u vendosur? Pse?
- A pati grupi juaj mosmarrëveshje mbi ndonjërin prej tyre? Cili ishte argumenti?
- A ju befasoi ndonjë skenar dhe a u komplikua pasi nisët diskutimin?
- Çfarë zakoni mund të krijoni për t'i dhënë vetes "pauzë" para postimit?

Rekomandime

- Nga hulumtimet dhe mbledhja e të dhënave të tjera ishte e qartë se Kosova nuk ka një politikë ose kuadër ligjor specifik për të adresuar bullizmi kibernetik. Rekomandohet që Ministria e Arsimit në përpjekje të përbashkëta me Ministrinë e Digjitalizimit të hartojë një plan veprimi për luftimin e bullizmit kibernetik dhe të parashikojë masa konkrete për të parandaluar fenomenin, përfshirë edhe asistencën e një psikologu në shkolla.

- Institucionet duhet të konsiderojnë krijimin e një linje ndihmëse për viktimat e bullizmit kibernetik, si dhe krijimin e një veçorie të faqes së internetit për raportimin e rasteve të bullizmit kibernetik, ngjashëm me rastet e tjera të krimit kibernetik.
- Duke pasur parasysh se shumica e rasteve të bullizmi kibernetikt janë mes të rinjve 18-25 vjeç ose më herët, institucionet duhet të planifikojnë ndërtim kapacitetesh për mësuesit për identifikimin, parandalimin dhe reagimin ndaj fenomenit të bullizmit kibernetik brenda mjedisit shkollor.
- Të rinjtë duhet të trajnohen mbi fenomenin e bullizmit kibernetik dhe të inkurajohen të flasin kundër tij ose të raportojnë rastet e bullizmit kibernetik.

9. Fjalor

CSAM - Materiali i Abuzimit Seksual të Fëmijëve – çdo material vizual që paraqet abuzim seksual të fëmijëve.

Gjurmë digjitale- gjurmë të të dhënave në internet ku përfshihen të gjitha ndërveprimet online dhe informacionin e ndarë në platforma sociale qoftë kjo publikisht apo në kanale private.

Inteligjenca artificiale (AI) - Teknologji kompjuterike që simulon inteligjencën njerëzore, si të mësuarit dhe zgjidhjen e problemeve.

Media sociale - Platforma digjitale dhe aplikacione që lejojnë përdoruesit të krijojnë dhe ndajnë përmbajtje ose të marrin pjesë në rrjete sociale.

Prania online - duhet kuptuar si mënyra që ju silleni online duke përfshirë identitetin tuaj digjital personal.

10. Burime

- Bullizmi kibernetik: Çfarë është dhe si ta ndaloni atë, UNICEF
- Doracak i Arsimit për Qytëtarinë Digjitale, raport, Këshilli i Evropës, 2022
- Grupet e fokusit dhe përgjigjet e sondazhit
- Intervistë me Ministrinë e Dixhitalizimit dhe Administratës Publike
- Udhëzues për të Drejtat e Njeriut për Përdoruesit e Internetit, Këshilli i Evropës, 2014



Kapitulli VI - Gjuha e Urrejtjes

1.Hyrje

Bullizmi kibernetik, dezinformimi dhe gjuha e urrejtjes janë të ndërlidhura dhe shpesh ato ushqejnë njëra-tjetrën. Fatkeqësisht, me përdorimin masiv të platformave digjitale, gjuha e urrejtjes po rritet globalisht. Kosova nuk bën përjashtim nga kjo tendencë, e nxitur edhe nga marrëdhëniet ndër-etnike të vendit, paqëndrueshmëria politike dhe ndërhyrja e aktorëve të huaj. Shpesh dezinformimi online nxit më tepër mizogjeninë dhe gjuhën e urrejtjes ndaj grave dhe vajzave, duke e bërë hapësirën digjitale më të pasigurt për to (referojuni shembullit te Albking në kapitullin më lart). Ngjajshëm, në periudha elektorale, rritet dezinformimi, keqinfirmimi dhe gjuha e urrejtjes kundrejt grupimeve LGBTQI+, si një taktikë për të mobilizuar vota mes konservatorëve.

Raporti Monitorues mbi Gjuhën e Urrejtjes në Kosovë 2025 dokumentoi gjithsej 114 incidente me gjuhë urrejtjeje ose dezinformimi në Kosovë midis viteve 2024 dhe 2025, duke mbuluar një gamë grupesh të synuara, platformash dhe profilesh. Etnia ishte atributi më shpesh i shënjestruar, e ndjekur nga dhuna me bazë gjinore. Reagimi institucional në Kosovë, megjithëse në zhvillim, mbetet i pabarabartë. Ashtu edhe kuadri ligjor dhe politik që duhet të adresojë boshllëqet ekzistuese.

