



BOTA DIGJITALE E GJENERATËS ALFA

Udhëzues për
edukimin mediatik
për prindër
dhe kujdestar



Botues: Forumi Rinor Arsimor | rr. Drenak 34 A, 1000 Shkup

Autorë: Tamara Qupeva, Irena Hristovska, Ana Poprizova

Redaktorë: Mihajlo Lahtov, Emira Lama, Teodora Stolevska,
Risto Saveski

Përkthim: Eniena Aeti

Lekturë: Lulzim Ademi

Dizajn grafik: KOMA

Shtëpia botuese: KOMA

Tirazhi: 300

Viti i botimit: 2023

Shkup, mars 2023.

Projekti i USAID-it për edukim mediatik „Të rinjtë mendojnë“ zbatohet nga ana e IREX-it sëbashku me Forumin Rinor Arsimor (FRA), Institutin Maqedonas për Media (IMM) dhe Institutin për Studime të Komunikacionit (ISK).

Ky udhëzues është mundësuar me mbështetjen e popullit amerikan përmes Agjencisë së Shteteve të Bashkuara për Zhvillim Ndërkombëtar (USAID). Përmbajtja është përgjegjësi e IREX-it dhe partnerit të tij lokal Forumit Rinor Arsimor dhe nuk pasqyron pikëpamjet e USAID-it ose të Qeverisë së Shteteve të Bashkuara të Amerikës.



6	Sfidat e epokës digjitale - të qenit prind modern	32	Si ndikojnë mediat në zhvillimin e fëmijëve?
10	Edukimi mediatik mësohet që në moshë të re	36	Rruga ndërmjet përmbajtjeve mediatike – gazetarisë, filmave, reklamave
14	Qytetaria digjitale dhe të menduarit kritik - hapat bazë për edukimin mediatik	48	Sfidat e komunikimit digjital
20	Çfarë do të thotë të jesh prind që njeh shkrim leximin mediatik?	56	Pasojat e varësisë nga interneti dhe varësisë nga pajisjet digjitale
24	Gjenerata alfa – në botën e aplikacioneve dhe informacionit	64	Rreziqet nga sjellja e fëmijëve në rrjetet sociale
28	Psikologjia e fëmijës në mjedisin digjital – identiteti dhe përkatësia ndaj një komuniteti	70	Diçka për në fund

*Kështu nis
rrugëtimi i
fëmijëve të
këtij brezi ...*



Të shtyrë nga kureshtja për të hulumtuar të panjohurën, me një “klikim” hapin dritaren drejt botës shumëngjyrëshe, botës virtuale të telefonit të tyre. Me të njëjtën dëshirë dhe energji për të mësuar gjëra të reja me të cilat ju, të dashur prindër dhe kujdestarë, hapët këtë faqe të parë. Me të njëjtat pyetje dhe dilema me të cilat hodhët hapat e parë në botën digjitale të brezit të cilit i përket fëmija juaj.

Këto përmbajtje nuk ofrojnë formulë të gatshme se si të jesh prind i mirë. Por përvojat autentike të ngulitura në secilën pjesë të këtij doracaku do t’ju ndihmojnë të bëheni bashkëbisedues dhe mik më i mirë, i cili di të flasë për TikTok, për YouTube, për Roblox, për lodrat dhe reklamat e kukullave dhe për shumë pyetje të tjera për të cilat që ndonjëherë mund të mos gjeni përgjigje.

Ky doracak është paraparë kryesisht për prindërit dhe kujdestarët e fëmijëve të moshës 5 deri në 10 vjeçare, por sigurisht që mund të jetë i dobishëm edhe për secilin që dëshiron të mësojë më shumë rreth edukimit mediatik. Temat e ndryshme dhe shembujt autentikë do t’ju ndihmojnë të kuptoni fëmijën dhe botën pas ekranit, por gjithashtu do t’ju japin udhëzime për ta ndihmuar atë të komunikojë me vetëdije dhe në mënyrë të sigurt nëpërmjet pajisjeve dhe platformave digjitale.

Pikërisht nga ajo botë ne veçuam më të rëndësishmen - si ndikojnë mediat te fëmijët që në zhvillimin e hershëm të fëmijërisë, si formohet identiteti i tyre, si të njohin dezinformimin, propagandën, dhunën, gjuhën e urrejtjes dhe si t’u qasemi sfidave dhe pasojave të varësive si dhe kërcënimeve në internet.

Për nevojat e këtij udhëzuesi, kemi kryer edhe një hulumtim me disa fokus grupe të prindërve dhe kujdestarëve të fëmijëve të kësaj moshe, si dhe anketë të shkurtër në të cilën janë përfshirë 182 pjesëmarrës. Rezultatet e fituara në një masë të madhe ofruan mbështetje në argumentimin e temave dhe konfirmim se po krijojmë materiale origjinale dhe autentike.

Ky është një doracak për çdo prind apo kujdestar modern. Besojmë se do të bëhet shprehia juaj e përditshme dhe do t’ju ofron mbështetja në çdo hap. Jini gjithmonë port i sigurt në oqeanin e madh të përmbajtjes mediatike, sepse ju jeni miku dhe mbështetja më e madhe e fëmijës tuaj.

Le të fillojmë së bashku udhëtimin tonë nëpër labirintet mediatike të botës digjitale të gjeneratës alfa!

SFIDAT E EPOKËS DIGJITALE - TË QENIT PRIND MODERN



Të jesh prind/kujdestar në këtë epokë të re të zgjerimit teknologjik dhe digjital është vërtet një sfidë e madhe. Të qenit prind modern kërkon njohuri, përkushtim, këmbëngulje, durim dhe mençuri. Teknologjitë e reja janë pjesë integrale e përditshmërisë së fëmijës suaj dhe brezit të tij. Pavarësisht nëse fëmija është në shtëpi, në shkollë apo ndoshta në shesh lojërash me miqtë e tij, ai është vazhdimisht në dispozicion nëpërmjet pajisjes celulare dhe është në lidhje të vazhdueshme me të gjithë botën.

A është e drejtë t'i ndalohej përdorimi i internetit, kompjuterit apo pajisjes celulare?! T'i ndërprisni plotësisht lidhjet e tij në internet?

Këto janë dilemat me të cilat përballen prindërit në këtë epokë digjitale.

Kjo mund të duket si zgjidhje për të gjitha frikët tuaja, por për fat të keq, **nuk e zgjedh problemin**. Edhe pse kjo teknologji nuk ka ekzistuar kur jeni rritur, kjo nuk do të thotë se nuk mund të zotëroni mjetet dhe mënyrat moderne të komunikimit, të mendoni në mënyrë kritike për përmbajtjen që plasohet dhe, që është më e rëndësishmja, t'ia transmetoni të gjitha fëmijës suaj.

