

CENUESHMËRIA NDAJ DEZINFORMATAVE TE GRUPE TË NDRYSHME TË QYTETARËVE NË MAQEDONINË E VERIUT

Drejt zhvillimit të qëndrueshmërisë ndaj dezinformatave -
testimi i një modeli të ri

Titulli i hulumtimit:

Cenueshmëria ndaj dezinformatave te grupe të ndryshme të qytetarëve në Maqedoninë e Veriut

Botues:

Instituti për Studime të Komunikimit
rr. "Jurij Gagarin" 17-1-1, Shkup
www.iks.edu.mk

Rreth botuesit:

prof. dr. Zhaneta Trajkoska

Edicioni:

ResPublica 

Autorë:

Shoqata Maqedonase për Psikologji të Aplikuar
prof. dr. Eleonora Serafimovska,
mr. Jordanka Çerepnallkova Trajkoska

Redaktor:

prof. dr. Zhaneta Trajkoska, Aleksandra Temenugova

Përkthyer nga gjuha maqedonase në gjuhën shqipe

Titulli Origjinal:

РАНЛИВОСТ НА ДЕЗИНФОРМАЦИИ КАЈ РАЗЛИЧНИ
ГРУПИ ГРАЃАНИ ВО СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА -
Кон развивање на отпорноста на дезинформации –
тестирање нов модел

Përktheu në shqip

Vjosa Taipì

Dizajn grafik:

Tatjana Koceva Spirova

Viti:

2023

CIP - Каталогизација во публикација
Национална и универзитетска библиотека "Св. Климент Охридски", Скопје

316.776.23:316.66(497.7)(047.31)

316.776.23:150.9(497.7)(047.31)

37:316.774]:303.2(497.7)(047.31)

SERAFIMOVSKA, Eleonora

Cenueshmëria ndaj dezinformatave te grupe të ndryshme të qytetarëve në Maqedoninë e Veriut [Електронски извор] : drejt zhvillimit të qëndrueshmërisë ndaj dezinformatave - testimi i një modeli të ri / [autorë Eleonora Serafimovska, Jordanka Çerepnallkova Trajkoska ; përkthyer nga gjuha maqedonase në gjuhën shqipe, përktheu në shqip Vjosa Taipì]. - Shkup : Instituti për studime të komunikimit, 2023. - (Edicioni ResPublica)

Начин на пристапување (URL):

<https://respublica-edu.mk.b-cdn.net/wp-content/uploads/2023/04/ranlivost-na-dezinformacii-al.pdf>

- Превод на делото: Ранливост на дезинформации кај различни групи граѓани во Северна Македонија : кон развивање на отпорноста на дезинформации – тестирање нов модел. - Текст во PDF формат, содржи 78 стр., илустр. - Наслов преземен од екранот. - Опис на изворот на ден 18.04.2023. - Фусноти кон текстот. - Библиографија: стр. 71. - Содржи и: Bashkëngjitje

ISBN 978-608-4805-22-9

1. Çerepnallkova Trajkoska, Jordanka [автор]

а) Дезинформации -- Ранливост -- Социо-психолошки аспекти -- Македонија -- Истражувања

б) Медиумска писменост -- Мерење -- Македонија -- Истражувања

COBISS.MK-ID 60098309

Përmbajtja

1 DEBAT ME AVOKATIN E DJALLIT - PSE KY HULUMTIM?	5
2 FJALOR	9
3 HYRJE	11
4 Qëllimet dhe objekti i hulumtimit, pyetjet e hulumtimit dhe variablat	14
4.1 Qëllimi i hulumtimit	14
4.1.1 Përcaktimi i grupeve të rrezikuara për qëllime kërkimore	14
4.2 Lënda e hulumtimit	15
4.3 Pyetjet e hulumtimit	16
4.4 Variablat	16
4.4.1 Operacionalizimi i variablave	17
4.5 Metodatat dhe teknikat e mbledhjes së të dhënave	18
4.5.1 Anketë me një pyetësor të strukturuar në versione online dhe në letër	18
4.5.2 Një fokus grup i njerëzve në rrezik social për të shqyrtuar pikëpamjet e tyre për ndjekjen e lajmeve dhe përballjen me dezinformatat	18
5 HULUMTIME REFERENCË	19
5.1 Hulumtime referuese në botë	19
5.2 Hulumtime referuese në Maqedoninë e Veriut	21
6 TË DHËNAT E FITUARA NGA HULUMTIMI	23
6.1 Karakteristikat demografike për të anketuarit	22
6.2 Përfshirja e të anketuarve në programet për edukim mediatik ose digjital	25
6.3 Ndjekja e lajmeve në internet	25
6.4 Sa shpesh të anketuarit përdorin një kompjuter	26
6.5 Edukim për lajmet	27
6.5.1 Nevoja për njohje	27
6.5.2 Lokusi i kontrollit në lidhje me median	28
6.5.3 Njohuri për mediat	30
6.5.4 Indeksi i edukimit për lajmet	32
6.6 Motivim për ndjekjen e lajmeve dhe mësim, edukim për dezinformatat	34

6.6.1 Motivimi për ndjekjen e lajmeve – i jashtëm dhe i brendshëm	34
6.6.2 Motivim për të mësuar rreth dezinformatave	35
6.7 Ndërgjegjësimi për ekzistencën e barrierave	37
6.8 Njohuri dhe interesim për informacione lidhur me integrimin evropian të Maqedonisë së Veriut dhe ndryshimet klimatike	38
6.8.1 Interesimi për temat: Integrimi evropian i RM-së dhe ndryshimet klimatike dhe rëndësia e këtyre temave për individin	41
6.9 Pyetje kuizi – njohja e shenjave që tregojnë dezinformim të mundshëm ose lajme të pasakta	42
6.9.1 Studentë	44
6.9.2 Pensionistë	44
6.10 Testimi i modelit për njohjen e dezinformatave	45
6.11 Analizë cilësore e fokus grupit të personave në rrezik social	51
6.12 Rezultatet përmbledhëse dhe përfundime	56
1 PËRGJIGJE NË PYETJET E HULUMTIMIT	62
2 Kufizimet e hulumtimit	65
3 Rekomandime	66
Literatura e përdorur	71
Bashkëngjitje	72
Pyetësor për analizimin e opinionit të qytetarëve për monitorimin e lajmeve dhe ballafaqim me dezinformatat	

DEBAT ME AVOKATIN E DJALLIT - PSE KY HULUMTIM?

Debat me Avokatin e Djallit¹

Titulli: Pse një hulumtim si ky?

Pjesëmarrës: Avokati i Djallit (AD) dhe Hulumtuesi(H).

Konteksti më i gjerë në të cilin zhvillohet debati: Republika e Maqedonisë së Veriut

Skena: Salla e takimeve në Institutin për Studime të Komunikimit

AD: Kam lexuar raportin nga hulumtimi juaj në lidhje me cenueshmërinë ndaj dezinformatave. Hulumtues, pse hulumtoni dezinformatat? Sipas meje, dezinformatat nuk kanë aq i rëndësi sa mendohet!

H: Për shkak se jetojmë në një shoqëri të vërsuar me informacione dhe dezinformata, ndaj për individin është gjithnjë e më e vështirë të njohë informacionin e saktë. Dezinformatat janë të rrezikshme për shkak të fuqisë së tyre potencialisht shkatërruese për të na çuar në vendime, sjellje të gabuara, të shkaktojë konfuzion, trazira, madje edhe luftëra. Dezinformatat, falë rrjetit botëror, pra internetit, sot përhapen shumë më shpejt dhe më lehtë dhe ne duhet të kuptojmë mënyrat dhe mekanizmat sesi kjo ka sukses.

AD: Hulumtues, prezantuat gjithashtu një term - cenueshmëria ndaj dezinformatave? Çfarë është kjo cenueshmëri? Çfarë kuptoni me cenueshmëri?

H: Cenueshmëria nënkupton paaftësinë, injorancën, mungesën e aftësisë dhe/ose kapacitetit të individit për të mbrojtur veten nga diçka që mund ta lëndojë atë.

AD: Pyeta se çfarë është cenueshmëria ndaj dezinformatave. A ekziston një gjë e tillë apo thjesht po ndërtoni një term pa ndonjë kuptim të veçantë?!

H: Nevoja për një term të tillë në fakt është e vërtetë e madhe. Kjo nënkupton mungesë të vetëdijes për ekzistencën e dezinformatave, si dhe qëllimin e atyre që e përhapin atë. Mosnjohja e fuqisë potenciale shkatërruese të dezinformatave hap derën për shumë veprime të padëshiruara, shpesh edhe çnjerëzore, të pahijshme për njerëzimin.

Ndërtimi i një termi të tillë, dhe më vonë shqyrtimi dhe hulumtimi i tij, ka një qëllim jashtëzakonisht dashamirës: nxit ndërgjegjësimin e qytetarëve për rreziqet e mundshme të përhapjes së dezinformatave dhe reagimin e organizuar dhe sistematik ndaj tij. Është përgjegjësi sociale të kujdesemi për këtë cenueshmëri dhe të përpiqemi të bëjmë diçka për ta zvogëluar atë.

¹ Advocatus diaboli (latinisht “avokat i djallit”) është një ish-pozicion zyrtar në Kishën Katolike, i quajtur gjithashtu Promovues i Besimit: ai që argumenton kundër kanonizimit (shpalljes së shenjtërisë) të një kandidati për të zbuluar ndonjë mangësi ose keqinterpretim të dëshmiave, në favor të kanonizimit. Detyra e këtij personi ishte të kishte këndvështrime skeptike për karakterin e kandidatit për kanonizim, të kërkonte boshllëqe në prova, të pretendonte se mrekullitë që i atribuoheshin kandidatit ishin mashtruese etj. Avokati i Djallit argumenton kundër “Avokatit të Zotit” (advocatus Dei; i njohur gjithashtu si “Promovuesi i Kauzës”), detyra e të cilit ishte të paraqiste argumentin në favor të kanonizimit. Pavarësisht se është mesjetare në origjinë, kjo idiomë është një nga idiomat më të njohura të ditëve moderne angleze që përdoret për të shprehur konceptin e diskutimit, të argumentimit kundër diçka pa u angazhuar në të vërtetë për mendimin e kundërt (Fanning, W. (1911). Promotor Fidei. In The Catholic Encyclopedia. New York: Robert Appleton Company. Retrieved February 16, 2023 from New Advent: <http://www.newadvent.org/cathen/12454a.htm>).

AD: Që kur u shfaqën dezinformatat, është një fenomen më i ri apo i vjetër? Meqë i hulumtoni tani, duket se fenomeni është i ri!

H: Dezinformatat thuhet se kanë ndihmuar në sjelljen e perandorëve romakë në pushtet, të cilët kanë përdorur mesazhe në monedha si një formë komunikimi masiv, ndërsa propaganda naziste dikur mbështetej shumë në shtypin, radion dhe kinemanë për të ndikuar në qëndrimet dhe sjelljet e njerëzve. Fenomeni është mjaft i vjetër, ndoshta përpjekjet për të adresuar (në mënyrë sistemore me) dezinformatat është i një historie më të re. Sot, përpjekjet për përhapjen e dezinformatave mund të shfrytëzojnë infrastrukturën digjitale, të pakrahasueshme në arritjen e saj me asnjë të mëparshme. Interneti arrin miliarda individë dhe ju lejon dërguesve të përshtatin mesazhe bindëse për profilet specifike psikologjike të individit. Kjo është arsyeja pse dezinformatat dhe ndikimi i tyre sot po hulumtohen gjithnjë e më shumë.

AD: Pra, si mendoni se mund ta “ftoni” gjithë këtë infrastrukturë digjitale? Kjo është e pamundur!

H: Me zhvillimin e rezistencës.

AD: Rezistencë ndaj çfarë?

H: Rezistenca ndaj dezinformatave, që do të thotë të pajisesh me njohuri dhe aftësi për të vënë në dyshim vërtetësinë e informacioneve, si dhe qëllimin dhe mënyrën se si na është komunikuar. Është diçka që mësohet!

AD: Pse të zhvillohet rezistenca e publikut të gjerë dhe grupeve të rrezikuara ndaj dezinformatave? Nuk ka diçka tjetër, më praktike? A nuk është më e thjeshtë të trajnosh gazetarët që të mos përhapin dezinformata???

H: Meqenëse është shumë e vështirë, madje e pamundur, të ndikohet tek krijuesit e dezinformatave, duke qenë se zakonisht është rezultat i tendencave të vetëdijshme dhe të paramenduara për manipulim, është më e rëndësishme të zhvillohet rezistenca e publikut ndaj dezinformatave, veçanërisht grupeve të rrezikuara.

AD: Dhe si mund të zhvillohet kjo? Si mendoni se mund të zhvilloni rezistencë ndaj dezinformatave??

H: Ka disa mënyra, por rritja e edukimit mediatic është një nga mënyrat më efektive.

AD: Ah, pra ju e zgjodhët edukimin mediatic si lëndë kërkimore? Më duket një përpjekje e thjeshtë!

H: Po, tema jonë është lidhja e edukimit mediatic me njohjen e shenjave të dezinformatave, por ndërmarrja nuk është aspak e thjeshtë. Në këtë mekanizëm kemi përfshirë disa variabla, të cilat mendojmë se janë të lidhura njëra me tjetrën: edukimi për lajmet; motivimi për të ndjekur lajmet; interesi dhe motivimi për të mësuar se çfarë janë dezinformatat; ndërgjegjësimi për ekzistencën e barrierave në njohjen dhe trajtimin e dezinformatave. Ju thashë se angazhimi juaj nuk është aspak i thjeshtë.

AD: Mendoj se po i ndërlikoni gjërat pa nevojë!

H: Është një mekanizëm kompleks, një kombinim i disa faktorëve. Nëse individi dëshiron të njohë dezinformatat, ai duhet të njohë sistemet e medias dhe mënyrën se si ato funksionojnë dhe ndikojnë në mjedis, dhe të jetë i motivuar të silllet në mënyrë (pro)aktive me procesin e perceptimit të lajmeve/informacioneve. Këto dy gjëra në fakt shkojnë së bashku shumicën e kohës. Nëse një person është i motivuar, dëshiron, ka dëshirë të dijë të njohë dezinformatat, atëherë ai ndoshta do të edukojë veten se si funksionojnë sistemet mediatiche në shoqëri. Por mekanizmi tjetër është gjithashtu i rëndësishëm dhe ndoshta i saktë: ai që do të arsimohet dhe edukohet për mediat dhe sistemet mediatiche, duke u ndërgjegjësuar për mekanizmat e veprimit të dezinformatave, do të motivohet gjithnjë e më shumë të njohë shenjat e fshehura të dezinformatave. Komponenti i aktivizimit është një pjesë integrale e edukimit mediatic.

AD: Megjithatë, mendoj se është e pamundur të matet edukimi mediatik. Si e matni? Si do ta matni se sa i edukuar mediatikisht është dikush???

H: Së pari, është e nevojshme të bëhet dallimi midis edukimit për lajmet dhe edukimit mediatik. Sigurisht që këto dy terma mbivendosen në një segment, por nuk janë plotësisht sinonime. Ne matim edukimin e lajmeve përmes 3 komponentëve: njëri është nevoja për dije, e dyta është lokusi i kontrollit në lidhje me median, dhe e treta është njohuritë për mediat. E para nënkupton nevojën e njeriut për t'u përfshirë në të menduarit, aktivitetet e mendimit. E dyta nënkupton ndjenjën personale të individit se ai kontrollon informacionet, dhe jo informacionet (mediat) me të. Komponenti i tretë i referohet njohurive për strukturën, si funksionojnë ato, cili është roli dhe ndikimi i tyre dhe si rregullohen mediat. Kështu, njerëzit që kanë një nevojë më të lartë për njohje (të cilët janë intelektualisht kuriozë dhe kënaqen duke u përfshirë në aktivitetet e mendimit), të cilët kanë ndjenjën e kontrollit mbi informacionet /mediat (lokusi më i lartë i kontrollit), si dhe ata që kanë njohuri më të mëdha për strukturën, funksionimin dhe ndikimin e medias - do të ketë edukim më të madhe për lajmet. Edukimi mediatik është një konstrukt që, përveç edukimit për lajmet, përfshin edhe një komponent aktivizimi si motivimi për të ndjekur lajmet dhe motivimi për mësim dhe aftësim për të njohur dezinformatat, si dhe ndërgjegjësim se ky proces nuk është i thjeshtë, përkundrazi se ka shumë barriera, shumë pengesa në njohjen dhe trajtimin e dezinformatave.

AD: Po më hutoni tani...edukimi mediatik është i njëjtë me rezistencën ndaj dezinformatave? Ata që janë më pak të edukuar mediatikisht janë gjithashtu të cenueshëm ndaj dezinformatave???

H: Po, është si një figurë dhe një sfond, njëra është reflektim i tjetrës. Në sfond është edukimi mediatik, sjellja e shfaqur është njohja e dezinformatave dhe sjellja në përputhje me rrethanat.

AD: A keni përfshirë edhe njohuri për tema si procesi i integritit evropian dhe ndryshimet klimatike? Nuk shoh ndonjë lidhje mes njohjes së temave të tilla dhe edukimit mediatik?

H: Një qytetar i përgjegjshëm është një qytetar i mirëinformuar. Qytetar aktiv me kulturë pjesëmarrëse është një qytetar që është dhe dëshiron të jetë i informuar në mënyrë adekuate për tema dhe çështje të rëndësishme sociale. Integrimi evropian është një temë e rëndësishme dhe urgjente për ne, ndërsa ndryshimi i klimës është një problem urgjent për të gjithë njerëzimin. Pra, një qytetar i përgjegjshëm dhe aktiv është një qytetar i cili është i edukuar mediatikisht, por edhe i edukuar për tema me interes shoqëror. Këto janë fenomene të lidhura!!

AD: Por si mund të matet nëse dhe sa mirë dikush di të njohë dezinformatat?? Më duket se vazhdimisht përpiqesh të matësh gjëra të pamatshme!

H: Kemi ndërtuar 3 tekste, tre lajme të shkurtra të paraqitura si lajme në internet (lajme në një portal interneti), në të cilat kemi futur shenja me të cilat mund të dallohet dezinformata dhe kemi parë nëse të anketuarit kanë arritur t'i gjejnë ato shenja. Nuk jemi plotësisht të sigurt se ky është një instrument i vlefshëm për matjen e aftësive për dezinformata, por besojmë se ofron disa udhëzime.

AD: Pra, cilat janë ato shenja?

H: Theksimi i tepërt i disa informacioneve, mos citimi i burimeve të sakta, përdorimi i fjalëve të ngarkuara emocionalisht, më shumë gabime tipografike në tekst, përdorimi i tepruar i shenjave të pikësimit - të gjitha këto i kemi përfshirë në tekstet.

AD: Sa shenja njohën studentët?

H: Epo, nga 2-3 në secilin lajm.

AD: Po pensionistët?

H: Nga një.

AD: Sa shenja dezinformimi janë përfshirë në një lajm?

H: 9 në secilin nga tre lajmet!

AD: Përse kështu? Pse studentët, dhe veçanërisht pensionistët, njohin kaq pak shenja dezinformimi? Kush është përgjegjës për këtë situatë?

H: Ne të gjithë që jemi të përfshirë në edukimin jemi përgjegjës, veçanërisht në edukimin e të rinjve, dhe nuk arrijmë të zhvillojmë kuriozitetin intelektual; të gjithë ne që merremi me komunikime dhe media, dhe nuk arrijmë t'u përcjellim të rinjve njohuri për mënyrën se si funksionon media, madje kemi kontribuar në hezitimin për ndjekjen e përmbajtjeve mediatike, veçanërisht tek të rinjtë; përgjegjës janë ata që krijojnë politika dhe nuk ndihen përgjegjës për mos ndërtimin e rezistencës ndaj dezinformatave.

AD: Pse zgjodhët lajmet në internet? Dezinformatat përhapen në të gjitha mediat!

H: Besojmë se internet lajmet kanë fuqinë më të madhe të mundshme shkatërruese sepse mund të arrijnë deri te një numër më i madh përdoruesish; këtu përgatitja e lajmit është me numrin më të madh të sfidave, madje kemi forma jo njerëzore (bot) që krijojnë lajme; ajo sferë është më pak e rregulluar, kështu që supozuam se dezinformatat përhapen më shpejt dhe më lehtë në internet. Me mediat tradicionale situata është pak a shumë ndryshe.

AD: Sinqerisht nuk mund ta shoh pyllin nga pemët! Çfarë vërtetuat në fakt për edukimin mediatik? Cili është mësimi më i rëndësishëm nga hulumtimi juaj?

H: Hulumtimi është kompleks, përfshihen disa komponentë, por po ashtu është i gjithë procesi/mekanizmi i njohjes dhe trajtimit të dezinformatave. Ajo që është kryesisht e rëndësishme të kuptohet është se nuk është një proces i thjeshtë, ka disa faktorë të përfshirë që ndikojnë reciprokisht në njëri-tjetrin. Ndërsa gjetja thelbësore është se edukimi mediatik ndikon në aftësinë për të njohur shenjat e dezinformatave, kështu që njerëzit që janë të edukuar mediatikisht do të jenë më të suksesshëm në njohjen e dezinformatave. Por kjo, interesant, vlen vetëm për studentët! “Rregullat e lojës” janë të ndryshme për pensionistët. Ata dinë më pak për hapësirën kibernetike, më pak për funksionimin e portaleve dhe ndoshta mendojnë se lajmet përgatiten njësoj si në mejnstrim mediat. Prandaj, edhe pse ata janë po aq të edukuar mediatikisht sa studentët, nuk do të kenë pothuajse asnjë aftësi në njohjen e dezinformatave në internet lajmet.

AD: Dhe çfarë tani? Ku dhe për çfarë mund të përdoren këto njohuri? Unë nuk shoh ndonjë përfitim të madh prej tyre!

H: Përfitimi është i madh! Kur dihet mekanizmi i veprimit të edukimit mediatik, kur dihen faktorët, motivet dhe pengesat në procesin e njohjes dhe përballjes me dezinformatat, atëherë ai mund dhe duhet të përdoret në krijimin e përmbajtjeve edukative dhe/ose programeve për zhvillimin e edukimit mediatik. Specifikat e këtij mekanizmi për çdo grup (qoftë sipas moshës, gjinisë, arsimit...) duhet të përdoren me kujdes dhe në mënyrë adekuate!

Në fund të fundit, shikoni me kujdes të dhënat e paraqitura në hulumtim dhe prej andej do të kuptoni se si ato mund të përdoren praktikisht dhe në mënyrë të dobishme!

FJALOR

Dezinformatata

Dezinformatata është informacion, pasaktësia e të cilit mund të verifikohet ndërkaq ajo shpërndahet me qëllimin për të mashtruar ose shkakuar hutë. (UK Government Communication Service). Është informacion i rremë që përhapet qëllimisht dhe shpesh në mënyrë të fshehtë (si në situatat e thashethemeve) me qëllim që të ndikojë në opinionin publik ose të fshehtë të vërtetën. (<https://www.merriam-webster.com/dictionary/disinformation>)

Cenueshmëria ndaj dezinformatave

Cenueshmëria sociale përkufizohet si “gjendje e një individi, grupi ose komunitetesh të tëra e karakterizuar nga: pamundësia për të kapërcyer pasojat negative të faktorëve stresues; potencial i lartë të lëndoheni fizikisht ose psikologjikisht dhe mungesë e kapacitetit, aftësive dhe mundësive për: parashikim të situatave stresuese; përbalimin me situata stresuese; tejkalim të pasojave të situatave stresuese dhe - rikuperim nga situata stresuese”. Së këndejmi, “ Një individ, grup ose komunitet që ka një kapacitet më të madh për përshtatje, ndërsa më pak ndjeshmëri dhe ekspozim ndaj faktorëve stresues është më pak i cenueshëm. Një individ, grup ose komunitet që ka më pak kapacitet adaptues dhe ndjeshmëri ndërsa ka ekspozim më të madh ndaj faktorëve stresues është më i cenueshëm (https://www.mtsp.gov.mk/WBStorage/Files/priracnik_socijalni_usligi.pdf)

Rrjedhimisht, cenueshmëria ndaj dezinformatave nënkupton paaftësinë për të njohur dezinformatat, rrezik të lartë për të vuajtur pasoja negative prej tij, kapacitet, aftësi dhe mundësi të ulëta për t'u përbalhur me të, si dhe ekspozim i shpeshtë ndaj dezinformatave.

Edukim mediatik

Edukimi mediatik është aftësia për të përdorur, kuptuar dhe krijuar përmbajtje dhe komunikime mediatike në kontekste të ndryshme. (<https://www.ofcom.org.uk/research-and-data/media-literacy-research>)

Edukimi mediatik është një koncept më i gjerë i edukimit që përfshin aftësinë për: qasje dhe analizë të mesazheve mediatike; krijim, të menduarit dhe ndërmarrje të veprimeve duke përdorur fuqinë e informacioneve dhe komunikimit për të bërë ndryshime domethënëse në mjedis

(https://www.aspeninstitute.org/wp-content/uploads/2010/11/Digital_and_Media_Literacy.pdf).

Edukimi për lajmet (news literacy).

Edukimi për lajmet është aftësia për të menduar në mënyrë kritike, për të zbërthyer kuptimin dhe për të vlerësuar besueshmërinë e informacioneve; interpretim të saktë të informacioneve të pranuar, dallimi i opinionëve nga faktet; njohja e besueshmërisë së informacioneve dhe pozicionit zyrtar, në krahasim me opinionin personal dhe interpretimin e ngjarjeve nga individë² (Fjalori i edukimit mediatik, Instituti për Studime të Komunikimit. Shkup 2023)..

Nevoja për njohje

Nevoja për njohje (origjinal nga termi need for cognition) i referohet prirjes së një individi për t'u përfshirë dhe shijuar aktivitete që kërkojnë të menduarit. Disa individë kanë relativisht pak motivim për detyra komplekse kognitive. Këta individë përshkruhen se kanë një nevojë të ulët për njohje. Individë të tjerë vazhdimisht përfshihen dhe kënaqen me aktivitete sfiduese kognitive dhe thuhet se kanë një nevojë të madhe për njohje. (<http://psychology.iresearchnet.com/social-psychology/personality/need-for-cognition/>)

Lokusi i kontrollit në lidhje me median

Lokusi i kontrollit është një term psikologjik i futur në psikologji nga Julian Rother (<https://dictionary.apa.org/locus-of-control>), dhe i referohet shkallës deri në të cilën një individ ndihet në kontroll mbi jetën e tij ose të saj. Dikush me një lokus të brendshëm kontrolli do të besojë se gjërat që i ndodhin ndikohen shumë nga aftësitë, veprimet ose gabimet personale. Një person me lokus kontrolli të jashtëm do të priret të ndiejë se forca të tjera - të tilla si shanse të rastësishme, faktorët mjedisorë ose veprimet e të tjerëve - janë më përgjegjëse për ngjarjet që ndodhin në jetën e tyre.

Kur flasim për lokusin e kontrollit në lidhje me median, nënkuptojmë ndjenjën që kanë individët nëse informimi (dezinformimi) i tyre është rezultat i angazhimeve, njohurive dhe aktiviteteve të tyre, apo rezultat i medias dhe mënyrës sesi ata i prezantojnë informacionet. Individët me lokus kontrolli të brendshëm do të konsiderojnë se prej tyre varet nëse dhe sa saktë do të informohen, ndërsa individët me lokus kontrolli të jashtëm do të konsiderojnë se do të varet nga media nëse dhe sa saktë do të informohen.

Motivimi i jashtëm për ndjekjen e lajmeve

Motivimi i jashtëm nënkupton një nxitje të jashtme për t'u përfshirë në një aktivitet të caktuar, një motivim që rezulton nga pritja e dënimit ose shpërblimit (p.sh., kryerja e një detyre të padëshiruar në këmbim të pagës). ([APA Dictionary of Psychology](#))

Motivimi i jashtëm është motivimi që nxitet nga shpërblimet e jashtme. Ato mund të jenë të prekshme, si paratë ose notat, ose jo materiale, si lavdërata ose fama. Ndryshe nga motivimi i brendshëm, i cili lind nga brenda individit, motivimi i jashtëm fokusohet vetëm në shpërblimet e jashtme.

Njerëzit të cilët janë të motivuar nga jashtë do të vazhdojnë të kryejnë një detyrë edhe pse kjo nuk u sjell atyre ndonjë kënaqësi në vetvete. Për shembull, ata do të bëjnë diçka në punën e tyre me të cilën nuk janë të kënaqur, për të fituar një rrogë.

Motivimi i jashtëm për ndjekjen e lajmeve do të thotë motivim për ndjekjen e lajmeve të nxitura nga faktorë të jashtëm: lajmi ndiqet sepse duhet, sepse është i nevojshëm për diçka, sepse do të fitojë njëfarë njohje, etj.

Motivimi i brendshëm për ndjekjen e lajmeve

Me motivim të brendshëm nënkuptohet nxitja për përfshirje në një aktivitet që lindin nga kënaqësia e përfshirjes në vetë aktivitetin (p.sh., një interes i vërtetë për lëndën që studiohet), dhe jo për shkak të ndonjë përfitimi të jashtëm (p.sh. para, avancim) ose detyrim. ([APA Dictionary of Psychology](#))

Motivimi i brendshëm i referohet sjelljes që drejtohet nga shpërblimet e përjetuara nga brenda. Këto mund të përfshihen kënaqësia nga përfundimi i një detyre, ndjenja personale për arritjen ose gjetjen e diçkaje interesante. Kjo formë motivimi është e brendshme për individët, pasi ata natyrshëm janë të shtyrë të sillen në një mënyrë të caktuar, pavarësisht nga ndonjë shpërblim i jashtëm (shpërblime monetare dhe avancime). . ([Intrinsic motivation - Oxford Reference](#))

Motivimi i brendshëm për ndjekjen e lajmeve do të thotë motivim për ndjekjen e lajmeve i nxitur nga motive të brendshme: lajmi ndiqet sepse pëlqehet, vlerësohet ndërsa njohja e informacioneve nga lajmit sjell shpërblim personal, kënaqësi dhe vetëvlerësim.

Pengesat për njohjen dhe ballafaqimin me dezinformatat

Barrierat kuptohen si faktorë të brendshëm (individual) që e vështirësojnë, pengojnë, madje edhe pamundësojnë njohjen e shenjave të dezinformatave, dhe zakonisht këto janë: njohja e pamjaftueshme e temës në lajmet, përvoja e pamjaftueshme në lidhje me të, mungesa e interesit për tema në lajmin që perceptohet, si dhe emocionet që shkaktohen nga disa lajme. ([Disinformation Techniques: How to Spot Them | Psychology Today](#))

Shenjat për dezinformata

Shenjat për dezinformata janë të gjitha shenjat që mund të tregojë nëse një lajm është i vërtetë apo jo. Krijuesit e dezinformatave përdorin mjete të ndryshme për të ndikuar tek "viktimat" e tyre, për t'i detyruar të veprojnë në një mënyrë të caktuar dhe për të shkakuar pasoja të caktuara. Shenja të tilla janë: përdorimi i fjalëve me ngarkesë emocionale (fjalë të ngarkuara emocionalisht), mos specifikimi i burimit të informacionit, përdorimi i fjalëve të urta që shkaktojnë një ndjenjë të caktuar etj. ([Tools of Disinformation: Inauthentic Content \(cisa.gov\)](#); ([Identify Disinformation 1 \(instituteforpr.org\)](#); [10 Ways to Identify Disinformation – A Guide and Checklist | Institute for Public Relations \(instituteforpr.org\)](#)). Njohja e këtyre shenjave mund të rrisë gatishmërinë e individëve të shfaqin rezistencë kur përballen me dezinformata.

HYRJE

Me zhvillimin e rrufeshëm dhe shpërthimin në zhvillimin teknologjik, dhe rritjen e qasjes pasuese në një sasi të madhe informacioni në fraksione të sekondës, ne si njerëzim u futëm në epokën e informacioneve. Dhe, ende të papërshtatur me atë hapësirë të madhe informacioni të të gjitha llojeve, ne hymë në një epokë edhe më të re, në një epokë dezinformimi, pothuajse krejtësisht të papërgatitur. Kemi shpërthim të opinionëve të të gjithëve, postimeve në media sociale, debate virtuale, blogje dhe faqe interneti, kështu që tani çdokush mund të gjejë të dhëna dhe informacione për çdo gjë, si dhe të lëshojë informacione për çdo gjë në hapësirën kibernetike. Madje edhe nëse do të bëheshim të vetëdijshëm për ekzistencën e dezinformatave, edhe sikur t'i dinim të gjitha teknikat e përdorura nga krijuesit e dezinformatave për të ndikuar tek ne, dhe edhe nëse e kemi trajnuar veten për të njohur dhe si të përbëllemi me dezinformatat, ato potencialisht mund të jenë aq të shumta sa mund po aq lehtë të shterojnë në një çast kapacitetin e plotë të individëve, t'i bëjnë grupet të rrezikuara, të kërcënojnë shoqëritë. Tashmë është bërë e qartë se rezistenca individuale ndaj fuqisë shkatërruese të dezinformatave duhet të bëhet një nga prioritetet tona kryesore në arsim.

Instituti për Studime të Komunikimit zbaton projektin “Përdorimi i gazetarisë së bazuar në fakte për ngritjen e vetëdijes dhe kundërshtimin e dezinformatave në hapësirën mediatike në Maqedoninë e Veriut (Përdor fakte)” i cili duhet **të forcojë rezistencën e publikut të gjerë dhe grupeve të rrezikuara ndaj dezinformatave**. Financohet nga Ambasada Britanike në Shkup dhe zgjat nga viti 2022 deri në vitin 2025.

Qëllimi kryesor i Projektit është të ofrojë mbështetje për qytetarët, gazetarët dhe organizatat e shoqërisë civile për të rritur kuptimin e publikut për origjinën, motivet dhe ndikimin e dezinformatave në shoqëri. Projekti do të krijojë histori të thelluara dhe hulumtuese gazetareske dhe përbajtje edukative dhe do të ofrojë burime që do t'u mundësojnë qytetarëve të njohin dezinformatat, duke vlerësuar në mënyrë kritike burimet, motivet dhe efektet e tij. Në të njëjtën kohë, projekti synon të inkurajojë qytetarët që të angazhohen për një transparencë më të madhe të institucioneve në mënyrë që të zvogëlohet hapësira për përhapjen e dezinformatave, ndërsa nga ana tjetër të inkurajojë mediat dhe institucionet që të ofrojnë qasje më të

madhe në informacione dhe lajme të besueshme.

Një nga aktivitetet e projektit është zbatimi i këtij hulumtimi mbi ndjeshmërinë apo cenueshmërinë e njerëzve ndaj dezinformatave. Përmes këtij hulumtimi, ISK-ja donte të kontrollonte supozimin e vet se të rinjtë, më të moshuarit (mbi 60 vjeç), si dhe njerëzit që janë të kërcënuar socio-ekonomikisht, janë veçanërisht të ndjeshëm ndaj dezinformatave. Për këtë qëllim është bërë një analizë gjithëpërfshirëse e hulumtimeve të mëparshme, si dhe hulumtimi në terren i një kampioni të kategorive potencialisht të cenueshme për sa i përket dezinformatave. Qëllimi kryesor ishte përcaktimi i faktorëve individualë, motiveve dhe barrierave për njohjen dhe përballjen me dezinformata. Ndërsa synimi është që të dhënat e hulumtimit të përdoren për qëllime shkencore dhe edukative, duke dhënë rekomandime dhe udhëzime për krijimin e përbajtjeve edukative dhe aktiviteteve për të zvogëluar ndjeshmërinë e qytetarëve ndaj dezinformatave.