2. Çfarë do të mësoni

- Çfarë është gjuha e urrejtjes dhe si ta identifikoni atë
- ndodh gjuha e urrejtjes dhe si t'i përgjigjeni asaj
- Pasqyrë e ligjit vendor dhe ndërkombëtar mbi gjuhën e urrejtjes

3. Çfarë është gjuha e urrejtjes dhe si ta identifikoni atë

Ngjashëm me bullizmin kibernetik, nuk ka një përkufizim të dakorduar për gjuhën e urrejtjes, por për qëllimet e këtij manuali, do të adoptojmë një kombinim të përkufizimeve nga Strategjia dhe Plani i Veprimit i OKB-së mbi Gjuhën e Urrejtjes dhe Këshilli i Evropës:

Çdo komunikim që sulmon ose përdor gjuhë përçmuese ose diskriminuese me referencë ndaj një personi ose grupi bazuar në faktorë identiteti. (OKB)

"Të gjitha format e shprehjes", jo vetëm nëpërmjet fjalës, por edhe nëpërmjet imazheve, videove ose çdo forme aktiviteti online, ku urrejtja kibernetike është gjithashtu gjuhë urrejtjeje. (Këshilli i Evropës)

Shembull 1: Ardiani, një nxënës shqiptar 18-vjeçar nga Mitrovica, poston një foto në Instagram duke festuar fitoren e ekipit të futbollit të shkollës së tij. Brenda pak orësh, llogari anonime fillojnë të mbushin komentet me sharje që synojnë atë dhe shokët e tij bazuar në etninë e tyre, dhe dikush ndan një version të manipuluar të fotografisë me një titull degradues të shtuar.

Shembull 2: Fatima, një vajzë 24-vjeçare nga Prizreni, mbulon flokët me shami si shprehje e besimit të saj mysliman. Ajo është aktive në grupin e studimit online të universitetit së saj në WhatsApp. Një shok klase fillon të dërgojë mesazhe zanore duke e tallur mënyrën e saj të veshjes, duke sugjeruar se ajo është "prapa" dhe nuk i përket një "Kosove moderne", dhe të tjerët në grup reagojnë me emoji që qeshin dhe shtojnë komentet e tyre përçmuese.

4. Si të identifikoni gjuhën e urrejtjes

Gjuha e urrejtjes është një shkelje e të drejtave të njeriut dhe, kur përhapet masivisht online, mund të frymëzojë një valë gjuhe urrejtjeje jashtë linje, diskriminim të mëtejshëm ose abuzim ndaj një grupi të caktuar njerëzish.

Mund të synohet një person ose një grup njerëzish dhe zakonisht përfshin grupe të cënueshme të shoqërisë si gratë, minoritetet fetare, minoritetet etnike ose njerëzit me orientime të ndryshme gjinore.

Gjuha e urrejtjes nganjëherë tolerohet ose shihet nën prizmin e lirisë së shprehjes. Ndërkohë që liria e shprehjes konsiderohet një nga të drejtat më të rëndësishme të njeriut personalisht dhe për shoqërinë/demokracinë, ka kufij dhe limite të lirisë së shprehjes nëse shprehjet dëmtojnë të tjerët ose ndikojnë dhe kërcënojnë shoqërinë. Dokumentet ndërkombëtare kanë krijuar një listë kontrolluese/test për të justifikuar kufizimet e lirisë së shprehjes:

- Cili është konteksti social dhe politik;
- Cili është statusi i folësit;
- Cili është qëllimi? për të nxitur antagonizëm;?

- Cila është përmbajtja e fjalës;
- Në çfarë mase është shpërndarë gjuha e urrejtjes;
- Cila është mundësia që ajo të jetë e dëmshme.

Bazuar në këtë test, OKB ka zhvilluar tre nivele të impaktit të dëmshëm të gjuhës së urrejtjes.



Burimi: Strategjia dhe Plani i Veprimit të OKB-së kundër Gjuhës së Urrejtjes

4.1 Shkaqet rrënjësore dhe përgjegjësia për gjuhën e urrejtjes

Çdo shoqëri është e ndryshme dhe disa shoqëri mund të jenë më pak ose më shumë homogjene se të tjerat. Pavarësisht kompozimit të tyre, të gjitha shoqëritë demokratike udhëhiqen nga respekti për dinjitetin njerëzor dhe të drejtat e njeriut. Kur mungesa e vlerësimit për diversitetin dhe opinionet e ndryshme ose normat kulturore rritet, harmonia zëvendësohet nga paragjykimet dhe polarizimi. Gjuha e urrejtjes mund të lulëzojë në disa shoqëri më shumë se në të tjera, e ndikuar nga konteksti historik dhe politik. Ndonjëherë aktorët politikë, udhëheqësit fetarë dhe mediat mund të përkeqësojnë gjuhën e urrejtjes duke shpërndarë komente ose fjalime urrejtëse, veçanërisht gjatë fushatave zgjedhore.