Gjenerata alfa¹ shpesh di shumë më tepër për teknologjinë moderne sesa prindërit, kujdestarët, gjyshërit. Karakteristika më e rëndësishme e kësaj gjenerate është aftësia e përdorimit të pajisjeve moderne digjitale, por, për fat të keq, edhe shumë kohë e kaluar me to. Çdo gjë që u intereson ata do ta kërkojnë në internet, e jo në libra ose enciklopedi.

Ky brez menaxhon proceset dhe aplikacionet automatikisht dhe përdor nivel më të lartë të të menduarit (në të njëjtën kohë shikojnë, lexojnë, dëgjojnë dhe menaxhojnë një sërë përmbajtjesh / marrin, dërgojnë dhe krijojnë mesazhe mediatike). Telefoni i mençur është media e tyre më e përdorur - me të atë qasen në botën digjitale globale dhe botën



Karakteristika më e rëndësishme e kësaj gjenerate është aftësia e përdorimit të pajisjeve moderne digjitale, por, për fat të keq, edhe shumë kohë e kaluar me to. Çdo gjë që u intereson ata do ta kërkojnë në internet, e jo në libra ose enciklopedi.

¹ Gjenerata alfa janë fëmijët e lindur midis vitit 2010 dhe 2025. Ata integrojnë teknologjinë në jetën e tyre. Nuk kanë durim, sepse janë mësuar me teknologjinë, e cila i plotëson menjëherë të gjitha dëshirat dhe nevojat e tyre - prof. Dr. Dan Woodman (Dan Woodman), ekspert në kërkime sociologjike në Universitetin e Melburnit Class, gender and generation matter: Using the concept of social generation to study inequality and social change, (2015)

Fëmija juaj ka njohuri për teknologjinë, por i mungon përvoja e jetës që e keni ju



e rrjeteve sociale dhe video-lojërave. Ata përdorin YouTube për argëtim dhe edukim, TikTok për shikimin dhe krijimin e videove, Viber, Snapchat, Discord dhe Twitch - për të komunikuar me bashkëmoshatarët.

Fëmija i këtij brezi di shumë për funksionimin e pajisjeve digjitale dhe është e rëndësishme që të jeni në hap me to, të jeni prind që do të dijë të ofrojë përgjigje të vërtetë dhe të japë orientime të mira për funksionimin në botën digjitale. Mundohuni të kuptoni

mënyrën moderne të funksionimit dhe të njiheni me botën virtuale. Sa më mirë të jeni në të, aq më shumë fëmija juaj do t'ju konsiderojë si bashkëbisedues të mirë. Prandaj, gjeni kohë për të njohur më mirë teknologjinë që ai e ka në dispozicion dhe ndihmoheni atë ta përdorë në mënyrën e duhur, por mbi të gjitha, të sigurt.

Ndikimi i mediave mund të jetë i dëmshëm ose i dobishëm, në varësi të faktit nëse do të zhvilloni qëndrim pasiv ndaj mesazheve mediatike ose do të përpiqeni të zhvilloni qëndrim kritik ndaj tyre. Mund të keni edhe qasje analitike, duke ia parashtruar vetes pyetje: kush i krijon mesazhet mediatike dhe pse, çfarë ndikimi kanë ato te ne dhe si njerëz të ndryshëm e kuptojnë ndryshe përmbajtjen e tyre? Pavarësisht se sa i shkathët është një fëmijë në trajtimin e kompjuterit, tabletit dhe telefonit të mençur, ai shpesh konsumon përmbajtje pa qasje kritike dhe për këtë arsye është shumë shpesh i ndjeshëm ndaj manipulimeve që ndikojnë në të menduarit dhe sjelljen e tij.

Fëmija juaj ka njohuri për teknologjinë, por i mungon përvoja e jetës që ju, si prind ose kujdestar i tij, e keni.





EDUKIMI MEDIATIK MËSOHET QË NË MOSHË TË RE



Nocioni **edukim mediatik** u përcaktua në Konferencën Amerikane të Shkrim Leximit në vitin 1992 dhe përfaqëson aftësinë për të qasur, analizuar, vlerësuar dhe krijuar mesazhe mediatike në formë të ndryshme².

Fjala **medie** (lat. medium) në përkthim të fjalëpërfjalshëm do të thotë diçka që është në mes, pra diçka që përfaqëson mesin. Detyra kryesore e medias është të përcjellë informacion te publiku i gjerë³. Këtu vendosim të gjitha mjetet e komunikimit masiv (interneti, mediat transmetuese, shtypi)⁴.

Përmbajtjet mediatike janë mesazhet që krijohen, përdoren dhe transmetohen nëpërmjet mediave dhe platformave të komunikimit. Këto përfshijnë mesazhe me tekst, filma, fotografi, emisione televizive dhe radio, video-lojëra, postime në forume, lajme, bllogje, video dhe libra elektronikë. Sot, forma dhe përmbajtje të ndryshme mediatike përzihen dhe përputhen. Për shembull: versioni online i gazetës, përveç tekstit të shkruar, mund të përmbajë edhe imazhe, materiale video dhe audio, si dhe komente nga lexuesit. Kjo është arsyeja pse është shumë e rëndësishme të dini se si të kërkonit, të lexoni dhe të vlerësoni informacionin dhe mesazhet në formate të ndryshme. Telefoni i mençur është ndoshta shembulli më i mirë i konvergjencës⁵ së formateve dhe përmbajtjeve të ndryshme të mediave. Përveç të qenit telefon, ajo pajisje mund të përdoret si kompjuter dhe si pajisje për marrjen, shikimin dhe shkëmbimin e përmbajtjeve mediatike, si dhe për krijimin e tyre⁶.

Fëmijët që nga mosha më e vogël janë në kontakt me pajisjet digjitale, ndaj dhe përgjegjësia e të rriturve është më e madhe. Formimi i vetëdijes te një i ri varet nga mjedisi në të cilin ai rritet dhe media nuk mund të zëvendësojë ndërveprimin e drejtpërdrejtë me prindërit dhe kujdestarët. **Fillimisht, fëmijët duhet të përdorin mediat së bashku me anëtarët e tjerë të familjes, sepse**

² Përkufizim i Konferencës Amerikane të Shkrim Leximit, <https://www.medialit.org/reading-room/what-media-literacy-definitionand-more>

³ Mrdakovic, A. (2008), blog, <https://fmk11808.wordpress.com/>

⁴ Përkufizimi i mediave, në OxfordDictionaries.com, <https://www.oxfordreference.com/display/10.1093/oi/authority.20111201123450726;jsessionid=9FF486BD7BF7FCBEF597B1C7739800F4>

⁵ Përplekja për të përafuar disa veçori ose veti të dukurive.