Ky hulumtim është i pari i këtij lloji në Republikën e Maqedonisë së Veriut. Veçantia është në përcaktimin e faktorëve, motiveve dhe barrierave të mundshme për njohjen e dezinformatave, si dhe përpjekje për matjen dhe kualifikimin e tyre. Kërkohen marrëdhënie kauzale dhe për këtë qëllim u hipotezua dhe më pas u testua një model i ri teorik i ndikimit. Në atë model, termi qendror është edukimi mediatik, ndërsa në kuptimin më të ngushtë, edukimi mbi lajmet. Edukimi mediatik u mundëson njerëzve të kenë aftësi, njohuri dhe të kuptojnë për të përfituar plotësisht nga mundësitë që ofrojnë mediat tradicionale dhe mediat e reja reja të komunikimit. Të jesh i edukuar (veçanërisht) për online mediat është me rëndësi thelbësor për mënyrën se si njerëzit sillen si konsumatorë, përdorues dhe qytetarë ‘digjitalë’. Roli qendror që luan edukimi mediatik në internet ka gjithashtu implikime në fusha të tjera të jetës së njerëzve. Kjo përfshin mundësinë e përdoruesve të marrin pjesë në jetën publike, të votojnë në zgjedhje, të mbajnë marrëdhënie të shëndetshme me të tjerët, të kenë qasje dhe të marrin informacione dhe të formojnë dhe shprehin mendime në mënyrë kritike.

Deri më tani, hulumtimet në Republikën e Maqedonisë së Veriut e hulumtojnë edukimin mediatik në një nivel të përgjithshëm, më publik. Pjesa më e madhe e hulumtimit bazohet në vetëvlerësimin e aftësive

individuale digjitale ose nivelin e edukimit mediatic, kështu që ky hulumtim është një pionier në synimin për të shkuar më thellë në faktorët dhe motivet e individit për atë edukim. Ky hulumtim dallon nga të gjithë të tjerët në atë që është hera e parë që është bërë një shkallë e përshtatshme për matjen e edukimit mediatic dhe një indeks i edukimit mediatic.

Cilët janë faktorët psikologjikë dhe sociologjikë që ndikojnë në edukimin mediatic dhe nëse edukimi mediatic do të çojë në njohjen më të suksesshme të dezinformatave në media (kryesisht lajmet në internet) është tema e këtij hulumtimi.

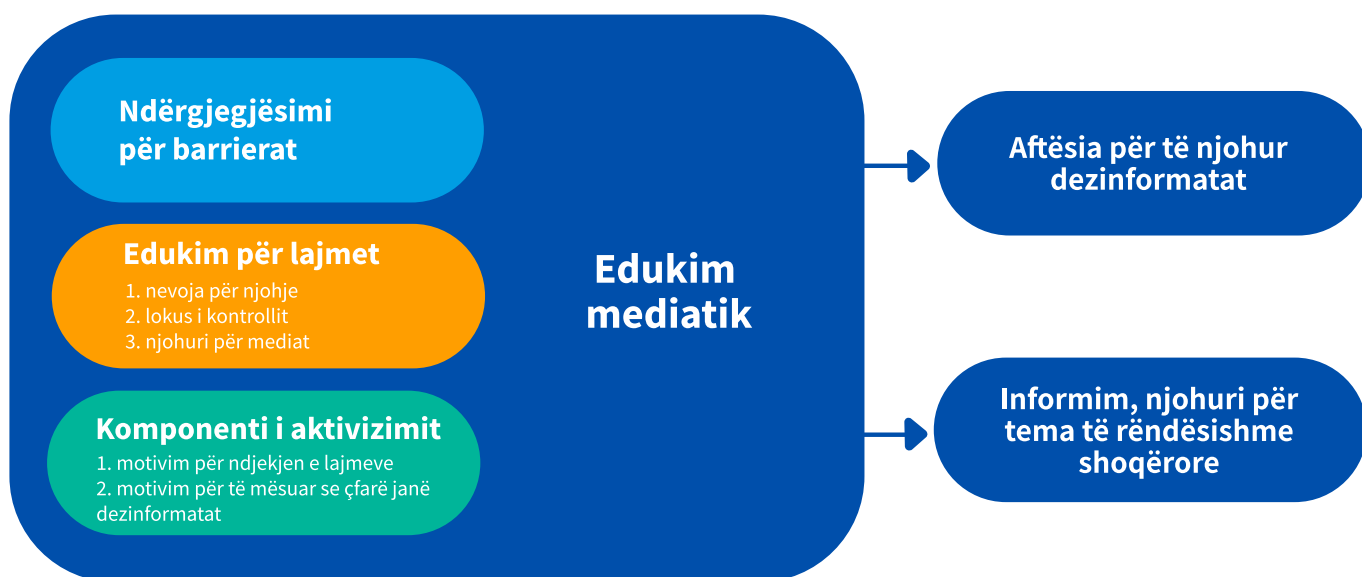


Ky hulumtim mbi cenueshmërinë ndaj dezinformatave bazohet në modelin teorik për edukimin për lajmet, të Maxle, Ashley dhe Kraft³. Ato bazohen në modelin kognitiv të edukimit mediatic, të James Potter-it, sipas të cilit konstrukti i edukimit mediatic përbëhet nga katër komponentë: 1. strukturat e njohurive për median, 2. lokusi personal i kontrollit, 3. mënyra e përpunimit të informacioneve dhe 4. kompetenca dhe aftësi të caktuara. Studiuesit e lartpërmendur përjashtojnë komponentin e fundit nga modeli i Potter-it, ndërtojnë modelin e tyre teorik që përmban 3 komponentë: nevojën për njohuri, lokusin e kontrollit në lidhje me median, si dhe njohuri për median, strukturën dhe funksionimin e tyre. Autorët ndërtojnë gjithashtu një instrument që përpunohet të matë edukimin për lajmet dhe thonë se individët me edukim për lajmet kanë më shumë nevojë për njohuri dhe do të jenë ata që kënaqen të mendojnë, është një aktivitet që e duan dhe e

bëjnë me dëshirë; ata do të kenë lokus të brendshëm kontrolli, që do të thotë se do të prirën të besojnë se do të varet nga ata personalisht, dhe jo nga media, nëse dhe sa mirë do të jenë të informuar, dhe do të jenë ata që kanë një sasi më të madhe të njohurive për mënyrën se si funksionon media, struktura dhe ndikimi i medias te njerëzit.

Modeli në këtë hulumtim bazohet në modelin dhe instrumentin teorik nga kërkimi i Maxle, Ashley dhe Kraft, por ai zgjerohet me dy komponentë shtesë: i pari, një komponent aktivizimi që përfshin motivimin e brendshëm dhe të jashtëm për të ndjekur lajmet, si dhe motivimi për të mësuar dhe edukuar për njohjen e dezinformatave, ndërsa komponenti i dytë i referohet ndërgjegjësimit për barrierat që pamundësojnë procesin e njohjes së dezinformatave. Modeli teorik i propozuar dhe i testuar me këtë hulumtim mund të paraqitet grafikisht në këtë mënyrë:

Foto no. 1 Model për rezistencën ndaj dezinformatave



³ Maksli, A., Ashley, S., Craft, S. (2015). Measuring News Media Literacy, Journal of Media Literacy Education 6(3), 29 – 45, https://www.researchgate.net/publication/286937368_Measuring_News_Media_Literacy

Në këtë model të ri të zgjeruar, me komponent aktivizimi nënkuptohet:

- a)** motivimi, prirja, dëshira për të ndjekur lajmet, ku kjo bëhet sepse dëshiron (motivim i brendshëm, intrigues) ose sepse duhet (motivim i jashtëm) dhe
- b)** motivimi për të mësuar se çfarë janë dezinformatat, që do të nënkuptonte interes dhe gatishmëri që edukim, për njohje me sukses dhe përbalim me dezinformatat.

Ndërgjegjësimi për barrierat në njohjen dhe përbalimin e dezinformatave është vetëdija për ekzistimin e pengesave, vështirësive në atë proces. Ka individë që janë plotësisht të vetëdijshëm se emocionet e tyre (gjendjet emocionale), injoranca e tyre, mungesa e përvojës ose mungesa e interesit për një temë mund të jetë një pengesë për të dalluar saktë se çfarë është e vërtetë dhe çfarë është e gënjeshtër në lajmet.

Së fundi, ky konstrukt kompleks i quajtur edukim mediatik do të nënkuptojë aftësinë për të njohur dezinformatat. Do të nënkuptojë edhe një qytetar të mirëinformuar dhe të përgjegjshëm, i cili vendimet dhe sjelljet e tij i mbështet në të menduarit e ndërgjegjshëm dhe në informacione të verifikuara mirë, të cilat çdo ditë i pranon përmes mediave.

E thënë shumë thjesht, ky model supozon se individët që kanë njohuri për median do të jenë të vetëdijshëm për ekzistencën e dezinformatave, do të hyjnë në mënyrë aktive dhe të vetëdijshme në procesin e ndjekjes së lajmeve dhe do të dinë dhe do të jenë në gjendje të njohin dezinformatat dhe do të mund t'i trajtojnë ato. Në këtë mënyrë bëhen qytetarë të përgjegjshëm, të cilët përveçse do të jenë më pak të cënueshëm ndaj dezinformatave, do të jenë edhe subjekt aktiv në shoqëri si konsumatorë, si votues, edukatorë, mësues...

QËLLIMET DHE OBJEKTI I HULUMTIMIT, PYETJET E HULUMTIMIT DHE VARIABLAT

4.1 Qëllimi i hulumtimit

Qëllimi i hulumtimit ishte përcaktimi i faktorëve individualë, motiveve dhe barrierave për njohjen dhe përballjen me dezinformata. Analiza nga hulumtimi do të shërbejë si bazë për zhvillimin e përmbajtjeve edukative dhe aktiviteteve për të zvogëluar ndjeshmërinë e qytetarëve ndaj dezinformatave.

4.1.1 Përcaktimi i grupeve të rrezikuara për qëllime kërkimore

Kur flasim për cenueshmërinë e njerëzve, gjithmonë nënkuptojmë kapacitetet e atyre njerëzve në raport me rreziqet që sjell një fenomen apo situatë e caktuar shoqërore. Në sferën sociale, cenueshmëria përcaktohet në raport me problemet dhe rreziqet sociale me të cilat përballen njerëzit, nga njëra anë, dhe kapacitetet individuale (sociale, ekonomike, psikologjike, etj.) të njerëzve. Në Manualin për Zhvillimin e Shërbimeve Sociale për kategoritë të rrezikuara në komunitetet lokale⁴ të Ministrisë së Punës dhe Politikës Sociale, cenueshmëria sociale përkufizohet si “një gjendje e një individi, grupesh ose komunitetesh të tëra e karakterizuar nga: pamundësia për të kapërcyer pasojat negative të faktorëve stresues; potencial i lartë për tu lënduar fizikisht ose psikologjikisht dhe mungesë kapaciteti, aftësish dhe mundësish për: parashikim e situatave stresuese; përballimin me situata stresuese; tejkalimin e pasojave dhe situatave stresuese dhe - rikuperimin nga situata stresuese”. Së këndejmi, “Një individ, grup ose komunitet që ka një kapacitet më të madh për përshtatje, ndërsa më pak ndjeshmëri dhe ekspozim ndaj faktorëve stresues është më pak i cenueshëm. Një individ, grup ose komunitet që ka më pak kapacitet adaptues ndërsa ndjeshmëri dhe ekspozim më të madh ndaj faktorëve stresues është më i cenueshëm.”

Në mënyrë të ngjashme, kur flitet për cenueshmërinë (ose ndjeshmërinë) ndaj dezinformatave, për të përcaktuar kategoritë e cenueshme është e nevojshme të përcaktohen pasojat negative të dezinformatave, mundësia e një lloji lëndimi ose dëmtimi të individëve dhe mungesa e kapaciteteve, përkatësisht aftësitë dhe mundësitë për njohje dhe përballje me dezinformatat. Dezinformatat janë identifikuar si një “kontribues në ngjarje të ndryshme të diskutueshme, duke filluar nga zgjedhjet dhe referendumet deri te persekutimi politik ose fetar e deri te reagimi global ndaj pandemisë covid-19”⁵. Nga ana tjetër, ato paraqesin gjithashtu një sfidë të pashmangshme për njohjen njerëzore dhe ndërveprimin shoqëror, sepse janë pasojë e faktit se njerëzit shpesh bëjnë gabime dhe ndonjëherë qëllimisht nuk e thonë të vërtetën. Ndër pasojat e dëmshme të dezinformatave, më të përmendura janë cenimi i besueshmërisë së informatave, cenimi i besimit në media dhe institucionet, deformim i marrëdhënieve demokratike, por jo më pak i rëndësishëm, nxitja e ndjenjave të pasigurisë, frikës, ankthit që lindin te njerëzit kur zbulojnë se kanë qenë të ekspozuar ndaj dezinformatave⁶. Për sa i përket kapaciteteve për njohjen dhe trajtimin e dezinformatave, si komponent i fundit në përcaktimin e cenueshmërisë, publiku kërkimor shkencor deri më tani ka sugjeruar se edukimi medi- atik luan rol në cenueshmërinë ndaj dezinformatave.

⁴ Ministria e Punës dhe Politikës Sociale. Doracak për zhvillimin e shërbimeve sociale për grupet e rrezikuara në komunitetet lokale. 2013 https://www.mtsp.gov.mk/WBStorage/Files/priracnik_socijalni_uslgi.pdf

⁵ Ecker, U.K.H., Lewandowsky, S., Cook, J. et al. The psychological drivers of misinformation belief and its resistance to correction. *Nat Rev Psychol* 1, 13–29 (2022). <https://doi.org/10.1038/s44159-021-00006-y>

⁶ Në sondazhin e fundit të opinionit publik që i referohet përcaktimit të aftësisë së qytetarëve për të njohur dhe për t'u përballur me dezinformimin, të realizuar në kuadër të projektit të Institutit për Studime të Komunikimit “Përdor fakte” u konstatua se “Qytetarët shpesh ndihen të shqetësuar kur kuptojnë se kanë lexuar lajme të rreme apo dezinformata, 10% janë përgjigjur se janë shumë të zemëruar”. (IKS, Raport nga hulumtimi i aftësisë së qytetarëve për njohjen dhe ballafaqim me dezinformatat. 2022. <https://iks.edu.mk/istrazuwanja-analizi/izveshtaj-od-istrazuwanje-na-sposobnosta-na-gragjanite-za-prepoznawanje-i-spravuwanje-so-dezinformacii/>)

Duke marrë parasysh të gjithë përcaktuesit e deklaruar, hulumtimi identifikoi si grupe të rrezikuara të rinjtë nga moshë 18 deri në 28 vjeç, të rriturit mbi 60 vjeç dhe me rezervë të madhe dhe personat nga kategoria e rrezikuara sociale (përfutuesit e një lloji ndihme sociale). Kriteri kryesor për përcaktimin e grupeve të rrezikuara është komponenti i tretë, përkatësisht kapacitetet për njohjen dhe trajtimin e dezinformative. Teorikisht, të rinjtë ende po zhvillohen dhe ndërtojnë kapacitetet bazë për t'u përballur me dezinformatat në media dhe veçanërisht në epokën digjitale, dhe supozohet se për këtë arsye ata janë më të cenueshëm se moshat 28 deri në 60 vjeç. Në të njëjtën kohë, sipas regjistrimit të fundit të vitit 2021, grup moshë nga 18 deri në 28 vjeç i përket 13% të popullsisë së përgjithshme⁷. Nga ana tjetër, të rriturit mbi 60 vjeç janë gjithashtu të cenueshëm për sa i përket kapacitetit të tyre për përballim të dezinformimit, sepse ata kanë aftësi më pak të zhvilluara digjitale dhe janë më të ndjeshëm ndaj efekteve manipuluese të dezinformative⁸ dhe prandaj konsiderohen si kategoria e dytë e cenueshme e qytetarëve. Njëkohësisht, për sa i përket pjesëmarrjes në totalin e popullsisë, personat mbi 60 vjeç sipas Regjistrimit të fundit, marrin pjesë me 24%. Këto janë dy kategoritë kryesore dhe më të shumta të cenueshme, të marra në kampionin e hulumtimit dhe analizat dhe krahasimet kryesore janë kryer në këto dy grupe.

4.2 Lënda e hulumtimit

Lënda e këtij hulumtimi ishte lidhja e edukimit mediatic me njohjen e shenjave të dezinformative në internet lajmet. Duke qenë se edukimi mediatic është një konstrukt kompleks, hulumtimi përfshinte: edukimin për lajmet, motivimin e jashtëm (të nxitur nga faktorë të jashtëm) dhe të brendshëm (të nxitur nga faktorë të brendshëm) motivim për ndjekjen e lajmeve, motivimin për të mësuar se çfarë janë dezinformatat, ndërgjegjësimi për ekzistencën e barrierave në procesin e njohjes dhe trajtimit të dezinformative. Këto variabla u përfshinë për të zbuluar të gjithë mekanizmin e faktorëve të ndërvarur që përcaktojnë edukimin mediatic, dhe më pas njohjen e suksesshme të dezinformative, si dhe njohjen ose ndërgjegjësimin për tema të rëndësishme shoqërore.

Si kategori e posaçme e cenueshme e qytetarëve janë marrë në konsideratë qytetarët në rrezik social, përkatësisht ata që marrin ndihmë sociale në baza të ndryshme. Duhet theksuar se kjo kategori ishte shumë e vështirë, pothuajse e pamundur për t'u aksesuar. Ftesat për pjesëmarrje në hulumtim janë dërguar në Ministrinë e Punës dhe Politikës Sociale, si dhe në 4 qendra ndër komunale për punë sociale, të cilat janë kontaktuar disa herë drejtpërdrejt për të siguruar personat përfutues të ndihmës sociale, por pa sukses. Mirëpo, për të pasur sadopak njohuri për kapacitetet për t'u përballur me dezinformatat dhe këtë kategori të cenueshme të qytetarëve, është bërë një bashkëpunim i suksesshëm me Qendrën Ditore Edukative dhe Argëtuese për Fëmijët e Rrugës në Shuto Orizarë, përfutues të së cilës janë fëmijët e familjeve të rrezikuara sociale. Nga ana tjetër, për sa i përket nevojave dhe vlerave prioritare të kësaj kategorie të rrezikuar (nevojat bazë si ushqimi, siguria ekonomike, kujdesi shëndetësor etj.), ekipi hulumtues beson se ato nuk duhet të jenë objektivi kryesor as në hulumtimin dhe as në aktivitetet që do të ndërmerren në kuadër të projektit "Përdor fakte".

Zakonisht, kur flitet për kategori të rrezikuara, automatikisht mendohet për personat me aftësi të kufizuara (ose variacione funksionale). Megjithatë, kryesisht për shkak të faktit se vetë grupi është i larmishëm nga natyra dhe kërkon një qasje të veçantë, të individualizuar në hulumtim, dhe për shkak të interesave specifike për informacion të kësaj kategorie, ky grup nuk u përfshi në kampionin e hulumtimit.

Internet lajmet u zgjodhën, si lajm në të cilin do të dallohen shenjat e dezinformative, për shkak të fuqisë së internetit për të arritur në shtëpinë e të gjithëve, për çdo kategori njerëzish (të rinj dhe të moshuar, të arsimuar dhe më pak të arsimuar, ata që jetojnë në zona urbane, dhe në mjedise rurale, ata që kanë aftësi digjitale më të mëdha, por edhe më modeste...). Lajmet në internet mund të arrijnë praktikisht tek të gjithë, të shkaktojnë shumë pasoja të parashikuara por edhe të paparashikuara dhe të gjenerojnë sfida si në nivel individual ashtu edhe në atë shoqëror. Sa më shumë të zbulohet se do të ndikojë në suksesin e njohjes së dezinformative në lajmet e internetit, aq më efektivisht do të "investohet" në ndërtimin e rezistencës ndaj dezinformative në mjetin e fuqishëm të të quajtur Hapësira e internetit, hapësira kibernetike.

⁷ Nëse përhapet nga moshë më e vogël, përkatësisht nga 16 vjeç, përqindja është 15%, por për shkak të standardeve etike në metodat akademike të hulumtimit, të miturit nuk mund të marrin pjesë në këtë lloj hulumtimi pa pëlqimin e prindërve/kujdestarëve të tyre, prandaj persona të tillë nuk janë përfshirë nga mjetet e hulumtimit, por edhe për shkak të kufizimeve kohore

⁸ Në hulumtimin e lartpërmendur të opinionit publik të ISK-së nga viti 2022, për përcaktimin e aftësisë së qytetarëve për të njohur dhe për t'u përballur me dezinformatat, tregohet se "Ndjenja e zemërimit dhe shqetësimit është më e zakonshme tek grupet më të moshuara të qytetarëve, krahasuar me të tjerët, përkatësisht 54% e qytetarëve të moshuar të moshës 65-vjeçare kanë deklaruar se ndjehen të shqetësuar kur zbulojnë se kanë lexuar lajme të rreme ose dezinformata".

4.3 Pyetjet e hulumtimit

Bazuar në analizën objektive dhe teorike, u shtrua pyetja e përgjithshme e mëposhtme e hulumtimit: **Cilët janë faktorët individualë, motivimi dhe pengesat për njohjen e shenjave për dezinformata?**

Më konkretisht, analiza e përgjithshme u bazua në përgjigjet e disa pyetjeve themelore:

1. Sa mund të matet me sukses edukimi për lajmet?
2. A lidhet edukimi për lajmet me motivimin për të ndjekur lajmet?
3. A lidhet edukimi për lajmet me motivimin për të mësuar rreth dezinformatave?
4. A lidhet edukimi për lajmet me ndërgjegjësimin për ekzistimin e barrierave në procesin e njohjes së dezinformatave?

5. Cilët janë faktorët sociologjikë që lidhen me edukimin për lajmet?
6. A lidhet edukimi për lajmet me edukimin digjital?
7. A mund të ndërtohet një term i ri si edukimi mediatik? A ekziston një konstrukt i tillë?
8. A ndikon edukimi mediatik në aftësinë për të njohur dezinformatat në internet lajmet?
9. A nënkupton edukimi mediatik, informim të mirë për tema aktuale, sociale dhe politike?

Për t'iu përgjigjur të gjitha këtyre pyetjeve janë përfshirë disa variabla si dhe instrumente të përshtatshme për matjen e tyre.

4.4 Variablat

Në këtë hulumtim përfshihen disa variabla:

1. Edukimi për lajmet është një variabël, një konstrukt prej 3 komponentësh:

1.1 Nevoja për njohje: prirja e individit për t'u përfshirë dhe shijuar aktivitete që kërkojnë të menduarit. Ky komponent është një tregues i prirjes për t'iu qasur me vetëdije dhe në mënyrë aktive procesit të informimit nga media dhe përpunimit të informacionit, në krahasim me dëgjimin automatik dhe mjaft pasiv të lajmit dhe pranimin e informacioneve.

1.2 Lokusi i kontrollit në lidhje me mediat: ndjenja që kanë individët nëse informacioni i tyre (dezinformimi) është rezultat i angazhimeve, njohurive dhe aktiviteteve të tyre, apo rezultat i medias dhe mënyrës se si e prezantojnë informacionet. Lokusi i brendshëm i kontrollit në lidhje me median përfaqëson posedimin e një qëndrimi dhe një ndjenje se individ kontrollon informacionet që arrijnë tek ai, dhe lokus të jashtëm kontrolli do nënkupton qëndrimin se mediat janë ato që kontrollojnë individin dhe përcaktojnë sa dhe si do të informohet.

1.3 Njohuri për mediat: njohuri për strukturën, funksionimin dhe ndikimin e mediave në përgjithësi, por edhe konkretisht në Republikën e Maqedonisë së Veriut.

2. Komponenti i aktivizimit, një variabël i përbërë nga dy nënkomponentë:

2.1 Motivimi për të ndjekur lajmet: prirja për të ndjekur lajmet sepse dëshironi dhe përjetoni ndonjë shpërblim “të brendshëm” (motivim i brendshëm) dhe tendenca për të ndjekur lajmet sepse ju duhet ose keni nevojë për të për shkak të ndonjë shpërblimi “të jashtëm” (motivim i jashtëm).

2.2 Motivimi për të mësuar se çfarë janë dezinformatat: tendenca për të marrë pjesë në edukimin për njohjen e dezinformatave, vetë-përmirësimi se çfarë është dhe si funksionojnë dezinformatat, si dhe rëndësia që i atribuohet njohjes së procesit të identifikimit dhe trajtimit të dezinformatave.

3.3. Ndërgjegjësimi për barrierat në procesin e njohjes dhe trajtimit të dezinformative: perceptimi se emocionet (gjendjet emocionale), injoranca, mungesa e përvojës dhe interesi i pamjaftueshëm për temat në lajmet mund të përfaqësojnë pengesa në procesin e njohjes së dezinformative

4. Njohuri specifike, ndërgjegjësim për tema aktuale dhe të rëndësishme sociale

4.1 Njohuri për integrimin evropian të RM-së: njohuri për disa terma bazë dhe data të rëndësishme nga procesi i anëtarësimit të RM-së në BE

4.2 Interesimi për temat e integritit evropian të RM-së: sa interesante janë për të anketuarit temat që kanë të bëjnë me anëtarësimin e RM-së në BE

4.3 Rëndësia që i kushtohet temave të integritit evropian të RM-së: sa të rëndësishme janë për ta (të anketuarit) personalisht, temat për anëtarësimin e RM-së në BE

4.4 Njohuri për ndryshimet klimatike: njohja e koncepteve bazë që lidhen me ndryshimet klimatike

4.5 Interesimi për temat për ndryshimet klimatike: sa interesante janë për ta temat që lidhen me ndryshimet klimatike

4.6 Rëndësia që i atribuohet temave për ndryshimet klimatike: sa të rëndësishme janë për ta personalisht temat që lidhen me ndryshimet klimatike

4.4.1 Operacionalizimi i variablave

Edukimi për lajmet është një rezultat i përmbledhur në tre shkallë: shkalla e njohjes, shkalla e Lokusit të kontrollit të medias dhe shkalla e njohurive mediatike. Një rezultat më i lartë do të thotë edukim më i lartë për lajmet.

Nevoja për njohje është rezultati (pikat totale të 5 deklaratave) i fituar në shkallën Nevojë për njohje (fillimisht Need for Cognition Scale), e shënuar si Shkalla 1 në pyetësor. Një rezultat më i lartë do të thotë nevojë më e madhe për njohje.

Lokusi i kontrollit në lidhje me mediat është rezultati (pikët totale) të fituara në Shkallën për lokus të kontrollit në lidhje me mediat (original Media Locus of Control Scale), e shënuar si Shkalla 2 në pyetësor. Një rezultat më i lartë në këtë shkallë do të thotë lokus i brendshëm kontrolli (qëndrim: varet nga unë nëse dhe sa saktë do të informohem), dhe një rezultat më i ulët do të thotë lokus i jashtëm kontrolli (qëndrim: mediat janë ato që përcaktojnë se si do të më informojnë/dezinformojnë).

5.5. Njohja e shenjave të dezinformative në internet lajmet: aftësia për të perceptuar dhe njohur shenja të dezinformative si: ekzagjerimi i pjesëve të caktuara të lajmit, gabimet gramatikore, përdorimi i fjalëve të ngarkuara emocionalisht, përdorimi i fjalëve të urta, mos citimi i burimit, përdorimi i tepruar i shenjave të pikësimit.

Faktorët e pavarur të testuar për lidhje me edukimin për lajmet:

- gjinia
- mosha
- përkatësia etnike
- vendbanimi (mjedis urban/rural)
- shkalla e arsimit
- pjesëmarrja në trajnim për edukim mediatik/digjital
- intensiteti i përdorimit të kompjuterit dhe
- shpeshësia e ndjekjes së lajmeve në internet

Njohuri për mediat është rezultat i Shkallës së njohurive për strukturën, funksionimin dhe ndikimin e mediave, e shënuar si Shkalla 3 në pyetësor. Një rezultat më i lartë do të tregojë një sasi më të madhe njohurish.

Ndërgjegjësimi për barrierat paraqet pikët e përmbledhura të katër pyetjeve për barrierat. Një rezultat më i lartë do të thotë ndërgjegjësim më i madh për barrierat në procesin e njohjes së dezinformative.

Motivimi për të ndjekur lajmet është rezultat i veçantë në dy shkallë:

Shkalla e motivimit të jashtëm: përmbledhje e rezultatit nga dy pyetje.

Shkalla e motivimit të brendshëm: përmbledhje e rezultatit nga dy pyetje.

Rezultatet më të larta në të dyja shkallët do të nënkuptojnë motivim më të lartë të jashtëm dhe të brendshëm.

Motivimi për të mësuar se çfarë janë dezinformatat është një rezultat i përmbledhur i tre pyetjeve. Një rezultat më i lartë do të tregojë motivim më të madh për edukim për njohjen dhe trajtimin e dezinformatave.

Njohuri për integrimin evropian të Maqedonisë së Veriut është rezultat përmbledhës i pesë pyetjeve. Një rezultat më i lartë do të tregojë njohuri më të mëdha.

Njohuri për ndryshimet klimatike është rezultat përmbledhës i gjashtë pyetjeve. Një rezultat më i lartë do të tregojë njohuri më të mëdha.

Rëndësia e çështjeve për integrimin evropian të Maqedonisë së Veriut është përgjigja e një pyetjeje në një shkallë pesëpikëshe. Rezultat më i lartë do të thotë t'i jepet më shumë rëndësi çështjeve të integritit në BE.

Interesimi për çështjet e integritit evropian të Maqedonisë së Veriut është përgjigja e një pyetjeje në një shkallë pesëpikëshe. Rezultat më i lartë do të thotë më shumë interes për çështjet e integritit në BE.

Interesimi për çështjet e ndryshimeve klimatike është përgjigja e një pyetjeje në një shkallë pesëpikëshe. Rezultat më i lartë tregon interes më të madh për çështjet e ndryshimeve klimatike.

Rëndësia e çështjeve për ndryshimet klimatike është përgjigja e një pyetjeje në një shkallë pesëpikëshe. Rezultat më i lartë do të thotë t'i jepet më shumë rëndësi çështjeve të ndryshimeve klimatike.

Njohja e shenjave për dezinformata është rezultati përmbledhës i shenjave të njohura saktë në internet lajmet të paraqitura në kuiz pyetje. Rezultat më i lartë do të thotë të njohësh më shumë shenja për dezinformata.

4.5 Metodatat dhe teknikat e mbledhjes së të dhënave

4.5.1 Anketë me një pyetësor të strukturuar në versione online dhe në letër

Për qëllime të mbledhjes sasiore të të dhënave, hulumtimi përfshiu një pyetësor anketues me gjithsej 63 pyetje, nga të cilat 9 për të dhëna të përgjithshme për të anketuarit, 51 pyetje të tipit të mbyllur (me zgjedhjen e një përgjigjeje) dhe 3 pyetje interaktive, kuiz pyetje, të destinuar për popullatën e përgjithshme të moshës mbi 18 vjeç, duke u fokusuar në të gjitha fushat e mësipërme që ishin objekt i këtij hulumtimi. Tek një pjesë e të anketuarve, pyetësori është realizuar në mënyrë elektronike, duke përdorur një platformë të krijuar me qëllim, në dispozicion në maqedonisht dhe shqip, ndërsa pjesa tjetër e të anketuarve - u përgjigjen me përdorimin e formularit në letër, të pyetësorit.

Pyetjeve në versionin online iu përgjigjen duke klikuar (përzgjedhur) opsionin që përputhet me mendimin e të anketuarit, ndërsa pyetjet e kuizit me përzgjedhje të shumëfishtë të asaj që kërkohet në pyetjet. Pyetësori u shpërnda në disa fakultete nga UKM, Nënë Tereza, USHT dhe UGD, si dhe anëtarëve të 12 shoqatave të pensionistëve. Analiza e të dhënave është kryer duke përdorur programin SPSS për përpunimin statistikor të të dhënave.

4.5.2 Një fokus grup i njerëzve në rrezik social për të shqyrtuar pikëpamjet e tyre për ndjekjen e lajmeve dhe përballjen me dezinformatat

Për përfshirjen e grupeve nga kategoritë socio-ekonomike të rrezikuara, për shkak të mungesës së disponueshmërisë dhe pamundësisë teknike të këtyre kategorive të personave për t'iu përgjigjur pyetësorit online ose në formë letre, u organizua një fokus grup

me persona përfitues të asistencës sociale nga Komuna Shuto Orizari. Të gjitha pyetjet nga pyetësori u thjeshtuan, u përshtatën për parashtrim me gojë dhe për njerëz me arsim më të ulët ose pa arsim.

HULUMTIME REFERENCË

Të kuptuarit pse njerëzit konsumojnë dezinformata, nëse dhe pse dezinformata përhapet më shpejt, më lehtë dhe më gjerësisht sesa faktet, mund të na ndihmojë të njohim mekanizmat e përfshirë në procesin e pranimit të dezinformatave dhe të tregojmë se si të parandalojmë përhapjen e efekteve të dëmshme të tij. Të gjitha hulumtimet tregojnë se çdo masë duhet të synojë forcimin e rezistencës së përdoruesve dhe rolit dhe veprimit të tyre jo vetëm si audiencë kritike, por edhe si bartës të disa të drejtave të garantuara.

Ndjeshmëria e një individit për të besuar (dhe përhapur më tej) dezinformatat është një fenomen kompleks që përbëhet nga disa shtresa, duke përfshirë individuale, grupe dhe shoqërore (Scheufele & Krause, 2019, sipas Nagel, TWS, 2022). Për sa i përket mbështetjes individuale të dezinformatave, përgjegjësia qëndron kryesisht tek faktorët e brendshëm të individit. Një individ mund të ketë bindje, njohuri ose qëndrime predispozuese që rrisin ose ulin ndjeshmërinë (cenueshmërinë) ndaj dezinformatave.

5.1 Hulumtime referuese në botë

Në vazhdim është një përmbledhje e katër hulumtimeve që shqyrtojnë faktorët që mund të ndikojnë në ndjeshmërinë ose cenueshmërinë e njerëzve ndaj besimit dhe përhapjes së dezinformatave.

Në hulumtimin “Dezinformatat dhe liria e shprehjes”⁹ kryer nga Asociacioni për Komunikime Progresive në vitin 2021, studiuesit arrijnë në përfundimin se:

- Një qasje gjithëpërfshirëse, holistike për të kuptuar dezinformatat kërkon analizimin e ekosistemeve tona më të gjera informative.
- Vetëm një qasje e tillë holistike mund të na lejojë të përcaktojmë zgjidhje dhe veprime parandaluese që do të kontribuojnë në forcimin e mëtejshëm të hapësirave dhe aktorëve të tjerë që nxisin rrjedhën e informacioneve, vizioneve dhe ideve në shoqëritë tona.
- Qasja e shpejtë në sistemet publike informuese, një kontekst mediatik plural, i qasshëm dhe i larmishëm, gazetaria e pavarur dhe e kualifikuar dhe shprehja e sigurt e opinionit janë parakushtet e nevojshme për një sistem informativ të shëndetshëm.
- Zgjidhjet për dezinformatat, përfshirë ato rregullatore, duhet të marrin parasysh natyrën e përhapjes së madhe të burimeve të dezinformatave, si dhe

faktin që i gjithë ekosistemi informativ përshkohet prej tyre.