Kosova gjendet në një kontekst të ndjeshëm ku historia e saj vjen nga konflikti rajonal dhe sistemi politik është i paqëndrueshëm, i kombinuar me një shoqëri të larmishme për nga etnia dhe feja. Të gjitha këto mund të shërbejnë si baza për të nxitur gjuhën e urrejtjes.

Është shumë e rëndësishme që të gjithë në familje, në mjedisin shkollor, mediat dhe në institucionet ose zyrat publike të ndajnë dhe të mësojnë vlerat e tolerancës dhe pranimit të diversitetit. Të gjithë duhet të reagojnë dhe të kundërshtojnë gjuhën e urrejtjes.

4.2 Gjuha e urrejtjes në kryqëzimin e bullizmit kibernetik dhe edukimit medial

Gjuha e urrejtjes, edukimi medial dhe bullizmi kibernetik janë të ndërlidhura. Aftësitë e edukimit medial mund të nxisin pozitivisht ndërveprimet e bazuara në vlera online dhe të rrisin ndërgjegjësimin e të rinjve për sjelljen e tyre digjitale. Megjithatë, ka raste kur dezinformimi ose propaganda, që shpërndajnë informacion të rremë, të njëanshëm ose të keqinformuar rreth disa njerëzve ose grupeve, me qëllim ose pa e ditur, mund të shkaktojnë dëm ndaj njerëzve ose grupeve të shënjestruara.

Ajo që fillon si gjuhë urrejtjeje mund të degradojë lehtësisht në bullizëm kibernetik për shkak të karakteristikave të identitetit të dikujt. Ngjashëm, ajo që fillon si bullizëm kibernetik ndaj një individi mund të përshkallëzohet në gjuhë urrejtjeje ndaj atij personi ose ndaj grupit të identitetit të cilit i përket ai person.

5. Ku ndodh gjuha e urrejtjes

Rastet e gjuhës së urrejtjes janë të nxitura nga polarizimi i shtuar politik global dhe rajonal. Megjithatë, teknologjia po transformon mënyrën si gjuha e urrejtjes dërgohet, shpërndahet dhe si njerëzit dhe të rinjtë nëpër vende mund të kenë qasje në të. Tani është edhe më e vështirë ta gjurmosh në hapësirat online dhe ta heqësh atë.

Në vitin 2019, Facebook me ndihmën e IA, hoqi 7 milion raste gjuhe urrejtjeje në vetëm katër muaj. Me rritjen e platformave të reja të mediave sociale dhe aplikacioneve të mesazheve, përmbajtja e gjuhës së urrejtjes po rritet.

Një karakteristikë përcaktuese dhe e rrezikshme e gjuhës së urrejtjes online është kapaciteti i saj për të kapërcyer nëpër platforma dhe për t›u amplifikuar me shpejtësi. Një mesazh ose imazh me bazë urrejtjeje i ndarë në një grup privat WhatsApp mund të bëhet screenshot, të përcillet në një histori publike të mediave sociale dhe të arrijë qindra njerëz brenda minutave.

5.1 Çfarë lidhje ka IA me gjuhën e urrejtjes

Shpërndarja e gjuhës së urrejtjes po lehtësohet nga tekstet dhe fotografitë e gjeneruara artificialisht që shtrembërojnë realitetin dhe mund të keqpërdoren për të ngacmuar dhe kërcënuar njerëzit ose komunitete të tëra. Ndërsa IA bëhet më e mirë në gjenerimin e imazheve realiste, të rinjtë nga grupet vulnerabël mund të jenë subjekt i gjuhës së urrejtjes të ushqyer nga përmbajtja e gjeneruar artificialisht.

6. Gjuha e urrejtjes dhe ndikimi i saj

Gjuha e urrejtjes mund të ketë ndikim në nivel personal dhe në nivel shoqëror. Në nivel personal, individët të cilëve u drejtohet gjuha e urrejtjes mund të preken mendërisht, emocionalisht dhe fizikisht, me rastet më të rënda që prekin si shëndetin mendor ashtu edhe mirëqenien.

Krahasuar me bullizmin kibernetik, gjuha e urrejtjes ka edhe një dimension të ndikimit në shoqëri, ku grupet e shënjestruara mund të margjinalizohen dhe izolohen. Gjuha e urrejtjes krijon një narrativë të gabuar midis “tyre” dhe “neve”, duke nxitur polarizimin në shoqëri, të cilat mund të përshkallëzojnë në abuzime ose kërcënime, dhe situata dhune.