⁶ Spisak, S. Djeca i mediji, knjižnica za roditelje i skrbnike. Agencija za Elektronicke Medije, Hrvatska, (2018), стр.5, <https://vdocuments.mx/djeca-i-mediji-djeca-i-mediji-knjižica-za-roditelje-i-skrbnike-djece-tekst-nacionalni.html?page=3>

Edukimi mediatik
fillon në familje,
si bërthamë
themelore, dhe kjo
nënkupton praninë,
interesimin,
mbështetjen,
mirëkuptimin dhe
mësimin



vështirë se mund të dallojnë faktet⁷ nga mendimet⁸. Si rriten, zhvillohet edhe aftësia e tyre për të dalluar realitetin nga trillimi, domethënë përmbajtjen e vërtet nga atë imagjinare. Mbrojtja e tyre është edhe më e rëndësishme duke pasur parasysh shfaqjen e shtuar të dhunës, bullizmit në internet, pornografisë, abuzimit seksual të fëmijëve, gjuhës së urrejtjes, stereotipave, marketingut të tepruar dhe të gjitha fenomeneve të ngjashme të kohës së sotme.

Mbrojtja e fëmijëve dhe krijimi i edukimit mediatik që në moshë të re është detyrë ndërdisiplinore për shumë palë të interesuara në shoqëri. Fillon me thelbin bazë – familjen, vazhdon me sistemet arsimore, kulturën, median dhe deri te organet qeverisëse dhe organizatat mbi-kombëtare dhe ndërkombëtare⁹.

Edukimi mediatik fillon në familje, si bërthamë themelore, dhe kjo nënkupton praninë, interesimin, mbështetjen, mirëkuptimin dhe mësimin. Një angazhim i tillë rezulton në përfitime si për të rriturit ashtu edhe për fëmijët:

- Prindërit dhe kujdestarët janë më të qetë, sepse e dinë që fëmija po ecën në rrugë të sigurta në hapësirat mediatike.
- Fëmijët kanë mbështetje të vazhdueshme dhe mundësi për t'u rritur në individë autonome me mendim kritik, vetëbesim dhe informacion se si të lëvizin, të mbrohen, të sillen dhe të shfrytëzojnë sa më shumë ofertën e pafundme mediatike.

7 Faktet mund të kontrollohen dhe të vërtetohet nëse pretendimi i bërë është i vërtetë apo i rremë. Duke vepruar kështu, ju duhet të jeni në gjendje të mbështesni të vërtetën e pretendimit me prova. Më shumë në: Doracak i edukimit mediatik. Mësojmë të njohim. IREX, (2021), f.126 <https://www.irex.org/sites/default/files/Learn%20to%20Discern%20Trainers%20Manual%20%E2%80%93%20N.%20Macedonia%20YouThink.pdf>

8 Mendimi është besim ose pikëpamje. Mundet, por nuk është doemos të bazohet në fakte dhe nuk mund të provoni se vetë mendimi është i drejtë ose i gabuar Doracak i edukimit mediatik. Mësojmë të njohim. IREX, (2021), f.126 <https://www.irex.org/sites/default/files/Learn%20to%20Discern%20Trainers%20Manual%20%E2%80%93%20N.%20Macedonia%20YouThink.pdf>

9 Медиумски регулаторни тела и заштита на малолетниците.pdf, AABMY, (2019), f.39, <https://avmu.mk/wp-content/uploads/2017/05/>



QYTETARIA DIGJITALE DHE TË MENDUARIT KRITIK - HAPAT THEMELORE PËR EDUKIMIN MEDIATIK



Nëse interneti është në dispozicion kudo dhe kemi furnizim të pafund mediatik, duhet të mësojmë ta përdorim atë në mënyrën më të mirë të mundshme. Kjo kërkon më shumë kontroll dhe **të kuptuarit më të mirë të jetës sonë digjitale.**

Qytetaria digjitale tregon se si përdoruesit e internetit sillen dhe komunikojnë në internet. Kjo është në thelb sjellja që ne përvetësojmë kur ndër veprojme në internet me përdorues të tjerë për tema të ndjeshme sociale ose politike.



Në internet kemi drejta dhe obligime të njëjta sikur në jetën reale

Mundohuni t'i shpjegoni fëmijës tuaj se të drejtat dhe detyrat që ne kemi në jetën e vërtetë janë të njëjta në internet. Sjellja jonë dhe ndërveprimet tona përcaktojnë imazhin tonë në internet.

Megjithatë, mënyra se si ne komunikojmë në internet nuk kufizohet në sjelljen tonë apo postimet tona. Mënyra se si ne mbrojmë privatësinë tonë, postimet tona, detajet e jetës sonë private, fjalëkalimet, vendndodhjen ose të kaluarën tonë janë të dhëna për atë imazh.

Të mendosh në mënyrë kritike do të thotë të jesh kureshtar dhe të përdorësh metoda kërkimore: të parashtrosh pyetje dhe të kërkossh gradualisht përgjigje

Të menduarit kritik është një mënyrë sjelljeje dhe të menduar që nuk është e lindur, por e mësuar. Të mendosh në mënyrë kritike do të thotë të jesh kureshtar dhe të përdorësh metoda kërkimore: të parashtrosh pyetje dhe të kërkossh gradualisht përgjigje. Mendimi kritik vepron në nivele të shumta dhe bazohet në përvojën sociale të individit. Nuk është vetëm pranimi i ideve, por perceptimi i arsyeve dhe implikimeve të fakteve¹⁰.

Të menduarit kritik nuk është vetëm një aftësi, por paraqet një grup aftësish. Termi “të menduarit kritik” nënkupton që fëmijët ndonjëherë shkojnë përtej kërkimit aktiv të informacionit dhe bëjnë diçka më shumë: kombinojnë atë që mësojnë me përvojën e tyre, krahasojnë atë me vepra të tjera, shqyrtojnë besueshmërinë ose ndikimin e tyre, shqyrtojnë logjikën e argumenteve, nxjerrin konkluzione, ndërtojnë shembuj të rinj dhe gjejnë zgjidhje për problemet që mund të lindin.

¹⁰ Heyman, D. G, National Library of Medicine, (2008), <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2951681/>



Për ta motivuar
fëmijën tuaj që të
përdorë mediat në
mënyrë produktive
dhe të përgjegjshme,
shpjegoni atij se celulari
mund të përdoret si
mjet për të bërë vepra
të mira për veten dhe
për komunitetin



SI ZHVILLOHET TË MENDUARIT KRITIK?