- Programet për edukim digjital dhe mediatik janë thelbësore dhe duhet të jenë pjesë e përpjekjeve të shteteve në trajtimin e parregullsisë të shumta të informacioneve ose; programe të tilla mund të zbatohen në mënyrë të pavarur, por duhet të përfshihen edhe në kurrikulat e rregullta të sistemit arsimor.
- Çfarëdo vendimi që merret, veçanërisht masat dhe politikat rregullatore, duhet të merren përmes një procesi pjesëmarrës.

Një studim tjetër¹⁰, nga viti 2021, Instituti Alan Turing i Britanisë së Madhe që synoi të kuptonte cenueshmërinë/ndjeshmërinë e dezinformatave mbi shëndetin, të pranuar online gjatë pandemisë me covid-9, ekzaminoi dy grupe faktorësh që mund të ndikojnë në cenueshmërinë. Njëri i referohet faktorëve që rrjedhin nga individit dhe tjetri faktorëve që rrjedhin nga vetë përmbajtja. Siç thonë autorët, janë identifikuar një sërë faktorësh që lidhen me njerëzit që janë të ndjeshëm ndaj dezinformatave. Ndër faktorët ata rendisin moshën, gjininë, arsimin, aftësitë kognitive (njohëse), edukimin shëndetësor, edukimin numerik, edukimin digjital mediatik dhe informativ, tiparet e personalitetit dhe besimin tek qeveria. Në grupin e

⁹ Disinformation and freedom of expression, Association of Progressive Information, <https://www.ohchr.org/sites/default/files/Documents/Issues/Expression/disinformation/2-Civil-society-organisations/APC-Disinformation-Submission.pdf>; Hulumtimi i është dorëzuar Raportuesit Special të OKB-së për Promovimin dhe Mbrojtjen e të Drejtës së Shprehjes për qëllime të raportit vjetor tematik të Këshillit të të Drejtave të Njeriut në vitin 2021.

¹⁰ Understanding vulnerability to online misinformation, 2021, Alan Turing Institute

dytë të faktorëve, në nivelin e përmbajtjes, thuhet se natyra, mënyra e paraqitjes dhe esenca e përmbajtjes mund të ndikojnë në gjasat që individët ta besojnë këto përmbajtje. Faktorët përfshijnë mënyrën e paraqitjes së përmbajtjes, stilin dhe kuptueshmërinë, burimin e përmbajtjes, paralajmërimet dhe (mbi) ngarkimin e informacioneve.

Në një studim të vitit 2015 nga Maxl, Ashley dhe Kraft¹¹ i cili matë nivelin e edukimit për lajmet të një kampioni prej 500 adoleshentë duke përdorur një shkallë të re matjeje të bazuar në modelin kognitiv të James Potter për edukimin mediatic¹², dhe të përshtatur për një masë specifike për edukimin për lajmet, gjetjet tregojnë se adoleshentët me arsimim të lartë janë me motivim të brendshëm më të lartë për përdorimin e lajmeve, më skeptikë dhe me më shumë njohuri për ngjarjet aktuale sociale në krahasim me bashkëmoshatarët me arsim më të ulët. Teoria kognitive e Potter-it përbëhet nga katër komponentë: 1. strukturat e njohurive, 2. lokusi personal, 3. përpunimi i informacioneve dhe 4. kompetenca dhe aftësi. Së bashku, këta faktorë përshkruajnë edukimin mediatic të një individit ose grupit. Maxle, Ashley dhe Craft e përdorën këtë model për të matur edukimin për lajmet gjatë krijimit të instrumentit- pyetësor, duke adoptuar tre komponentët e parë, me përjashtim të kompetencave dhe aftësitë (me argumentin se edukimi mediatic për lajmet është një proces konsumues, jo krijues). Pyetjet në instrument i ndanë në tre dimensione që korrespondojnë me tre komponentët në modelin teorik të Potter-it. Pesë pyetje në dimensionin “nevoja për njohje” (need for cognition) matën përpunimin e informacioneve, gjashtë në dimensionin “lokusi i kontrollit në lidhje me median” matën atë që Potter e quajti lokusi personal dhe në fund 15 pyetje në dimension “strukturat e njohurive të mediave informative” matën strukturat e njohurive të Potter-it.

Në fund, vijon një vështrim i hulumtimit të kryer nga Instituti i Teknologjisë në Alberta Jugore nga Kanada-ja¹³ në të cilin përdoret një instrument i edukimit për lajmet për të matur mprehtësinë e dezinformatave. Ky hulumtim është veçanërisht i rëndësishëm për hulum-

timin aktual, sepse ai përpiket të ekzaminojë se si një instrument për matjen e edukimit mediatic mund të masë njëkohësisht ndjeshmërinë ndaj dezinformatave.

Autori nisët nga supozimi se një mënyrë më efektive proaktive për trajtimin e problemit të online dezinformatave është zhvillimi i lokusit të brendshëm të kontrollit midis individëve në shprehjet e tyre për konsumin e lajmeve, domethënë rritja e edukimit për lajmet. Siç shprehet autori, matja e edukimit mediatic është gjithnjë e më shumë objekt i punës akademike dhe kërkimi bazohet kryesisht në dy modele. Modeli i adoptuar nga autori, ashtu si autorët e hulumtimit të mëparshëm (Maxle, Ashley dhe Craft, 2015), bazohet në teorinë kognitive të James Potter për edukimin mediatic. Instrumenti i ndërtuar nga tre autorët (Maxle, Ashley dhe Kraft) në studimin e tyre të vitit 2015, me përshtatje të vogla ndaj kushteve kanadeze, u përdor nga Nigel për të matur ndjeshmërinë ndaj lajmeve të rreme së bashku me përdorimin e 15 pyetjeve shtesë që matnin qëndrimet, bindjet dhe sjelljet e njerëzve ndaj lajmeve të rreme dhe përdorimit të platformave të ndryshme informative. Përveç kësaj, të anketuarit iu përgjigjën pesë pyetjeve demografike. Siç përfundon autori, shkalla e instrumentit për matjen e edukimit mediatic mund të jetë një mjet efektiv jo vetëm për matjen e edukimit mediatic, por edhe për matjen e aftësisë për të njohur dhe trajtuar lajmet e pasakta.

¹¹ Maks A., Ashley S., Craft S. (2015). Measuring News Media Literacy. *Journal of Media Literacy Education* 6 (3), 29 – 45. <https://doi.org/10.23860/jmle-6-3-3>

¹² James Potter është profesor në Departamentin e Komunikimeve në Universitetin e Kalifornisë, Santa Barbara. <https://www.comml.ucsb.edu/people/w-james-potter>

¹³ Nagel, T. W. S. (2022). Measuring fake news acumen using a news media literacy instrument. *Journal of Media Literacy Education*, 14(1), 29-42. <https://doi.org/10.23860/JMLE-2022-14-1-3>

5.2 Hulumtime referuese në R. e Maqedonisë së Veriut

Hulumtimet lidhur me problemin e dezinformatave në Maqedoninë e Veriut më së shumti kryhen nga organizatat dhe shoqatat e shoqërisë civile, ndërsa shkencëtarët dhe profesorët, si nga institucionet e arsimit të lartë shtetëror ashtu edhe nga ato private, rrallë marrin pjesë në diskursin publik për këto tema. Për qëllime të këtij hulumtimi janë konsultuar disa hulumtime të kryera në periudhën ndërmjet vitit 2018 e deri më tani. Përkundër faktit se korpusi i hulumtimeve në vendin tonë nuk është i vogël, sidomos gjatë periudhës së pandemisë (e cila është dëshmuar të jetë një periudhë veçanërisht e favorshme për përhapjen e dezinformatave në nivel global), nga analiza e hulumtimeve, nuk është vërejtur ndonjë hulumtim që shkon në thellësi për të shqyrtuar faktorët individualë që kontribuojnë në cënueshmërinë ose ndjeshmërinë e qytetarëve ndaj dezinformatave. Në këtë kuptim, ky hulumtim mund të thuhet se është i pari që ka marrë parasysh faktorët individualë, duke u nisur nga koncepti i edukimit mediatic dhe duke e lidhur atë me variabla të tjerë.

Me interes për këtë hulumtim është Anketa e fundit e aftësisë së qytetarëve për të njohur dhe trajtuar dezinformatat¹⁴, i realizuar nga Instituti për Studime të Komunikimit, në fund të vitit 2022. Ndër gjetjet e këtij hulumtimi, veçanërisht të rëndësishme për hulumtimin aktual, janë ato që lidhen me aftësitë e njohjes së dezinformatave, të matura përmes vetë-perceptimit të aftësive për njohjen e dezinformatave, shprehive për kontroll të informacioneve dhe ndjeshmërisë ndaj dezinformatave për tema që lidhen me integritetin e vendit në Bashkimin Evropian dhe ndryshimet klimatike. Për sa i përket vetë-perceptimit të aftësisë për të njohur dezinformatat, është interesant fakti se mbi 70% e të anketuarve janë përgjigjur se mund të dallojnë kur lajmi nuk është i vërtetë (mbi 50% janë përgjigjur se ndonjëherë mund ta njohin, ndërsa 22% janë të sigurt që ata gjithmonë mund të dallojnë kur lajmi nuk është i vërtetë). Meshkujt janë më të sigurt se gjithmonë mund të njohin dezinformatat – 26% sesa femrat (19%). Kur dyshojnë në lajmet që kanë lexuar, 30% e të anketuarve kontrollojnë nëse dhe si është raportuar lajmi në media të tjera; 16% e qytetarëve për besueshmërinë e lajmit konsultohen me dikë që ka njohuri për temën/median, ndërsa 14% nisen nga supozimi se lajmi duhet të jetë i besueshëm sapo të publikohet, pra se faktet janë kontrolluar para publikimit. Vetëm 7% e qytetarëve kontrollojnë publikuesin, ndërsa 6% autorin e lajmit.

Më i ndërlidhur sipas variablave të hulumtuar është hulumtimi i Agjencisë për shërbime mediatiche audio dhe audiovizuale “Përcaktimi i niveleve të edukimit mediatic në Republikën e Maqedonisë së Veriut te popullata mbi 16 vjeç”. realizuar nga RESIS i mbështetur nga OSBE-ja. Hulumtimi u krye gjatë gjysmës së dytë të 2019, për të shqyrtuar “modelet individuale të përdorimit të medias, shprehitë dhe aftësitë e komunikimit të audiencës, si dhe nivelet e njohurive dhe të kuptuarit kritik të përmbajtjes së shërbimeve mediatiche audiovizive lineare dhe jolineare.”¹⁵ Në kuadrin teoriko-metodologjik të përdorur për kategorizimin dhe vlerësimin e niveleve individuale të edukimit mediatic, “dimensioni i parë i konceptit të edukimit mediatic i referohet aftësive dhe shprehive të individëve për të përdorur lloje të ndryshme të mediave. ... (a) Dimensioni i dytë i niveleve individuale të edukimit mediatic i referohet të kuptuarit kritik të përmbajtjes së medias dhe të mediave si institucione.”¹⁶ Në lidhje me grupin e treguesve nga dimensionin i parë në hulumtim, ndër të tjera, konstatohet se shikimi i përmbajtjeve të ndryshme përmes kompjuterit dhe celularit është në rritje dhe se gjeneratat e reja posedojnë shumë më tepër aftësi dhe shkathtësi digjitale se sa të moshuarit. Për sa i përket dimensionit të dytë, arrihet në përfundimin se popullata e përgjithshme ka një vetëdije kritike relativisht të zhvilluar për disa aspekte negative të përmbajtjeve. Gjithashtu, të dhënat në këtë pjesë zbuluan se ka një “seksion” ose “kufi” në informimin nga mediat tradicionale kundrejt atyre sociale që mund të gjendet në popullatën e moshës rreth 45 vjeç. Është konstatuar se popullsia nën 45 vjeç përdor mediat sociale në një masë më të madhe si burim informacioni për ngjarjet e vendore, ndërsa popullsia mbi 45 vjeç përdor mediat tradicionale në një masë më të madhe. Për sa i përket strategjive të sjelljes së të anketuarve kur vërejnë dallime të mëdha ose thelbësore në informim për të njëjtat ngjarje, shumica e të anketuarve (rreth 50% e popullsisë në çdo grup moshë) krijojnë qëndrimin e tyre duke folur me anëtarët e familjes, miqtë ose njerëz të tjerë. Ekziston gjithashtu një përqindje e barabartë në çdo grup moshë (rreth 30%) që më së shpeshti pranojnë informacion nga një burim të cilit i besojnë. Si grup moshë më kritike dhe në këtë kuptim edhe më aktive është vërejtur grupi 25-34 vjeç, i cili në masë më të madhe se të tjerët krahason lajmet e publikuara nga media të ndryshme, pra bën kërkime dhe krahasime me informacionet nga burimet përkatëse.

¹⁴ Instituti për Studime të Komunikimit. Raport nga hulumtimi i aftësisë së qytetarëve për njohjen dhe trajtimin e dezinformatave. 2022. <https://iks.edu.mk/istrazuvanja-analizi/izveshtaj-od-istrazhuvanje-na-sposobnosta-na-gragjanite-za-prepoznavanje-i-spravuvanje-so-dezinformacii/>

¹⁵ Trpevska S., Hartëzimi i niveleve të edukimit mediatic në Republikën e Maqedonisë së Veriut në mesin e popullatës të moshës mbi 16 vjeçare, Organizata për Siguri dhe Bashkëpunim në Evropë - Misioni në Shkup, Shkup, 2020

¹⁶ ibid

Gjatë periudhës së pandemisë me kovid-19, u kryen hulumtime të tjera që u fokusuan në dezinformatat gjatë pandemisë (Pandemi apo infodemi? Mendimi

kritik dhe teoritë e konspiracionit në një kohë pandemie¹⁷, Analiza e dezinformatave në lidhje me kovid-19 në Maqedoninë e Veriut, Metamorphosis, 2021).



Nga shqyrtimi i hulumtimeve të deritanishme për temën e dezinformatave në Maqedoninë e Veriut, mund të konstatohet se edhe pse edukimi mediatic ose mendimi kritik janë hulumtuar, pjesa më e madhe e hulumtimeve bazohet në vetëvlerësimin e aftësive individuale digjitale ose nivelin e edukimit mediatic. Edukimi mediatic nuk është vënë në kontekst apo në funksion të njohjes së dezinformatave, as nuk është bërë një analizë statistikore që mund të kontrollojë me siguri nëse ka dhe cila është lidhja midis aftësive

që mbulohehen nga konstrukti i edukimit mediatic dhe variablat e tjera relevante (të varur dhe të pavarur). Ky hulumtim ndryshon nga të gjithë të tjerët në atë që për herë të parë është bërë një shkallë dhe indeks i përshtatshëm i edukimit mediatic, duke u përpjekur të kontrollohet nëse dhe si mund të matin: edukimin për lajmet, motivimin, por edhe ndërgjegjësimin për barrierat në procesin e njohjes së dezinformatave si u hulumtua dhe çfarë mënyrë lidhet edukimi mediatic me aftësinë për të njohur dhe trajtuar dezinformatat.

¹⁷ Petkovski, Lj. Pandemi apo infodemi? Mendimi kritik dhe teoritë e konspiracionit në një kohë pandemie. 2020 <https://metamorphosis.org.mk/wp-content/uploads/2021/08/kritink-3-pandemija-ili-infodemija.pdf>

TË DHËNAT E FITUARA NGA HULUMTIMI

6.1 Karakteristikat demografike për të anketuarit

Kampioni përbëhet nga 291 të anketuar, nga të cilët 193 janë studentë dhe 98 janë pensionistë. Gjithashtu, u realizua një fokus grup me 16 persona nga kategoritë socio-ekonomike të rrezikuara- Romë nga Komuna e Shuto Orizarit, përfitues të ndihmës sociale dhe Qendra ditore për fëmijët në rrugë¹⁸. Mostra, për nga natyra e saj, është e përshtatur dhe e qëllimshme, gjatë së cilës u kujdesëm që të ketë të anketuar nga pjesë të ndryshme të Maqedonisë së Veriut, si dhe të mbulojë komunat rurale dhe urbane.

Për grupin e parë të kampionit - të rinjtë, studentët e vitit të parë dhe të dytë nga disa fakultete të Universitetit Shën Cirili dhe Metodi, Universiteti Shtetëror i Tetovës (USHT) dhe Universiteti Nënë Tereza. Moshë e studentëve të anketuar ishte nga 18 deri në 36 vjeç, me një moshë mesatare 20.27 vjeç. Pyetësi është plotësuar nga pothuajse 83% femra dhe 17% meshkuj - popullatë studentore. Për sa i përket vendbanimit (qytet-fshat), pyetësin e kanë plotësuar 67.4% e nxënësve me banim në qytet dhe 32.6% e nxënësve që banojnë në fshat. Sipas përkatësisë etnike maqedonasit përfaqësohen me 61.1%, shqiptarët me 35.2% dhe nacionalitetet tjera me 3.6%.

Tabela 1 ofron një pasqyrë të detajuar të pjesëmarrjes së studentëve sipas fakultetit/universitetit. Duke pasur parasysh disponueshmërinë teknike, pyetësin elektronik e kanë plotësuar të gjithë studentët e USHT-së, Universiteti Nënë Tereza, si dhe studentët të Fakultetit Filologjik dhe Filozofik të UKM. Pyetësori në letër është plotësuar nga të gjithë studentët e Fakultetit Juridik dhe Pedagogjik në UKM¹⁹.

Për grupin e dytë - të rriturit mbi 60 vjeç, janë përfshirë pensionistë, anëtarë të shoqatave të pensionistëve nga disa komuna. Gjatë kontaktimit me shoqatat, është sugjeruar që të zgjidhen njerëz që kanë përvojë

në përdorimin e internetit si medium për lajme. Pra, në fazën e parë të rekrutimit të të anketuarve të mundshëm mes pensionistëve, kampioni ishte i qëllimshëm (kërkuan njerëz me përvojë në shikimin e lajmeve në internet dhe punë me kompjuter), dhe më pas në fazën e zbatimit, kampioni ishte i përshtatshëm. Mostra prej 98 pensionistësh janë prej 53 vjeç²⁰ deri në 88 vjeç, me një moshë mesatare 69.61 vjeç. Raporti meshkuj-femra është 64% pensionistë meshkuj kundrejt 36% pensioniste femra. Sa i përket vendbanimit, 83,7% jetojnë në qytet, ndërsa 16,3% në fshat. Sipas përkatësisë etnike, 71,4% e pensionistëve të anketuar janë maqedonas, 23,5% janë shqiptarë dhe 5% janë nga bashkësitë tjera etnike (rom, serb, etj.).

Në tabelën nr. 1 është paraqitur numri i pensionistëve sipas komunave ku jetojnë dhe siç shihet nga tabela më shumë se gjysma - 55 pensionistë (56%) e të anketuarve janë nga komunat e Shkupit. Duke marrë parasysh disponueshmërinë teknike në shoqatat e pensionistëve, si dhe aftësitë e pensionistëve, vetëm 15 pensionistë kanë plotësuar versionin elektronik të pyetësorit, ndërsa pjesa tjetër, kryesisht me kërkesë të tyre, janë përgjigjur në formë letre.

Lidhur me grupin e tretë të kampionit - personat socio-ekonomikisht të rrezikuar, përmes Qendrës Ditore për Fëmijët në Rrugë realizua një fokus grup me 16 nëna të fëmijëve të Qendrës; këto familje janë përfituese të ndihmës sociale²¹. Ndryshe nga kategoritë e tjera të personave në rrezik socio-ekonomik, ky grup ka specifikat e veta, duke përfshirë nivelin shumë të ulët arsimor, një pjesë e madhe e tyre janë edhe analfabetë, janë të papunë për një kohë të gjatë, disa prej tyre edhe lypin. Prandaj, diskutimi brenda fokus grupit ishte shumë i kufizuar.

¹⁸ Këta të anketuar janë kontaktuar përmes Shoqatës për të Drejtat e Fëmijëve e cila menaxhon Qendrën Ditore Edukative për Fëmijë në Shuto Orizar.

¹⁹ Një numër më i madh i studentëve u targetuan, por për shkak të afateve të paracaktuara, hulumtimi është bërë menjëherë para sesionit të provimit, kështu që ndoshta për ato arsye ka munguar pjesëmarrja e studentëve nga disa fakultete dhe universitete brenda dhe jashtë Shkupit.

²⁰ Tre të anketuar nga pensionistët ishin nën 60 vjeç (me stazh përfitues) nga Shoqata e Pensionistëve të Ministrisë së Punëve të Brendshme

²¹ Është kontaktuar Qendra Ndër-komunale për Punë Sociale Shkup për t'u mundësuar qasje personave që janë përfitues të ndihmës sociale në baza të ndryshme. Pas disa tentativave për të kontaktuar dhe negociuar, bashkëpunimi nuk u arrit dhe u arrit komunikim me Shoqatën për të Drejtat e Fëmijëve, e cila prej më shumë se 10 vitesh menaxhon Qendrën ditore për fëmijët e rrugës në Komunën e Shuto Orizarit, në të cilët janë përkujdesur kategori e rrezikuar e fëmijëve romë, me synim përfshirjen e tyre sociale nëpërmjet kalimit të kohës në mënyrë të dobishme dhe të strukturuar gjatë gjithë vitit, me çka stimulohen dhe zhvillohen potencialet dhe kapacitetet e tyre për socializimin, rritje, zhvillim dhe përfshirjen e tyre në komunitet.

Tabela 1 Frekuencat dhe përqindjet për të dhënat demografike për studentët dhe pensionistët

Seksi/gjinia	Frekuencat			Përqindja		
	Studentë	Pensionistë	Kat. në rrezik social	Studentë	Pensionistë	Kat. social të rrezikuara
Meshkuj	33	63	0	17.1	64.3	0
Femra	160	35	15	82.9	35.7	100.0
Përkatësia etnike						
Maqedonas/e	118	70		61.1	71.4	
Shqiptar/e	68	23		35.2	23.5	
Turk/e	3	0		1.6	0	
Rom/e	2	2	15	1.0	2.0	100.0
Tjetër	2	3		1.0	3.0	
Vendbanimi						
Qytet	130			67.4		
Fshat	63			32.6		
Mosha	18 vjeç - 36 vjeç.	53 vjeç - 88 vjeç	22 vjeç - 53 vjeç	M=20.27, SD=2.435	M=69.61	M=34.4
SD=6,403	M=34.4					
Universiteti/ Fakulteti/ Shoqata e Pensionistëve						
St. Cirili dhe Metodi						
Fakulteti Filologjik	33			17.1		
Fakulteti Filozofik	15			7.8		
Fakulteti Juridik	32			16.6		
Marrëdhënie me publikun	15			7.8		
Fakulteti Pedagogjik	37			19.2		
UShT	44			22.8		
UGD	2			1.0		
Nënë Tereza	16			6.2		
Të tjerë	3			1.5		
Makedonski Brod		10			10.2	
Manastir		3			3.0	
Demir Hisar		3			3.0	
Sveti Nikole		5			5.1	
Shkup (Butel, Gazi Babë, Gjoçe Petrov, Saraj dhe Shoqata e Pensionistëve të MPB-së Shkup)		55			56.1	
Veles		5			5.1	
Makedonska Kamenica		9			9.2	
Vinicë		8			8.2	

6.2 Përfshirja e të anketuarve në programet për edukim mediatik ose digjital

Pjesëmarrja në një program për edukim mediatik ose digjital është marrë parasysh si një faktor që mund të luajë një rol në edukimin për lajmet, dhe rrjedhimisht në njohjen e dezinformatave. Të anketuarit u pyetën nëse kishin marrë pjesë ndonjëherë në trajnime për edukim mediatik apo digjital.

Pothuajse një e treta e studentëve të anketuar (30.6%) janë përgjigjur pozitivisht - se kanë qenë të përfshirë në ndonjë program të tillë, ndërsa 69.4% e studentëve kanë deklaruar se nuk kanë qenë të përfshirë.

Shumica e të anketuarve, pensionistë, ose 79,6%, nuk kanë përvojë të tillë. Ata që kanë marrë pjesë në programe të tilla janë nga komunat Makedonski Brod (1), Manastir (1), Demir Hisar (1), Makedonska Kamenica (6) dhe Shkup (11), ose gjithsej 20,4% e pensionistëve të anketuar.

Grafiku Nr. 1 Pjesëmarrja në trajnim për edukim mediatik ose digjital



6.3 Ndjekja e lajmeve në internet

Të anketuarit u pyetën nëse dhe sa shpesh ndjekin lajmet në internet (në kompjuter, telefon, tablet...). Pjesa më e madhe (95.8%) e studentëve janë përgjigjur pozitivisht. Vetëm 4% e studentëve të përfshirë në hulumtim nuk ndjekin fare lajmet në internet (tabela 2).

Në mënyrë të ngjashme, shumica e pensionistëve (89.2%) e kanë zakon të ndjekin lajmet përmes mjeteve digjitale, ku 57.1% ndjekin shpesh, ndërsa 32.1% rrallë (tabela 2).

Tabela 2 Ndjekja e lajmeve në internet

Ndjekja e internet lajmeve	Studentë		Pensionistë	
	Frekuencat	Përqindja	Frekuencat	Përqindja
Jo	6	4.1	9	10.7
Po, rrallë	76	52.4	27	32.1
Po, shpesh	63	43.4	48	57.1
Gjithsej²²	145	100	84	100

²² Në përlogaritje, si tek studentët ashtu edhe tek pensionistët, nuk janë marrë parasysh të anketuarit që nuk i janë përgjigjur kësaj pyetjeje, për hir të një prezantimi sa më të vlefshëm të të dhënave.

6.4 Sa shpesh të anketuarit përdorin një kompjuter

Përdorimi i kompjuterit në jetën e përditshme është një nga parakushtet për edukim digjital dhe gjasat për rëndësinë e kësaj aftësie në njohjen e dezinformatave janë të larta. Të anketuarit u pyetën se sa shpesh përdorin kompjuterin.

Më shumë se tre të katërtat e studentëve të anketuar, ose 83,4%, përdorin kompjuter, 41,7% një deri në dy herë në javë, 17,4% - 3 deri në 6 herë dhe 24,3% çdo ditë. Çdo i gjashti student nuk përdor fare kompjuter. 41.2% e pensionistëve, siç tregohet në tabelën 3, pothuajse nuk përdorin kompjuter, ndërsa 59% përdorin - ndonjëherë (18.8%), shpesh (10.6%) ose çdo ditë (29.4%).

Tabela 3 Frekuenca e përdorimit të kompjuterit

Përdorimi i kompjuterit	Studentë		Pensionistë	
	Frekuencat	Përqindja	Frekuencat	Përqindja
Shumë rrallë, pothuajse kurrë	24	16.7	35	41.2
Ndonjëherë (1-2 herë në javë)	60	41.7	16	18.8
Shpesh (3-6 herë në javë)	25	17.4	9	10.6
Çdo ditë	35	24.3	25	29.4
Gjithsej ²³	144	100	85	100

Rezume e përshkrimit të mostrës

Studentë



Femrat mbizotërojnë 82,9%.

Maqedonasit janë 61,1, kurse shqiptarët 35,2.

67% e studentëve janë nga zonat urbane, pjesa tjetër nga zonat rurale.

Në trajnime për edukim mediatik ose digjital kanë marrë pjesë 31%.

Mbi 95% ndjekin internet lajme (rrallë ose shpesh). Vetëm 4% nuk ndjekin aspak.

Numri më i madh përdorin kompjuter ndonjëherë (1-2) në javë.

Pensionistë



64.3% janë meshkuj.

71.4% janë maqedonas, 23.5% janë shqiptarë.

56% janë nga Shkupi, pjesa tjetër janë jashtë Shkupit.

21% ishin të përfshirë në trajnime për edukim mediatik ose digjital.

Mbi 89% ndjekin internet lajme (rrallë ose shpesh). Pothuajse 11% nuk ndjekin aspak.

Numri më i madh nuk përdorin kompjuter.

- Një disproporcion i madh vihet re në lidhje me variablin gjinor. Arsyeja është se në mesin e studentëve, hulumtimi është bërë në grupe të fakulteteve që tradicionalisht kanë më shumë studente femra. Për pensionistët, rekrutimi është bërë përmes shoqatave të pensionistëve. Përqindjet e grupeve sipas faktorëve demografikë sigurisht që nuk pasqyrojnë përqindjen reale.
- Fakti që mbi 75% e studentëve dhe pensionistëve ndjekin lajmet në internet tregon se ndjekja e lajmeve dhe mundësia për të rënë në kontakt me dezinformatat përmes mediave digjitale është e lartë në të dy grup-moshat, ku të dy grupet përfaqësojnë një grup të mundshëm të synuar për edukimin dhe forcimin e aftësitë të tyre për njohjen e dezinformatave.
- Është befasues numri i studentëve që **nuk përdorin kurrë kompjuter**, madje **16.7%**.

²³ Në përllogaritje, si tek studentët ashtu edhe tek pensionistët, nuk janë marrë parasysh të anketuarit që nuk i janë përgjigjur kësaj pyetjeje, për hir të një prezantimi sa më të vlefshëm të të dhënave.

6.5 Edukim për lajmet

Edukimi për lajmet shihet në hulumtim si një konstrukt me tre komponentë: Nevoja për njohje, Lokusi i kontrollit në raport me median dhe Njohuri për mediat, të cilat maten përmes tre shkallëve (bazuar në procedurën dhe shkallët e hulumtimit të edukimit për lajmet të Maxle, Ashley dhe Kraft). Teorikisht, personat me edukim më të lartë për lajmet do të kenë rezultate më të larta në të tre shkallët, përkatësisht do të kenë nevojë më të madhe për njohuri, do të besojnë se prej tyre varet nëse dhe sa do të informohen saktë dhe do të kenë njohuri të mira për strukturën, funk-

sionimin dhe ndikimin e medias. Personat me edukim të ulët mediatik do të kenë rezultate të ulëta në të tre shkallët, domethënë do të kenë nevojë më të ulët për njohuri, do të konsiderojnë se varet nga media nëse dhe sa saktë janë të informuar dhe do të dinë pak për median (pak njohuri për strukturën, funksionimin dhe ndikimin e medias).

6.5.1 Nevoja për njohje

Shkalla e nevojës për njohje²⁴ përbëhet nga 5 pohime, në bazë të tyre të anketuarit shprehën nivelin e pajtim-it ose mospajtimin në një shkallë pesë-pikëshe të tipit Likert (ku 1 do të thotë “nuk pajtohem aspak” dhe 5 do të thotë “plotësisht pajtohem”). Kjo shkallë analizon nevojën e të anketuarve për njohuri. Rezultati maksimal teorik total i të pesë deklaratave është 25 pikë, ndërsa minimumi është 5.

Rezultati maksimal i përgjithshëm në grupin e studentëve është 25 pikë dhe vetëm 7 të anketuar ose 3.6% e kanë arritur këtë rezultat. Vlera mesatare e rezultatit total në shkallën e nevojës për njohje është 17.28 pikë, e paraqitur në tabelën 4.

Tabela 4 Përqindjet dhe mesatarja aritmetike (M) e pohimeve në Shkallën 1 të studentët

Pretendim	Scores					M
	1	2	3	4	5	
1 Nuk dua të kem shumë për të menduar	6.3	12.5	29.2	23.4	28.6	3.56
2 Përpiqem të shmang situatat që kërkojnë mendim të thellë të gjërave	4.2	10.9	24.0	23.4	37.5	3.79
3 Më mirë do të bëj diçka që kërkon të menduar, sesa diçka që nuk kërkon shumë mendim	4.2	10.9	32.3	22.9	29.7	3.63
4 Më shumë preferoj problemet komplekse sesa problemet e thjeshta	14.1	21.9	26.6	21.9	15.6	3.03
5 Të mendoj shumë dhe për një kohë të gjatë për diçka, nuk më jep kënaqësi	10.4	15.1	32.3	21.9	20.3	3.27
Rezultati i përgjithshëm i shkallës						17.28

Përqindja më e madhe e studentëve zgjedhën alternativën mesatare (as pajtohem dhe as nuk pajtohem). Mesatarja aritmetike e rezultatit total në shkallën 17.28 tregon se studentët kanë një zhvillim pak mbi mesataren në lidhje me nevojën për njohje.

Tek studentët, për nga karakteristikat demografike: gjinia, përkatësia etnike dhe vendbanimi (qytet/fshat), nuk u konstatuan dallime në nevojën për njohuri.

²⁴ Çdo pohim i Shkallës 1 tregon një korrelacion të lartë, një koeficient të kënaqshëm Alfa Cronbach, si dhe ngopje me vetëm një faktor, duke vërtetuar kështu karakteristikat metrike të kësaj shkalle.

²⁵ Pyetjet e para, të treta dhe të pesta janë me kodim të kundërt dhe një rezultat total më i lartë nënkupton një nevojë më të lartë për njohje.

Rezultatet në shkallën për nevojën e njohjes janë të ngjashme edhe te pensionistët. Edhe te ata, rezultati maksimal i fituar është 25, edhe pse vetëm 3 të anketuar ose 3.1% e kanë arritur këtë rezultat. Vlera mesatare e rezultatit total në shkallën e nevojës për njohje është 15.32 pikë. Kjo vlerë tregon se pensionistët kanë një nevojë mesatarisht të zhvilluar për njohuri.

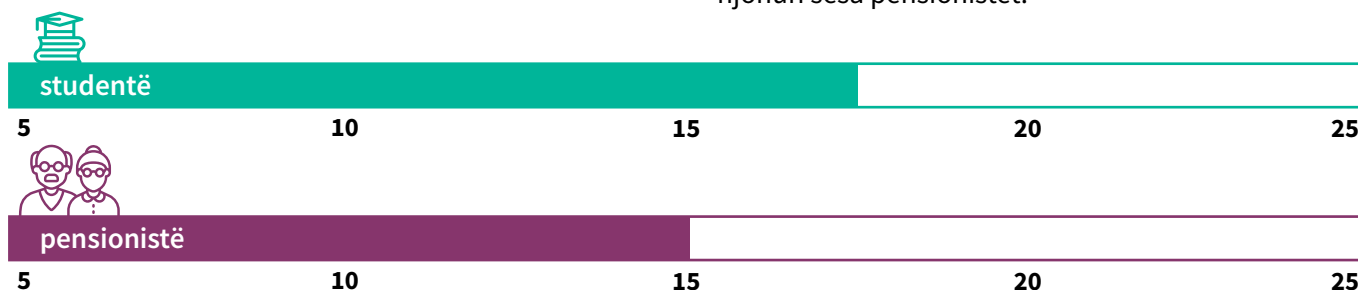
tare e rezultatit total në shkallën e nevojës për njohje është 15.32 pikë. Kjo vlerë tregon se pensionistët kanë një nevojë mesatarisht të zhvilluar për njohuri.

Tabela 5 Përqindjet dhe mesatarja aritmetike e pohimeve në Shkallën 1 te pensionistët

Pretendim	Scores					
	1	2	3	4	5	M
1 Nuk dua të kem shumë për të menduar	11.5	24.1	25.3	13.8	25.3	3.17
2 Përpiqem të shmang situatat që kërkojnë mendim të thellë të gjërave	13.8	32.2	14.9	18.4	20.7	3.00
3 Më mirë do të bëj diçka që kërkon të menduar, sesa diçka që nuk kërkon shumë mendim	3.4	18.4	27.6	25.3	25.3	3.51
4 Më shumë preferoj problemet komplekse sesa problemet e thjeshta	8.0	26.4	25.3	26.4	13.8	3.11
5 Të mendoj shumë dhe për një kohë të gjatë për diçka, nuk më jep kënaqësi	20.7	33.3	28.7	6.9	10.3	2.53
Rezultati total i shkallës						15.32

Tek pensionistët, si te studentët, për nga karakteristikat demografike: gjinia, përkatësia etnike dhe vendbanimi (qytet/fshat), nuk u konstatuan dallime në nevojën për njohuri.