7. Roli i arsimit në luftën kundër gjuhës së urrejtjes

Arsimi mund të jetë një mjet fuqizues për të informuar të rinjtë dhe fëmijët rreth të drejtave të tyre dhe shoqërisë bazuar në vlera me respekt për të drejtat e njeriut. Prandaj, roli i institucioneve arsimore, së bashku me tekstet shkollore dhe mësuesit, është vendimtar në mësimdhënien rreth identifikimit të gjuhës së urrejtjes, promovimin e bashkëjetesës, vënien në dyshim të paragjykimeve në mjedisin shkollor dhe adresimin e rasteve të gjuhës së urrejtjes.

7.1 Këshilla për shkëmbime pozitive online

- Mendoni dy herë para se të postoni ose dërgoni një mesazh, sepse edhe diçka që nuk duket negative mund të keqinterpretohet ose t’i mungojë konteksti.

- Të drejtat digjitale janë për të gjithë dhe duhet të mbrohen nga ndërhyrjet ose ngacmimet e paligjshme.
- Sfidoni idetë tuaja dhe hetoni paragjykimet e pavetëdijshme që mund të keni.

8. Reagimi ndaj gjuhës së urrejtjes

Ekzistojnë mënyra të shumta si t'i përgjigjeni gjuhës së urrejtjes duke pasur parasysh kontekstin, aktorin që e shpërndan, intensitetin e gjuhës së urrejtjes, kanalin ku ndodh, etj. Më poshtë janë format e thjeshta të reagimit ndaj situatave të gjuhës së urrejtjes:

- Për njerëzit që nuk janë shumë ekstremë në pikëpamjet e tyre, por mund të kenë qenë të keqinformuar nga disa dezinformime ose propaganda, mund t'u jepni një paralajmërim miqësor se ajo që thanë ose ndanë është gjuhë urrejtjeje.
- Për njerëzit që mund të jenë viktima të gjuhës së urrejtjes, është gjithashtu e rëndësishme t'i trajtoni me empati dhe të krijoni hapësirë të sigurt për të dëgjuar ndjenjat ose frikërat e tyre.
- Ndani fakte dhe kundërshtoni propagandën ose mitet që mund të hasni online dhe që mund të degradojnë drejt gjuhës së urrejtjes.
- Raportoni në platformat sociale materialet që shpërndajnë gjuhë urrejtjeje rreth jush, një personi tjetër ose një grupi njerëzish.
- Është e rëndësishme të kuptoni se gjuha e urrejtjes online lë një gjurmë digjitale që mund të përdoret për të dokumentuar abuzimin dhe për ta raportuar atë te administrata e shkollës ose te institucionet publike.
- Raportoni gjuhën e urrejtjes në institutcionet përkatëse si Komisioneri kundër Diskriminimit, Avokati i Popullit dhe mblidhni prova për të dokumentuar atë.
- Inicioni dokumentim dhe hetim gjyqësor pë gjuhën e urrejtjes që përbën shkelje të të drejtave të njeriut tuaja personalisht apo grupit identitar ku përkisni.

9. Kuadri ligjor vendor dhe ndërkombëtar

9.1 Ligji në Kosovë

Kushtetuta e Republikës së Kosovës garanton lirinë e shprehjes, duke përfshirë të drejtën për të shpërndarë dhe marrë informacion, mendime dhe mesazhe të tjera pa pengesa, dhe duke mbrojtur privatësinë dhe të dhënat personale (Neni 36). Ajo gjithashtu lejon kufizime kur është e nevojshme për të parandaluar inkurajimin ose provokimin e dhunës dhe armiqësisë mbi baza racore, kombëtare, etnike ose fetare.

Nën Nenin 141 të Kodit Penal, Nxitja e Mosmarrëveshjes dhe Intolerancës me referencë ndaj gjuhës së urrejtjes dhe nxitjes online njihet si vepër penale, e dënueshme sipas Kodit. Ndërsa Ligji për Mbrojtjen e Fëmijëve parashikon se gjatë procesit arsimor ndalohet promovimi i gjuhës së urrejtjes, dhunës, intolerancës, diskriminimit.