Të menduarit kritik është një formë më e lartë e të menduarit dhe është më karakteristike për adoleshentët më të rritur sesa për fëmijët e moshës parashkollore dhe shkollore. Megjithatë, edhe fëmijët më të vegjël janë të aftë për disa forma të të menduarit abstrakt dhe simbolik që lidhen me të menduarit kritik. Në përputhje me zhvillimin e tyre mendor, fëmijët më të vegjël përfshihen me kënaqësi në zgjidhjen e problemeve dhe vendimmarrje në mënyrën e tyre unike dhe me një hijeshi të veçantë. Me pyetjet e tyre, të cilat janë shprehje e kuriozitetit të natyrshëm, ata prezantojnë qasje alternative, të cilat ndryshojnë këndin e zakonshëm të shikimit të fenomeneve, koncepteve dhe informacionit. Kjo është arsyeja pse është e rëndësishme që të mbështetet dhe inkurajohet çdo formë e të menduarit kritik dhe pyetjes.

Baza për krijimin e të menduarit kritik është zhvillimi i aftësisë për empati¹¹ dhe për të vënë në pikëpyetje mendimin e vet. Është aftësia për të parë jo vetëm ngakëndvështimi i dikujt, ngapozicioni i tij, por edhe ngakëndvështime dhe pikëpamje të ndryshme, nga pozicioni i bashkëmoshatarëve, të rriturve ose nga burime të tjera të të mësuarit. Kjo aftësi shfaqet në moshën shtatë deri në nëntë vjeçare dhe zhvillohet në mënyrë intensive deri në moshën njëmbëdhjetë vjeçare, kurse pastaj vazhdon të zhvillohet deri në fund të jetës.

Sot, me rritjen e popullaritetit të mediave sociale, aktivizmi i mediave sociale po bëhet gjithashtu i popullarizuar. Aktivizmi mediatik mund të përkufizohet thjesht si një lloj aktivizmi që përdor mediat si mjete kryesore të komunikimit.

Me përmirësimin e teknologjive të komunikimit, informacioni mund të përhapet shumë lehtë. Platformat si Instagram-i, Facebook-u dhe Twitter-i i ndihmojnë përdoruesit të përfshihen në trendet – duke pëlqyer, etiketuar,

¹¹ **Ndjeshmëria** përkufizohet si aftësia dhe vetëdija për të kuptuar emocionet/mendimet/përvojat e njerëzve të tjerë dhe për t'u përgjigjur në përputhje me rrethanat. Të kesh ndjeshmëri për dikë do të thotë që ne mund të «fusim veten në vendin e dikujt tjetër», domethënë të mundemi të paramendoni se si do të ndiheshit nëse do të ishit në të njëjtën situatë, Këshilli Mësimdhënës për Shëndetin Publik, Dr. Andria Štapmar, <https://stampar.hr/hr/novosti/empatija>

komentuar, abonuar dhe ngjashëm. Ky lloj angazhimi shkakton në rritje të aktivizmit të mediave sociale.

Për ta motivuar fëmijën tuaj që të përdorë mediat në mënyrë produktive dhe të përgjegjshme, shpjegoni atij se celulari mund të përdoret si mjet për të bërë vepra të mira për veten dhe për komunitetin, nëpërmjet këtij mjeti fëmija mund të aktivizohet për një mjedis më të shëndetshëm dhe më të pastër, për të drejtat e bashkësive më të vogla dhe të rrezikuara apo për kushte më të mira për të rinjtë. Ja një shembull nga mjedisi ynë i afërt që mund t'ju ndihmojë të kuptoni këtë mundësi të dobishme. Shikoni me fëmijën tuaj videon për studentin aktivist, i cili përdor telefonin e tij si mjet për të rritur ndërgjegjësimin mjedisor dhe për të nisur ndryshime pozitive. Videoja është një shembull i shkëlqyer i aktivizmit studentor, por edhe i përdorimit të dobishëm të celularëve¹².

Ky shembull mund t'ju ndihmojë të filloni së bashku veprime dhe lloje të tjera aktiviteteve që do të zhvillojnë ndjenjën e qytetarisë aktive te fëmija.

Nëse nuk dimë të mendojmë në mënyrë kritike, atëherë nuk jemi vërtet të lirë. Jemi vetëm robër të pavetëdijshëm të manipulimeve mediatike, politike, ekonomike dhe të gjitha manipulimeve të tjera



PSE KENI NEVOJË PËR TË MENDUARI KRITIK?

Në çdo moment dhe nga të gjitha anët ne jemi të ekspozuar ndaj sasive të mëdha të informacionit. Nëse nuk dimë të mendojmë në mënyrë kritike dhe analitike, të pyesim veten, të lexojmë dhe dëgjojmë me kujdes - është e pamundur të gjerohet se cilat nga ato informacione janë të vërteta dhe dashamirëse dhe cilat janë trillime dashakeqe. Ne bëhemi pre e manipulimeve dhe bëhemi objektivi i dikujt. Nëse nuk dimë të mendojmë në mënyrë kritike, atëherë nuk jemi vërtet të lirë. Jemi vetëm robër të pavetëdijshëm të manipulimeve mediatike, politike, ekonomike dhe të gjitha manipulimeve të tjera.

Ai që nuk di të mendojë në mënyrë kritike, shpesh merr përfundime të gabuara dhe vendime të gabuara, gjë që është shenjë e papërgjegjshmërisë ndaj vetes dhe shoqërisë.

¹² Së bashku me fëmijën tuaj, shikoni videon e shkurtër për nxënësin që përdor telefonin e tij si mjet për të rritur ndërgjegjësimin shoqëror dhe përgjegjësinë sociale për të gjithë (Eko për eho (jehonë) mes nxënësve të shkollës filllore: <https://www.facebook.com/watch/?v=874044077099701>)

SI REAGON AI QË QASET NË MËNYRË JO KRITIKE NDAJ NDOJË INFORMACIONI?

- Aspak nuk mendon për të vërtetën apo të pavërtetën e asaj që sheh, dëgjon apo lexon;
- Acarohet, inatoset, zemërohet dhe bind të tjerët;
- E ndan zemërimin e tij me miqtë dhe të njohurit;
- Klikon butonin “shpërndaj” dhe shpërndan informacionin (dhe pakënaqësinë e tij) në rrjetet sociale pa dyshuar as për të vërtetën e tij;
- Disa madje shkojnë deri aty sa bëjnë thirrje për revoltë, rebelim, organizim në grupe të ndryshme.

SI REAGONJË ATA QË I QASEN INFORMACIONIT NË MËNYRË KRITIKE?