Nga krahasimi i rezultateve mesatare të grupit të studentëve dhe grupit të pensionistëve, u arrit në përfundimin se të dy grupet kanë një rezultat total rreth mesatares, por megjithatë **vlera mesatare e rezultatit total për studentët (17.28) është më e lartë se ajo e pensionistëve (15.32) me rëndësi statistikore ($p < 0.01$)**. Kjo do të thotë se studentët kanë më shumë nevojë për njohuri sesa pensionistët.



6.5.2 Lokusi i kontrollit në lidhje me median

Shkalla e lokusit të kontrollit në lidhje me median²⁶ përbëhet nga 6 pohime, me të cilat të anketuarit shprehin nivelin e tyre të pajtimit ose mospajtimit në një shkallë pesë-pikëshe të tipit Likert (ku 1 do të thotë “nuk pajtohem aspak” dhe 5 do të thotë “plotësisht pajtohem”). Rezultati maksimal teorik i të gjashtë deklaratave është 30 pikë, ndërsa minimumi është 6. Individët me një rezultat të lartë do të konsiderojnë se prej tyre varet nëse dhe sa saktë do të informohen, ndërsa individët me një vend të ulët kontrolli në raport me median do të konsiderojnë se do të varet nga media nëse dhe sa saktë do të jenë të informuar.

Rezultati totale maksimal në grupin e studentëve është 30 pikë dhe vetëm 6 të anketuar (3.1%) e kanë arritur këtë rezultat. Vlera mesatare e rezultatit total në shkallën për lokusin e kontrollit në lidhje me median është 20.44. Kjo vlerë tregon se lokusi i kontrollit të studentëve është brenda mesatares teorike. Vetëm rezultati mesatar i pohimit të tretë - “Nëse jam informuar gabimisht nga media, unë jam përgjegjës” (tabela 6) është dukshëm nën mesataren.

²⁶ Çdo pohim i Shkallës 2 tregon një korrelacion të lartë total, koeficient të kënaqshëm Alfa Cronbach, si dhe ngopje me vetëm një faktor, duke vërtetuar kështu karakteristikat metrike të kësaj shkalle.

Tabela 6 Përqindjet dhe mesatarja aritmetike e pohimeve në Shkallën 2 te studentët

Pretendim	Scores					
	1	2	3	4	5	M
1 Nëse informohem gabimisht nga mediat, varet nga unë se sa shpejt do të marr informacionin e saktë	8.8	11.9	30.1	25.4	23.8	3.44
2 Unë kam kontroll mbi informacionet që marr nga mediat	11.9	20.2	24.4	24.4	19.2	3.19
3 Nëse informohem gabimisht nga media, unë jam përgjegjës/e	28.5	28.0	27.5	4.7	11.4	2.42
4 Njohuria ime për botën ndikohet kryesisht nga ajo që bëj vetë	4.7	16.1	24.9	31.6	22.8	3.52
5 Duke kontrolluar burime të ndryshme lajmesh, mund të shmang informimin e gabuar	4.7	8.3	21.8	29.5	35.8	3.83
6 Nëse ndërmarr aktivitete të duhura, do të jem i/e informuar	2.6	4.7	20.2	31.1	41.5	4.04
Rezultati total i shkallës						20.44

Tek studentët nuk u konstatuan dallime në rezultatet e kësaj shkalle në lidhje me karakteristikat demografike të gjinisë, përkatësisë etnike dhe vendbanimit (qytet/fshat).

Pesë pensionistë nga grupi (ose 5.6%) arritën rezultatin maksimal prej 30 pikësh. Vlera mesatare e rezultatit total në shkallën për lokusin e kontrollit në lidhje

me median është 21.51. Kjo vlerë tregon se si te pensionistët ashtu edhe te studentët, lokusi i kontrollit në lidhje me mediat është mbi mesataren teorike. Vetëm rezultati mesatar i pohimit të tretë, ku shkruhej: “Nëse jam informuar gabimisht nga media, unë am përgjegjës” ka saktësisht vlerën mesatare.

Tabela 7 Përqindjet dhe mesatarja aritmetike e pohimeve në Shkallën 2 te pensionistët

Pretendim	Scores					
	1	2	3	4	5	M
1 Nëse informohem gabimisht nga mediat, varet nga unë se sa shpejt do të marr informacionin e saktë	13.5	11.2	12,4	25.8	37.1	3.62
2 Unë kam kontroll mbi informacionet që marr nga mediat	7,9	19.1	18.0	28,1	27.0	3.47
3 Nëse informohem gabimisht nga media, unë jam përgjegjës/e	21.3	18.0	18.0	24.7	18.0	3.00
4 Njohuria ime për botën ndikohet kryesisht nga ajo që bëj vetë	5.6	11.2	20.2	37.1	25.8	3.66
5 Duke kontrolluar burime të ndryshme lajmesh, mund të shmang informimin e gabuar	6,6	4,5	20.2	27,0	41.6	3.92
6 Nëse ndërmarr aktivitete të duhura, do të jem i/e informuar	4,5	10.1	19.1	29.2	37.1	3.84
Rezultati total i shkallës						21.51

Në grupin e pensionistëve, u përcaktua një diferencë statistikiqsh e rëndësishme ($p < 0.01$) në lokusin e kontrollit midis atyre nga një mjedis urban dhe rural, ku pensionistët nga një mjedis urban kanë lokus më të lartë kontrolli. Gjithashtu, në mesin e pensionistëve ka një ndryshim statistikiqsh domethënës ($p < 0.01$) në lokusin e kontrollit midis maqedonasve dhe shqiptarëve, maqedonasit kanë një rezultat më të lartë në shkallën e lokusit të kontrollit sesa shqiptarët.

Krahasimi mes studentëve dhe pensionistëve për këtë komponent të edukimit për lajmet tregoi se kishte një dallim të madh mes studentëve dhe pensionistëve, por këtë herë në favor të pensionistëve. **Vlera mesatare e rezultatit total për studentët është më e ulët se ajo e pensionistëve me rëndësi statistikore ($p < 0.05$).** Kjo do të thotë se pensionistët, krahasuar me studentët, besojnë në një shkallë disi më të madhe se prej tyre varet nëse dhe sa do të informohen saktë.



studentë

6 12 18 24 30



pensionistë

6 12 18 24 30

6.5.3 Njohuri për mediat

Shkalla për matjen e njohurive për mediat përbëhet nga 13 pyetje me përgjigje të shumta, dhe vetëm një përgjigje e saktë (shih shtojcën, faqe 72-73). Pyetjet kanë të bëjnë me atë se si funksionojnë mediat dhe cili është ndikimi i tyre. Rezultati maksimal teorik që dikush mund të marrë në këtë shkallë është 13, ndërsa minimumi është 0.

Tabela 8 tregon rezultatet e grupit të studentëve. Në tabelën e shënuar me ngjyra të ndryshme janë pyetjet të cilave përqindja më e lartë e studentëve u janë përgjigjur saktë ose gabim. Pyetjet e shënuara me të gjelbër janë pyetje për të cilat studentët zakonisht dinë përgjigjen e saktë. Pyetjet e shënuara me ngjyrë blu janë pyetje për të cilat studentët zakonisht nuk e dinë përgjigjen e saktë.

Mbi
88 % e studentëve të anketuar e dinë se **“nëse për një temë raportohet shumë në lajmet, njerëzit që shikojnë lajmet kanë më shumë gjasa të mendojnë se ajo temë është e rëndësishme”**

siç e dinë

Mbi
77 % e studentëve të anketuar se **“redaktori kryesor apo producenti është ai që ka më shumë ndikim në lajmet që do të shfaqen në televizion.”**

Mbi
86 % e studentëve të anketuar nuk e dinë se **“gazetarët nuk kanë nevojë për licencë për të punuar në Maqedoninë e Veriut”; ata nuk e dinë se çfarë nënkuptohet kur media kritikohet se është e njëanshme**

madje

Mbi
94 % e të anketuarve nuk e dinë se **kush e shkruan zakonisht komunikatën për mediat.**

Tabela 8 Përqindjet e studentëve me përgjigje të sakta dhe të pasakta për pohimet në Shkallën 3

Pyetje	% e studentëve me	
	përgjigje të gabuar	përgjigje të saktë
1. Në pronësi të kujt janë numri më i madh i mediave në Maqedoninë e Veriut?	67.7	36.3
2. A kanë nevojë gazetarët/reporterët në Maqedoninë e Veriut të kenë licencë kur punësohen?	86.5	13.5
3. Cila nga mediat nuk varet kryesisht nga reklamat për mbështetje financiare?	81.9	18.1
4. Cili është dallimi kryesor ndërmjet internet faqeve si Time.mk dhe internet faqeve si Kanal 5?	66.8	33.2
5. Kush ka ndikimin më të madh se çfarë lajme do të shfaqen në televizion?	22.8	77.2
6. Si është mbulimi për të gjitha bashkësitë etnike në vend në lajmet?	72.0	28.0
7. Në çfarë fokusohet zakonisht raportimi në lajme gjatë fushatave zgjedhore?	49.7	50.3
8. Çfarë nënkuptojnë zakonisht njerëzit kur kritikojnë mediat se nuk janë objektive?	85.5	14.5
9. Puna e kujt është të shkruajë komunikatë për shtyp?	94.8	5.2
10. Cili është efekti i mediave te njerëzit?	69.4	30.6
11. Çfarë tendence mendimi kanë njerëzit që shikojnë shumë lajme?	34.2	65.8
12. Çfarë mendohet për temën që raportohet shumë në lajme?	11.9	88.1
13. Cili është efekti i mundshëm i reklamave në mediat, tek njerëzit?	52.8	47.2

Te pensionistët, përqindja më e lartë është përgjigjur saktë në pyetjen e parë - 61,2 %, dhe në pyetjen e pestë - 57,7 %.

Pensionistët kanë dhënë përgjigjet më pak të sakta në pyetjen “puna e kujt është të shkruajë një komunikatë për shtyp” (pyetja e nëntë) – 5,2 %.

Tabela 9 Përqindjet e pensionistëve me përgjigje të sakta dhe të pasakta për pohimet në Shkallën 3

Pyetje	Përqindjet e pensionistëve me	
	përgjigje të gabuar	Përgjigje të saktë
1. Në pronësi të kujt janë numri më i madh i mediave në Maqedoninë e Veriut?	38.8	61.2
2. A kanë nevojë gazetarët/reporterët në Maqedoninë e Veriut të kenë licencë kur punësohen?	84.5	15.5
3. Cila nga mediat nuk varet kryesisht nga reklamat për mbështetje financiare?	58.2	41.8
4. Cili është dallimi kryesor ndërmjet internet faqeve si Time.mk dhe internet faqeve si Kanal 5?	84.5	15.5
5. Kush ka ndikimin më të madh se çfarë lajme do të shfaqen në televizion?	42.3	57.7
6. Si është mbulimi për të gjitha bashkësitë etnike në vend në lajmet?	70.1	29.9
7. Në çfarë fokusohet zakonisht raportimi në lajme gjatë fushatave zgjedhore?	49.5	50.5
8. Çfarë nënkuptojnë zakonisht njerëzit kur kritikojnë mediat se nuk janë objektive?	73.2	26.8
9. Puna e kujt është të shkruajë komunikatë për shtyp?	94.8	5.2
10. Cili është efekti i mediave te njerëzit?	73.2	26.8
11. Çfarë tendence mendimi kanë njerëzit që shikojnë shumë lajme?	60.8	39.2
12. Çfarë mendohet për temën që raportohet shumë në lajme?	58.8	41.2
13. Cili është efekti i mundshëm i reklamave në mediat, tek njerëzit?	81.4	18.6

Në tabelën 10, mund të shihni se si janë pozicionuar të anketuarit (studentë dhe pensionistë) sipas rezultatit të tyre total në Shkallën 3, e cila mat nivelin e njohurive për median. Te studentët vihet re se më të shumtë janë ata që në shkallë kanë gjithsej 5 ose 6 përgjigje të sakta. Vetëm një i anketuar dinte 12 nga 13 përgjigjet e sakta. Mesatarja e përgjigjeve të sakta të të gjithë kampionit të studentëve në këtë hulumtim është 5.08 përgjigje të sakta në shkallën që mat njohuritë për mediat.

Rezultati maksimal në këtë shkallë për pensionistët është 10 dhe vetëm një pensionist e ka arritur atë rezultat. Nëntë të anketuar nuk iu përgjigjën saktë asnjë pyetjeje. Përqindja më e madhe e të anketuarve - 20%, i janë përgjigjur saktë katër pyetjeve, dhe rezultati mesatar është 4.29, domethënë mesatarisht janë përgjigjur saktë vetëm 4 pyetjeve nga 13.

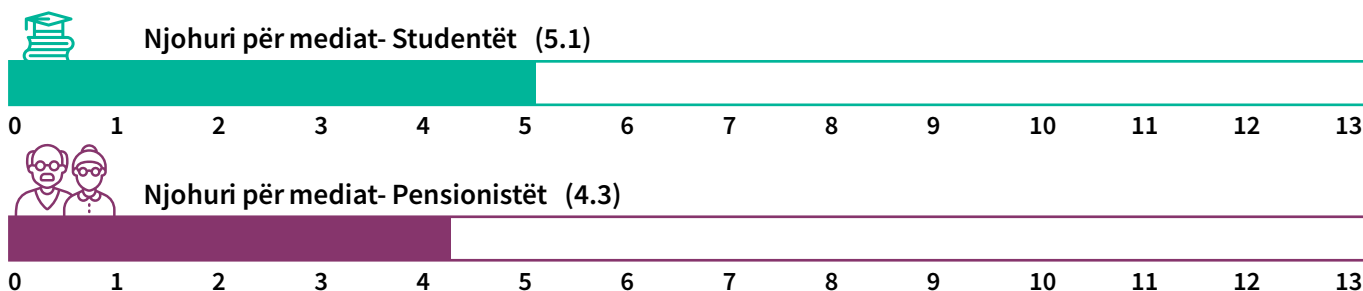
Tabela 10 Shpërndarja e të anketuarve në lidhje me rezultatin total të Shkallës 3

Numri i përgjigjeve të sakta	Përqindja e studentëve	Përqindja e pensionistëve
0	1.6	10.2
1	2.6	7.1
2	6.2	5.1
3	15.5	12.2
4	11.9	20.4
5	19.2	18.4
6	18.1	5.1
7	15.5	10.2
8	4.7	7.1
9	1.6	3.1
10	1.0	1.0
11	1.6	/
12	0.6	/

Ndërsa në dy shkallët e para (shkalla e nevojës për njohje dhe shkalla e lokusit të kontrollit në lidhje me mediat) kampioni i studentëve ishte mbi mesataren, në këtë shkallë ata janë nën mesataren teorike, që do të thotë se dinë pak për median.

Kështu është edhe me pensionistët. Pensionistët kanë arritur pikët më të ulëta në shkallën e tretë, krahasuar me dy shkallët e tjera, dhe janë gjithashtu dukshëm nën mesataren e kësaj shkalle.

Vlera mesatare e rezultatit total për studentët (5.1) është më e lartë se ajo e pensionistëve (4.3) me rëndësi statistikore ($p < 0.05$). Studentët, mesatarisht, dinë pak më shumë për median sesa pensionistët.



Në kuadër të përkatësisë etnike të studentëve, ka një ndryshim statistikiq domethënës ($p < 0.01$) në favor të maqedonasve, pra studentët maqedonas mesatarisht dinë më shumë për median sesa studentët shqiptarë. Ekziston edhe një ndryshim statistikiq domethënës ($p < 0.05$) në njohuritë për median midis studentëve ruralë dhe urbanë, në favor të studentëve të qytetit. Ndër pensionistët, nga ana tjetër, një ndryshim statistikiq domethënës ($p < 0.01$) u konstatua në njohuritë mediatike midis atyre me arsim fillor ose të papër-

funduar dhe atyre me arsim të lartë (të mesëm, universitar, master dhe doktoraturë) në favor të atyre me arsim të lartë. Gjithashtu, një diferencë statistikiq domethënëse ($p < 0.01$) u gjet midis pensionistëve urbanë dhe ruralë, ku pensionistët urbanë kishin një rezultat më të lartë në këtë shkallë. Pra, pensionistët me arsim të lartë dhe ata që jetojnë në zonat urbane kanë njohuri më të mira mediatike.

6.5.4 Indeksi i edukimit për lajmet

Indeksi i edukimit për lajmet llogaritet duke mbledhur rezultatet e të tre shkallëve²⁷. Një indeks i lartë do të nënkuptojë një nevojë më të madhe për njohuri, lokus më të lartë kontrolli në lidhje me median (ose qëndrim: “nga ne varet nëse dhe sa do të informohemi saktë”) dhe njohuri më të mira për strukturën, funksionimin dhe ndikimin të medias. Një indeks i ulët i këtij edukimi do të nënkuptojë rezultate të ulëta në të tre shkallët, gjegjësisht nevojë më e ulët për njohuri, lokus më i ulët kontrolli (qëndrimi: varet nga media nëse dhe sa do të informohemi saktë) dhe nivel më i ulët i njohuri për median (më pak njohuri për strukturën, funksionimin dhe ndikimin e medias).

Teorikisht, indeksi minimal i mundshëm i edukimit për mediat është 0, dhe maksimumi është 12 (si rezultat i transformimit të shkallëve për të siguruar përmbledhjen e tyre). Mesatarja teorike është 6. Indeksi i edukimit për lajmet e grupit të studentëve është 7.1, ndërsa i njëjti indeks i grupit të pensionistëve është 6.7. Kjo do të thotë se të dy grupet e të anketuarve kanë indeks pak mbi mesataren e edukimit për lajmet. Nuk ka ndonjë ndryshim statistikiq domethënës midis dy grupeve të të anketuarve në lidhje me këtë indeks të edukimit mediatik.

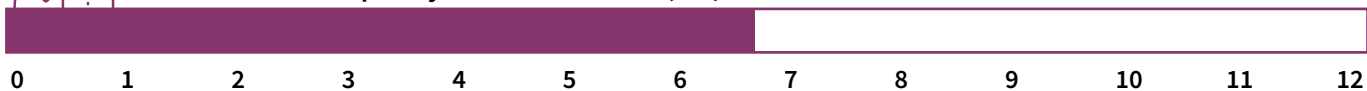
²⁷ Për të gjeneruar një rezultat të përgjithshëm të edukimit për lajmet, rezultatet numerike nga secila shkallë u standardizuan në një shkallë me katër pikë, në mënyrë që ato të mund të ponderoheshin në mënyrë të barabartë. Përgjigjet si për nevojën për njohje ashtu edhe për lokusin e kontrollit në lidhje me mediat u korrigjuan me ri formulimin e pyetjes me kodim të kundërt dhe më pas duke gjeneruar një rezultat total nga zero në 4 si një grumbullim i pikëve Likert, të pjesëtuar me numrin e pyetjeve në shkallën përkatëse. Pyetjet në Shkallën për edukim mediatik u “shënuan” si binar të saktë ose të gabuar, ndërsa pyetjet u përmbledhën dhe u peshuan për të dhënë një rezultat të përgjithshëm të Njohjes mediatike në një shkallë nga zero deri në katër. Nga këto tre dimensione (nevoja për njohje, lokusi i kontrollit dhe njohuritë e medias), secila e fiksuar në një shkallë nga zero deri në katër, u krijua një rezultat përfundimtar, një rezultat i edukimit për lajmet nga 12 pikë të mundshme.



Indeksi i edukimit për lajmet - Studentë (7.1)



Indeksi i edukimit për lajmet - Pensionistë (6.7)



Në mesin e studentëve, për sa i përket variablave demografikë gjinia, përkatësia etnike dhe jetesa në një mjedis urban ose rural, u gjetën dallime statistikisht domethënëse midis të anketuarve meshkuj dhe femra (koeficienti Mann Whitney i rëndësishëm në $p < 0.05$), si dhe midis atyre që jetojnë në qytet dhe mjedis rural (koeficienti Mann Whitney i rëndësishëm në $p < 0.01$), kështu që të anketuarit meshkuj, si dhe ata studentë që vijnë nga një mjedis urban, do të kenë një indeks më të lartë të edukimit për lajmet.

Përveç kësaj, u testua nëse ka një ndryshim në indeksin e edukimit për lajmet: midis atyre që janë përfshirë në disa trajnime për edukim mediatik dhe/ose digjital; mes atyre që ndjekin më shpesh ose më rrallë internet

lajme, si dhe midis atyre që punojnë më shpesh ose më rrallë në kompjuter. Një ndryshim u konstatua në nivelin e edukimit për lajmet vetëm në raport me variablin e parë, kështu që studentët që janë përfshirë në disa trajnime për edukimin mediatik/digjital deri më tani, siç pritej, do të jenë ata që do të kenë edukim më të mirë për lajmet.

Mes pensionistëve, i vetmi ndryshim i gjetur për sa i përket indeksit të edukimit për lajmet është midis atyre që jetojnë në një zonë urbane dhe atyre në një zonë rurale (koeficienti Mann Whitney i rëndësishëm në $p < 0.01$). Ata që jetojnë në zonat urbane kishin një indeks më të lartë të edukimit për lajmet.

Përmbledhje e gjetjeve në lidhje me Indeksën e edukimit për lajmet

- Nevoja për njohje është mbi mesataren te studentët, ndërsa te pensionistët është në suazat e mesatares. Tek studentët, është më i lartë (statistikisht i rëndësishëm) sesa tek pensionistët.
- Lokusi i kontrollit në lidhje me mediat është mbi mesataren teorike si për studentët ashtu edhe për pensionistët. Tek pensionistët, është më i lartë (statistikisht i rëndësishëm) sesa tek studentët.
- Njohuritë për median janë nën mesataren si tek studentët ashtu edhe te pensionistët. Studentët kanë më shumë njohuri për mediat (statistikisht domethënëse).
- Indeksi i edukimit për lajmet është pak mbi mesataren si për studentët ashtu edhe për pensionistët. Studentët dhe pensionistët nuk kishin dallime në indeksin e edukimit për lajmet.

Dallimi ndërmjet të anketuarit më të ri dhe atij më të vjetër në kampionin total është 70 vjet (18 vjeç më i riu dhe 88 vjeç më i moshuari). Me gjithë këtë diferencë moshe, që nënkupton edhe kushte të ndryshme kohore, kulturore dhe sociale në të cilat jetojnë dy grupmoshat, me zakone të ndryshme për ndjekjen e lajmeve dhe kulturës mediatike, shkallë të ndryshme të zhvillimit të teknologjive të informacionit dhe komunikimit në kohën në të cilën jetojnë dhe **të dy grupet nuk ndryshojnë në indeksin e përgjithshëm të edukimit për lajmet – nuk ka dallim statistikisht domethënës.**

6.6 Motivim për ndjekjen e lajmeve dhe mësim, edukim për dezinformatat

Motivimi është një faktor i rëndësishëm për të gjitha proceset dhe aktivitetet njerëzore. Edhe këtu u kuptua rëndësia e tij dhe për rrjedhojë pyetësi përmbante disa pyetje përmes të cilave analizohet:

- 1) motivimi i të anketuarve për ndjekjen e lajmeve përmes katër pyetjeve - a janë më të motivuar nga brenda apo është motivimi është i jashtëm;
- 2) motivimi i të anketuarve për të mësuar se çfarë janë dezinformatat, që do të nënkuptonte forcimin e kapaciteteve të tyre për njohjen dhe trajtimin e lajmeve të rreme dhe dezinformatave.

6.6.1 Motivimi për ndjekjen e lajmeve – i jashtëm dhe i brendshëm

Në këtë pjesë të shkurtër të pyetësorit që i kushtohet llojit të motivimit për ndjekjen e lajmeve, janë bërë 4 pyetje: dy që i referoheshin më shumë motivimit të jashtëm për të ndjekur lajmet dhe dy që i referoheshin më shumë motivimit të brendshëm për të ndjekur lajmet.

Arsyet ose motivet pse ne ndjekim lajmet mund të jenë të ndryshme - dikush i ndjek lajmet sepse i nevojiten për punën që bën, dikush që të qëndrojnë i informuar dhe të vazhdojë me ngjarjet, dikush sepse dëshiron, dikush sepse ndihet më sigurt nëse ndjek lajme dhe nëse informohet, dikush për të gjitha arsyet e përmendura deri më tani..etj. Në pyetësor, katër pyetjet, përkatësisht pohimet që lidhen me motivet e jashtëme dhe të brendshme për ndjekjen e lajmeve shërbejnë si bazë për parashikimin e suksesit në njohjen e dez-

informatave, si dhe lidhjen me indeksin e edukimit mediatic. Supozimi është se njerëzit që ndjekin lajmet sepse duan, sepse besojnë se është mirë për ta (të cilët kanë motivim më të lartë të brendshëm) do t'i ndjekin lajmet më me kujdes, do të jenë më të edukuar për lajmet dhe do të jenë në gjendje të perceptojnë më shumë shenja të dezinformatave.

Në katër pohimet, të anketuarit shprehën nivelin e tyre të pajtimit ose mos pajtimit në një shkallë pesë-pikëshe të tipit Likert (ku 1 do të thotë “nuk pajtohem aspak” dhe 5 do të thotë “plotësisht pajtohem”).

Frekuencat e përgjigjeve të studentëve dhe mesatarja aritmetike për secilin pohim, janë paraqitur në tabelën 11

Tabela 11 Përqindjet dhe mesatarja aritmetike e pohimeve të Shkallës së jashtëme (EM) dhe të motivimit të brendshëm (IM) midis studentëve

	Pikët					
	1	2	3	4	5	M
Nuk shoh ndonjë përfitim nga lajmet për mua	18.7	23.8	31.1	15.5	10.9	2.76
I ndjek lajmet sepse duhet	31.6	18.1	22.8	20.2	7.3	2.56
Rezultati përmbledhës i EM						5.30
Unë i ndjek lajmet për të mirën time	13.0	19.2	37.3	19.2	11.4	2.97
I ndjek lajmet sepse dua	13.5	14.0	23.8	23.8	24.9	3.33
Rezultati përmbledhës i IM						6.30

Të dhënat tregojnë se studentët pjesëmarrës në hulumtim kanë një rezultat mesatar total pak nën mesataren në shkallën e parë (shkalla e motivimit të jashtëm), dhe po aq pak mbi mesataren në shkallën e dytë (shkalla e motivimit të brendshëm).

Në rastin e pensionistëve, siç shihet nga tabela e mëposhtme, rezultati mesatar total i motivimit të brendshëm për lajmet është më i lartë, përkatësisht për motivimin e brendshëm është gati 8 dhe për të jashtëm është gati 7.

Tabela 12 Përqindjet dhe mesatarja aritmetike e pohimeve të Shkallës për motivimin e jashtëm (EM) dhe motivimin e brendshëm (IM)

	Pikët					M
	1	2	3	4	5	
Nuk shoh ndonjë përfitim nga lajmet për mua	21.6	11.4	20.5	21.6	25.0	3.17
I ndjek lajmet sepse duhet	9.1	15.9	19.3	33.	22.7	3.44
Rezultati përmblledhës i EM						6.61
Unë i ndjek lajmet për të mirën time	8.0	1.1	29.5	23.9	37.5	3.82
I ndjek lajmet sepse dua	8.0	2.3	20.5	21.6	47.7	3.99
Rezultati përmblledhës i IM						7.81

Vlerat mesatare të rezultatit total të motivimit të jashtëm dhe të brendshëm për studentët janë më të ulëta se ato të pensionistëve me rëndësi statistikore ($p < 0.01$).

Motivimi i jashtëm



Motivimi i brendshëm



6.6.2 Motivim për të mësuar rreth dezinformatave

Për të shqyrtuar motivimin për të mësuar se çfarë janë dezinformatat, u ndërtua një shkallë e shkurtë që përmban 3 pyetje²⁸. Pyetja e parë i referohet motivimit për të ndjekur një trajnim/punëtori për njohjen me sukses dhe trajtimin e dezinformatave; pyetja e dytë kishte të bëjë me motivimin për vetë-përmirësim për të njohur me sukses dhe për t'u përballur me dezinformatat, ndërsa pyetja e tretë rreth asaj se sa e

rëndësishme është që të anketuarit të jenë në gjendje të njohin dhe të përballen me dezinformatat. Të tre pyetjet u përgjigjën në një shkallë pesë-pikëshe të tipit Likert, ku 1 si parazgjedhje do të thotë “aspak nuk jam i/e motivuar” dhe “aspak nuk është e rëndësishme”, dhe 5 “Jam plotësisht i/e motivuar” dhe “është shumë e rëndësishme”.

Tabela 13 Përqindjet dhe mesatarja aritmetike e pohimeve në shkallën e motivimit për mësim rreth dezinformatave të studentët

	Pikët					M
	1	2	3	4	5	
Motivimi për të ndjekur trajnimin/punëtorinë për njohjen dhe trajtimin me sukses të dezinformatave	11.1	10.6	24.9	28.0	25.4	3.46
Motivim për vetë-përmirësim për njohjen me sukses dhe trajtim të dezinformatave	7.4	7.9	23.8	32.3	28.6	3.67
Rëndësia e të diturit se si të njohësh dhe të trajtosh me sukses dezinformatat	1.6	4.2	26.5	29.1	38.6	3.99
Rezultati total i shkallës						11.12

²⁸ Të 3 pohimet nga kjo shkallë tregojnë një ajtem korrelacion të lartë total koeficienti i lartë i Alfas Cronbach, si dhe ngopja e vetëm një faktori që vërtetuan karakteristikat metrike të kësaj shkalle motivimi për njohjen dhe trajtimin e dezinformatave.

Të dhënat për studentët flasin se për çdo pretendim, dhe më pas edhe në rezultatin total në Shkallën për mësim për dezinformata, të anketuarit janë “mbi” mesataren. Shifrat tregojnë se shumica e studentëve zgjedhin alternativën e 4-t ose të 5-të (jam shumë i/e

motivuar dhe është shumë e rëndësishme të di) në secilën prej 3 pohimeve. Duke folur në përgjithësi për të gjithë kampionin e studentëve, ka një motivim për mësim mbi mesataren, edukim për njohjen dhe trajtimin e dezinformatave.

Tabela 14 Përqindjet dhe mesatarja aritmetike e pohimeve në shkallën e motivimit për mësim rreth dezinformatave te pensionistët

	Pikët					M
	1	2	3	4	5	
Motivimi për të ndjekur trajnimin/punëtorinë për njohjen dhe trajtimin me sukses të dezinformatave	17.3	11.2	23.5	22.4	25.5	3.28
Motivim për vetë-përmirësim për njohjen me sukses dhe trajtim të dezinformatave	14.3	7.1	23.5	25.5	29.6	3.49
Rëndësia e të diturit se si të njohësh dhe të trajtosh me sukses dezinformatat	9.2	6.1	19.4	31.6	33.7	3.74
Rezultati total i shkallës						10.51

Ashtu si studentët dhe grupi i pensionistëve, kampioni është i motivuar për të mësuar dhe përmirësuar aftësitë e tyre në njohjen dhe trajtimin e dezinformatave.

Nuk ka dallim statistikiq domethënës mes studentëve dhe pensionistëve për sa i përket motivimit për të njohur dhe për përballim me dezinformatat.



Motivimi për edukim për dezinformatat



Motivimi për edukim për dezinformatat



Përmbledhje e gjetjeve në lidhje me motivimin për të mësuar rreth dezinformatave:

- Si studentët ashtu edhe pensionistët kanë një motivim më të madh të brendshëm (të shtyrë nga brenda) sesa të jashtëm (të shtyrë nga jashtë) për të ndjekur lajmet.
- Pensionistët kanë motivim më të lartë si të jashtëm ashtu edhe të brendshëm për të ndjekur lajmet sesa studentët.
- Motivimi për të njohur dhe për përballim me dezinformatat, te të dy grupet është mbi mesataren që do të thotë se është e rëndësishme për ta të forcojnë aftësitë e tyre për të njohur dezinformimin përmes trajnimit ose vetë-studimit.

6.7 Ndërgjegjësimi për ekzistencën e barrierave

Faktorët e rëndësishëm për njohjen e shenjave të dezinformimit janë sigurisht vetëdija për ekzistencën e pengesave apo barrierave për njohjen dhe trajtimin e dezinformatave. Në këtë kontekst, të anketuarit u pyetën se sa pajtohen se emocionet, njohuritë e pamjaftueshme, përvoja e pamjaftueshme dhe interesimi i pamjaftueshëm për një temë të caktuar mund të jenë pengesë për njohjen e dezinformatave. Përsëri, të anketuarit u përgjigjën në një shkallë nga 1 në 5 (ku 1 do të thoshte “nuk pajtohem aspak” dhe 5 “pajtohem plotësisht”), kështu që një rezultat më i lartë total në këtë shkallë do të thotë një pajtim më i madh se gjithçka që u përmend më lart, mund të jetë një pengesë në procesin e dallimit të lajmeve të vërteta nga të rreme.

Rezultati maksimal teorik në këtë shkallë është 20, ndërsa minimumi është 4.

Tabela e mëposhtme tregon shpërndarjen e përgjigjeve për katër pyetjet në lidhje me atë që perceptohet si pengesë në procesin e njohjes së dezinformatave. Vlerat mesatare mbi mesataren teorike (3.0) të secilës pengesë të njohur thonë se një numër më i madh studentësh bien dakord në një shkallë më të madhe se emocionet e shkaktuara nga një lajm, si dhe përvoja e pamjaftueshme dhe mungesa e interesit për temën në lajmet, dhe veçanërisht njohuritë e pamjaftueshme mund të paraqesin pengesë për të dalluar lajmet e vërteta nga ato të rreme.

Tabela 15 Përqindjet dhe mesatarja aritmetike e pohimeve në lidhje me pengesat në njohjen e dezinformatave te studentët

	Pikët					M
	1	2	3	4	5	
Emocionet e shkaktuara nga një lajm mund të jenë një pengesë për të dalluar lajmet e vërteta nga ato të rreme	5.3	10.6	25.4	28.0	30.7	3.68
Njohuritë e pamjaftueshme rreth temës në lajm mund të jenë pengesë për të dalluar lajmet e vërteta nga ato të rreme	2.6	4.2	14.8	32.8	45.5	4.14
Përvoja e pamjaftueshme në lidhje me temën në lajme mund të jetë një pengesë për të dalluar lajmet e vërteta nga ato të rreme	3.7	2.6	24.9	31.7	37.0	3.96
Mungesa e interesit për temën e lajmit mund të jetë një pengesë për të dalluar lajmet e vërteta nga ato të rreme	6.3	8.5	21.2	26.5	37.6	3.80
Rezultati përmblendhës						15.58

Në këto pretendime, 20 të anketuar nga pensionistët, ose 22%, kanë arritur pikë maksimale prej 20. Edhe këtu, si te studentët, vlerat mesatare të çdo pretendimi pengues për barrierat tregojnë se, në një masë të madhe, pensionistët i njohin të gjitha barrierat e listuara si të tilla. Nëse i hedhim një vështrim më të

afërt përqindjeve të përgjigjeve me pikë 4 dhe 5 për çdo pohim, mund të shihet se të gjitha janë mbi 64%, ndërsa 95% e pensionistëve pajtohen se përvoja e pamjaftueshme (deklarata e tretë) mund të jetë një pengesë për njohjen e dezinformatave. Rezultati mesatar është 15.48.