9.2 Kuadri ndërkombëtar

Në vend të ndalimit të gjuhës së urrejtjes si të tillë, e drejta ndërkombëtare ndalon nxitjen e diskriminimit, armiqësisë dhe dhunës. Deri tani nuk ka një përkufizim universalisht të dakorduar të gjuhës së urrejtjes sipas ligjit ndërkombëtar të të drejtave të njeriut. Në nivel OKB-je ekziston tashmë Konventa Ndërkombëtare

për Eliminimin e të Gjitha Formave të Diskriminimit Racor, dhe në vitin 2019 u lançua Strategjia dhe Plani i Veprimit mbi Gjuhën e Urrejtjes.

Këshilli i Evropës ka Rekomandimin CM/Rec(2022)16 Mbi Luftën ndaj Gjuhës së Urrejtjes (2022) i cili përkufizon gjuhën e urrejtjes, dallon nivelet e ashpërsisë dhe parashikon një kombinim të kalibruar të përgjigjeve penale, civile dhe administrative, me fokus të fortë në mjedisin online.

10. Reflektim

- Mendoni për diçka që keni parë kohët e fundit online (koment, meme, video) që synonte dikë për shkak të etnisë, fesë, gjinisë ose një pjese tjetër të identitetit të tyre. E njohët si gjuhë urrejtjeje? Çfarë e bëri të vështirë ose të lehtë identifikimin?
- Gjuha e urrejtjes mund të fshihet pas humorit. A keni qeshur ndonjëherë me një shaka që, tallte një grup njerëzish për shkak të atyre që janë? Çfarë do të bënit ndryshe tani?
- OKB identifikon nivele të ndryshme të gjuhës së urrejtjes. A mund të mendoni për një shembull nga hapësirat online të Kosovës për secilin nivel? Ku mendoni se është vija kufitare?
- A keni ndarë ndonjëherë ose reaguar ndaj një postimi pa kontrolluar plotësisht nëse po shpërndante një narrativë të rreme ose të njëanshme rreth një grupi njerëzish? Çfarë mund të bënit para se të reagoni herën tjetër?
- Gjuha e urrejtjes shpesh lulëzon kur njerëzit heshtin. A keni dëshmuar ndonjëherë gjuhë urrejtjeje online dhe nuk keni thënë asgjë? Çfarë ju pengoi dhe çfarë mund të kisht bërë ndryshe?
- Kosova është një shoqëri e larmishme për nga etnia, feja dhe kultura. A keni bërë ndonjëherë supozim rreth dikujt bazuar në mënyrën e pamjes, veshjes ose origjinës? Nga mendoni se ka ardhur ai supozim?
- Nëse do të ishit subjekt i gjuhës së urrejtjes për shkak të identitetit tuaj, tek kush do të drejtoheshit të pari? A është ai person lehtësisht i arritshëm?

11. Skenarë dhe ushtrime

11.1 Skenar

Janë dy ditë pas një ndeshje të tensionuar futbolli vendas midis dy shkollave në Prishtinë me trupat studentore nga komunitete të ndryshme etnike. Tensionet ishin tashmë të larta pas një vendimi të diskutueshëm të arbitrit. Atë mbrëmje, fillon të qarkullojë një video TikTok e filmuar nga një llogari e panjohur, e cila tregonte një tension të shkurtër midis dy nxënësve pas ndeshjes. Videoja është modifikuar për të hequr kontekstin e plotë, dhe titulli thotë: "Kështu janë ata gjithmonë. Qëndroni larg tyre."

Brenda pak orësh videoja është ndarë qindra herë nëpër TikTok, grupe WhatsApp dhe histori Instagram. Nxënësit nga të dyja shkollat po reagojnë me zemërim, disa me emoji që qeshin, disa duke e ndarë më tej pa koment. Një nxënës i quajtur Leart, i cili shfaqet shkurtimisht në sfond të videos, fillon të marrë mesazhe të drejtpërdrejta urrejtëse që e synojnë për shkak të etnisë së tij, edhe pse nuk ishte i përfshirë fare në tension. Mësuesja e Leartit, znj. Vjosa, sheh videon e ndarë në një grup WhatsApp prindërish, por nuk është e sigurt nëse duhet ta adresojë atë në klasë, e shqetësuar se ngritja e çështjes mund ta përkeqësojë situatën. Vendos të presë dhe të shohë. Të nesërmen në mëngjes, në murin jashtë shkollës është shfaqur një graffiti me një ofendim.