- **Ndalon** pasi të lexojë/të dëgjojë/të shikojë;
- I njeh dhe i **zbut emocionet e veta**;
- E **kalon** informacionin **përmes gjashtë filtrave të tij të mendimit kritik**, gjegjësisht ia **parashtron vetes gjashtë pyetje kyçe**:
 1. **KUSH** e tha (e shpalli) këtë? A është dikush që njoh, dikush të cilit i besoj, një figurë autoriteti? A ka rëndësi kush e ka thënë (e ka publikuar) këtë?
 2. **ÇFARË** u tha (publikua)? A janë këto fakte të verifikuara apo është mendim dhe interpretim i dikujt? A mund të jetë diçka e paprovuar apo e fshehur? A iu dha mundësia të ftuarve për t’iu përgjigjur kësaj?
 3. **KU** është thënë/shkruar (botuar)? Publike apo private? Në fytyrë apo pas shpine? Në medie që i besoj apo medie që e ka tradhtuar besimin tim shumë herë?
 4. **KUR** është thënë (publikuar)? Kur ndodhi në të vërtetë? Para ngjarjes? Pas ngjarjes?
 5. **PSE** është thënë kjo? A shpjegon apo zbulon diçka? A është botuar për të na mësuar diçka? Për të na bindur të bëjmë diçka të mirë apo të keqe?

6. **SI** është thënë/publikuar? (në mënyrë të shkruar, me gojë, të thjeshtë, akuzuese, fyese, gëzueshme, sarkastike, ironike, të zemëruar, lajkatar)¹³

➤ **Mendon** për përgjigjet e këtyre pyetjeve.

➤ **Krijon mendimin e vet** bazuar në përgjigjet dhe vlerësimin e informacionit.

MBANI NË MEND

Vetëm një prind që di të mendojë në mënyrë kritike mund ta mësojë fëmijën e tij të mendojë në atë mënyrë! Mbështetni dhe zhvilloni kuriozitetin e fëmijës suaj!

Nxiteni fëmijën të parashtrojë pyetje të hapura!

SI?

Duke bërë pyetje të hapura dhe duke ndezur kureshtjen, analizën, kritikën dhe kreativitetin.

Mbështeteni atë kur përpiqet të gjejë zgjidhje për çështjet sociale përmes krijimtarisë së tij. Inkurajoni aktivizmin në mënyrë krijuese, duke ndjekur parimet morale dhe kodin etik.

Në këtë fazë të zhvillimit të fëmijës, talentet e tij të veçanta njihen lehtësisht dhe detyra juaj është ta motivoni atë të përdorë mediat digjitale në mënyrë krijuese.

¹³ Juricic D. (2017), Cijelozivotno obrazovanje, lidhja: <http://decijkutak.weebly.com/prona273i-saznaj/kriticko-misljenje-dinka-juricic>

ÇFARË DO TË
THOTË TË JESH
PRIND QË NJEH
SHKRIM LEXIMIN
MEDIATIK?



Edukimi mediatik është një nga kompetencat kryesore në shekullin e 21. Duke marrë parasysh rëndësinë e madhe të mediave dhe teknologjive të reja mediatike në shoqërinë moderne, mund të thuhet se **nuk ka shkrim lexim funksional pa shkrim lexim mediatik**. Me edukimin mediatik, roli i medias në shoqëri kuptohet më mirë, por është gjithashtu më e lehtë për të zotëruar aftësitë bazë të ekzaminimit dhe të vetë-shprehjes që janë të nevojshme për qytetarët që jetojnë në një shoqëri demokratike.¹⁴

Si për fillim, ju ofrojmë disa këshilla të përgjithshme, por shumë të rëndësishme:

- Ndihmoheni fëmijën tuaj të zgjedhë përmbajtjen e duhur digjitale (video-lojëra, filma vizatimorë, aplikacione, faqe interneti dhe ueb vegla) që janë të parapara për fëmijë (p.sh. YouTube Kids, shfletuesi i internetit për fëmijë (Kiddle), Google profil për fëmijë nën 13 vjeç, etj.);
- Përpara se të shkarkoni (ju/fëmija juaj) ndonjë aplikacion ose lojë nga interneti, kontrolloni nëse është e paraparë për moshën e fëmijës (kushtojini vëmendje kufizimeve të moshës të cilat zakonisht tregohen qartë), informohuni dhe lexoni komentet dhe përvojat të përdoruesve të tjerë;
- Testoni aplikacionet dhe rishikoni përmbajtjen digjitale përpara se fëmija juaj të fillojë ta përdorë atë;
- Mbështetni fëmijët të mësojnë nga ajo që bëjnë, shohin dhe ndajnë në mediat digjitale;
- Zgjidhni përmbajtje edukative që inkurajon zhvillimin intelektual, socio-emocional, gjuhësor (lojë, logjikë, imagjinatë dhe kreativitet), por edhe zhvillimin fizik (aftësitë motorike dhe koordinimin e lëvizjeve);
- Parashtroni fëmijës pyetje rreth përmbajtjes që po shikon. Komunikimi i dyanshëm ka rol kyç në zhvillimin e të folurit. Përdorimi pasiv i teknologjisë nuk inkurajon zhvillimin e gjuhës;

¹⁴ Doracak për edukim mediatik. Mësojmë të njohim, IREX, (2021), f.12. <https://www.irex.org/sites/default/files/Learn%20to%20Discern%20Trainers%20Manual%20%E2%80%93%20N.%20Macedonia%20YouThink.pdf>

- Inkurajoni fëmijët të përdorin mjetet e internetit për të krijuar përmbajtje digjitale (në mënyrë të pavarur ose në bashkëpunim me të tjerët) në vend që të jenë konsumatorë pasivë të informacionit;
- Merrni pjesë në aktivitete online bashkërisht, kënaquni, luani dhe mësoni së bashku me fëmijën tuaj.

MBANI NË MEND

Fëmija juaj do t'i kuptojë mediat kur të mund të njohë dallimin midis botës së vërtetë dhe asaj virtuale, vijën midis identitetit të tij të vërtetë ("kush jam unë i vërtetë", "ajo që jam unë në të vërtetë") dhe atij virtual, kopicit të tij (profili personal në rrjetet sociale, në kanalin YouTube, në video-lojërat).

Paraqisni atij botën virtuale si një kryqëzim të madh rrugësh që kaloni së bashku çdo ditë, kur shkoni në punë, në dyqan apo në shkollë. Tingujt nga njerëzit, makinat, zogjtë janë në fakt informacioni që marrim ndërsa jemi online. Në atë zhurmë duhet të mësojmë të lëvizim me kujdes, në mënyrë të sigurt dhe të besueshëm. Të jemi të vetëdijshëm për rreziqet, por edhe të mësojmë dhe shijojmë gjërat e dobishme.

Kur flisni së bashku për mediat, gjithmonë fëmijën motivoni të kuptojë se mediat mund të jenë mundësi për të njohur kultura të ndryshme, mjet për komunikim më të shpejtë dhe burim i përmbajtjeve interesante, fakteve shkencore, sfidave krijuese në video-lojërat, por ndihmoheni gjithashtu të kuptojë dhe se bota digjitale, përveçse një botë informacioni dhe edukimi, është edhe një botë manipulimi me shumë kurthe.