Tabela 16 Përqindjet dhe mesatarja aritmetike e pohimeve në lidhje me pengesat në njohjen e dezinformatave te pensionistët

Pohim	Pikët					M
	1	2	3	4	5	
Emocionet e shkaktuara nga një lajm mund të jenë një pengesë për të dalluar lajmet e vërteta nga ato të rreme	15.6	5.6	14.4	33.3	31.1	3.59
Njohuritë e pamjaftueshme rreth temës në lajm mund të jenë pengesë për të dalluar lajmet e vërteta nga ato të rreme	3.3	10.0	16.7	30.0	40.0	3.93
Përvoja e pamjaftueshme në lidhje me temën në lajme mund të jetë një pengesë për të dalluar lajmet e vërteta nga ato të rreme	6.7	2.2	17.8	34.4	61.1	3.97
Mungesa e interesit për temën e lajmit mund të jetë një pengesë për të dalluar lajmet e vërteta nga ato të rreme	5.6	5.6	20.0	22.2	46.7	3.99
Rezultati përmblendhës						15.48

Nuk ka një ndryshim statistikiht domethënës midis studentëve dhe pensionistëve për sa i përket ndërgjegjësimit të tyre se çfarë mund të jetë pengesë në procesin e njohjes dhe përballjes me dezinformatat.

Vetëdije për barrierat për ekzistimin e dezinformatave



Në përmbledhje, për sa i përket ndërgjegjësimit për ekzistencën e barrierave:

- Si studentët ashtu edhe pensionistët kanë rezultate mbi mesataren në shkallën e ndërgjegjësimit për ekzistencën e barrierave në procesin e njohjes dhe përballjes me dezinformatat.
- Studentët dhe pensionistët nuk dallojnë në këtë ndërgjegjësimit.

Ky rezultat inkurajon se ekziston ndërgjegjësimit edhe te studentët edhe te pensionistët për ekzistencën e barrierave në procesin e njohjes së dezinformatave, dhe kjo flet për ndërgjegjësimit për informacionet që individët marrin nga media. Kur dikush është i vetëdijshëm se mund të ketë pengesa për njohjen e dezinformatave dhe se ato pengesa janë brenda vetes, jo jashtë vetes, atëherë kjo ka të ngjarë të mos paraqesë më një

pengesë. Një pengesë ka fuqi vetëm kur nuk është e vetëdijshme. Ndërgjegjësimit i procesit nënkupton konsideratë aktive gjatë marrjes së informacionit, jo miratim automatik. Është një bazë e mirë për forcimin e mëtejshëm të këtij ndërgjegjësimit dhe kritike, e cila, nga ana tjetër, mund të çojë në një rritje të rezistencës ndaj dezinformatave.

6.8 Njohuri dhe interesim për informacione lidhur me procesin e integritit evropian dhe ndryshimet klimatike

Në kontekstin e edukimit mediatik, interesi i individit dhe njohuritë për informacionet në lidhje me integritimin në BE dhe ndryshimet klimatike janë të rëndësishme për arsyet e mëposhtme:

- ✓ interesi dhe njohja e këtyre dy fushave nënkupton njohjen e temave të rëndësishme dhe aktuale të jetës shoqërore-politike në Maqedoninë e Veriut.
- ✓ interesi dhe njohja e këtyre dy fushave lidhet disi me qytetarinë e përgjegjshme. Një qytetar i mirë-informuar është një qytetar i përgjegjshëm që mund të marrë vendime bazuar në informacione të vërteta dhe të verifikuara.

- ✓ lidhja e edukimit mediatik me interesin dhe njohuritë e këtyre fushave do të nënkuptojë edhe vërtetimin e supozimit se edukimi mediatik është një faktor i rëndësishëm për qytetarinë aktive dhe të përgjegjshme.

Së këndejmi pyetësori përfshin 3 blloqe pyetjesh: i pari për njohjen e informacioneve në lidhje me temat: Integritimi evropian i RMV-së dhe ndryshimet klimatike; i dyti për interesimin për këto tema dhe, i treti bllok për rëndësinë që individit u kushton dy temave të përmendura.

Bloku i parë. Në këtë bllok janë 11 pyetje, prej të cilave pesë pyetje kanë të bëjnë me integrimin evropian të Maqedonisë së Veriut, ndërsa gjashtë për ndryshimet klimatike. Pyetjet i referohen njohurive rela-

tivisht të përgjithshme, por edhe më specifike për dy fushat, për të cilat të anketuarit duhet të informohen përmes burimeve të ndryshme, mediave dhe lajmeve të ndryshme.

● Njohuri për proceset euro - integruese të Maqedonisë së Veriut

Siç u përmend në përshkrimin e instrumentit, ky seksion mbulon pesë pyetje. Pyetjet janë me përgjigje të shumta, prej të cilave vetëm një është e saktë. Përgjigja e saktë shënohet me 1 pikë, ndërsa e pasakta me 0.

Nota maksimale për këto pyetje është 5, dhe minimumi është 0. Pesë pyetjet i referohen ngjarjeve që njihen përgjithësisht për procesin e integritit dhe për të cilat mediat raportojnë çdo ditë.

Tabela 17 Përqindjet e të anketuarve me përgjigje të sakta ndaj pohimeve në Shkallën e njohurive për BE-në

Pyetje	% e studentëve me		% e pensionistëve me	
	Përgjigje të gabuar	Përgjigje të saktë	Përgjigje të gabuar	Përgjigje të saktë
1. Kush është negociatori kryesor i Maqedonisë së Veriut me BE-në?	86.2	13.8	74.5	25.5
2. Kur e ka fituar Maqedonia e Veriut statusin e vendit kandidat për anëtarësim?	86.8	13.2	80.6	19.4
3. Kur është mbajtur Konferenca Ndërqeveritare për Maqedoninë e Veriut?	91.5	8.5	64.3	35.7
4. Çfarë është Frontex?	90.5	9.5	80.6	19.4
5. Cili është qëllimi i skringut?	73.5	26.5	65.3	34.7

Studentët treguan shumë pak njohuri për këto çështje në lidhje me euro integrimin e Maqedonisë së Veriut. Mesatarisht, ata nuk marrin përgjigje të saktë për asnjë pyetje të vetme. Rreth 27% e studentëve janë përgjigjur saktë në pyetjen e pestë (atë e dinë më së shumti), dhe më së paku kanë ditur t'i përgjigjen saktë pyetjes së tretë - kur është mbajtur Konferenca Ndërqeveritare për Maqedoninë e Veriut - e kanë ditur vetëm 8,5% e studentëve.

Edhe pse më të mirë krahasuar me grupin e studentëve, pensionistët kanë njohuri shumë të dobëta për procesin e integritit evropian të Maqedonisë së Veriut. Mbi 65% janë përgjigjur gabim për të pesë pyetjet, ndërsa rezultati mesatar total është 1.35. Është interesante të shihet se përqindja më e lartë e pensionistëve ka dhënë përgjigjen e saktë në pyetjen e tretë, për të cilën studentët dinë më pak.

Tabela 18 Shpërndarja e të anketuarve në lidhje me pikët totale të Shkallës për Integrimin Evropian

Numri i përgjigjeve të sakta	Përqindja e studentëve	Përqindja e pensionistëve
0	49.7	31.6
1	37.0	33.7
2	7.4	14.3
3	3.7	12.2
4	2.1	5.1
5	/	3.1

Nuk ka studentë të anketuar që janë përgjigjur saktë të gjitha pyetjeve; Gjysma e studentëve të anketuar nuk kanë një përgjigje të vetme të saktë; Me një përgjigje të saktë janë 37% e studentëve. Tre nga pensionistët

i dinin përgjigjet e të gjitha pyetjeve, por 66% e pensionistëve nuk dinin asnjë përgjigje të saktë ose vetëm për një pyetje.

Vlera mesatare e rezultatit total për studentët është më e ulët se ajo e pensionistëve me rëndësi statistiko-re ($p < 0.01$).

● Njohuri për çështjet në lidhje me ndryshimet klimatike

Blloku i pyetjeve për ndryshimet klimatike ka 6 pyetje të mbyllura (me përgjigje të sugjeruara), për të cilat ka vetëm një përgjigje të saktë. Teorikisht, rezultati minimal që mund të merret në këtë shkallë është 0, dhe

maksimumi është 6.

Përqindjet e përgjigjeve të sakta për secilën pyetje të kësaj shkalle për të dy grupet e të anketuarve janë paraqitur në tabelën e mëposhtme.

Tabela 19 Përqindjet e të anketuarve me përgjigje të sakta ndaj pohimeve në Shkallën e njohurive për NK

Pyetje	% e studentëve me		% e Pensionistëve me	
	Përgjigje të gabuar	Përgjigje të saktë	Përgjigje të gabuar	Përgjigje të saktë
1. Cilat janë shkaqet kryesore për ndryshimet klimatike?	48.9	51.5	61.2	38.8
2. Çfarë është në të vërtetë ndryshimi i klimës?	30.0	70.0	38.8	61.2
3. Si funksionon efekti i gazrave serë?	80.5	19.5	77.6	22.4
4. A ka Maqedonia e Veriut një strategji aksion klimatik?	89.5	10.5	65.3	34.7
5. Cila ministri është përgjegjëse për krijimin e politikave për ndryshimet klimatike?	50.5	49.5	31.6	68.4
6. A është ndryshimi klimatik i njëjtë me ndotjen e ajrit?	27.4	72.6	38.8	61.2

Për sa i përket njohurive të caktuara të studentëve për dukurinë e ndryshimeve klimatike, nga tabela vërehen 3 grupe pyetjesh: pyetje, përgjigjen e saktë të të cilave shumica e studentëve e dinë (është pyetja e gjashtë); pyetjet për të cilat shumica e studentëve nuk e dinë përgjigjen e saktë (pyetja e tretë dhe e katërt); dhe py-

etjet për të cilat gjysma e studentëve të anketuar i dinë dhe gjysma nuk i dinë përgjigjet e sakta, siç janë pyetjet rreth shkaqeve kryesore të ndryshimeve klimatike dhe cila ministri është përgjegjëse për krijimin e politikave për ndryshimet klimatike.

Tabela 20 Shpërndarja e të anketuarve në lidhje me rezultatit total të Shkallës për NK

Numri i përgjigjeve të sakta	Përqindja e studentëve	Përqindja e pensionistëve
0	7.9	7.1
1	10.5	4.1
2	16.3	19.4
3	37.9	41.8
4	22.1	17.3
5	3.7	10.2
6	1.6	/

Përqindja e studentëve që janë përgjigjur saktë të gjitha pyetjeve është 1.6%, ndërsa asnjë nga pensionistët nuk është përgjigjur saktë të gjitha pyetjeve. Pothuajse 8% e studentëve dhe 7% e pensionistëve nuk kanë një përgjigje të vetme të saktë. Studentët më të shumtë janë ata që kanë 3 përgjigje të sakta dhe përqindja e tyre është 37.9%. Tre të katërtat janë studentë që kanë 2 deri në 4 përgjigje të sakta. 10% e pensionistëve, nga ana tjetër, i janë përgjigjur saktë pesë pyetjeve. Përqindja më e lartë - 41,8% e pensionistëve

e dinin përgjigjen e saktë të tre pyetjeve, ashtu si studentët. Nota mesatare totale e tyre në të gjitha pyetjet është 2.89, që do të thotë se mesatarisht ata janë përgjigjur saktë pothuajse tre nga gjashtë pyetjet. Përgjigjet më të sakta iu dhanë pyetjes së pestë - 68%, dhe 61% e pensionistëve iu përgjigjën saktë pyetjes së dytë dhe të gjashtë (tabela 19).

Nuk ka asnjë ndryshim statistikisht domethënës midis studentëve dhe pensionistëve në shkallën e njohurive për ndryshimet klimatike.

6.8.1 Interesimi për temat: Integrimi evropian i RM-së dhe ndryshimet klimatike dhe rëndësia e këtyre temave për individin

Krahas pyetjeve për njohuritë në lidhje me dy temat, pyetësi parashtronte edhe pyetje lidhur me interesimin për temat që kanë të bëjnë me integrimet evropiane dhe ndry-

shimet klimatike në Maqedoninë e Veriut, si dhe sa të rëndësishme janë këto tema për vetë të anketuarit. Vijon përshkrim i këtyre dy pyetjeve.

Tabela 21 Përqindjet dhe mesatarja aritmetike e pohimeve për interesin dhe rëndësinë e temave për integrimin evropian dhe ndryshimet klimatike te studentët

	Pikët					
	1	2	3	4	5	M
Interesimi për temat lidhur me integrimin evropian të Maqedonisë së Veriut	26.5	12.2	33.9	16.4	11.1	2.74
Interesimi për tema lidhur me ndryshimet klimatike në Maqedoni	14.3	7.9	27.0	30.7	20.1	3.34
Rëndësia e temave si integrimi evropian i Maqedonisë	21.7	13.8	30.7	20.6	13.2	2.90
Rëndësia e temave si ndryshimet klimatike në Maqedoninë e Veriut	10.1	5.8	20.6	36.5	27.0	3.65

Interesimi i studentëve për temat që kanë të bëjnë me ndryshimet klimatike është më i madh se interesimi për temat që kanë të bëjnë me integrimin evropian të Maqedonisë së Veriut. Ky dallim, pothuajse në të njëjtin raport, pasqyrohet në kontekstin e rëndësisë së temave për integrimin evropi-

an të Maqedonisë së Veriut dhe ndryshimet klimatike për ta. Temat si integrimi evropian i Maqedonisë së Veriut janë më pak të rëndësishme për studentët në krahasim me temat si ndryshimet klimatike në Maqedoninë e Veriut.

Tabela 22 Përqindjet dhe mesatarja aritmetike e pohimeve për interesin dhe rëndësinë e temave për integrimin evropian dhe ndryshimet klimatike te pensionistët

	Pikët					
	1	2	3	4	5	M
Interesimi për temat lidhur me integrimin evropian të Maqedonisë së Veriut	17.3	6.1	27.6	11.2	37.8	3.46
Interesimi për tema lidhur me ndryshimet klimatike në Maqedoninë e Veriut	8.2	8.2	17.3	22.4	43.9	3.86
Rëndësia e temave si integrimi evropian i Maqedonisë së Veriut	17.3	4.1	17.3	26.5	34.7	3.57
Rëndësia e temave si ndryshimet klimatike në Maqedoninë e Veriut	8.2	4.1	16.3	25.5	45.9	3.97

Ka një ndryshim të vogël në interesin e pensionistëve për dy temat në favor të temës së ndryshimeve klimatike, si dhe në rëndësinë që kanë këto tema për ta.

Krahasuar me përgjigjet e studentëve, të gjitha rezultatet për pensionistët janë më të larta se sa për studentët, kështu që duket se pensionistët janë më të motivuar për të mësuar ose kuptuar më shumë rreth këtyre temave.

Vlerat mesatare të rezultatit total dhe interesit për dy temat dhe rëndësia për të anketuarit për të dy temat të studentët janë më të ulëta se ato të pensionistëve me rëndësi statistikore ($p < 0.01$).

Pra, pensionistët, krahasuar me studentët, janë më të interesuar për të dyja temat dhe u kushtojnë më shumë rëndësi atyre.

E përmbledhur në kuptimin e njohurive dhe interesit për procesin e integritit evropian dhe ndryshimet klimatike:

- Mos njohja është e madhe te pensionistët, por sidomos te studentët, për disa fakte themelore për anëtarësimin e Maqedonisë së Veriut në Bashkimin Evropian.
- Krahasuar me përgjigjet në shkallën e fakteve për procesin e integritit evropian, studentët dhe pensionistët janë shumë më të informuar dhe dinë më shumë për ndryshimet klimatike. Mesatarisht, nga 6 gjithsej, të dy palët u përgjigjen saktë pothuajse 3 pyetjeve.
- Si pensionistët ashtu edhe studentët janë më të interesuar dhe më të rëndësishëm për ta janë temat në lidhje me ndryshimet klimatike sesa temat që lidhen me integrimin evropian të RM-së.
- Krahasuar me studentët, pensionistët janë më të interesuar dhe i kushtojnë më shumë rëndësi të dyja temave.

Ky rezultat është interesant sepse jo vetëm që të dy grupet tregojnë injorancë ndaj ngjarjeve dhe proceseve të vendit tonë drejt integritit evropian, por interesi i studentëve është aq i vogël sa mund të thuhet se nuk ekziston fare. Pesë pyetjet nuk analizojnë njohuritë profesionale të proceseve, por njohjen e datave dhe fakteve të rëndësishme rreth procesit. Do të ishte e këshillueshme që të bëhen kërkime shtesë për arsyet e nivelit shumë të ulët të njohurive për këtë

temë, e cila, sipas përcaktimit afatgjatë të të gjitha qeverive të mëparshme, është kyçe për zhvillimin e vendit. Përveçse pak dihet rreth saj, interesi dhe rëndësia që i atribuohet integritit evropian si temë është më e vogël krahasuar me interesin dhe rëndësinë që i jepet ndryshimeve klimatike. Kjo vlen për të dy grup-moshat, por veçanërisht për studentët.

6.9 Pyetje për kuiz – njohja e shenjave që tregojnë dezinformim të mundshëm ose lajme të pasakta

Këto tre pyetje u krijuan për të testuar aftësinë e njohjes së sinjaleve të dezinformative. Ideja origjinale është nga një fushatë edukative në internet e BBC si një kuiz edukativ mbi njohjen e dezinformative (<https://www.bbc.co.uk/bitesize/articles/zwfm8hv>). Zgjidhet në internet duke klikuar në pjesët që duken të dyshimta dhe duke marrë informacion nëse pjesa e treguar njihet saktë si shenjë dezinformimi (e treguar me një dritë jeshile) ose jo (tregohet me një dritë të kuqe). Kuizi ofron gjithashtu një shfaqje të të gjitha pjesëve të diskutueshme dhe një video të shkurtër edukative shtesë që shpjegon se si të njohim dezinformatat.

Në versionin online të pyetësorit, të anketuarve iu kërkua gjithashtu të klikonin në çdo pjesë të lajmit në internet që ata e konsideronin të dyshimtë, në kuptim të dezinformative. Pastaj, kanë pranuar informacion nëse e kanë identifikuar saktë si shenjë për dezinformim. Numri i përgjithshëm i

klikimeve kishte kufizime – 12, ndërsa në të tri pyetjet kishte 9 shenja që sugjeronin dezinformata. Shenjat e njohjes të futura në pyetjet e kuizit përfshinin: gabime shtypi të tilla si ndryshimi i shkronjave në një fjalë, fjalë të bashkuara, gabime drejtshkrimore (shkurt në vend të shkurti për shembull), të dhëna të pasakta si një datë që nuk ekziston (31 shkurt ose 31 nëntor), përdorim të fjalëve me ngarkesë emocionale, duke mos përmendur burimin e informacionit, duke përdorur fjalë të urta që ngjallin një ndjenjë të caktuar, fjalë të shkruara me shkronja të mëdha, shenja pikësimi të theksuara (për shembull, disa pikëçuditëse pranë njëra-tjetrës - !!!!) etj. Të tre pyetjet përfshinin të gjitha llojet e shenjave.

Pamje e tre pyetjeve të kuizit

Pyetjet e kuizit janë konceptuar si lajme në portalet online me tre tema, e para prej të cilave ka të bëjë me arsimin dhe është marrë nga kuizi i BBC-së dhe është përkthyer, dhe dy

të tjerat kanë të bëjnë me temat e rëndësishme për qëllimet e hulumtimit - njëra për integrimin evropian të Maqedonisë së Veriut, dhe tjetra për ndryshimet klimatike.



The screenshot shows a news article on the Bytesize website. The URL is www.byte.size.co/bbc/ddaf3232fg5. The article title is "Училишните тестови се НАЈЛЕСНИ од кога било, покажа научното истражување" (School tests are the EASIEST since when ever, showed scientific research). It is dated 31 February 2022. The main headline is "ТОЧНО е - вам ви е многу полесно отколку на вашите родители!!!" (IT IS TRUE - it is much easier for you than for your parents!!!). The text states that a recent expert report found that 95% of secondary schools have a high probability of being successful in school tests, compared to 28 years ago. It also notes that it's surprising because parents' expectations are often higher than those of older generations.



The screenshot shows a news article on the Maclab Portal website. The URL is www.maklab/istrazhuvanja?id=4859271. The article title is "ЕУ интеграциите се погрешен пат за Македонија" (EU integrations are a wrong path for Macedonia). The sub-headline is "КАКО НИКОГАШ ДОСЕГА ГРАЃАНИТЕ СЕ РАЗОЧАРАНИ, ПОКАЖУВА ПОСЛЕДНАТА АНКЕТА" (HOW AS NEVER BEFORE CITIZENS ARE DISAPPOINTED, SHOWS THE LAST SURVEY). The text reports that a survey conducted by a public opinion agency found that 80% of citizens are dissatisfied with the progress of EU integration, while only 18% are satisfied. It also mentions that 83% of respondents believe that EU integration will not improve the country's economic situation in the next 2-3 years.



The screenshot shows a news article on the Liber.mk website. The URL is www.liber.mk. The article title is "Демонстрации на скопските улици кои ќе повикаат на одговорност за климатските промени" (Demonstrations on the streets of Skopje which will call for responsibility for climate change). It is dated 27 November 2021. The text reports that climate meteorologists have issued a scary forecast of more frequent heavy rains, leading to protests in Skopje. The protesters are calling for responsibility for climate change. The article also mentions that the protests are supported by many well-known non-governmental organizations.

6.9.1 Studentë

Siç shihet nga tabela 23, nuk ka asnjë student që ka njohur të gjitha shenjat e dezinformimit në një ose më shumë internet lajme.

Në lidhje me të 3 internet lajmet, numri i studentëve që nuk arritën të dallojnë as një shenjë të saktë të dezinformimit është më i madh.

Tabela 23 . Shpërndarja e të anketuarve në lidhje me rezultatin përmbljedhës të njohjes së sinjaleve të dezinformimit

Numri i përgjigjeve të sakta	Frekuencat dhe përqindjet e të anketuarve që njohën saktë shenjat e dezinformimit në internet lajmin e parë	Frekuencat dhe përqindjet e të anketuarit që njohën saktë shenjat e dezinformimit në internet lajmin e dytë	Frekuencat dhe përqindjet e të anketuarve që njohën saktë shenjat e dezinformimit në internet lajmin e tretë
0	36 (19.7)	48 (26.7)	44 (24.6)
1	31 (16.9)	38 (21.1)	32 (17.9)
2	35 (19.1)	31 (17.2)	23 (12.8)
3	24 (13.1)	33 (18.3)	14 (7.8)
4	12 (6.6)	13 (7.2)	14 (7.8)
5	16 (8.7)	9 (5.0)	24 (13.4)
6	13 (7.1)	6 (3.3)	20 (11.2)
7	14 (7.7)	2 (1.1)	6 (3.4)
8	2 (1.1)		2 (1.1)

Nga gjithsej 9 në çdo lajm, studentët njohin mesatarisht **2.43 shenja dezinformimi**

6.9.2 Pensionistë

E njëjta është situata edhe me pensionistët. Shumica e pensionistëve nuk njohën asnjë ose vetëm një shenjë të dezinformimit.

Vetëm në pyetjen e fundit të kuizit, u gjetën të 9 shenjat e dezinformimit nga një pensionist.

Tabela 24 Shpërndarja e të anketuarve në lidhje me rezultatin përmbljedhës të njohjes së shenjave të dezinformimit te pensionistët

Numri i përgjigjeve të sakta	Frekuencat dhe përqindjet e të anketuarve që njohën saktë shenjat e dezinformimit në internet lajmin e parë	Frekuencat dhe përqindjet e të anketuarit që njohën saktë shenjat e dezinformimit në internet lajmin e dytë	Frekuencat dhe përqindjet e të anketuarve që njohën saktë shenjat e dezinformimit në internet lajmin e tretë
0	35(38.5)	44 (49.4)	40 (45.5)
1	20 (22)	14 (15.7)	20 (22.7)
2	12 (13.2)	11 (12.4)	10 (11.4)
3	9 (9.9)	12 (13.5)	7 (8.0)
4	7 (7.7)	5 (5.6)	4 (4.5)
5	6 (6.6)	2 (2.2)	3 (3.4)
6	1 (1.1)	1 (1.1)	2 (2.3)
7	1 (1.1)		1 (1.1)
9			1 (1.1)

Nga gjithsej 9 në çdo lajm, pensionistët njohin mesatarisht **1,38 shenja për dezinformata.**

Korrelacionet midis njohjes të përgjithshme të sinjaleve për dezinformatat në të tre lajmet si te studentët ashtu edhe te pensionistët janë të larta dhe domethënëse (të gjitha në nivelin 0.01), gjë që sugjeron se nëse dikush mund të njohë sinjalet e dezinformimit në lajmin e parë, do të jenë në gjendje të njohin të njëjtën gjë edhe në lajmin e dytë dhe të tretë, pavarësisht nga tema e trajtuar në lajm. Prandaj, për të gjitha paraqitjet pasuese, rezultatet nga të tre artikujt

jt e lajmeve grumbullohen në një variabël: shenjat e përgjithshme për njohjen e dezinformatave për të tre lajmet. Një krahasim midis studentëve dhe pensionistëve për sa i përket numrit të shenjave të identifikuara për dezinformatat, tregoi se, **studentët janë më të suksesshëm** (dalimet janë statistikisht të rëndësishme në nivelin 0.01) **në njohjen e shenjave** në të tre lajmet veç e veç, për rrjedhojë edhe në rezultatin përfundimtar.

Përmbledhje e gjetjeve në lidhje me njohjen e shenjave për dezinformata:

- Nga gjithsej 9 në çdo lajm, studentët njohin mesatarisht 2.43 shenja, pensionistët 1.38 shenja për dezinformata.
- Suksesi në njohjen e shenjave për dezinformata nuk varet nga tema e lajmit. Nëse dikush mund të njohë shenjat e dezinformimit në një lajm, ata do të jenë në gjendje të njohin të njëjtin lloj të shenjave, në të gjitha lajmet.
- Studentët janë më të suksesshëm në njohjen e shenjave për dezinformata në krahasim me pensionistët.

6.10 Testimi i modelit për njohjen e dezinformatave

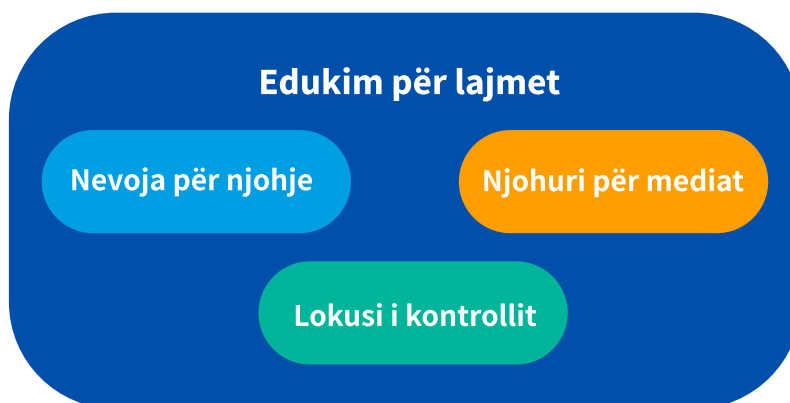
Testimi i modelit për njohjen e dezinformatave u zhvillua në tre hapa.

HAPI I PARË: Përcaktimi i konceptit/konstruktit të Edukimit për lajmet

Në hapin e parë, u ekzaminua funksionaliteti i shkallëve që përbëjnë strukturën: edukim për lajmet duke pasur parasysh se ato aplikohen për herë të parë në gjuhën maqedonase dhe shqipe në territorin e RM-së. Të dhënat treguan se të tre shkallët: shkalla e nevojës për njohuri, shkalla e lokusit të kontrollit në raport me median dhe shkalla e njo-

hurive mediatike kanë karakteristika të shkëlqyera metrike (në të dy mostrat), dhe arsyetohet përdorimi i tyre në gjuhën maqedonase dhe shqipe në RM. Në këtë hap, u llogarit edhe Indeksi i edukimit për lajmet (IEL) dhe procedura për përmbledhjen e shkallëve është paraqitur në detaje në pjesën për Edukimin për lajmet (faq. 37).

Foto Nr.2 Konstruksioni edukimi për lajmet



Pas përcaktimit të konceptit të edukimit për lajmet, filloi hapi i dytë.

HAPI I DYTË: Zgjerimi i konceptit ose përcaktimi i “kufijve” të edukimit mediatic

Hapi i dytë në fakt është zgjerimi i konceptit ose përcaktimi i “kufijve” të edukimit mediatic. Në këtë fazë supozohet se edukimi për lajmet është vetëm një komponent i edukimit mediatic dhe se ka tre komponentë të tjerë, të gjithë të lidhur së bashku, që “përbëjnë” edukimin mediatic:

- Motivimi i brendshëm (IM) për ndjekjen e lajmeve
- Motivim për mësim, edukim rreth dezinformatave
- Ndërgjegjësimi për ekzistencën e barrierave në procesin e njohjes së dezinformatave.

Domethënë, supozohej se ata individë që do të kenë edukim më të lartë për lajmet do të jenë më të motivuar nga brenda për të ndjekur lajmet (ata do të ndjekin lajmet sepse duan dhe e konsiderojnë se është për të mirën e tyre), do të kenë më shumë motivim për të mësuar rreth dezinformimit dhe do të jenë më të vetëdijshëm për barrierat që mund të dalin në procesin e njohjes së dezinformatave. Nëse tregohet se ka një lidhje midis këtyre katër segmenteve/komponentëve, ndoshta do të jetë një argument që ato mund të shihen si përbërës të konstruktit: edukim mediatic. Korrelacionet e fituara te studentët janë paraqitur në tabelën e mëposhtme.

Tabela 25: Korrelacionet midis të gjithë komponentëve të edukimit mediatic te studentët

	Nevoja për njohje	Lokusi i kontrollit	Njohuri për mediat	IEL	IM	EM	Motivi për të mësuar rreth dezinf.	Ndërgjegjësimi për barrierat
Nevoja për njohje		0.03	0.30**	0.70**	-0.05	-0.02	0,20**	0,20**
Lokusi i kontrollit	0.03		0.11	0.54**	0.22**	0.07	0.15	0.14
Njohuri për mediat	0.30**	0.11		0.72**	0.06	0.01	0.28**	0,20**
IEL	0.70**	0.54**	0.72**		0.05	0.03	0,31**	0.27**
IM	-0.05	0.22**	0.06	0.05		0.04	0.23**	0.04
EM	-0.02	0.07	0.01	0.03	0.04		0.07	0.08
Motiv për të mësuar rreth dizinfor.	0,20**	0.15	0.28**	0,31**	0.23**	0.07		0.26**
Ndërgjegjësimi për barrierat	0,20**	0.14	0,20**	0.27**	0.04	0.08	0.26**	

IPV=Indeksi i edukimit për lajmet; IM=Motivimi i brendshëm; EM=Motivim i jashtëm
 *= p<0.05; **= p<0.01

Këto korrelacione të fituara mund të tregohen më qartë në mënyrën e mëposhtme, ku do të shihej korrelacioni i ndërsjellë i të gjithë komponentëve. Gjegjësisht, pamja e

konstruktit të edukimit mediatic tek studentët do të dukej kështu:

Foto Nr.3 Konstrukt për edukimin mediatic te studentët



Te studentët, edukimi për lajmet lidhet me motivimin e brendshëm përmes lokusit të kontrollit. Krejt e pritshme, nëse dihet se e përbashkëta e këtyre dy komponentëve është tendenca e aktivizimit: nëse individi ka qëndrimin se ai sundon dhe ka kontroll në lidhje me informacionin që merr nga mediat, pritet që të ketë edhe një motivim të brendshëm (nga motivimet e brendshme) për të ndjekur lajmet.

Edukimi për lajmet lidhet me motivimin për mësim, edukim për dezinformatat nëpërmjet nevojës për dije dhe njohje të mediave. Mjaft e pritshme nëse dihet që të tre komponentët i referohen proceseve të mendimit dhe njohjes. Individët që janë intelektualisht kuriozë dhe kanë një nevojë më të madhe për njohuri dhe përfshirje në proceset e mendimit do të motivohen të mësojnë dhe investojnë në edukimin për dezinformatat dhe do të kenë njohuri më të mëdha mediatike.

Edukimi për lajmet lidhet me ndërgjegjësimin për pengesat në njohjen e dezinformatave përmes nevojës për ndërgjegjësim dhe njohuri mediatike. Dhe përsëri, në mënyrë mjaft

të parashikueshme, individët që janë intelektualisht kuriozë do të kenë njohuri më të mëdha për median dhe do të jenë më të vetëdijshëm për barrierat në procesin e dezinformimit.

Meqenëse motivimi i jashtëm nuk ishte i lidhur me asnjë komponent, ai nuk mund të përfshihej në këtë konstrukt.

Motivimi intensifikues, sipas natyrës së vet, lidhet me motivin për mësim. Njërëzit me motivim të brendshëm të lartë për ndjekjen e lajmeve, do të jenë të motivuar edhe për mësim rreth dezinformatave.

Të gjitha këto lidhje ishin të pritshme dhe flasin për ekzistencën e një konstrukti të komponentëve të ndërvarur.

Korrelacionet e fituara mes pensionistëve janë paraqitur në tabelën 26.

Tabela 26: Korrelacionet ndërmjet të gjithë komponentëve të edukimit mediatik tek pensionistët

	Nevoja për njohje	Lokusi i kontrollit	Njohuri për mediat	IEL	IM	EM	Motivi për të mësuar rreth dezinf.	Ndërgjegjësimi për barrierat
Nevoja për njohje		0.02	0.22*	0.62**	0.03	-0.03	0.08	0.11
Lokusi i kontrollit	0.02		0.15	0.59**	0.34**	0.35**	0.52**	0.39**
Njohuri për mediat	0.22*	0.15		0.71**	0.00	0.03	0.17	0.42**
IEL	0.62**	0.59**	0.71**		0.19	0.21	0.42**	0.49**
IM	0.03	0.34**	0.00	0.19		0.23	0.13	0.17
EM	-0.03	0.35**	0.03	0.21	0.23		0.24	0.24
Motiv për të mësuar rreth dizinfor.	0.08	0.52**	0.17	0.42**	0.13	0.24		0.25*
Ndërgjegjësimi për barrierat	0.11	0.39**	0.42**	0.49**	0.17	0.24	0.25*	

IPV=Indeksi i edukimit për lajmet; IM=Motivimi i brendshëm; EM=Motivim i jashtëm
EM=Motivimi i jashtëm; * = p<0.05; ** = p<0.01

Nëse do të donim ta tregonim këtë grafikisht, për të pasur një pasqyrë më të mirë, përkatësisht vizualizim të varësisë

së ndërsjellë të komponentëve të edukimit mediatik, do të dukej kështu:

Foto Nr.4 Konstrukt për edukimin mediatik te pensionistët



Marrëdhënia midis komponentëve të edukimit mediatic te pensionistët është në shumë mënyra e ngjashme me atë të studentëve, gjë që flet edhe një herë për ekzistencën reale të një konstrukt qaq kompleks të variablave të ndërvarur, që mund të quhet “edukim mediatic”. Duhet dhe është interesant të komentohen dy momente sipas së cilave dallojnë pensionistët nga studentët. E para është përfshirja shtesë e motivimit të jashtëm (nga stimujt e jashtëm) për të ndjekur lajmet në këtë konstrukt. Për dallim nga studentët, tek të cilët edukimi për lajmet përmes lokusit të kontrollit lidhej vetëm me motivimin e brendshëm, te pensionistët, edukimi për lajmet përmes lokusit të kontrollit lidhej si me motivimin e brendshëm ashtu edhe me atë të jashtëm. Personat e rritur dhe më të moshuarit që mendojnë se ata vetë kontrollojnë informacionet nga mediat, do të jenë më të motivuar për të ndjekur lajmet si nga brenda ashtu edhe nga jashtë. Pika e dytë është se lokusi i kontrollit, në këtë konstrukt të edukimit mediatic, zë një vend qendror mes pensionistëve. Lokusi i kontrollit është komponenti unifikues që bashkon

të gjithë komponentët e tjerë. Tek pensionistët duket se gjithçka është në duart e qëndrimit se individi është ai që vendos nëse, sa dhe si do të informohet. Kur të kesh këtë qëndrim, atëherë do të motivohesh të mësosh për dezinformatat, do të jesh më i vetëdijshëm për barrierat, do të jesh i motivuar si nga jashtë ashtu edhe nga brenda për të ndjekur lajmet. Pensionistët janë në një moshë kur interesat për shumë gjëra mund të jenë në rënie dhe për pasojë mund të jetë në rënie edhe dëshira, motivimi për të investuar në diçka, kështu që qëndrimi i personave se nga ata varet nëse dhe sa do të informohen do të jetë vendimtar për dëshirën dhe motivimin (si të brendshëm ashtu edhe të jashtëm) për të ndjekur lajmet dhe për të investuar për të mësuar rreth dezinformimit. Ky qëndrim do të përcaktojë komponentin e aktivizimit te pensionistët.