Pyetje reflektimi:

- Duke përdorur përkufizimet e OKB-së dhe Këshillit të Evropës nga ky kapitull, identifikoni format specifike të gjuhës së urrejtjes të pranishme në këtë situatë. A është videoja e modifikuar vetë gjuhë urrejtjeje? Po titulli? Po mesazhet e drejtpërdrejta që merr Learti?
- A ka dikush në këtë skenar një rast për lirinë e shprehjes, apo gjithçka e përshkruar kalon kufirin? Përdorni listën gjashtë pikëshe nga kapitulli për të vlerësuar videon.
- Videoja u modifikua për të hequr kontekstin. Si ndërvepron dezinformimi me gjuhën e urrejtjes në këtë rast? Çfarë roli luajtën veçoritë e ndarjes së platformës në amplifikimin e dëmit?
- Learti nuk ishte fare i përfshirë në tension. Çfarë na tregon kjo rreth mënyrës se si gjuha e urrejtjes synon identitetin dhe jo individët? Si mund të ndihet ai dhe çfarë efektesh reale mund të përjetojë?
- Znj. Vjosa vendos të presë dhe të shohë. Sipas manualit, çfarë përgjegjësie kanë mësuesit në këtë situatë? Çfarë duhej të kishte bërë dhe deri kur?

11.2 Ushtrim

Lloji: Analizë dhe diskutim në grup të vogël

Kohëzgjatja: 25–30 minuta

Materialet: Karta skenarësh (të printuar ose të paraqitur); lista gjashtë-pikëshe e kontrollit nga kapitulli të shfaqet në tabelë.

Ndani klasën në grupe nga 3–4. Secili grup merr të njëjtin set me pesë karta skenarësh. Për secilin skenar, grupi duhet:

- Të vendosë: A është kjo gjuhë urrejtjeje? Po / Jo / Nuk jam i sigurt
- Nëse po: ta vendosë në një spektër – Ashpërsi e ulët / Ashpërsi mesatare / Ashpërsi e lartë
- Të identifikojë cilin grup identiteti synohet
- Të sugjerojë një reagim të përshtatshëm – nga një bashkëmoshatar, mësues ose platformë

Skenari A: Një faqe Facebook popullore mes të rinjve në Kosovë poston një meme që tregon një karikaturë të një personi nga një minoritet specifik etnik me titull tallës duke nënkuptuar se ata janë të pabesueshëm. Postimi ka 300 pëlqime dhe 80 ndarje.

Skenari B: Në një grup chati shkollor në WhatsApp, një nxënës shkruan: "Thjesht nuk kuptoj pse njerëzit e kësaj feje duhet të luten me zë kaq të lartë, është shumë e bezdisshme." Askush nuk përgjigjet.

Skenari C: Një llogari anonime Instagram poston një seri historish duke pretenduar se një grup specifik etnik në Kosovë është përgjegjës për rritjen e shkallëve të krimit, duke përdorur statistika të fabrikuara. Historitë përfshijnë një thirrje për të "bërë rrugët tona të sigurta përsëri".

Skenari D: Gjatë një klase online, një nxënës fillon të tallet me një nxënës tjetër dhe bën shaka me përkatësinë e tij gjinore me koment. Nxënës të tjerë qeshin. Mësuesi nuk përgjigjet.

Skenari E: Një video TikTok tregon një vajzë duke lexuar me zë një poezi të shkruar prej saj rreth përjetimit të diskriminimit në Kosovë. Seksioni i komenteve mbushet me reagime tallëse, diskriminim të mëtejshëm dhe kërcënime.

12. Rekomandime

- Mësoni rreth gjuhës së urrejtjes dhe ndërtoni kapacitete për mësuesit.
- Përfshini kurrikula rreth gjuhës së urrejtjes dhe bashkëjetesës paqësore në shoqëri si kapituj të dtyrueshëm në lëndë ekzistuese rreth shkencave sociale.
- Mësoni të rinjtë rreth aftësive emocionale dhe sociale.
- Përmirësoni aftësitë e të menduarit kritik dhe promovoni edukimin medial mes të rinjve dhe shoqërisë në tërësi.
- Për të punuar/mësuar më shumë mbi rolin aktorëve të ndryshëm në ndalimin e gjuhës së urrejtjes mund të konsultoni edhe këtë "Formular vetëvlerësimi për parandalimin dhe luftën kundër gjuhës së urrejtjes" të Këshillit të Evropës pranë: https://rm.coe.int/self-assessment-tool-on-combating-hate-speech-alb-2762-3169-2558-1/1680b66356
- Po ashtu, mund të përdorni këto formate të gatshme të vlerësimit të qëllimit, sukbjektit të synuar, kontekstit, dhe impaktit të gjuhës së urrejtjes të zhvilluara nga Këshilli i Evropës. https://www.coe.int/en/web/no-hate-campaign/hand-outs1

13. Fjalor

Diskriminim - Kur qëndrimet negative ndaj një grupi të veçantë rezultojnë në një fakt që ai grup nuk mund, ose me vështirësi, gëzon të drejtat e njeriut. Diskriminimi vetë është shkelje e të drejtave të njeriut.