GJENERATA ALFA - NË BOTËN E APLIKACIONEVE DHE INFORMACIONIT



Fëmija juaj është fëmijë i gjeneratës alfa, një nga 264.056 fëmijë të kësaj gjenerate, i lindur në Maqedoninë e Veriut¹⁵. Deri në vitin 2025, do të jetë një nga 2.5 miliardë fëmijë që jetojnë në këtë botë.

Fëmijët e gjeneratës alfa jetojnë në bollëk informacioni të cilit mund t'i qasen vetëm me një "klik"



➤ Gjenerata alfa është brezi që ka lindur pas vitit 2010. Është emërtuar sipas shkronjës së parë të alfabetit grek, alfa, nga sociologu australian Mark McCrindle¹⁶;

➤ Ky është brezi i parë i vërtetë i shekullit 21 që lind në një mjedis plotësisht digjital. Quhen edhe “brezi i qelqit” (Glass generation), brezi i “gishtit të madh” (mund ta merrni me mend pse), ekrano-ejxhera dhe vendas digjitalë¹⁷.

Për ta, bota fizike dhe digjitale kanë të njëjtën formë dhe shpesh, kanë një marrëdhënie të barabartë me këto dy realitete;

➤ Për shkak të qasjes në teknologji që në moshë të vogël, fëmijët e këtij brezi mendojnë ndryshe. Ata kanë lindur në botën e iPhone-it, YouTube-it dhe TikTok-ut. Jetojnë në një bollëk informacioni të cilit mund t'i qasen vetëm me një “klik”;

➤ Fëmijët që i përkasin këtij brezi luajnë, mësojnë dhe komunikojnë ndryshe nga të gjithë brezat e mëparshëm. Lëvizjet automatike të kërkuara nga softueri i vetë aplikacioneve lejojnë qasje më të lehtë në informacion dhe përmbajtje argëtuese multimediale. Mjeti kryesor janë gishtat e tyre, me të cilët lëvizin nëpër ekran duke hulumtuar hapësira të reja, të udhëhequr nga logjika e tyre intuitive dhe kurioziteti i lindur.

¹⁵ Enti Shtetëror për Statistika, fëmijë të porsalindur në periudhën 2010-2021. <https://www.stat.gov.mk/PrikaziSooptenie.aspx?rbtxt=8> . Vizituar më 7.12.2022

¹⁶ McCrindle, M. Understanding Generation Alpha, Research Pty Ltd. (2020) <https://generationalpha.com/wp-content/uploads/2020/02/Understanding-Generation-Alpha-McCrindle.pdf>

¹⁷ Tootell, H. F.M. & Freeman, A. (2014). Generation alpha at the intersection of technology, play and motivation. In R. H. Sprague Jr (Eds.), 47th Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS) (pp. 82-90). United States: The Institute of Electrical and Electronics Engineers Inc

PSE E KEMI TË VËSHIRË TA KUPTOJMË ATË BOTË TË TYRE?

Fëmijët e brezit alfa janë të lidhur globalisht, më shumë se çdo brez tjetër në historinë njerëzore. Bota e tyre është ndërvepruese dhe e hapur, plot përmbajtje, lojëra dhe video nga të gjitha kontinentet dhe kombet. Ata do të kenë një llojllojshmëri më të gjerë kulturor në pikëpamjet dhe qëndrimet e tyre. Flasin gjuhën digjitale simbolike të natyrshme në aplikacionet elektronike. Ajo gjuhë është universale. Lehtësisht i kuptojnë kërkesat e aplikacionit, rregullat e luajtjes së video-lojërave, si të kërkojnë përmbajtje. Në të njëjtën kohë, janë edhe folës dygjuhësh, sepse në mënyrë aktive mësojnë dhe flasin gjuhë të dytë (anglishten, e disa prej tyre mësojnë edhe shprehje fjalësh nga gjuhë të treta në mënyrën më të menjëhershme).

Ata janë endacakë në hapësirën e pafund të internetit.





**PSIKOLOGJIA E
FËMIJËS NË MJEDISIN
DIGJITAL - IDENTITETI
DHE PËRKATËSIA
NDAJ NJË
KOMUNITETI**



Maksima “Fëmija është babai i njeriut”¹⁸ vazhdimisht na kujton se **zakonet dhe sjelljet e fituara në fëmijëri formojnë personalitetin e secilit prej nesh.**

Që në vitin 1923, Frojdi theksoi rolin e pazëvendësueshëm të fëmijërisë dhe të qenit prind në formimin e personalitetit. Fëmijëria krijon një ego që duhet të jetë pa ankth, cenueshmëri dhe konflikt të brendshëm¹⁹.

Se si do të zhvillohet personaliteti i tij varet nga qëndrimi dhe reagimet e prindit dhe kujdestarëve ndaj sjelljes së tij. Do ta ndihmoni të jetë i sigurt në vetvete, autonom dhe me identitetin e tij, ose do të krijojë konflikte dhe dilema që do të jenë pengesë dhe burim problemesh për të gjatë gjithë fazave të zhvillimit të jetës.

Vitet e kaluara në shkollë janë një periudhë shumë e rëndësishme në zhvillimin e një personi. Ndryshimet që ndodhin gjatë kësaj periudhe lënë pasojë të qëndrueshme në formimin e identitetit. Fëmijët nga moshë 5 deri në 10 vjeçare fillojnë të zbulojnë anët e ndryshme të shoqërisë, normat dhe rregullat e botës sociale, të cilat mund të ndryshojnë nga normat dhe rregullat e sjelljes në familje. Përmes përvojave të reja, ata rrisin kompetencat e tyre për të ndërvepruar me botën dhe ndërtojnë pavarësi më të madhe.