Pasi u vërtetua se edukimi për lajmet lidhet me disa relacione të supozuara, filloi hapi i tretë dhe testimi i modelit të njohjes së dezinformatave.

TRE HAPI: Krijimi i grupeve të të anketuarve sipas edukimit mediatic

Hapi i tretë konsiston në krijimin e grupeve të të anketuarve sipas njohurive të tyre mediatike, si dhe testimin e dallimeve që ekzistojnë midis këtyre grupeve.

Bazuar në këto 4 variabla (5 për pensionistët) që janë të ndërlidhura dhe që u supozua dhe u vërtetua se përbëjnë konstruktin e edukimit mediatic, u krijuan dy grupe: një grup me edukim mediatic më të lartë dhe një grup me edukim mediatic më të ulët.²⁹

Në mesin e studentëve, grupi i parë përfshinte të anketuarit që janë edukim më të lartë për lajmet, ata që janë të motivuar nga jashtë për të ndjekur lajmet, shumë të motivuar për të mësuar të njohin dezinformatat, si dhe ata që janë të vetëdijshëm për ekzistencën e barrierave në procesin e njohjes së dezinformatave. Grupi i dytë përfshinte të anketuarit që janë më pak të edukuar për lajmet, ata që kanë më pak motivim të brendshëm për të ndjekur lajmet dhe që janë më pak të motivuar për të mësuar të njohin dezinformimin,

si dhe ata që janë më pak të vetëdijshëm për ekzistencën e barrierave në procesin e njohjes së dezinformatave.

I njëjti klasifikim është bërë edhe për pensionistët, por për ta është futur edhe motivimi i jashtëm, duke qenë se ka lidhje me një nga komponentët e edukimit për lajmet. Në grupin e parë përfshihen të anketuarit që kanë edukim më të lartë për lajmet, ata që janë të motivuar nga jashtë por edhe nga brenda për të ndjekur lajmet, shumë të motivuar për të mësuar të njohin dezinformatat, si dhe ata që janë të vetëdijshëm për ekzistencën e barrierave në procesin e njohjes së dezinformatave. Grupi i dytë përfshinte të anketuarit që janë më pak të edukuar për lajmet, ata që kanë më pak motivim të brendshëm por edhe të jashtëm për të ndjekur lajmet dhe që janë më pak të motivuar për të mësuar të njohin dezinformimin, si dhe ata që janë më pak të vetëdijshëm për ekzistencën e barrierave në procesin e njohjes së dezinformatave.

Grup me edukim më të lartë mediatic

Edukim më i lartë për lajmet

Motivim më i madh i brendshëm/i jashtëm për të ndjekur lajmet

Motivim më i madh për të mësuar rreth dezinformatave

Ndërgjegjësim më i madh për barrierat në njohjen e dezinformatave

Grupi me edukim më të ulët mediatic:

Edukim më të ulët për lajmet

Më pak motivim të brendshëm/të jashtëm për të ndjekur lajmet

Motivim më i ulët për të mësuar rreth dezinformatave

Më pak ndërgjegjësim për pengesat në njohjen e dezinformatave

29 Për të krijuar këto dy grupe, u përdor një analizë e klasterëve (two step cluster analysis) duke futur katër variablat si bazë për klasifikim

Supozohet se këto dy grupe të formuara (si midis studentëve dhe pensionistëve) do të ndryshojnë në:

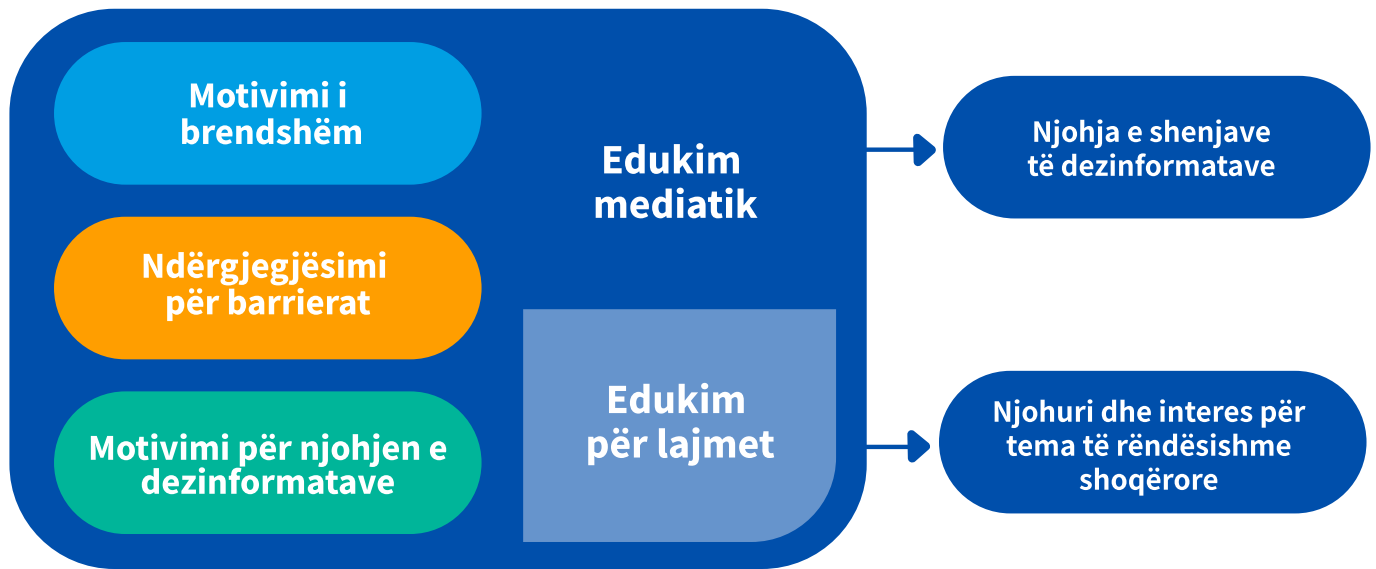
- aftësinë e njohjes së dezinformatave,
- njohuritë dhe interesin për tema të rëndësishme shoqërore dhe aktuale të jetës moderne, si integrimi evropian i RMV-së dhe ndryshimet klimatike.

Te studentët, midis këtyre dy grupeve u vu re një ndryshim domethënës në aftësinë për të njohur dezinformatat

($p < 0.05$), si dhe në nivelin e njohurive, interesimin për tema të rëndësishme shoqërore-politike (dallimet janë të gjitha domethënëse në 0.01)³⁰. Grupi me edukim më të lartë mediatic, mesatarisht, do të njohë më shumë shenja për dezinformata në internet lajmet në krahasim me grupin me edukim më të ulët mediatic. Grupi me edukim më të lartë mediatic do të tregojë njohuri dhe interes më të madh për tema të rëndësishme shoqërore. Kjo vërtetoi modelin e supozuar të njohjes së dezinformatave.

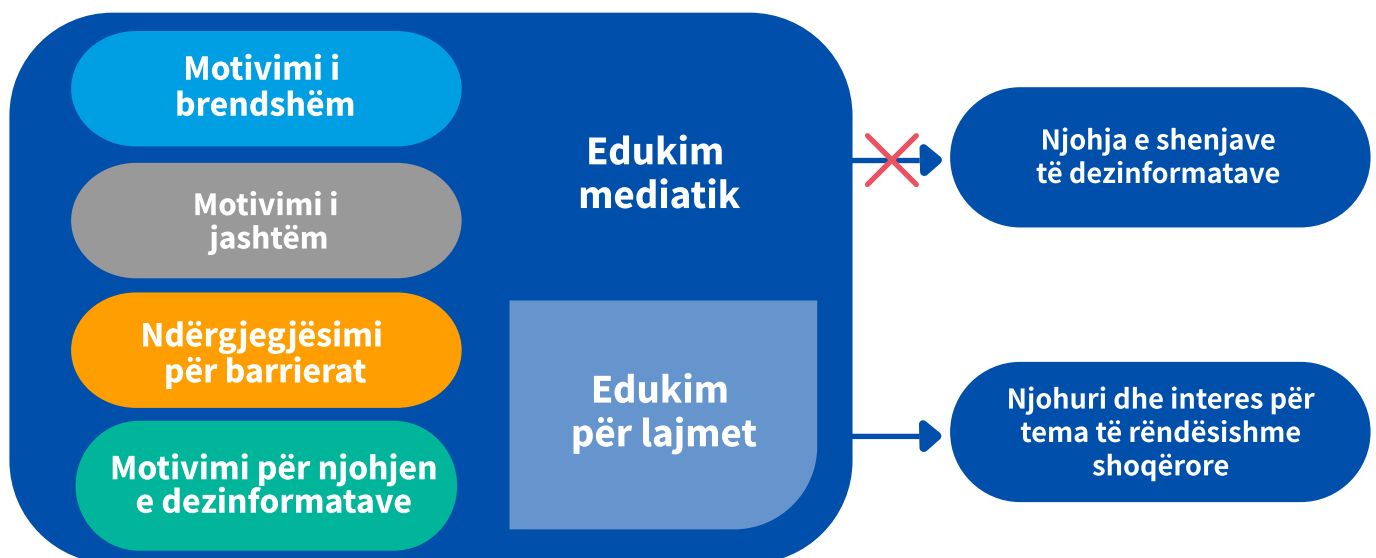
Studentët

Foto Nr.5 Edukimi mediatic dhe shkathtësia për njohjen e dezinformatave te studentët



Pensionistët

Foto Nr.6 Edukimi mediatic dhe shkathtësia për njohjen e dezinformatave te pensionistët



30 Koeficienti Mann Whitney është përdorur për të gjitha llogaritjet e diferencës statistikore midis mesatareve aritmetike

Te pensionistët, midis këtyre dy grupeve nuk u vunë re dalime domethënëse në aftësinë për të njohur dezinformatat, por një ndryshim u shfaq në nivelet e njohurive dhe interesimit për tema të rëndësishme shoqërore-politike (dallimet janë të gjitha domethënëse në 0.01). Pensionistët me edukim më të lartë dhe më të ulët mediatic do të dështojnë në mënyrë të barabartë në njohjen e shenjave për dezinformata. Megjithatë, ata me edukim më të lartë mediatic do të tregojnë njohuri dhe interes më të madh për tema të rëndësishme shoqërore. Me këtë në mënyrë gjysmake vërtetohet modeli i supozuar i njohjes së dezinformatave te pensionistët.

Duke përmbledhur të gjitha të dhënat (si nga analiza e njëanshme (f 27 - f 45) ashtu edhe nga testimi i modelit të njohjes së dezinformatave (f 45 - f 49) dy grupe individësh mund të profilizohen si mes studentëve ashtu edhe mes pensionistëve.

Përveç tyre, u ndërtua një profil i bazuar në përgjigjet e pjesëmarrësve në fokus grup me persona nga kategoritë e rrezikuara sociale, si dhe një profil “i dëshirueshëm”, në pajtim me të gjitha rezultateve të siguruara dhe analizës së tyre.



STUDENTË

Studentë me edukim mediatic MË TË ULËT

- Më shpesh të gjinisë femërore
 - Pa pjesëmarrje në edukimin mediatic/ edukim digjital
 - Nga një mjedis rural
 - Njëlloj nga të gjitha grupet etnike
- Nevojë më e ulët për njohje
- Vend më i ulët i kontrollit = indeks më i ulët i edukimit për lajmet
- Niveli më i ulët i njohurive mediatike
- Motivimi më i ulët i brendshëm për të ndjekur lajmet
 - Motivim më i ulët për të mësuar rreth dezinformatave
 - Ndërgjegjësim më i ulët për ekzistencën e barrierave në procesin e informimit
- Më pak njohuri për integrimin në BE, të RMV-së
 - Më pak njohuri për ndryshimet klimatike
 - Më pak interes dhe më pak rëndësi ndaj temave si integrimi i RMV-së në BE
 - Interes më i ulët dhe atribuim më pak rëndësi për tema si ndryshimet klimatike
- Sukses më i ulët në njohjen e shenjave të dezinformatave në internet lajmet

Studentë me edukim mediatic MË TË LARTË

- Më shpesh të gjinisë mashkullore
 - Pjesëmarrje në edukimin mediatic/ edukim digjital
 - Nga një mjedis urban
 - Njëlloj nga të gjitha grupet etnike
- Nevoja më e lartë për njohje
- Lokus më i lartë i kontrollit = indeks më i lartë i edukimit për lajmet
- Nivel më i lartë i njohurive për mediat
- Motivim më i lartë i brendshëm për të ndjekur lajmet
 - Motivim më i madh për të mësuar rreth dezinformatave
 - Ndërgjegjësim më i madh për barrierat në procesin e informimit
- Më shumë njohuri për BE-në
 - Më shumë njohuri rreth ndryshimeve klimatike
 - Interes më i madh dhe atribuim i një rëndësie më të madhe temave si BE-ja
 - Interes më i madh dhe dhënia e më pak rëndësie temave si ndryshimet klimatike
- Sukses më i madh në njohjen e sinjaleve të dezinformata në internet lajmet



PENSIONISTË

Pensionistët me edukim mediatik MË TË ULËT

- Njëlloj meshkuj dhe femra
- Njëlloj nga të gjitha bashkësitë etnike
- Nga të gjitha nivelet e arsimit
- Nga një mjedis rural

- Nevojë më e ulët për njohje
- Lokus më i ulët i kontrollit në lidhje me median = indeks më i ulët i edukimit për lajmet
- Niveli më i ulët i njohurive për mediat

- Motivimi më i ulët i brendshëm për të ndjekur lajmet
- Motivimi më i ulët i jashtëm për të ndjekur lajmet
- Motivim më i ulët për të mësuar rreth dezinformatave
- Ndërgjegjësim më i ulët për ekzistencën e barrierave në procesin e informimit

- Më pak njohuri për integrimet në BE, të RM-së
- Më pak njohuri për ndryshimet klimatike
- Interes më i ulët dhe atribuum i rëndësisë më të vogël temave si BE integrimet e RM-së
- Interes më i ulët dhe atribuum me më pak rëndësi për tema si ndryshimet klimatike

Performancë jashtëzakonisht e ulët në njohjen e shenjave të dezinformatave në internet lajmet



Pensionistët me edukim mediatik MË TË LARTË

- Njëlloj meshkuj dhe femra
- Njëlloj nga të gjitha bashkësitë etnike
- Nga të gjitha nivelet e arsimit
- Nga një mjedis urban

- Nevoja më e lartë për njohje
- Lokus më i lartë i kontrollit = indeks më i lartë i edukimit për lajmet
- Nivel më i lartë i njohurive për mediat

- Motivim më i lartë i brendshëm për të ndjekur lajmet
- Motivim më i lartë i jashtëm për të ndjekur lajmet
- Motivim më i madh për të mësuar rreth dezinformatave
- Ndërgjegjësim më i madh për barrierat në procesin e informimit

- Më shumë njohuri për integrimet në BE, të RM-së
- Më shumë njohuri rreth ndryshimeve klimatike
- Interesim më i madh dhe atribuum i një rëndësie më të madhe temave si BE itegrimet e RM-së
- Interes më i madh dhe atribuum i një rëndësie më të madhe temave si NK

Performancë jashtëzakonisht e ulët në njohjen e shenjave të dezinformatave në internet lajmet



6.11 Analizë cilësore e fokus grupit të personave në rrezik social

Fokus grupi u caktua dhe u mbajt në ambientet e Qendrës Ditore Argëtuese Edukative për Fëmijët në Rrugë, në Shuto Orizar.

Ishin të ftuar 20 pjesëmarrës, por erdhën 16, të gjitha gra, përfituese të ndihmës sociale.

Dhoma në të cilën u zhvillua fokus grupi ishte një klasë e përshtatur, pa hapësirë të mjaftueshme, duke pasur parasysh se gratë vinin me fëmijë të cilët ose i mbanin afër tyre (më të vegjlit), ose fëmijët ishin mbledhur në hapësirën tjetër ngjitur, por vazhdimisht shëtisnin dhe hynin në dhomën ku zhvillohej fokus grupi.

Në atë situatë dhe atmosferë me zhurmë dhe lëvizje të madhe, fokus grupi u zhvillua me pengesa, megjithëse organizatori u përpoq të qetësonte pjesëmarrësit në fokus grup, t'i udhëzonte në bisedë dhe t'i organizonte fëmijët me ndonjë aktivitet që ata të mos vrapojnë te nënat e tyre. Në të njëjtën kohë, ata u dhanë ushqime dhe pako, kështu që nuk mungonte ushqimi gjatë bisedës.

Megjithatë, pjesëmarrësit (të paktën një pjesë e mirë e tyre) treguan interes për bisedën dhe u përpoqën të përfshiheshin edhe pse në fillim thanë se nuk dinin shumë për mediat.

Të dhënat demografike

Mosha: Pjesëmarrësja më e re ishte 22 vjeç dhe më e moshuara 53 vjeç, mosha mesatare e grupit M=34.4

Seksi/gjinia: Të gjithë pjesëmarrësit ishin femra. Na thanë se ishte një qendër ditore ku vinin vetëm gra me fëmijë.

Përkatësia etnike: Të gjitha gra rome

Përfshirja në programet për edukim mediatik ose digjital: Asnjë nga pjesëmarrësit nuk ishte i përfshirë në program për edukim mediatik ose digjital.

Cili është niveli më i lartë arsimor që keni? Nga gjithsej 16 pjesëmarrëse, 12 nuk kishin arsim (as fillor) dhe u nënshkruar duke lënë shenjat e gishtit, 3 kishin arsim fillor dhe një pjesëmarrës kishte arsim të mesëm.

Vendbanimi: Të gjitha pjesëmarrëset thanë se jetojnë në lagjen Shuto Orizar.

Punësimi: Të gjitha pjesëmarrësit ishin përfituese të ndihmës sociale

Ndjekja e lajmeve në internet dhe sa shpesh: Vetëm një pjesëmarrëse tha se lexon disa lajme në Facebook në mbrëmje, por jo gjatë gjithë kohës. Tri pjesëmarrëse femra thanë se dëgjojnë lajme në televizion, dinë dhe shikojnë vetëm TV Sitel. Janë të interesuara vetëm për lajmet në lidhje me ndihmën sociale. Të tjerat, në pyetjen nëse ndjekin mediat, nëse marrin informacion për diçka dhe nëse duan të informohen, janë përgjigjur se nëse janë të interesuar për diçka, do të dalin në rrugë dhe atje do të marrin vesh gjithçka: kur shpërndahet ndihma sociale, nëse do të rritet, nëse do të vonohet etj.

Të gjitha pyetjet në pyetësor ishin jashtëzakonisht të thjeshtuara, të përshtatura për parashtrim me gojë dhe për njerëzit pa arsim

Nevoja për njohje

Pjesëmarrëset femra (të gjitha të papuna) u pyetën se cilat aktivitete u pëlqenin më shumë: nëse do të angazhoheshin në punë që nuk kërkonin shumë mendim apo diçka që do t'i angazhonte mendërisht. Vetëm dy pjesëmarrës deklaruan se nuk kishin çfarë të punonin sepse ishin të paarsimuara. Shumica prej tyre njëkohësisht kanë thënë se puna e tyre më e rëndësishme është kujdesi për fëmijët. Njëra tha se nuk kishin zgjidhje tjetër veçse të pastrojnë nëpër shtëpi. Nuk dinë asgjë tjetër.

” Ne vetëm mund të pastrojmë, por jo të gjithë mund ta bëjnë këtë. Tani disa nga më të rijat duan të mësojnë, por ato si ne vështirë, askush nuk ka arsim.

Lokusi i kontrollit në lidhje me median

Pjesëmarrëset u pyetën nëse vetë kërkojnë të informohen ose nëse informacioni u arrin pa përfshirjen e tyre; a mendojnë se po manipulohen nga media; a kontrollojnë disi lajmet që do të dëgjojnë apo lexojnë. Vetëm një pjesëmarrëse tha se në mbrëmje kërkon diçka për të lexuar në rrjetet sociale

” Natën kur i vë në gjumë fëmijët, shikoj se çfarë ka ndodhur, diçka interesante, jo politike, diçka tjetër. Ata që janë miqtë e mi në FB lëshojnë diçka dhe unë e hap. Kam lexuar gjëra të ndryshme.

Nuk e kuptojnë konceptin e manipulimit nga media, nuk iu përgjigjën pyetjes për manipulim. Një pjesëmarrëse vetëm tha se mediat ndonjëherë gënjejnë:

” Nganjëherë thonë saktësisht se çfarë do të ndodhë me ndihmën sociale, dhe nganjëherë do të na gënjejnë. Por kjo varet edhe nga politikanët, jo nga televizioni.

Kur u pyetën nëse besonin, ata gjithashtu nuk dinin se çfarë të përgjigjen përveç se pyesin njëri-tjetrin nëse ndonjë informacion është i saktë.

” Kur dua të di diçka, pyes gjatë ditës në rrugë ku mblidhemi, dikush di diçka që ka dëgjuar, kështu që do të na thotë.



Strukturat e njohurive të mediave informative

Frekuenca dhe mënyra e ndjekjes së lajmeve

Pak prej tyre ndjekin lajmet, vetëm kur ndodh diçka me ndihmën sociale apo pensionet. Ato pak, shikojnë vetëm televizor.

Sa dhe çfarë lloj mediash ka në Maqedoninë e Veriut.

E dinë që janë disa televizione, 4 që e kanë ndjekur kanë thënë se e shohin Sitelin dhe njëra prej tyre ka thënë se e njih Kanale 5.

Monitorimi i lajmeve gjatë zgjedhjeve

Tre pjesëmarrëse u përgjigjën se kur ka zgjedhje lokale, parlamentare dhe presidenciale, ato shikojnë pak lajme dhe e dinë se në lajmet flitet se kush udhëheq dhe kush do të fitojë.

” Politikanët dalin në televizion për të bërë premtime dhe më pas asgjë, prandaj nuk dua t'i dëgjoj në televizion gjatë zgjedhjeve.

Numri më i madh i pyetjeve në këtë bllok pyetjesh rreth njohurive për funksionimin e medias dhe ndikimin e saj ishte thjesht e kotë të bëhej sepse 80% e pjesëmarrësve nuk i ndjekin mediat aspak.

Motivim për ndjekjen e lajmeve

Kur u pyetën “Cili mendoni se është përfitimi nga shikimi i lajmeve?”, shumica e pjesëmarrësve nuk shohin ndonjë përfitim.

” Çdo gjë që më intereson, do të pyes këtu (në Qendër), do të më thotë fqinji..., nuk kam nevojë të shikoj televizor

” Nuk kam kohë të shikoj lajme, kam 4 fëmijë, nuk arrij të kujdesem për ta...

” Për çfarë më duhen lajmet? Se mos më thonë diçka të mirë?

Njohuri për ngjarjet në lidhje me BE integrimet

Në këtë bllok pyetjesh u shtruan pyetje nëse e dinë se Maqedonia e Veriut ka aspirata për integrim në Bashkimin Evropian (se dëshirojnë të hyjnë në BE); a e dinë se kush është negociatori kryesor i Maqedonisë së Veriut me BE-në; çfarë mendojnë nëse është mirë që Maqedonia e Veriut të anëtarësohet në BE dhe nëse janë të interesuara të dëgjojnë lajme në lidhje me BE integrimin në televizion apo rrjete sociale.

Numri më i madh i pjesëmarrësve femra (8 nga 12) dinë për Bashkimin Evropian; pothuajse të gjithë e dinë se Maqedonia e Veriut dëshirojnë të anëtarësohet në BE; askush nuk e dinte se kush ishte negociatori.

Njohuri për ngjarje dhe informacione në lidhje me ndryshimet klimatike

Në këtë bllok pyetjesh u bënë pyetje nëse e dinë se çfarë është ndryshimi klimatik në përgjithësi; sa të rëndësishme janë ndryshimet klimatike për Maqedoninë e Veriut; a po bëhet diçka në Maqedoninë e Veriut me ndryshimet klimatike?.

Katër gra në grup thanë se kishin dëgjuar për ndryshimet klimatike, vetëm një shpjegoi në mënyrë specifike se çfarë mendonte se ishte ndryshimi i klimës:

” Është se ajri është i ndotur, se ne po thithim helm.

E njëjta bashkëbiseduese, në pyetjen për shkaqet e ndryshimeve klimatike, tha se përgjegjës për këtë janë njerëzit dhe fabrikat.

” Ajri në vetvete nuk është i ndotur, ne e ndotim, e ndotin fabrikat, por edhe fakti që jemi të varfër.

Interesi dhe rëndësia e temave të integritit evropian dhe ndryshimet klimatike

Në këtë bllok u shtruan pyetje se sa të rëndësishme janë për ta temat si integritet evropian dhe ndryshimet klimatike në Maqedoninë e Veriut dhe nëse janë të interesuar për tema që kanë të bëjnë me integritetin evropian të Maqedonisë së Veriut dhe ndryshimet klimatike në botë dhe Maqedonisë së Veriut.

“ Për mua nuk është e rëndësishme, e rëndësishme është që të rinjtë të largohen nga Maqedonia e Veriut në një nga vendet e Evropës. Kjo është arsyeja pse ata duhet të mësojnë diçka se si është atje.

“ Kur dikush shkon atje, i thotë familjes se si është në Evropë, ata e dinë më mirë atje, nuk kanë nevojë të dëgjojnë lajmet.

“ Të gjithë duhet të jemi të interesuar që të kemi pastërti rreth nesh dhe të mos thithim helm, por ja ku e shihni se në çfarë mbeturinash jetojmë, mbeturina kudo, askush nuk i pastron...

“ Askush nuk është i interesuar si të blejmë dru dhe të gjithë na thonë mos djegim mbeturina. As unë nuk dua të djeg plehrat, por nuk kam zgjidhje.

“ Është e rëndësishme të thithësh ajër të pastër, por askush nuk po bën asgjë për këtë, as shteti dhe as populli.

Motivimi për identifikimin dhe parandalimin e dezinformatave

Në pyetjen nëse ka trajnim në lidhje me njohjen me sukses dhe trajtimin e dezinformatave, a do të donin ta ndiqnin atë, disa tundën kokën, por nuk dhanë përshtypjen se e dinin se për çfarë bëhej fjalë. E njëjta gjë mund të thuhet edhe për reagimin ndaj pyetjes se sa e rëndësishme është që ato të njohin dhe të përballojnë dezinformatat. Një pjesëmarrës vetëm tha:

“ Duhet të jemi të informuar se çfarë po ndodh në këtë vend, këtu jetojmë.

Pengesat e perceptuara për njohjen dhe ballafaqimin me dezinformatat

Në këtë pjesë të fundit të pyetjeve, ato u pyetën nëse mendojnë se nëse janë të painformuara, nuk dinë dhe nuk kanë përvojë në lidhje me një temë (u dha shembulli i ndihmës sociale që është më e rëndësishmja për ato) mund lehtësisht të mashtrohen, si dhe nëse janë të paineduara mund të mashtrohen lehtësisht nga mediat.

Dy pjesëmarrëse iu bashkuan diskutimit. Nuk mendojnë se mund të gënjejnë nga mediat, sepse e kanë kontrolluar informacionin mes tyre, por edhe nuk kanë ndjekur shumë media që ato t'i gënjejnë.

“ Gjithçka flitet në televizion, por kush i dëgjon? Askujt nuk i intereson asgjë.



Konkluzione nga diskutimi në fokus grup

Intervistat me njerëz nga kategoritë e rrezikuara sociale nga fokus grupi konfirmuan dhe në të njëjtën kohë siguruan njohuri shtesë mbi supozimin se edukimi mediatic nuk është prioritet për ta.

Mund të konkludohet se 80% e përfituesve të asistencës sociale të intervistuar nuk i ndjekin fare lajmet dhe ata që ndjekin, i shohin lajmet që kanë të bëjnë me ndihmën sociale (kur do të jepet, nëse ka ngritje, etj.) meqenëse shumica e tyre janë analfabetë, pa arsim, e perceptojnë veten si pamjaftueshëm të aftë për të punuar përveç të kujdesen për fëmijët ndërsa nevojat e tyre për njohuri i plotësojnë përmes kontakteve shoqërore me ata të cilëve u besojnë. Nuk e kuptojnë konceptin e manipulimit nga media, por pak prej tyre besojnë se në lajme nuk flitet e vërteta.

Njohja e mediave është shumë modeste, por megjithatë e dinë se ka disa televizione dhe më i ndjekur është TV Sitel. Lidhur me njohuritë e temave aktuale me rëndësi sociale si procesi i integritimit në BE dhe ndryshimet klimatike, numri më i madh i pjesëmarrësve (8 nga 12) dinë për Bashkimin Evropian; pothuajse të gjithë e dinë se Maqedonia e Veriut dëshiron të anëtarësohet në BE; asnjëra nuk e dinte se kush ishte negociatori. Në mënyrë të ngjashme, kanë njohuri shumë modeste për temën e ndryshimeve klimatike.

Ekziston një ndërgjegjësim për dezinformimin dhe një dëshirë e paqartë për të mësuar se si ta dallojnë atë (a do të merrnin pjesë në një trajnim të tillë, disa prej tyre tundën kokën me modesti). Mund të thuhet se ky grup i personave

në rrezik social janë në rrezik të lartë të ndikimit nga dezinformata për shkak të analfabetizmit, papunësisë dhe rrjedhimisht pamundësisë për t'u përfshirë në ngjarje sociale në të cilat do të angazhonin kapacitetet e tyre njohëse dhe me një motivim shumë të ulët të mësojnë gjëra që nuk lidhen drejtpërdrejt me nevojat e tyre prioritare. Sfidat për këtë grup në rrezik social, i cili për shkak të kësaj gjendje është i ndjeshëm ndaj dezinformatave, është të gjendet një mënyrë për të ngritur nivelin e motivimit të tyre, për të mësuar mënyra për të arritur në mënyrë të sigurt deri te informacioni i saktë dhe i verifikuar për çështje me rëndësi sociale.

Duke përmbledhur të dhënat e siguruar nga intervistat në fokus grupin e personave pranues të ndihmës sociale, mund të profilizohet një grup.

Profili i personave në rrezik social

- Gra, Rome
- Nga 22 deri në 53 vjeç, mosha mesatare 34.4 vjeç
- 75% nuk kanë arsim fillor
- Të papunë
- Një vendbanim me popullsi dominuese rome, Shuto Orizari
- Të gjithë përfitues të ndihmës sociale

- Pa pjesëmarrje në edukimin mediatic/ edukim digjital
- Pa edukim për lajmet
- Nuk ndjekin lajme
- Një përqindje e vogël informohet kryesisht nga televizioni
- Vetëm një pjesëmarrës lexon lajme në internet
- Informacionin që janë të rëndësishme për ta, i kontrollojnë përmes kontakteve personale sociale ("në rrugë")

- Motivim i jashtëm për të ndjekur lajmet
- Nevoja instrumentale për të ndjekur mediat: ndjekin vetëm atë që është më e rëndësishme për ta - lajmet që kanë të bëjnë me ndihmën sociale

- Mosnjohja e temave të rëndësishme shoqërore
- Mungesa e interesit për të ndjekur tema të rëndësishme shoqërore

- Mosnjohja e konceptit - dezinformata

6.12 Rezultatet përmbledhëse dhe përfundime

PËRSHKRIM I ekzemplarit / variabla të pavarura

STUDENTË

Të dhëna të përgjithshme për
edukimin/
mediatik / digjital

Ndjekja e internet lajmeve

Përdorimi i kompjuterit

Femrat mbizotërojnë 82,9 %.

Maqedonasit janë 61,1 %, kurse shqiptarët 35,2 %.

67% e studentëve janë nga zonat urbane, pjesa tjetër nga zonat rurale

Pothuajse një e treta e studnetëve të anketuar (30.6%) janë përgjigjur pozitivisht- se kanë qenë të përfshirë në ndonjë program për edukim mediatik ose digjital, ndërsa 69,4% e studentëve kanë deklaruar se nuk kanë qenë të përfshirë.

Kur u pyetën nëse dhe sa shpesh studentët ndjekin lajmet në internet (në kompjuter, telefon, tablet...) shumica u përgjigjën pozitivisht. Vetëm 3% e studentëve të përfshirë në anketë nuk ndjekin aspak lajme në internet.

Më shumë se tre të katërtat e studentëve të anketuar, ose 83,4%, përdorin kompjuter, 41,7% një deri në dy herë në javë, 17,4% - 3 deri në 6 herë dhe 24,3% çdo ditë. Çdo i gjashti student nuk përdor fare kompjuter.

PENSIONISTË

Të dhëna të përgjithshme për
edukimin/
mediatik / digjital

Ndjekja e internet lajmeve

Përdorimi i kompjuterit

64.3% janë meshkuj.

71.4% janë maqedonas, 23.5% janë shqiptarë.

56% janë nga Shkupi, pjesa tjetër janë jashtë Shkupit.

Shumica e të anketuarve nga grupi i pensionistëve, ose 79,6% e tyre, nuk kanë marrë pjesë në ndonjë program për edukim mediatik/digjital.

Shprehia për ndjekjen e lajmeve përmes mjeteve digjitale është e pranishme në pothuajse 70% të të anketuarve, me 48.9% që ndjekin shpesh, ndërsa 27.6% rrallë.

35.7% e të anketuarve pothuajse nuk përdorin kompjuterin dhe pothuajse i njëjti numër (34.7%) e përdorin shpesh ose çdo ditë.

Edukim për lajmet

Shkalla 1

Nevoja për njohje - përpunimi automatik kundrejt përpunimit të vetëdijshëm të informacioneve

Për studentët, vlera mesatare e rezultatit total në shkallën për nevojën për njohuri është 17,28 pikë, përkatësisht 3.5 pikë. Në çdo pohim, dhe më pas në rezultatit total të Shkallës së nevojës për njohje, të anketuarit janë pak mbi mesataren. Shumica e studentëve zgjedhin alternativën e mesme.

Te pensionistët, vlera mesatare e rezultatit total në shkallën për nevojën për njohuri është 15,31 pikë. Kjo vlerë tregon se nevoja për njoje te pensionistët është mesatare.

Vlera mesatare e rezultatit të përgjithshëm për nevojën për njohje te studentët është më e lartë se ajo te pensionistët, me rëndësi statistikore.

Shkalla 2

Lokusi i kontrollit në lidhje me median

Për studentët, si për shkallën e parë, të dhënat tregojnë se në çdo pohim, dhe më pas në rezultatit total të Shkallës për Lokusin e Kontrollit në lidhje me median, të anketuarit janë mbi mesataren, me përfshirje të pohimit të tretë: “Nëse jam i informuar gabimisht nga media, vetë jam përgjegjës/e”.