14. Burime

- Adresimi i Gjuhës së Urrejtjes nëpërmjet Arsimit: Udhëzues për Politikëbërësit, libër, 2023, UNESCO
- Bookmarks - Një manual për luftimin e gjuhës së urrejtjes online nëpërmjet arsimit për të drejtat e njeriut, raport, 2020, Këshilli i Evropës
- Plani i Veprimeve të Rabatit mbi ndalimin e avokimit të urrejtjes kombëtare, racore ose fetare që përbën nxitje ndaj diskriminimit, armiqësisë ose dhunës
- Toolkit për të Drejtat e Njeriut – Projekti No Hate, Këshilli i Evropës

Metodologjia

Metodologjia e këtij studimi është bazuar në kërkim dhe përmbledhje të burimeve dytësore të informacionit, dhe në burime parësore nëpërmjet një pyetsori dhe tre intervistave. Më pas gjetjet janë konfirmuar në disktume fillestare në formën e fokus grupeve me të rinj nga rajone të ndryshme të Kosovës, të cilat kanë shërbyer në hartimin e draftit të parë. Ky draft dhe përmbajtja e tij janë diskutuar dhe validuar në një hap përfundimtar në një tryezë të rrumbullakët. Pjesë e tryezës së rrumbullakët janë bërë institucione, profesorë, punonjës të medias dhe të shoqërisë civile dhe të rinj. E gjithë metodologjia ka synuar të ketë një bazë referencash e burimesh të mira ndërkombëtare të fushës, dhe konsultimin e sa më shumë aktorëve të fushës. Të gjitha të dhënat janë validuar dhe analizuar për të përftuar një Manual që i përgjigjet nevojave të të rinjve në Kosovë, organizatave rinore si edhe institutcioneve të edukimit.

Procesi filloi me një takim hapës me RCC/WBYL2 dhe Grupin Punues të caktuar, për të konfirmuar metodologjinë, afatet kohore dhe rezultatet e pritshme, si dhe për të rënë dakord mbi qasjet e angazhimit të palëve të interesit dhe protokollet e komunikimit, duke vendosur kështu një strukturë të qartë koordinimi për projektin.

Faza e parë të metodologjisë u fokusua në bazën hulumtuese që u ndërtua mbi katër shtylla që kombinojnë hulumtimin, të dhëna empirike, mjetet analitike dhe krahasim (benchmarking). Kjo përfshiu shqyrtimin e kornizës ligjore dhe strategjike të Kosovës (p.sh. Kodi Penal, Strategjia Shtetërore për Rininë, Strategjia Kombëtare e Sigurisë Kibernetike), hartëzimin e së paku 15 iniciativave dhe praktikave të mira ekzistuese, si dhe krahasimin me politikat e BE-së, Këshillit të Evropës dhe UNESCO-s. Analiza udhëhiqet nga Kodi i Praktikës i BE-së për Dezinformimin, parimet e vlerësimit të rrezikut sipas DSA/EMFA, korniza MIL e UNESCO-s, dhe korniza e vlerësimit të OKB-së për gjuhën e urrejtjes.

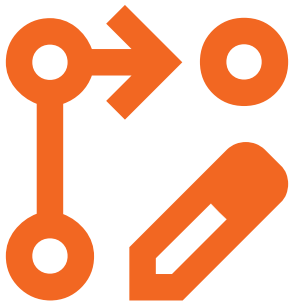
Pas hulumtimit, u aplikua një qasje me metoda të përziera për të kuptuar mënyrën se si të rinjtë ekspozohen ndaj keqinformimit, dezinformimit, gjuhës së urrejtjes, diskriminimit dhe bullizmit kibernetik: një pyetësor online për të rinj me 71 të anketuar dhe tre intervista të targetuara me aktorë kryesorë: i.Minsitrinë e Digjitalizimit dhe Administratën publike; ii. median fact-checking Hibrid.info; iii. eksperte të pavarur në hartimin e kurrikulave mësimore. Përgjigjet a marra shërbyen për të validuar gjetjet nga hulumtimi dhe për të orientuar më tej seksionet kryesore të draftit të manualit. Gjetjet mbi përdorimin e mediave, ekspozimin dhe frekuencën e dëmeve online, u sintetizuan në një shënim analitik të përmbledhur që shërbeu drejt-përdrejt për manualin dhe konsultimet.