**Fëmija nuk është
vetëm pjesëtar
i familjes dhe i
komunitetit shoqëror.
Ai është gjithashtu
anëtar i një shoqërie
virtuale digjitale**

Në epokën e re digjitale, një rol shumë të rëndësishëm luan edhe hapësira virtuale, sepse aty fëmijët çdo ditë mësojnë forma të reja sjelljeje dhe përballen me sfida të reja që ndikojnë në përcaktimin e personalitetit të tyre. **Komunikimi digjital, i krijuar nëpërmjet pajisjeve të informacionit, ka ndikim të madh në procesin e formimit të identitetit.** Fëmija nuk është vetëm pjesëtar i familjes dhe i komunitetit shoqëror. Ai është gjithashtu anëtar i një shoqërie virtuale digjitale që e lidh atë me “shoqëri” të reja të vogla në të cilat është subjekt i ndikimeve të ndryshme. Ato ndikime të brendshme dhe të jashtme modelojnë sistemin nervor, i cili do të varet nga

¹⁸ Vargu nga poezia e William Wordsworth (William Wordsworth) “Zemra ime Hap Sytë”/„My Heart Leaps Up“, nga viti 1802, është përdorur shpesh në shpjegimet popullore të rëndësisë së fëmijërisë si një përcaktues i personalitetit të mëvonshëm. <https://poets.org/poem/my-heart-leaps>

¹⁹ Freud, S. (1923). The Ego and the Id. The Standard Edition of the Complete Psychological Works of Sigmund Freud, Volume XIX (1923- 1925): The Ego and the Id and Other Works, 1-66 <https://www.sigmundfreud.net/the-ego-and-the-id-pdf-ebook.jsp>

mënyra se si fëmija do ta përjetojë botën, realitetin, mjedisin dhe veten²⁰. Para nesh është sfida se si ta përgatisim atë për këtë botë virtuale dhe ta bëjmë jetën e tij më të sigurt atje.

MBANI NË MEND

Rregullat do të jenë më afër fëmijës nëse shprehen në gjuhë të njohur për të. Proveni ta bëni këtë në gjuhën e tij dhe së bashku me të, të krijoni një “bllok shenimesh” për përdorimin e internetit që do të qëndrojë në një vend të përshtatshëm në dhomën e ndenjes. Mos e përjashtoni veten nga rrethi. Merruni vesh që këto **rregulla** të vlejné për të gjithë në familje:

- Mendoni mirë përpara se të postoni diçka dhe para se të bëni “pëlqim”. Mos e shpërndani postimin derisa të keni verifikuar vërtetësinë e tij.
- Mos ia jepni askujt fjalëkalimet tuaja.
- Mos i ndani të dhënat tuaja personale në internet: adresën, numrin e telefonit, vendin ku studioni, sa fitojnë prindërit tuaj, nëse jeni vetëm në shtëpi, numrin e kartës së kreditit të prindërve tuaj. Këtë nuk e bëni as në botën reale, nuk ka asnjë arsye për ta bërë atë në internet.
- Zgjidhni me kujdes në cilat lojëra grupore dhe internet biseda merrni pjesë.
- Zgjidhni me kujdes me kë luani lojëra në internet.
- Mos u përfshini në biseda në internet me të panjohur.
- Nesër je në shkollë/punë. Mos qëndro shumë gjatë në kompjuter ose në telefon.

Inkurajoni fëmijët t’ju kërkojnë ndihmë në çdo situatë kur ata ndihen të pasigurt, të frikësuar ose të shqetësuar. Të gjithë duhet të jemi të vetëdijshëm se ndonjëherë bëjmë gabime. Por në vend të ndëshkimit, ato gabime duhet të jenë shembuj nga të cilët do të mësojmë.

²⁰ Weyandt, L. at all. Neuroplasticity in children and adolescents in response to treatment intervention: A systematic review of the literature. Clinical & Translational Neuroscience. July-December 2020: 1–21

Çdo person prirët të pranohet nga komuniteti në të cilin jeton dhe funksionon. Për ju, si prind apo kujdestar, një nga sfidat e rëndësishme është se si ta ndihmoni fëmijën tuaj të pranohet nga mjedisi. Jini të vetëdijshëm se, në këtë proces, ka rrethana që janë jashtë kontrollit tuaj, por disa, si qëndrimi i fëmijës ndaj mediave dhe mënyra se si ai ndër vepron me atë botë, është diçka për të cilën duhet të punoni vazhdimisht.

Pyetja kyçe është: **Si mund të fitojë fëmija juaj aftësitë e nevojshme sociale, kulturore dhe digjitale dhe të jetë pjesë e grupit të bashkëmohatarëve të tij, por gjithashtu edhe të komunitetit më të gjerë?**

Familja dhe shkolla nuk janë transmetuesit e vetëm të sistemit të vlerave që fitojmë në jetë. Në botën moderne, mediat dhe industria e mediave janë një faktor dominues i ndikimit.

Duke marrë parasysh natyrën specifike të fëmijës dhe zhvillimin e tij emocional, është e rëndësishme që ai të fitojë aftësi dhe njohuri me të cilat do të jetë në gjendje të përballet dhe të merret me lloje të ndryshme të përmbajtjeve mediatike. Rezistenca ndaj llojeve të ndryshme të ndikimeve të jashtme, përfshirë mediat, është një proces afatgjatë dhe kjo rezistencë krijohet përmes komunikimit të përditshëm me fëmijën. Këtë nuk mund ta arrini duke këshilluar vazhdimisht, duke përcjellë frikën tuaj (personale) dhe duke kryer detyrat e punës për të.



Kjo mund të bëhet duke e përfshirë atë në procese dhe detyra që do t'i kërkojnë të përballet me përvoja të reja, të zgjedhë dhe të marrë vendime, situata në të cilat do të masë dhe kontrollojë mundësitë dhe aftësitë e tij. Në

Fëmija që është i qëndrueshëm nga aspekti emocional dhe psikologjik dhe mendon në mënyrë të pavarur është më i kujdesshëm dhe më i vetëdijshëm për sfidat dhe pasojat.

këtë mënyrë, ju do ta ndihmoni të zhvillojë aftësitë e jetës që do ta ndihmojnë të ndërgjegjësohet për veten dhe rrethinën e tij. Me këtë qasje, e mbështesni për të krijuar integritet personal, i cili është një aspekt i rëndësishëm i personalitetit.

Stabiliteti emocional dhe psikologjik janë shumë të rëndësishëm dhe do të lehtësojnë rrugën e fëmijës nëpërmjet përmbajtjeve mediatike dhe do ta ndihmojnë atë të përballet me përvoja të ndryshme në internet. Fëmija që është i qëndrueshëm nga aspekti emocional dhe psikologjik dhe mendon në mënyrë të pavarur është më i kujdesshëm dhe më i vetëdijshëm për sfidat dhe pasojat.

SI NDIKOJNË MEDIAT NË ZHVILLIMIN E FËMIJËVE?



Në ndërveprimin e përditshëm në internet, identiteti i fëmijës suaj mbahet peng nga rrjetet sociale, të kontrolluara nga algoritmet dhe mekanizmat softuerikë të aplikacioneve, të cilat thjesht mund të menaxhojnë vëmendjen, interesat, nevojat, dëshirat dhe shoqërimin e tij.