Te pensionistët, vlera mesatare e rezultatit total në shkallën për lokusin e kontrollit në lidhje me median është 21.52. Kjo vlerë tregon se lokusi i kontrollit është mbi mesataren.

Vlera mesatare e rezultatit total në këtë shkallë për studentët, është më e vogël se ajo e pensionistëve me rëndësi statistikore.

Shkalla 3

Njohuri për mediat

Mostra e studentëve në këtë shkallë është nën mesataren teorike. Më të shumtë janë ata të anketuar që kanë gjithsej 5 ose 6 nga të mundshme 13 përgjigje të sakta në shkallën 3. 80% janë gjithsej studentë që kanë 3 deri në 7 përgjigje të sakta. Vetëm një i anketuar dinte 12 nga 13 përgjigjet e sakta. Mesatarja e përgjigjeve të sakta të të gjithë kampionit të studentëve në këtë hulumtim është 5.08 përgjigje të sakta.

Mesatarja e përgjigjeve të sakta të të gjithë kampionit të pensionistëve në këtë hulumtim është 4.29 përgjigje të sakta në shkallën 3, që sigurisht do të thotë se janë nën mesataren teorike (6.5). Pjesa më e madhe e pensionistëve kanë pasur rezultat total, përkatësisht u janë përgjigjur saktë vetëm katër-pesë pyetjeve - 20% me 4 përgjigje të sakta, gjegjësisht 18% me 5 përgjigje të sakta.

Vlera mesatare e rezultatit total në këtë shkallë për studentët është më e lartë se ajo e pensionistëve me rëndësi statistikore.

Indeksi i edukimit mediatic

Indeksi i edukimit për lajmet është pak mbi mesataren si për studentët ashtu edhe për pensionistët. Studentët dhe pensionistët nuk kishin dallime në indeksin e edukimit për lajmet.

Komponenti aktivizues i edukimit mediatik

MOTIVIM për NDJEKJEN E LAJMEVE

Motivimi i brendshëm për ndjekjen
e lajmeve

MOTIVIM për të MËSIM rreth dezinformatave

Studentët pjesëmarrës në hulumtim kanë një rezultat mesatar total =5.30 pak nën mesataren (6) në shkallën e parë (shkalla e motivimit të jashtëm), dhe po aq pak mbi mesataren = 6.30 në shkallën e dytë (shkalla e motivimit të brendshëm).

Mes pensionistëve, rezultati mesatar i përgjithshëm i motivimit të brendshëm është më i lartë për lajme, sesa motivimi i jashtëm, përkatësisht për motivimin e brendshëm është pothuajse 8, ndërsa për të jashtëm është pothuajse 7.

Vlerat mesatare të rezultatit total të motivimit të jashtëm dhe të brendshëm për studentët janë më të ulëta se ato të pensionistëve me rëndësi statistikore.

Studentët: Për çdo pretendim, dhe më pas në rezultatin total të Shkallës së mësimi për dezinformatat, të anketuarit janë “mbi” mesataren. Shifrat tregojnë se përqindja më e madhe e nxënësve zgjedh alternativën: “Jam shumë i/e motivuar dhe është shumë e rëndësishme për mua të di” për secilin nga 3 pohimet. Duke folur përgjithësisht për të gjithë kampionin e studentëve, ka një otivim për mësim mbi mesataren si të njohin dezinformatat.

Ashtu si studentët dhe grupi i pensionistëve, kampioni është i motivuar për të avancuar dhe përmirësuar aftësitë e tyre në njohjen dhe trajtimin e dezinformatave.

Nuk ka dallim statistikisht domethënës mes studentëve dhe pensionistëve për sa i përket motivimit për njohjen e dezinformatave.

Ndërgjegjësimi për barrierat në procesin e njohjes së dezinformatave

Barrierat për të dalluar lajmet e
vërteta nga ato të rreme.

Vlerat mesatare të secilës barierrë të njohur thonë se një numër më i madh studentësh, njëlloj si pensionistët, bien dakord në një shkallë më të madhe se emocionet e shkaktuara nga një lajm, si dhe përvoja e pamjaftueshme dhe mungesa e interesit për temën në lajmet, dhe veçanërisht njohuritë e pamjaftueshme mund të paraqesin pengesë për të dalluar lajmet e vërteta nga ato të rreme.

Nuk ka dallim statistikisht domethënës mes studentëve dhe pensionistëve për sa i përket barrierave për njohjen e dezinformatave.

Njohja e shenjave të dezinformimit

Njohja e shenjave të
dezinformimit
në internet lajmet

Asnjë student i intervistuar nuk i njohu të gjitha shenjat e lajmeve të rreme në një ose shumicën e internet lajmeve. Në lidhje me të 3 internet lajmet, numri i studentëve që nuk arritën të dallojnë as një shenjë të saktë për lajm të rremë.

Vetëm në pyetjen e fundit të kuizit, u gjetën të 9 shenjat e e lajmit të rremë nga një pensionist. Shumica e pensionistëve nuk njohën asnjë ose vetëm një shenjë të lajmit të rremë.

Informim, njohuri specifike për tema të rëndësishme shoqërore

Njohuri për proceset euro -
integruese

Studentë: Nuk ka të anketuar që janë përgjigjur saktë të gjitha pyetjeve; Gjysma e studentëve të anketuar nuk kanë një përgjigje të vetme të saktë; Me një përgjigje të saktë janë 37% e studentëve.

Pensionistë: Edhe pse më të mirë krahasuar me grupin e studentëve, pensionistët kanë njohuri shumë të dobëta për procesin e integritimit evropiant. Mbi 64% i janë përgjigjur gabim të pesë pyetjeve.

Tre nga pensionistët i dinin përgjigjet e të gjitha pyetjeve, por 65% e pensionistëve nuk dinin asnjë përgjigje të saktë ose e kanë ditur vetëm për një pyetje.

Vlera mesatare e rezultatit total për studentët është më e ulët se ajo e pensionistëve me rëndësi statistikore.

Njohuri për tema në lidhje me
ndryshimet klimatike

Studentët: Përqindja e të anketuarve që iu përgjigjën saktë të gjitha pyetjeve është 1.6%. Pothuajse 8% janë studentë që nuk kanë një përgjigje të vetme të saktë; Më të shumtët janë ata që kanë 3 përgjigje të sakta dhe përqindja e tyre është 37.9%. Tre të katërtat janë të anketuar që kanë 2 deri në 4 përgjigje të sakta.

Pensionistët: Mesatarja e rezultatit total në nivel të të gjitha pyetjeve është 2.89, që do të thotë se mesatarisht ata u janë përgjigjur pothuajse tre pyetjeve. Përgjigjet më të sakta iu dhanë pyetjes së pestë - 68%, dhe 61% e pensionistëve iu përgjigjën saktë pyetjes së dytë dhe të gjashtë. Asnjë i anketuar nuk është përgjigjur saktë gjashtë pyetjeve, dhe vetëm 10% e të anketuarve u janë përgjigjur saktë pesë pyetjeve.

Nuk ka asnjë ndryshim statistikisht domethënës midis studentëve dhe pensionistëve në shkallën e njohurive për ndryshimet klimatike.

Interesimi për tema të tilla si
integrimi evropian dhe
ndryshimet klimatike dhe
rëndësia e këtyre temave
për individin

Interesimi dhe rëndësia e **studentëve** për temat lidhur me ndryshimet klimatike është më e madhe se sa interesimi dhe rëndësia që ata i kushtojnë temave që kanë të bëjnë me integritet evropian të Maqedonisë së Veriut.

Ka një ndryshim të vogël në interesin e **pensionistëve** për dy temat në favor të temës së ndryshimeve klimatike, si dhe në rëndësinë që kanë këto tema për ta.

Vlerat mesatare të rezultatit total dhe interesit për dy temat dhe rëndësia për të anketuarit e dy temave për studentët janë më të ulëta se ato të pensionistëve me rëndësi statistikore.

PËRCAKTIMI I KONSTRUKTIT PËR EDUKIM MEDIATIK

STUDENTË

Konstrukt i edukimit mediatik

Tek studentët, edukimi për lajmet lidhet me motivimin e brendshëm nëpërmjet lokusit të kontrollit: ata që mendojnë se kanë kontroll mbi informacionet që pranojnë nga media do të kenë gjithashtu motivim të brendshëm për të ndjekur lajmet.

Edukimi për lajmet lidhet me motivimin për mësim/edukim për dezinformatat nëpërmjet nevojës për dije dhe njohje të mediave. Individët që janë intelektualisht kuriozë dhe kanë një nevojë më të madhe për njohuri dhe përfshirje në proceset e mendimit do të motivohen të mësojnë dhe investojnë në edukimin për dezinformatat dhe do të kenë njohuri më të mëdha mediatike.

Edukimi për lajmet lidhet me ndërgjegjësimin për pengesat në njohjen e dezinformatave përmes nevojës për ndërgjegjësim dhe njohuri mediatike. Individët që janë intelektualisht kuriozë do të kenë njohuri më të mëdha për median dhe do të jenë më të vetëdijshëm për barrierat në procesin e dezinformimit.

Motivimi i brendshëm nga natyra e tij lidhet më shumë me motivimin për të mësuar dhe me vetëdijen për ekzistencën e barrierave. Ndjekësit e lajmeve me motivim të lartë të brendshëm do të jenë gjithashtu më të vetëdijshëm për çdo pengesë që mund të lindë në procesin e njohjes së dezinformatave.

PENSIONISTË

Konstrukt i edukimit mediatik

Marrëdhënia midis komponentëve të edukimit mediatik te pensionistët është në shumë mënyra e ngjashme me atë të studentëve, gjë që flet edhe një herë për ekzistencën reale të një konstrukti kaq kompleks të variablave të ndërvarur, që mund të quhet “edukim mediatik”.

Në mënyrë plotësuese është përfshirja e motivimit të jashtëm (nga stimujt e jashtëm) për ndjekjen e lajmeve, në këtë konstrukt.

Edukimi për lajmet përmes lokusit të kontrollit lidhet si me motivimin e brendshëm ashtu edhe me atë të jashtëm. Personat e rritur dhe më të moshuarit që mendojnë se ata vetë kontrollojnë informacionet nga mediat, do të jenë më të motivuar për të ndjekur lajmet si nga brenda ashtu edhe nga jashtë. Lokusi i kontrollit, në këtë konstrukt të edukimit mediatik, te pensionistët zë vend qendror. Lokusi i kontrollit është komponenta unifikuese që bashkon të gjithë komponentët të tjerë. Te pensionistët sikur gjithçka është në duart e qëndrimit se individi është ai që vendos nëse, sa dhe si do të informohet. Gjatë një qëndrimi të tillë, do të ketë edhe motivim për mësim rreth dezinformatave, do të jenë më të vetëdijshëm për barrierat, do të jenë të motivuar nga brenda dhe nga jashtë për të ndjekur lajme, Edukimi për lajmet lidhet me vetëdijen për barrierat gjatë njohjes së dezinformatave përmes njohjes së mediave: individët që kanë njohuri më të mëdha për mediat do të jenë më të vetëdijshëm për ekzistimin e barrierave në procesin e njohjes së dezinformatave.

TESTIMI I MODELIT PËR NDIKIMIN E EDUKIMIT MEDIATIK

Krijimi i 2 grupeve të të anketuarve sipas edukimit të tyre mediatik

STUDENTË

Në mesin e studentëve, grupi i parë përfshinte të anketuarit që janë edukim më të lartë për lajmet, ata që janë të motivuar nga jashtë për të ndjekur lajmet, shumë të motivuar për të mësuar të njohin dezinformatat, si dhe ata që janë të vetëdijshëm për ekzistencën e barrierave në procesin e njohjes së dezinformatave. Grupi i dytë përfshinte të anketuarit që janë më pak të edukuar për lajmet, ata që kanë më pak motivim të brendshëm për të ndjekur lajmet dhe që janë më pak të motivuar për të mësuar të njohin dezinformimin, si dhe ata që janë më pak të vetëdijshëm për ekzistencën e barrierave në procesin e njohjes së dezinformatave.

VËRTETIMI I MODELIT

Te studentët u tregua një ndryshim domethënës midis këtyre dy grupeve në aftësinë për të njohur dezinformatat, si dhe në nivelin e njohurive, interesimin për tema të rëndësishme shoqërore-politike. Grupi me edukim më të lartë mediatik, mesatarisht, do të njohë më shumë shenja për dezinformata në internet lajmet në krahasim me grupin me edukim më të ulët mediatik. Grupi me edukim më të lartë mediatik do të tregojë njohuri dhe interes më të madh për tema të rëndësishme shoqërore. Kjo vërtetoi modelin e supozuar të njohjes së dezinformatave.

PENSIONISTË

I njëjti klasifikim është bërë edhe për pensionistët, por për ta është futur edhe motivimi i jashtëm, duke qenë se ka lidhje me një nga komponentët e edukimit për lajmet. Në grupin e parë përfshihen të anketuarit që kanë edukim më të lartë për lajmet, ata që janë të motivuar nga jashtë por edhe nga brenda për të ndjekur lajmet, shumë të motivuar për të mësuar të njohin dezinformatat, si dhe ata që janë të vetëdijshëm për ekzistencën e barrierave në procesin e njohjes së dezinformatave. Grupi i dytë përfshinte të anketuarit që janë më pak të edukuar për lajmet, ata që kanë më pak motivim të brendshëm por edhe të jashtëm për të ndjekur lajmet dhe që janë më pak të motivuar për të mësuar të njohin dezinformimin, si dhe ata që janë më pak të vetëdijshëm për ekzistencën e barrierave në procesin e njohjes së dezinformatave.

VËRTETIMI I MODELIT

Te pensionistët, midis këtyre dy grupeve nuk u vunë re dallime domethënëse në aftësinë për të njohur dezinformatat, por një ndryshim u shfaq në nivelet e njohurive dhe interesimit për tema të rëndësishme shoqërore-politike. Pensionistët me edukim më të lartë dhe më të ulët mediatik do të dështojnë në mënyrë të barabartë në njohjen e shenjave për dezinformata. Megjithatë, ata me edukim më të lartë mediatik do të tregojë njohuri dhe interes më të madh për tema të rëndësishme shoqërore. Me këtë në mënyrë gjysmake vërtetohet modeli i supozuar i njohjes së dezinformatave te pensionistët.

PËRGJIGJE NË PYETJET E HULUMTIMIT

Dhe përsëri Avokati i Djallit...

AD: Tani më në fund, kur keni përfunduar të gjithë procesin e hulumtimit, çfarë mund të thoni: sa me sukses mund të matet edukimi për lajmet?

H: Testimi i karakteristikave metrike të tre shkallëve që janë përbërësit kryesorë të edukimit për lajmet në modelin teorik (nevoja për njohje, lokusi i kontrollit dhe njohuritë mediatike) tregoi se të tre shkallët janë të qëndrueshme nga brenda, të përcaktuara nga një faktor, dhe diskriminuese. Gjithashtu, korrelacioni i tyre me komponentët e tjerë tregoi se edhe ato janë të vlefshme.

AD: Çfarë do të thotë kjo?

H: Do të thotë se tre shkallët “matin” në mënyrë adekuate edukimin për lajmet të popullatës sonë.

AD: A lidhet edukimi për lajmet me motivimin për të ndjekur lajmet?

H: Po, por këtu duhet të jesh më i saktë. Tek studentët, njohja e lajmeve lidhet vetëm me motivimin e brendshëm për të ndjekur lajmet. Në të njëjtën kohë, nuk po flasim për indeksin e edukimit për lajmet, por vetëm për një komponent, që është lokusi i kontrollit. Mes pensionistëve, edukimi për lajmet (përsëri vetëm lokusi i kontrollit si një nga komponentët e tij) lidhet si me motivimin e jashtëm ashtu edhe me atë të brendshëm.

AD: Si kështu? Pse ndodh kështu? Në hulumtimin që ishte i rëndësishëm për ju, u vërtetua se edukimi për lajmet lidhej vetëm me motivimin e brendshëm?

H: Hulumtimi përkatës që ju përmendni është i njëjtë me të rinjtë. Tek njerëzit e moshuar, me siguri përfshihet edhe motivimi i jashtëm. Ata ndjekin lajmet dhe kur shohin përfitim, por ndjekin lajmet dhe pse duhet! Ky nuk është mekanizmi për të rinjtë!

AD: Dhe kjo me lokusin e kontrollit nuk është e qartë për mua. Domethënë, motivimi, qoftë i jashtëm apo i brendshëm, për të ndjekur lajmin, nuk lidhet me indeksin e edukimit për lajmet, por vetëm me një nga komponentët e tij - lokusin?!

H: Po, në fakt është shumë e pritshme. Lokusi i brendshëm i kontrollit është baza e aktivizmit, psikologët e dinë shumë mirë këtë dhe literatura shkencore e ka vërtetuar! Njerëzit që besojnë se media i kontrollon ata, është e pritshme të marrin një rol më pasiv. Ndërsa ata që besojnë se kanë pushtet mbi informacionin dhe median pritet të jenë më aktivë dhe të motivuar për të ndjekur lajmet.

AD: A lidhet edukimi për lajmet me motivimin për të mësuar rreth dezinformatave?

H: Poo, dhe te studentët dhe te pensionistët, korrelacion i lartë, lidhje e fortë!

AD: Çfarë do të thotë kjo?

H: Edukimi për lajmet do të thotë edhe motivim për të mësuar, shkurt e qartë, nuk ka filozofi të madhe këtu!

AD: Çfarë mund të konkludojmë nga këto dy lidhje (si me motivimin për të ndjekur ashtu edhe me motivimin për të mësuar)?

H: Se edukimi për lajmet shoqërohet gjithmonë me një komponent aktivizimi. Një person me edukim mediatik është i edukuar për lajmet dhe dëshiron të dijë, të mësojë dhe të edukohet për dezinformatat. Ndërsa lokusi i kontrollit është një komponent veçanërisht i rëndësishëm për këtë komponent aktivizimi. Në fakt është baza e motivimit. Jo më kot përkufizimi i edukimit mediatik përfshin një pjesë që nxjerr në pah këtë komponent aktiv, këtë nxitje për të ndërmarrë veprime në lidhje me të, jo më kot!

AD: A lidhet edukimi për lajmet me ndërgjegjësimin për ekzistimin e barrierave në procesin e njohjes së dezinformatave?

H: Shkurt dhe qartë po! Sa më i edukuar për lajmet të jetë dikush, aq më i vetëdijshëm është për pengesat në procesin e njohjes së dezinformatave.

AD: A mund të flasim tani për ekzistencën e një konstrukti të edukimit mediatik që përbëhet nga katër komponentë?

Po, sigurisht që po. Kjo është arsyeja pse u bë klaster analiza. Në bazë të këtyre katër komponentëve (edukimi për lajmet, motivimi për të ndjekur lajmet, motivimi për edukim për dezinformatat, ndërgjegjësimin për barrierat) të anketuarit u ndanë në dy grupe dhe u kërkuan dallimet ndërmjet tyre. Shikoni profilet. Ata me të vërtetë ndryshojnë në të gjitha parametrat. Pra, ekziston me të vërtetë ai konstrukt i edukimit mediatik, i përbërë nga këta katër komponentë të ndërruar. Dhe ky konstrukt është vendimtar në procesin e njohjes dhe trajtimit të dezinformatave!

AD: A ndikon edukimi mediatik në aftësinë për të njohur dezinformatat në internet lajmet? A është i suksesshëm modeli i njohjes së dezinformatave që propozuat, në këtë kuptim? A ka vlerë aplikimi dhe përdorimi? Nuk na nevojitet shkenca për hir të shkencës!

H: Për studentët po, për pensionistët jo.

AD: Çfarë do të thotë kjo konkretisht?

H: Modeli u testua pikërisht për shkak të vlerës së tij të dobishme. Modeli është i suksesshëm, është treguar se në mesin e studentëve, grupi me edukim më të lartë mediatik mesatarisht do të njohë vërtet më shumë shenja dezinformimi në internet lajmet krahasuar me grupin me edukim më të ulët mediatik, si dhe do të tregojë njohuri më të mëdha si dhe interes më të madh në tema të rëndësishme sociale Pensionistët me edukim mediatik më të lartë dhe më të ulët do të dështojnë njëllë të njohin shenjat e dezinformimit. Megjithatë, ata me edukim më të lartë mediatik do të tregojë njohuri dhe interes më të madh për tema të rëndësishme shoqërore.

AD: Dhe çfarë nuk funksionoi te pensionistët???

Tek pensionistët ky model funksiononte në mënyrë gjysmake. Edukimi mediatik edhe tek ata do të thotë njohuri për lajmet, mekanizma të fuqishëm aktivizimi dhe ndërgjegjësim për barrierat për njohjen e dezinformatave. Atje problemi është tjetër. Nuk ka pensionistë që dinë të njohin dezinformatat. Të gjithë janë po aq të pasuksesshëm në njohjen e dezinformatave. Analfabetizmi i tyre digjital, mos njohja e tyre se si funksionon dhe cilat janë mundësitë që ofron hapësira kibernetike i bën ata të rrezikuar ndaj dezinformatave në atë hapësirë. Ata ndjekin lajmet në internet, disa prej tyre përdorin edhe kompjuterin çdo ditë, por nuk dinë të dallojnë shenjat e dezinformimit.

AD: A nënkupton edukimi mediatik, informim të mirë për tema aktuale, sociale dhe politike?

H: Po! Edhe te studentët edhe te pensionistët një PO e madhe!

Si tek të rinjtë ashtu edhe tek të moshuarit, edukimi mediatik do të thotë ndërgjegjësim më i madh për tema të rëndësishme për vendin tonë, por edhe për botën; tema të tilla janë integrimi evropian i

RM-së dhe ndryshimet klimatike. Prandaj, këtë e shohim si informacion që thonë se edukimi mediatic nënkupton edhe përgjegjësinë për të qenë i mirëinformuar ndërsa vendimet të merren bazuar në informimin e mirë dhe të saktë. Vetëm atëherë, sjelljet e njerëzve, në hapësirën reale dhe kibernetike, do të nënkuptojnë qytetari aktive dhe pjesëmarrëse, por edhe kritike.

AD? Cilët janë faktorët demografikë që janë në relacion me edukimin për lajmet?

H: Gjinia, vendbanimi (urban/rural) te studentët. Vetëm vendbanimi te pensionistët. Dhe para se të më pyesni diçka më tej në lidhje me të, do të thosha se konkluzioni në lidhje me faktorët demografikë bazuar në një mostër të përshtatshme, është shumë i kufizuar. Këtu do të nevojiten anketa të tjera të një kampioni përfaqësues sipas të dhënave kryesore demografike. Disa udhëzime u treguan të rëndësishme dhe kjo vetëm duhet të jetë një sfidë për hulumtime të mëtejshme. Megjithatë, nuk do të nxirnim përfundime “të mëdha” nga këto të dhëna.

AD: A lidhet edukimi mediatic me edukimin digjital?

H: Edukimi digjital nuk u shqyrtua në këtë hulumtim, u shtruan vetëm pyetje në lidhje me disa aspekte të shprehive të përdorimit të kompjuterit, ndjekjen e lajmeve në internet dhe pjesëmarrjen në trajnime për edukim mediatic dhe/ose digjital. Vetëm në mesin e studentëve, angazhimi në trajnim për edukim mediatic/digjital do të thotë edukim më i madh për lajmet. Ky nuk është rasti me pensionistët. Nuk ka asnjë lidhje të edukimit për lajmet me përdorimin e shpeshtë të kompjuterit, as me ndjekjen më të shpeshtë të lajmeve në internet. Pra, sado që të ndiqen lajmet në internet, sado që të përdoren kompjuterë, vetëm kjo nuk kontribuon në edukimin më të madh për lajmet. Këto të dhëna nxjerrin në pah rëndësinë e trajnimit për edukim mediatic dhe më konkretisht edukimit për lajmet. Por ato duhet gjithashtu të jenë të konceptuara mirë, të përshtatshme për grupin e synuar të njerëzve. Natyrisht, i njëjti trajnim për edukim mediatic ose digjital nuk do të jetë i nevojshëm ose i suksesshëm për të rinjtë dhe të moshuarit. Për të mos folur për gratë, rome përfituese të ndihmës sociale! Trajnime për edukim për lajmet duhet të jenë shumë të përshtatura për potencialin, nevojat dhe aftësitë e individëve për të cilët janë të dedikuara.

AD: Dhe çfarë tani? Si do t'i përgjigjesh thjesht pyetjes kryesore të hulumtimit? Cilët janë faktorët individualë, motivimi dhe pengesat për njohjen e shenjave për dezinformata? Ju lutem, përgjigje të thjeshtë! Nuk kam dobi nga përgjigje komplekse. Kjo është shenjë se nuk dihen gjërat në esencë!

H: Faktorët (individual, të çdo individi) për njohjen e suksesshme të dezinformatave janë: edukimi për lajmet përkatësisht: nevoja për njohuri, lokusi i kontrollit në lidhje me mediat dhe njohuritë për mediat.

Motivet janë: motivimi për të ndjekur lajmet (mund të jetë edhe i jashtëm dhe i brendshëm) dhe motivimi për të mësuar (edukim) për dezinformatat

Barrierat janë: mosvetëdija për ekzistimin e pengesave në procesin e njohjes. Barrierë është të mos dish se emocionet mund të jenë pengesë, të mos dish se njohuritë e pamjaftueshme, interesi i pamjaftueshëm dhe rëndësia për temat për të cilat raportohet në media mund të jenë pengesë për të njohur lajmet e reme.

AD: Aha! Tani e kuptoj!

Një njeri që të njohë me sukses shenjat e dezinformimit, ai duhet të jetë i edukuar për lajmet, që do të thotë të jetë intelektualisht kureshtar, të dojë të mendojë; të ketë qëndrim dhe ndjenjë se është ai që kontrollon informacionet nga mediat dhe se prej tij varet nëse dhe sa mirë do të jetë i informuar; dhe të dijë se si funksionojnë mediat. Përveç kësaj, ai duhet të ketë një komponent aktivizimi të zhvilluar, që do të thotë të jetë i motivuar për të ndjekur lajmet (si nga jashtë ashtu edhe nga brenda, por motivi i brendshëm është i dëshirueshëm), ai duhet të dëshirojë të mësojë se çfarë janë dezinformatat dhe si ndikojnë ato. Në fund, ai që njeh me sukses dezinformatat duhet të jetë i vetëdijshëm për ekzistencën e të gjitha barrierave në procesin e njohjes së tyre, sepse në momentin që njeriu bëhet i vetëdijshëm për barrierat, ato, barrierat pushojnë së qeni barriera! Ndërgjegjësimi për problemet është hapi i parë për zgjidhjen e tyre.

KUFIZIMET E HULUMTIMIT



Kufizimi në lidhje me kampionin. Është i përshtatshëm në mënyrë që disproporcioni në shpërndarjen sipas gjinisë dhe vendbanimit (mjedis urban-rural) (edhe pse në përpunimin statistikor këto dallime kapërcehen me përdorimin e statistikave joparametrike), të jetë e dukshme dhe të mos lërë hapësirë për përgjithësime në popullatën e përgjithshme ose një popullsi të segmentuar.



Kufizimi për sa i përket dhënies së pyetësorit. Metoda origjinale e mbledhjes së të dhënave (pyetësori online) nuk është gjithëpërfshirës për të gjithë të anketuarit për shkak të karakteristikave të tyre, rrethanave apo kushteve të tyre jetësore, veçanërisht për disa kategori të anketuarish (pensionistë mbi 70 vjeç, kategori në rrezik social) të cilët nuk i kishin kushtet teknike për t'iu përgjigjur versionit online. Prandaj, një pjesë e madhe e hulumtimit është realizuar drejtpërdrejt, në terren duke iu përgjigjur një versioni të pyetësorit në letër



Pyetësori është marrë nga studiues të një mjedisi tjetër dhe është përshtatur me kushtet tona. Faza e pilotimit, pra testimi i të gjitha karakteristikave metrike të pyetësorit të përshtatur në këtë mënyrë për popullatën tonë, u anashkalua. Edhe pse në këtë hulumtim karakteristikat metrike të testeve ishin solide, megjithatë, gjatë ri-aplikimit të instrumentit, veçanërisht nëse bëhet në një mostër përfaqësuese, këshillohet të bëhet testimi dhe përshtatja.



Kufizim i hulumtimit mund të konsiderohet fakti se si objekt studimi janë marrë vetëm variablat nga aspekti i individit dhe jo variablat që rrjedhin nga përmbajtja e lajmeve. Më pas do të fitoheshin informacione për disa faktorë të mundshëm që mund të ndikojnë në njohjen e dezinformatave. Por, nga ana tjetër, kjo lejoji të shkohej në thellësinë e gjetjeve dhe një analizë më e detajuar e tyre- mbi faktorët që lindnin nga individi, që ishte edhe interesi kryesor.



REKOMANDIME

Rekomandime të përgjithshme

Gjatë planifikimit të ndonjë përmbajtje, duhet të keni parasysh:



Specifikat e grupit për të cilin synohen aktivitetet – moshë, niveli i arsimit, nga vijnë, por edhe faktorët psikologjikë që marrin pjesë në edukimin mediatic (lokusi i kontrollit, nevoja për njohuri, motivimi)



Krahas përmbajtjes së aktiviteteve, rëndësi kyçe ka edhe qasja ndaj punës, e cila duhet të jetë e tillë që të angazhojë grupin e synuar, të përfshijë mësimin nga përvoja, të inkurajojë zhvillimin e përgjegjësisë personale, si dhe ndërgjegjësimin për rolin personal në kontrollin e informacioneve të marra nga mediat. Qasja ndaj punës është shumë më e rëndësishme sesa vetë përmbajtja e aktiviteteve.



Meqenëse njohuritë për mediat si në grupin e pensionistëve ashtu edhe në grupin e studentëve nuk ishin të zhvilluara sa duhet, të dy grupet janë të përshtatshme për një sërë aktiviteteve edukative. Duke vepruar kështu, të dy grupet motivohen të jenë të aftë në njohjen e dezinformatave, por motivimi është i një natyre tjetër: studentët duan të kenë aftësi, të jenë në gjendje t'i zbatojnë ato në praktikë, ndërsa pensionistët duan të jenë të përgatitur mirë teorikisht. Përkthyer, për shembull, në një koncept të aktiviteteve edukative në formën e trajnimit, metodat e të mësuarit në të cilat ata do të angazhohen drejtpërdrejt do të ishin shumë më të dobishme për studentët - puna në detyra - projekte specifike përkatësisht mësim duke bërë, punëtoritë me këmbim të përvojave, përmes të cilave do të mund të ndajnë përvojat e tyre dhe në këtë mënyrë t'i sistemojnë dhe kombinojnë ato me njohuritë teorike. Për pensionistët motivi kryesor i të cilëve është i ashtuquajtur i motivimit i jashtëm, përkatësisht ata i ndjekin lajmet para së gjithash sepse duhet t'i ndjekin, sepse “nuk mund të jetë ndryshe” dhe në këtë mënyrë ata kanë ndjenjën e kontrollit mbi atë që dëgjojnë në lajme, dhe gjithashtu janë shumë të motivuar për t'u trajnuar se si të njohin shenjat e dezinformimit, trajnimet duhet të përfshijnë shpjegime se si kjo do të jetë e dobishme për ta në jetën e tyre të përditshme. Trajnime për pensionistët, të konceptuar më shumë si leksione dhe diskutime përmes të cilave ata do të plotësojnë nevojën për një lokus personal, do të kishin një efekt më të madh. Materialet e shkurtra edukative do të kishin efekt edhe te pensionistët. Përveç gjetjeve, por gjithsesi njohurive të marra në mënyrë indirekte përmes kontakteve me pensionistët gjatë hulumtimit, u konstatua edhe nevoja e madhe për ndërveprim social mes tyre, ndaj është mirë që në pjesë të trajnimit të ketë aktivitete që do të nxisin ndërveprimin social mes tyre në një mënyrë më pak formale ndërsa kjo do të kishte një efekt kthyes pozitiv në procesin mësimor (nuk është rastësi që ata janë anëtarë të shoqatave të pensionistëve).



Për llojet e tjera të aktiviteteve, për shembull, për të rritur ndërgjegjësimin për njohjen e dezinformatave, rekomandohet gjithashtu që të gjitha materialet promovuese (elektronike, video, audio, etj.) të jenë të ndryshme për të dy grupet.



Ndërgjegjësimi për emocionet personale gjatë marrjes së informacionit është një faktor i rëndësishëm në arritjen e një ndërgjegjësimi më të madh dhe në njohjen e lajmeve të rreme ose dezinformatave. Prandaj, gjatë organizimit të aktiviteteve edukative për edukimin mediatic që përfshin njohjen e dezinformatave, është e dëshirueshme që të përfshihen pjesë që do t'i referohen

të ashtuquajturave fjalë “me ngjyrë emocionale” ose fjalë me ngarkesë të fortë emocionale, si mbiemrat që përshkruajnë karakter ose kanë rrënjë në emrat që tregojnë emocione (për shembull zemërim, frikë, egoist, etj.), folje që shprehin ndjenja (për shembull kam frikë, gëzohem, grinden etj.), shprehjet shoqërore si “ditët e mira të vjetra” ose “siç dihet zakonisht”, parafjalët si “kurrë”, “gjithmonë” dhe të ngjashme dhe ndikimi i tyre në perceptimin dhe kuptimin e informacionit ose lajmit. Për shembull, mund të përfshihen ushtrime në të cilat ata analizojnë tekste që përmbajnë fjalë të ngarkuara emocionalisht krahas teksteve pa fjalë të tilla dhe krahasojnë perceptimet e atyre pjesëmarrësve që analizuan tekste me fjalë të ngarkuara emocionalisht dhe pjesëmarrësve që analizuan tekste rreth të njëjtave lajme, pa përdorur fjalë të tilla. Përveç nivelit të njohjes së fjalëve me ngjyra emocionale si shenjë e dezinformimit të mundshëm, ushtrime eksperimentale përmes të cilave pjesëmarrësit (si studentët/të rinjtë ashtu edhe pensionistët) do të bëhen më të vetëdijshëm për emocionet e tyre dhe lidhjen e emocioneve me besimin ose mosbesimin në lajmin.



Në trajnimin për edukim mediatik që përfshin njohjen e dezinformatave, është e dëshirueshme të përfshihen ushtrime/aktivitete drejtshkrimore, korrigjimi i gabimeve në tekst. Hulumtimet tregojnë se një nga shenjat për njohjen e lajmeve të rreme është gabimet e shpeshta drejtshkrimore, përdorimi i shpeshtë i shkronjave të mëdha gjatë shkrimit të fjalëve, përdorimi i tepërt i shenjave të pikësimit si pikëçuditëse etj. Edhe organizatat e njohura dhe të besueshme mediatike bëjnë gabime. Megjithatë, nëse një artikull është plot me gabime gramatikore ose drejtshkrimore, kjo është një shenjë se është lajm i rremë. Nëse një media nuk arrin të përmbushë standardet bazë të gjuhës, aftësia e saj për të raportuar objektivisht dhe për të kontrolluar faktet vihet në pikëpyetje.



Do të ishte e dëshirueshme që të përfshihen përmbajtje që forcojnë aftësitë e komunikimit të pjesëmarrësve në aktivitetet edukative. Me aftësi komunikuese nënkuptojmë disa aftësi, duke përfshirë perceptimin, ndikimin e përvojës së mëparshme në perceptim, komunikimin verbal dhe jo verbal si në komunikimin e folur ashtu edhe në atë të shkruar, dëgjimin/leximin e kujdesshëm, domosdoshmërinë e dëgjimit apo gjetjes së një numri të mjaftueshëm faktesh dhe të dhënash para formimit të një mendimi ose qëndrimi, vendimi, konsensusi dhe të ngjashme. Aftësitë më të mira të komunikimit janë baza për të kuptuar më mirë informacionin, lajmet dhe njerëzit.