Më pas, dy diskutime në grupe të fokusuara me 8 pjesëmarrës secili, me të rinj nga rajone dhe profile të ndryshme, shërbyen për të shkëmbyer mendime mbi strukturën, fokusin e dhënë në manual, tematikat e prekura më së shumti dhe metodologjinë e manualit. Perspektivat e ardhura nga grupet e fokusit u pasqyruan në përmbajtjen e draft manualit. Një tryezë e rrumbullakët e strukturuar me 15 pjesëmarrës nga organizatat rinore, arsimi, media, shoqëria civile dhe institucionet publike, u mbajt për të validuar draft manualin. Diskutimi u fokuasua në vlerën e shtuar të manualit për kategoritë e përcaktuara, metodologjinë e tij mes teorisë dhe praktikës, zgjerimin e përmbajtjes me shembuj konkretë nga Kosova bazuar në praktikën dhe punën e aktorëve në diskutim, si edhe validimin e gjetjet paraprake nga shqyrtimi në tavolinë dhe vlerësimi i nevojave. Duke përdorur një format të moderuar (prezantim – diskutim i hapur – kontribute tematike), sesioni konfirmoi prioritetet dhe nevojat praktike, ndërsa pjesëmarrësit patën mundësi të dërgojnë kontribute shtesë me shkrim pas sesionit, duke forcuar kështu qasjen bashkëkrijuese gjatë gjithë ciklit të hulumtimit.

Besueshmëria e gjetjeve sigurohet përmes ballafaqimit të burimeve të të dhënave nga hulumtimi, pyetësori rinor, grupet e fokusuara dhe tryeza e rrumbullakët me palët e interesit, duke mundësuar kryqëzim-verifikim para se gjetjet të përfshihen në manual. Të gjitha aktivitetet hulumtuese ndjekin standarde të vendosura etike – pëlqim të informuar dhe konfidencialitet/mbrojtje të të dhënave në përputhje me parimet e GDPR-së, ndërsa rezultatet paraprake validohen zyrtarisht me Grupin Punues dhe palët e interesit gjatë tryezës së rrumbullakët.

Rezultati kryesor i metodologjisë është një manual modular, i orientuar nga përdoruesi, në gjuhën shqipe. Ai përmban gjashtë module tematike: i. mjedisi informativ digjital, të drejtat digjitale dhe të menduarit kritik; ii. angazhimi e avokimi rinor; iii. etika mediale dhe pjesëmarrja e përgjegjshme digjitale; iv. kuptimi i keq/dezinformimit, verifikimi dhe kontrollimi i fakteve; v. bullizmi kibernetik; dhe vi. identifikimi dhe reagimi ndaj gjuhës së urrejtjes, Çdo modul përfshin objektiva mësimore, shembuj real nga Kosova, udhëzime hap-pas-hapi dhe pyetje reflektuese, të përshtatura si për mjediset formale (klasë) ashtu edhe joformale (punëtori, mësim nga bashkëmoshatarët).

Edhe pse metodologjia e hartuar fillimisht kishte marrë parasysh risqe në zbatimin e saj, ekspertët u gjendën në vështirësi për të mbledhur të dhëna parësore dhe organizuar konsultime në formë fizike. Kjo për dy arsye: së pari buxheti i parashikuar nuk lejonte mbulimin e kostove për të rinj jashtë Prishtinës për të marrë pjesë ne fokus grup, ndaj për të garantuar përfaqësim gjeografik dhe moshor, fokus grupet u mbajtën në formatin online; së dyti, për shkak se muaji maj dhe qershor janë muaj përmbyllës në ciklin arsimor, ishte e vështirë qasja në të rinj për të marrë përgjigje në pyetsor për shkak të provimeve të vazhdueshme dhe përmbylljes së vitit akademik. Kjo ndikoi po ashtu në gadishmërinë e tyre për të marrë pjesë në fokus grupe, që u reflektua në një pjesëmarrje prej 8 vetash në fokus grup në vend të 12 sipas parashikimit; së treti, mbajtja e intervistave me institucionet publike hasi në një sfidë të paparashikuar si zgjedhjet e parakohshme elektorale, gjë që solli më pak gadishmëri për përgjigje dhe kohë për intervistë. Për këtë arsye ekspertët konsultuan aktorë me dije në fushë dhe relevantë për qëllimin e intervistës. Së fundmi, për shkak të ngarkesës në punë dhe motit të nxehtë, shumica e pjesëmarrësve të tryezës së rrumbullakët preferuan takim online për të kursyer kohë dhe për të shmangur mobilitetin. Përtej këtyre sfidave, mbledhja e të dhënave u përmbush në cilësi dhe sasi sipas parashikimeve në metodologji.



Trg BiH 1/V, Sarajevo
Bosnia and Herzegovina

Fax: +387 33 561 701
Phone +387 33 561 700

mail: rcc@rcc.int
website: www. rcc.int



RegionalCooperationCouncil



regionalcooperationcouncil_rcc



Regional Cooperation Council



@rccWBYL



RCCSec



rcc.int