Rekomandime në lidhje me gjetjet



Testimi i edukim për lajmet - Rekomandohet që para fillimit të ndonjë programi edukativ, pjesëmarrësit të testohen duke përdorur instrumentin e përdorur për matjen e edukimit për lajmet në këtë studim, në mënyrë që të merret një pasqyrë e saktë e nivelit të edukimit për lajmet dhe për të synuar përmbajtjen dhe objektivat arsimore në përputhje me rrethanat. Kjo do të nënkuptonte nëse duhet t'i kushtohet më shumë vëmendje nevojës për njohuri, ose zhvillimit të lokusit të kontrollit, ose nëse është e nevojshme të fokusohemi më shumë në njohuritë rreth industrisë së medias.



Zhvillimi i nevojës për njohje. Rekomandimet për llojin e aktiviteteve ose detyrave duhet të përfshijnë elementë që nxisin kuriozitetin intelektual, kërkimin, zhvillimin e të menduarit abstrakt, të menduarit logjik, zgjidhjen e dilemave, zgjidhjen e pyetjeve komplekse, debatin, etj. Shembuj të aktiviteteve të tilla janë: gjëgjëza, zgjidhja e fjalëkryqeve, sudoku, shkrimi i tregimeve për një pyetje specifike, zgjidhja e situatave problemore, ushtrime me silogjizma³¹, lloji i detyrave “vazhdoni sekuencën”, etj. Këto lloj detyrash mund të përdoren si ushtrime ngrohëse, për energji, për pauza, jo vetëm si aktivitete kryesore.



Zhvillimi i lokusit të brendshme të kontrollit në lidhje me median. Rekomandime për llojin e aktiviteteve, detyrave dhe përmbajtjes, qëllimi i të cilave është zhvillimi i lokusit të brendshëm të kontrollit - një tendencë për të menduar se personi është ai nga i cili varet nëse dhe sa do të jetë i informuar. Në këtë kontekst, duhet të mësohen dy gjëra të rëndësishme për të zhvilluar lokusin e brendshëm: përgjegjësi personale - besimi se gjithçka që na ndodh është rezultat i zgjedhjeve dhe vendimeve personale dhe dëshira për mësim të vazhdueshëm (mendjehapur vs. mendjembyllur). Aktivitetet duhet të krijojnë një ndjenjë se ne vetë, jo të tjerët, jemi përgjegjës për zgjedhjet; fokusimi te zgjidhja, jo te problemi; vendosja e qëllimeve të arritshme; përqaftimi i mundësive që mund të duken të frikshme; të kuptojnë gabimet si mundësi mësimi; ecja pas përvojave negative në vend që të “ngeceni” në to, etj.



Edukimi për mediat, strukturën, funksionimin dhe ndikimin e tyre tek njerëzit. Rekomandimet shkojnë në drejtimin: të prezantohen në mënyrë interesante gjërat e rëndësishme për të kuptuar se si funksionojnë mediat. Aktivitete të ndryshme mund të kryhen këtu, të tilla si realizimi i studimeve të rasteve, mësimi duke luajtur role (gazetar, redaktor, pronar i medias, etj.) dhe mënyra të tjera krijuese dhe ndërvepruese për të mësuar se si funksionon media.



Zhvillimi i motivimit të brendshëm - sipas njohurive shkencore, për të zhvilluar këtë motivim, mjedis i mësimor duhet të jetë i tillë që të promovojë:

- ▶ 1. Pavarësi: njerëzit duhet të besojnë se kanë zgjedhje, të marrin pjesë në atë që bëhet. Suksesi personal është thelbi i përcaktimit të qëllimeve – qëllimet duhet të vendosen në atë mënyrë që njerëzit të kuptojnë se ato synime i çojnë ata drejt suksesit të tyre personal;
- ▶ 2. Lidhja: njerëzit kanë nevojë të ndërtojnë lidhje të thella me të tjerët;
- ▶ 3. Ndjenja e kompetencës - zhvillimi i aftësive të përshtatshme dhe mundësi për zbatimin e tyre; për këtë është e nevojshme t'u jepen të gjitha burimet mësimore në dispozicion, në vend që të vendosen qëllime të orientuara drejt rezultateve, duhet të vendosen qëllime të orientuara drejt mësimi (qëllimi duhet të jetë mësimi, jo nota), në vend që të bëhen pyetje të llojit “çfarë ke arritur sot?” duhet pyetur “si je rritur sot dhe çfarë të nevojitet për rritjen nesër?”

31 Llojet e arsytimit logjik, për shembull nëse A=B, dhe B=C, atëherë A=?



Zhvillimi i motivimit për të mësuar rreth dezinformatave – ky rekomandim lidhet ngushtë me rritjen e ndërgjegjësimit për pengesat në njohjen e dezinformatave; edhe këtu rekomandohet të mësuarit përmes eksplorimit dhe ndërveprimit; prezantimi i fuqisë së dezinformimit duke ekspozuar fuqinë dhe ndikimin e tij në jetën e njerëzve, përmes shembujve nga realiteti, thirrje dhe shkëmbim të përvojave personale, etj.



Zhvillimi i vetëdijes për ekzistencën e barrierave në procesin e njohjes së dezinformatave - me rëndësi thelbësore është zhvillimi i mendimit kritik, por edhe zhvillimi i edukimit dhe kompetencës emocionale.



Zhvillimi i njohurive dhe vetëdijes për proceset e të menduarit (kognitive), sociale dhe emocionale të cilat e bëjnë dezinformimin tërheqës dhe njerëzit vulnerabël ndaj formimit të besimeve të gabuara dhe nxjerrjes së përfundimeve të gabuara.

▶ Në lidhje me proceset kognitive (të menduarit) duhet të kuptojë dallimin ndërmjet të menduarit intuitiv dhe atij analitik. Gjatë vlerësimit të së vërtetës, njerëzit shpesh janë të njëanshëm dhe mbështeten më shumë në intuitën (të menduarit “dembel”) sesa në të menduarit të mirë. Prandaj, për të nxitur proceset kognitive (njohëse), aktivitetet dhe përmbajtjet që do të zbatoheshin duhet të dizajnohen në atë mënyrë që t’u kërkojë njerëzve të mendojnë përpara se të bëjnë ndonjë gjykim, mendim ose vendim. Një gjë tjetër e rëndësishme në lidhje me proceset kognitive është njohja dhe ndërgjegjësimi i efektit të së vërtetës iluzore, përkatësisht, vlerësimi i pohimeve të përsëritura vazhdimisht si të vërteta në krahasim me pohimet e reja. Shenjat e efektit të së vërtetës iluzore janë: familjariteti i lajmit (shenjë se mesazhi/lajmi është parë më parë); lehtësia e të kuptuarit (njerëzit priren të preferojnë gjëra që janë të lehta për t’u kuptuar); dhe koherencën e referencave ndaj deklaratave në kujtesën tonë (thëniet e përsëritura janë më koherente të lidhura në kujtesë).

▶ Në aspektin social, çdo aktivitet duhet të synojë zhvillimin e ndërgjegjësimit për sa vijon: në përgjithësi, mesazhet janë më bindëse kur vijnë nga burime që konsiderohen të besueshme, njerëzit priren t’u besojnë anëtarëve të grupit “të tyre” më shumë sesa “atyre të jashtëm” pavarësisht nga kompetenca; ata gjithashtu priren t’u besojnë më shumë ekspertëve dhe elitave politike. Shumë shpesh burimi i informacionit neglizhohet, ose injorohet ose harrohet t’i kushtohet vëmendje. Për lajmet online, për shembull, është konstatuar se një baner me logon e botuesit (media me reputacion apo ueb faqe e dyshimtë) as nuk e zvogëlon besimin në dezinformim dhe as nuk e rrit atë në lajmin e saktë, domethënë nuk luan asnjë rol sepse nuk përdoret si shenjë për njohje. Individët kur lexojnë informacione në internet priren të anashkalojnë cilësinë e mediumit dhe të gjykojnë vërtetësinë kryesisht mbi besueshmërinë e përmbajtjes.

▶ Përmbajtja emocionale e informacionit gjithashtu ndikon në formimin e besimeve të rreme. Për shembull, mesazhet që nxisin frikën e lëndimit mund të jenë të suksesshme në ndryshimin e qëndrimeve dhe sjelljeve nëse pranuesit e mesazhit besojnë se mund të shmangin lëndimin. Njerëzit e kuptojnë lidhjen midis emocioneve dhe bindjes, kështu që shpesh kur duan të bindin dikë për diçka, natyrisht fillojnë të përdorin gjuhën emocionale. Emocionet mund të jenë bindëse sepse i shpërqendrojnë lexuesit nga ato shenja që sugjerojnë për dezinformata, siç është besueshmëria e burimit. Përveç kësaj, gjendja emocionale e pranuesit të mesazhit mund të ndikojë gjithashtu në vlerësimin nëse informacioni është i saktë apo jo. Njerëzit priren të mbështeten në mënyrën se si ndihen në lidhje me informacionin kur gjykojnë saktësinë e tij, dhe kjo është ajo që i bën ata të ndjeshëm ndaj dezinformatave. Kur njerëzit inkurajohen të mbështeten në emocionet e tyre përmes përdorimit të gjuhës emocionale (duke përdorur më shpesh fjalë të ngarkuara emocionalisht), kjo rrit cenueshmërinë e tyre ndaj dezinformatave. Ngjallja e gjendjeve të ndryshme emocionale – humor i mirë, trishtim, zemërim, përjashtim social – janë shenja të dezinformimit.



Realizimi i hulumtimeve plotësuese – ky rekomandim bazohet në gjetjet në lidhje me njohuritë alarmante të ulëta të të anketuarve, veçanërisht studentëve, për çështje me rëndësi shoqërore si integrimi evropian dhe çështjet klimatike. Gjegjësisht, “rruga e shkurtër” drejt së vërtetës mund të rezultojë nga qëndrimi personal i njerëzve dhe këndvështrimi i botës ose përcaktimi politik. Hulumtimi shtesë i propozuar mund të kryhet përsëri në të dy grup-moshat duke shqyrtuar qëndrimet, sistemin e vlerave dhe besimet e të anketuarve dhe lidhjen e tyre me njohuritë dhe interesin për tema të ndryshme me rëndësi shoqërore.

Rekomandime për aktivitete me grupe në rrezik social



Për sa i përket grupit rom, rastet sociale, pavarësisht nivelit të ulët arsimor, përshtypja është se ata kanë vetëdije të mjaftueshme, një nevojë të caktuar për njohuri, si dhe një konkluzion të “logjikës së shëndoshë”, kështu që ata mund të jenë një grup i përshtatshëm për trajnim nëse përmbajtja e trajnimit përshtatet në drejtim të ngritjes, para së gjithash, të edukimit të përgjithshëm mediatic, me interesat e këtij grupi. Mund të fillohet me një projekt të vogël pilot, në bashkëpunim me Qendrën Ditore për Fëmijët e Rrugës, e cila ka një përvojë shumëvjeçare në punë dhe edukim me prindërit e fëmijëve të mbrojtur dhe mund të shërbejë si shembull për të rritur ndërgjegjësimin për dezinformatat dhe kategori të tjera sociale në rrezik. Do të ishte e dëshirueshme që aktivitetet me këtë target grup, të paktën fillimisht, të kryheshin në mjedisin ku ata jetojnë për shkak të ndjenjës së sigurisë në këtë grup.

LITERATURA E PËRDORUR

APA Dictionary of Psychology. Locus of control. American Psychology Association. Retrieved February 08, 2023 <https://dictionary.apa.org/locus-of-control>

APA Dictionary of Psychology. Need for cognition. American Psychology Association. Retrieved <https://dictionary.apa.org/need-for-cognition>

Alan Turing Institute. Understanding vulnerability to online misinformation. (2021). Retrieved February 11 <https://www.comm.ucsb.edu/people/w-james-potter>

Digital and Media Literacy: A Plan of Action (2010). Aspen Institute. Retrieved December 25, 2023 https://www.aspeninstitute.org/wp-content/uploads/2010/11/Digital_and_Media_Literacy.pdf

Disinformation and freedom of expression. (2021). Association of Progressive Information. Retrieved January 26 <https://www.ohchr.org/sites/default/files/Documents/Issues/Expression/disinformation/2-Civil-society-organisations/APC-Disinformation-Submission.pdf>;

Ecker, U.K.H., Lewandowsky, S., Cook, J. et al. The psychological drivers of misinformation belief and its resistance to correction. *Nat Rev Psychol* 1, 13–29 (2022). <https://doi.org/10.1038/s44159-021-00006-y>

Fanning, W. (1911). Promotor Fidei. In *The Catholic Encyclopedia*. New York: Robert Appleton Company. Retrieved February 05, 2023 from New Advent: <http://www.newadvent.org/cathen/12454a.htm>

Institute for Public relations. (2020). Help Stop the Spread of Disinformation. Retrieved January 26 <https://instituteforpr.org/wp-content/uploads/Identify-Disinformation-v5.pdf>

Making sens of media. Ofcom. Retrieved January 20, 2023 <https://www.ofcom.org.uk/research-and-data/media-literacy-research>

Maksl, A., Ashley, S., Craft, S. (2015). Measuring News Media Literacy, *Journal of Media Literacy Education* 6(3), 29 – 45, https://www.researchgate.net/publication/286937368_Measuring_News_Media_Literacy Merriam-Webster's Unabridged Dictionary. (n.d). Disinformation. Retrieved February 02, 2023 from <https://www.merriam-webster.com/dictionary/disinformation>

Nagel, T. W. S. (2022). Measuring fake news acumen using a news media literacy instrument. *Journal of Media Literacy Education*, 14(1), 29-42. <https://doi.org/10.23860/JMLE-2022-14-1-3>

Oxford Reference. Intrinsic motivation. Retrieved January 8, 2023 <https://www.oxfordreference.com/display/10.1093/acref/9780191843273.001.0001/acref-9780191843273-e-161?rkey=br9xbr&result=2>

Psychology. Need for cognition. Retrieved January 14, 2023 <http://psychology.iresearchnet.com/social-psychology/personality/need-for-cognition/>

Tools of Disinformation: Inauthentic Content. Retrieved January 17, 2022 https://www.cisa.gov/sites/default/files/publications/mdm-inauthentic-content-product-english_508.pdf

Instituti për Studime të Komunikimit. Raport nga hulumtimi i aftësisë së qytetarëve për njohjen dhe trajtimin e dezinformatave. (2022). Retrieved January, 23, 2022 <https://iks.edu.mk/istrazuvanja-analizi/izveshtaj-od-istrazhuvanje-na-sposobnosta-na-gragjanite-za-prepoznvanje-i-spravuvanje-so-dezinformacii/>

Petkovski, Lj. Pandemi apo infodemi? Mendimi kritik dhe teoritë e konspiracionit në një kohë pandemie. (2020) Retrieved December, 23, 2022 <https://metamorphosis.org.mk/wp-content/uploads/2021/08/kritink-3-pandemija-ili-infodemija.pdf>

Fjalor i edukimit mediatik, Instituti për Studime të Komunikimit. Shkup 2023

Spasovska, S. etj. (2013). Doracak për zhvillimin e shërbimeve sociale për grupet e rrezikuara në komunitetet lokale. Ministria e Punës dhe Politikës Sociale. Retrieved January 11, 2023 https://www.mtsp.gov.mk/WBStorage/Files/priracnik_socijalni_usligi.pdf

Trpevska S., (2020). Hartëzimi i niveleve të edukimit mediatik në Republikën e Maqedonisë së Veriut te popullata mbi 16 vjeç. Organizata për Siguri dhe Bashkëpunim në Evropë - Misioni në Shkup, Shkup.

Të dhënat demografike

Universiteti/Fakulteti (pyetje për studentët)

Mosha (në vite)

Seksi/gjinia

Përkatësia etnike

Niveli më i lartë i përfunduar i arsimit

Mjedisi Urban / Rural

Variabla të pavarur shtesë

A keni qenë ndonjëherë i/e përfshirë në programe për edukim mediatik apo digjital?

A lexoni/ndiqni lajmet në internet (në kompjuter, telefon, tablet...)

Sa shpesh e përdorni kompjuterin?

Shkalla 1 Nevoja për njohje

(Shkalla 5-pikëshe e tipit Likert ku 1 është “Nuk pajtohem aspak” dhe 5 është “Plotësisht pajtohem”)

Nuk dua të kem shumë për të menduar.

Përpiqem të shmang situatat që kërkojnë mendim të thellë të gjërave.

Më mirë do të bëj diçka që kërkon të menduar, sesa diçka që nuk kërkon shumë mendim.

Unë preferoj problemet komplekse sesa problemet e thjeshta.

Të mendoj shumë dhe për një kohë të gjatë për diçka, nuk më jep kënaqësi.

Shkalla 2 Lokusi i kontrollit në lidhje me median

(Shkalla 5-pikëshe e tipit Likert ku 1 është “Nuk pajtohem aspak” dhe 5 është “Plotësisht pajtohem”)

Nëse informohem gabimisht nga mediat, varet nga unë se sa shpejt do të marr informacionet e sakta.

Unë kam kontroll mbi informacionet që marr nga mediat.

Nëse informohem keq nga media, unë jam përgjegjës/e.

Njohuria ime për botën ndikohet kryesisht nga ajo që bëj vetë.

Duke kontrolluar burime të ndryshme lajmesh, mund të shmang informimin e gabuar.

Nëse marr masat e duhura, do të jem i/e informuar.

Shkalla 3 Njohuri për mediat

(Shkallë me përgjigjet e sugjeruara dhe një përgjigje të saktë)

Në pronësi të kujt janë numri më i madh i mediave në Maqedoninë e Veriut?

Në pronësi të kompanive private/Në pronësi të shtetit (pushtetit)/Kompani jofitimprurëse/Nuk e di

A kanë nevojë gazetarët/reporterët në Maqedoninë e Veriut të kenë licencë kur punësohen dhe nga kush?

Agjencia për komunikime audio vizuale/Oda ekonomike e Maqedonisë së Veriut/Shoqata e gazetarëve/Gazetarët nuk kanë nevojë të ketë licencë/Nuk e di

Cila nga mediat nuk varet kryesisht nga reklammat për mbështetje financiare?

TVM/Sitel/Kanal 5/Alfa/24 Vesti/Telma/Alsat/Klan/Shenja/Nova Makedonia/Sllloboden peçat/Lice v lice/Nuk e di

Cili është dallimi kryesor ndërmjet internet faqeve si Time.mk dhe internet faqeve si Kanal 5?

Time.mk nuk ka gazetarë që raportojnë, ndërsa Kanal 5 ka/Time.mk raporton për botën, dhe Kanal 5 /Time.mk ka numër më të madh të redaktorëve se Kanal 5/Nuk e di

Kush ka ndikimin më të madh se çfarë lajme do të shfaqen në televizion?

Gazetari individual/ Prezantuesi, personi që lexon lajmet/Kameramani/Kryeredaktori apo producenti/Nuk e di

Si është mbulimi për të gjitha bashkësitë etnike në vend në lajmet?

pasqyron saktë përqindjen e bashkësive etnike në popullatën e përgjithshme të Maqedonisë së Veriut/ pam-jaftueshëm pasqyron përqindjen e bashkësive etnike në popullsinë e përgjithshme të Maqedonisë së Veriut/ pasqyron tej mase përqindjen e bashkësive etnike në popullsinë e përgjithshme të Maqedonisë së Veriut/ nuk e di

Në çfarë fokusohet zakonisht raportimi në lajme gjatë fushatave zgjedhore?

cili nga kandidatët apo partitë drejton/analizë e thelluar e qëndrimeve të kandidatëve/arsimin e kandidatëve/ nuk e di

Çfarë nënkuptojnë zakonisht njerëzit kur kritikojnë mediat se nuk janë objektive?

Gazetari jep vetëm faktet për lajmin/Gazetari përfshin edhe mendimin e tij për lajmin kur raporton/Raportimi i gazetarit bazohet shumë në opinionin e njerëzve me pikëpamje neutrale/Gazetari nuk e shpreh qartë qëllimin e lajmit/ Nuk e di

Puna e kujt është të shkruajë komunikatë për shtyp?

Gazetar i TVM-së /Zëdhënësi i Alkaloid /Avokati i Pivara Shkup/Kryedaktor i Ditarit në Tellma/Nuk e di

Çfarë mendojnë njerëzit për efektin e mediave?

Mediat kanë efekt më të madh te vetja sesa te njerëzit e tjerë/Mediat kanë një ndikim më të madh te njerëzit e tjerë sesa te vetja/mediat kanë të njëjtat ndikime tek ata si dhe tek njerëzit e tjerë/mediat nuk kanë ndikim tek askush/Nuk e di

Çfarë tendence mendimi kanë njerëzit që shikojnë shumë lajme?

Bota është më e dhunshme dhe e rrezikshme se sa është në të vërtetë/bota është më pak e dhunshme dhe e rrezikshme se sa është në të vërtetë/bota është po aq e rrezikshme dhe e dhunshme sa është në të vërtetë/Nuk e di

Çfarë mendojnë njerëzit për temën për të cilën raportohet më shumë në lajmet?

ka më shumë gjasa të mendojnë se tema është e rëndësishme /ka më pak gjasa të mendojnë se lajmi është i rëndësishëm/ as më shumë e as më pak gjasa të mendojnë se lajmi është i rëndësishëm/ nuk e di

Cili është efekti i mundshëm i reklamave në mediat?

Lajmet do t'i bëjnë njerëzit të blejnë gjëra që nuk u duhen/Lajmet mund të theksojnë gjëra që nuk janë vërtet të rëndësishme/Të gjitha që u përmendën më sipër/Asnjë nga sa më sipër. Nuk ka efekte / nuk e di

Shkalla e motivimit të jashtëm

(Shkalla 5-pikëshe e tipit Likert ku 1 është "Nuk pajtohem aspak" dhe 5 është "Plotësisht pajtohem")

Nuk shoh ndonjë përfitim nga lajmet për mua

I ndjek lajmet sepse duhet

Shkalla e motivimit të brendshëm

(Shkalla 5-pikëshe e tipit Likert ku 1 është "Nuk pajtohem aspak" dhe 5 është "Plotësisht pajtohem")

Unë i ndjek lajmet për të mirën time

I ndjek lajmet sepse dua

Shkalla e motivimit për të mësuar se çfarë janë dezinformatat

(Shkalla 5-pikëshe e tipit Likert ku 1 është “aspak i/e motivuar” dhe 5 është “jashtëzakonisht i/e motivuar”)

Motivimi për të ndjekur trajnimin/punëtorinë për njohjen dhe trajtimin me sukses të dezinformatave

Motivim për vetë-përmirësim për njohjen me sukses dhe trajtim të dezinformtave

Rëndësia që individi të njohë dhe trajtojë dezinformatat me shkathtësi?

(shkalla 5-pikëshe e tipit Likert ku 1 është “Aspak e rëndësishme për mua” dhe 5 është “Shumë e rëndësishme për mua”)

Shkalla e ndërgjegjësimit/kritikë për barrierave në procesin e njohjes dhe ballafaqimit me dezinformatat

(Shkalla 5-pikëshe e pajtimit të Likert ku 1 është “Nuk pajtohem aspak” dhe 5 është “Plotësisht pajtohem”)

Emocionet e shkaktuara nga një lajm mund të jenë një pengesë për të dalluar lajmet e vërteta nga ato të rreme

Njohuritë e pamjaftueshme rreth temës në lajm mund të jenë pengesë për të dalluar lajmet e vërteta nga ato të rreme

Përvoja e pamjaftueshme në lidhje me temën në lajme mund të jetë një pengesë për të dalluar lajmet e vërteta nga ato të rreme

Mungesa e interesit për temën e lajmit mund të jetë një pengesë për të dalluar lajmet e vërteta nga ato të rreme

NJOHURI SPECIFIKE DHE INTERESIM PËR TEMA ME RËNDËSI SHOQËRORE

Shkalla e njohurive për integrimin evropian të Maqedonisë së Veriut

(Shkallë me përgjigjet e sugjeruara dhe një përgjigje të saktë)

Kush është negociatori kryesor i Maqedonisë së Veriut me BE-në?

Dimitar Kovačevski/Bujar Osmani/Bojan Mariçiq/Nuk e di

Kur e ka fituar Maqedonia e Veriut statusin e vendit kandidat për anëtarësim?

Dhjetor 2004/Dhjetor 2005/Dhjetor 2007/Nuk e di

Kur është mbajtur Konferenca Ndërqeveritare për Maqedoninë e Veriut?

19 korrik 2020/19 korrik 2022/19 korrik 2021/Nuk e di

Çfarë është Frontex?

Agjencia Evropiane e Informacionit/Agjencia Evropiane e Rojes Kufitare dhe Bregdetare/Agjencia Evropiane për Ndërmjetësim gjatë negociatave/Nuk e di

Cili është qëllimi i skringut?

Të vlerësojë shkallën e gatishmërisë së vendeve candidate/Të përgatisë vendet për negociatat për anëtarësim në BE/Të dyja/Nuk e di

(Shkallë me përgjigjet e sugjeruara dhe një përgjigje të saktë)

Cilat janë shkaqet kryesore për ndryshimet klimatike?

Ndikimet natyrore/Aktivitetet e njeriut/Të dyja/nuk e di

Çfarë janë ndryshimet klimatike?

Ndryshimet klimatike janë një fenomen natyror që ndodhin në periudha të caktuara kohore/Ndryshimet klimatike janë një fenomen natyror që ndodhin në periudha të caktuara kohore si rezultat i aktiviteteve natyrore, por edhe për shkak të rritjes së aktiviteteve njerëzore/Ndryshimet klimatike janë një fenomen natyror që ndodhin në periudha të caktuara kohore dhe ne nuk mund të ndikojmë në to/Nuk e di

Si funksionon efekti serë?

Gazrat serrë reflektojnë energjinë nga dielli, duke ngrohur kështu Tokën/Gazrat serë thithin energji nga dielli për të ngadalësuar ose parandaluar daljen e nxehtësisë në hapësirë/Gazrat serë ngrohin drejtpërdrejt oqeanet dhe shkaktajnë mot dramatik/Oqeanet thithin gazrat serrë, gjë që shkakton temperaturat e Tokës të rriten vazhdimisht/Nuk e di

A ka Maqedonia e Veriut një strategji aksion klimatik?

Po/Jo/Nuk e di

Cila ministri është përgjegjëse për krijimin e politikave për ndryshimet klimatike?

Ministria e Mjedisit Jetësor dhe Planifikimit Hapësinor/Ministria e Ekonomisë/Ministria e Transportit dhe Lidhjeve/Ministria e Bujqësisë, Pylltarisë dhe Ekonomisë së Ujërave/Ministria e Shëndetësisë/Ministria e Arsimit/Ministria e Financave/Nuk e di

A është ndryshimi i klimës i njëjtë me ndotjen e ajrit?

dukuri krejtësisht të ndryshme me ndotjen e ajrit/njëjtë si ndotja e ajrit/janë të lidhura ngushtë me ndotjen e ajrit, por janë dukuri të ndryshme/Nuk e di

Interesimi për temat lidhur me integrimin evropian të Maqedonisë së Veriut

(shkalla 5-pikëshe e tipit Likert ku 1 është "Aspak i/e interesuar" dhe 5 është "Shumë i/e interesuar")

Interesimi për tema lidhur me ndryshimet klimatike në Maqedoninë e Veriut

(shkalla 5-pikëshe e tipit Likert ku 1 është "Aspak i/e interesuar" dhe 5 është "Shumë i/e interesuar")

Rëndësia e temave si integrimi evropian i Maqedonisë së Veriut?

(shkalla 5-pikëshe e tipit Likert ku 1 është "Aspak e rëndësishme për mua" dhe 5 është "Shumë e rëndësishme për mua")

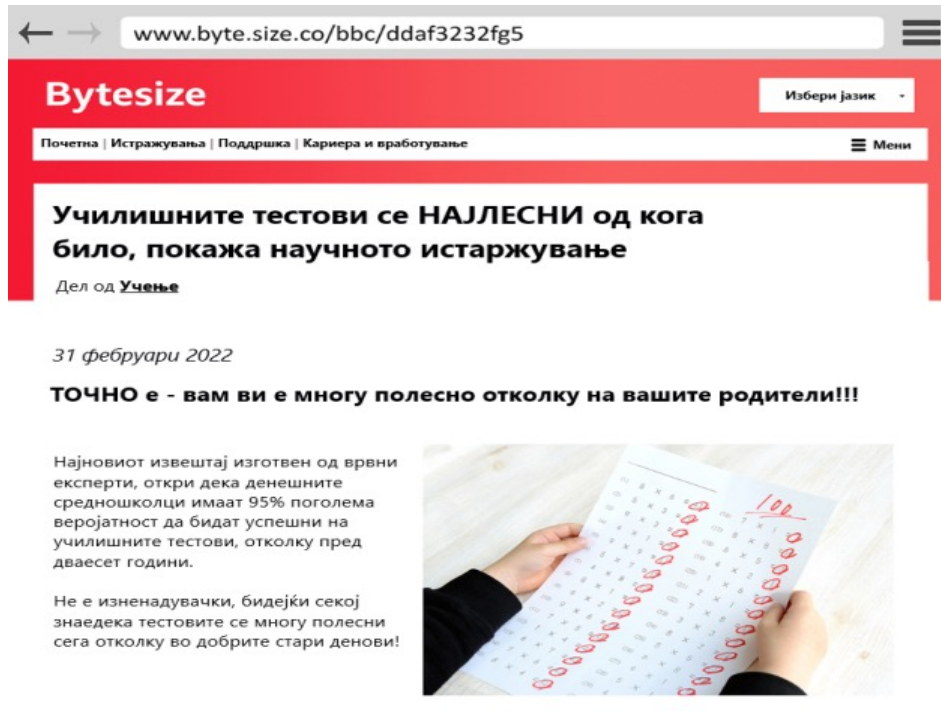
Rëndësia e temave si ndryshimet klimatike në Maqedoninë e Veriut?

(shkalla 5-pikëshe e tipit Likert ku 1 është "Aspak e rëndësishme për mua" dhe 5 është "Shumë e rëndësishme për mua")

KUIZ PYETJE

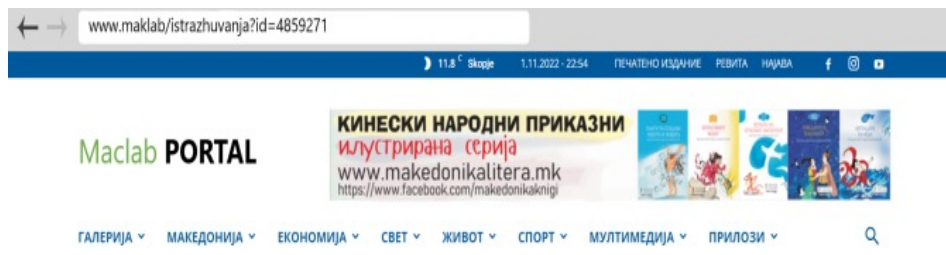
A mund të dalloni shenjat e lajmeve të rreme?

1. Lajme në internet me temë arsimit



The screenshot shows a news article on the Bytesize website. The URL in the browser is www.bytesize.co/bbc/ddaf3232fg5. The article title is "Училишните тестови се НАЈЛЕСНИ од кога било, покажа научното истражување" (School tests are the EASIEST since when ever, showed scientific research). The author is "Дел од Учење" (Part of Learning). The date is "31 февруари 2022". The main headline reads "ТОЧНО е - вам ви е многу полесно отколку на вашите родители!!!" (IT IS TRUE - it is much easier for you than for your parents!!!). The text states: "Најновиот извештај изготвен од врвни експерти, откри дека денешните средношколци имаат 95% поголема веројатност да бидат успешни на училишните тестови, отколку пред дваесет години. Не е изненадувачки, бидејќи секој знае дека тестовите се многу полесни сега отколку во добрите стари денови!" (The latest report prepared by top experts discovered that today's secondary school students have a 95% higher probability of being successful in school tests, compared to 20 years ago. It is not surprising, because everyone knows that tests are much easier now than in the good old days!). An image shows hands holding a test paper with a score of 100.

2. Lajme në internet mbi temën e integritet evropian të Maqedonisë së Veriut



The screenshot shows the Maclab PORTAL website. The URL is www.maklab/istrazhuvanja?id=4859271. The page features a banner for "КИНЕСКИ НАРОДНИ ПРИКАЗНИ илустрирана серија" (Chinese Folk Tales illustrated series) with the website www.makedonikalitera.mk. The navigation menu includes: ГАЛЕРИЈА, МАКЕДОНИЈА, ЕКОНОМИЈА, СВЕТ, ЖИВОТ, СПОРТ, МУЛТИМЕДИЈА, ПРИЛОЗИ. There is also a search icon.

ЕУ интеграциите се погрешен пат за Македонија

КАКО НИКОГАШ ДОСЕГА ГРАЃАНИТЕ СЕ РАЗОЧАРАНИ,
ПОКАЖУВА ПОСЕЛДНАТА АНКЕТА

Последната анкета спроведена од позната агенција за испитување на јавното мислење покажа дека дури 80% од граѓаните се незадоволни од состојбата во која се наоѓа земјата. Само 18% од граѓаните го одбрале одговорот дека „земјата се движи во добра насока“, а 95% не веруваат дека нивната економска состојба ќе се подобри во наредните 2-3 години во процесот на европската интеграција. Напротив, 83% од испитаните граѓани го бираат одговорот дека животот ќе стане „неподнослив“.

Наспроти поговорката дека „надежта последна умира“, се чини дека граѓаните веќе имаат изгубено секаква надеж дека состојбата во Македонија ќе биде подобра.



3. Lajmet në internet për ndryshimet klimatike

The screenshot shows the top of a news article on the Liber.mk website. The header is dark blue with the logo 'Liber.mk' and the tagline '...преи во Македонија'. The date '18.10.2022' and social media icons are in the top right. A navigation menu below the header lists categories: МАКЕДОНИЈА, БАЛКАН, СВЕТ, LIFE, ЗАБАВНА, ЕКОНОМИЈА, КУЈНА, АНАЛИЗА, СКОПЈЕ ЗА ПОЧЕТНИЦИ, and a search icon. The article title is 'Демонстрации на скопските улици кои ќе повикаат на одговорност за климатските промени'. The date '31 ноември 2021' is shown. The text discusses a forecast of heavy rain and a protest in Skopje related to climate change, mentioning the Paris Agreement and the COP21 summit.

Демонстрации на скопските улици кои ќе повикаат на одговорност за климатските промени

31 ноември 2021

Скопските метеоролози за денеска предвидуваа страшна прогноза со поројни дождови, но и покрај временските услови илјадници илјадници демонстранти се собраа во близина на местото на климатскиот самит на ОН. Тие ќе маршираат низ главните улици.

Се очекува вкупно 50.000 луѓе да повикат на поамбициозна акција за климатските промени на крајот на првата недела од конференцијата, на која присуствуваа светските лидери во понеделникот и вторникот. Целиот овој период ГЛАСНИТЕ критичари ги обвинуваат политичарите дека повеќе зборуваат отколку што дејствуваат бидејќи не ги исполнија ветувањата од КОП во Париз во 2017 година, кога првпат ветија дека ќе ги намалат емисиите на стакленички гасови во нивните земји. Политичарите за нив се со очи ширум затворени за ваква ВАЖНА работа, како што се климатските промени.

На протестите се присутни многу познати невладини организации.