Mediat online ndonjëherë, për disa qëllime, përdorin metoda për të manipuluar emocionet tona:

- Përmbajtje të rreme që shkaktjnë frikë, zemërim, inat, trishtim, pasiguri;
- Manipulimi me fotografi që të “klikohet” në përmbajtje (fotografi të rreme që ndryshojnë kontekstin ose nuk kanë lidhje me përmbajtjen);
- Sfida në rrjetet sociale që mund të jenë të rrezikshme për shëndetin fizik dhe mendor të fëmijëve (sfida të regjistruara në internet, modele negative të sjelljes – përfshirja në situata dhe përvoja të rrezikshme, lëndimi i të tjerëve ose vetëdëmtimi);
- Idealizim (video përmbajtje me modele joreale, pamja fizike, estetika e hapësirës).

Duhet të keni parasysh faktin se industria mediatike udhëhiqet nga parimi i **leverdisë** dhe **fitimit komercial**, pra, në këtë mënyrë fëmija në kontakt me median është edhe përdoruesi ose grupi i tyre i konsumatorëve. Mjetet me të cilat ata e realizojnë këtë qëllim janë: **argëtim, reklama, spektakël, sensacionalizëm, pornografi...**

“Dhuna, si dhe stereotipat për bukurinë, gjininë, modën, tërheqjen, vlerën, muzikën dhe videoklipet kanë një ndikim të madh në shoqërimin dhe ndërtimin e identitetit të fëmijëve²¹.”

Në një bollëk të tillë përmbajtjesh, rruga e fëmijës përmes përmbajtjeve mediatike paraqet një përballje të përditshme me shumë sfida, ndër të cilat më të shpeshtat janë:

- **Përmbajtje të papërshtatshme** në internet (dhunë, gjuhë urrejtjeje, fotografi eksplicite dhe/ose shqetësuese, sfida të ndryshme që e ekspozojnë fëmijën ndaj veprimeve të rrezikshme dhe të pasigurta).

²¹ Zgrabljic Rotar, N, Medijska pismenost i civilno drustvo (2007), Sarajevo, Media centar. faq. 47

Një fëmijë i ekspozuar ndaj përmbajtjeve të tilla është i ndjeshëm ndaj zhvillimit të frikës imagjinare, sjelljeve psikosomatike dhe ndjenjave të pasigurisë. Në mënyrë paradoksale, te disa fëmijë, kjo është pikërisht ajo që nxit kuriozitetin për të hulumtuar këto përmbajtje ose përmbajtje të ngjashme.

➤ **Identifikimi dhe imitimi i shembujve.** Filmat, reklamat, jutjuberët e preferuar dhe përmbajtjet dhe personazhet e ngjashme mediatike që fëmija ndjek në rrjetet sociale përforcojnë nevojën e tij për të “të qenë si të tjerët” dhe për të imituar në mënyrë të pandërgjegjshme sjelljet, qëndrimet, gjuhën, stilet. Ai shpesh mund të marrë edhe rreziqe të pavetëdijshme, të cilat mund të ndikojnë në shëndetin e tij fizik dhe mendor (sfidat në TikTok). Në planin afatgjatë, një formë e tillë imitimi mund të krijojë presion psikologjik që ai të formojë sjelljen dhe pamjen e tij në mënyrë të ngjashme me modelet në përmbajtjen mediatike.²²

ÇFARË MUND TË BËNI?

Shpjegojini fëmijës tuaj se përmbajtja që shkakton frikë dhe ankth e bën atë të ndihet keq. Tregojini atij ndonjë shembull praktik nga fëmijëria juaj, se sa i frikësuar keni qenë në një përvojë të tillë që më vonë ka lënë gjurmë te ju. Ndhimoheni atë në atë mënyrë të kapërcejë ato sfida dhe t’i respektojë në mënyrë racionale kufijtë e tij psikologjikë.

Nëpërmjet shembujve, përpikuni që të kuptojë se të gjithë janë të veçantë dhe të ndryshëm. Përballuni me faktin se të gjithë jemi të formuar nga përvoja personale dhe kolektive, familja, mjedisi, predispozitat biologjike. Në këtë mënyrë përpikuni t’i tregoni se çdo fëmijë ka veçantinë e tij, të cilën mjedisi ndonjëherë nuk mund ta dallojë.

Ndhimoheni në mënyrë që të kuptojë se ai ka një natyrë unike, autentike, se është origjinal për shkak të diçkaje dhe se kjo është ajo që e dallon nga të gjithë të tjerët. Motivoheni, me biseda të tilla, të ndërtojë atë marrëdhënie në hapësirën online, të kuptojë iluzionin e “përsosmërisë” së idhujve të tij virtualë.

²² Shihni më shumë për ndikimin e mediave në: Cohen, J. (2001). Defining Identification: A Theoretical Look at the Identification of Audiences with media characters. *Mass communication & Society*, 4(3), 245-264



**RRUGA NDËRMJET
PËRMBAJTJEVE
MEDIATIKE -
GAZETARISË,
FILMAVE,
REKLAMAVE**



Gazetaria ka ndikim serioz në jetën tonë. Njerëzit që merren me këtë profesion e kanë zgjedhur këtë thirrje sepse duan të bëjnë ndryshime pozitive, të përmirësojnë kushtet e jetesës në shoqërinë dhe vendbanimin e tyre dhe të kontribuojnë në mirëqenien e bashkëqytetarëve të tyre.

Disa gazetarë zbulojnë sjellje të padrejta ose të paligjshme, ekspozojnë gjendjen e njerëzve në situatë të vështirë dhe madje na japin informacion mbi të cilin të marrim vendime për jetën tonë, si për shembull cilat janë shkollat më të mira ose si të ushqehemi dhe pimë siç duhet dhe të qëndrojmë të shëndetshëm.

Kurse të tjerë ende na informojnë për një sërë gjërash, si zhvillimet teknologjike, si do të jetë moti apo cili është rezultati i ndeshjeve të futbollit, ndërsa inkurajojnë diskutime dhe ndajnë zhvillimet apo mundësitë më të fundit.

Gazetarët punojnë gjithnjë e më shumë nën presion të madh, duke krijuar vazhdimisht më shumë artikuj në një kohë të kufizuar, në mënyrë që të respektojnë afatet dhe të ofrojnë sa më shumë përmbajtje. Ndonjëherë, edhe më keq, përballen me presionin e politikanëve, biznesmenëve dhe kompanive, të cilët përpiqen të pengojnë publikimin e historive që nuk janë në interesin e tyre²³.

Por në ditët e sotme, **informacionet nuk i marrim vetëm nga gazetarët, por edhe nga shumë lloje të tjera të burimeve**, si postimet në Facebook, tweet-et etj., prandaj duhet të dimë të bëjmë një dallim të qartë mes gazetarisë profesionale të bazuar në fakte dhe atë Facebook-mendimeve të një personi publik ose të një prej miqve tanë.

Duke pasur parasysh të gjitha këto, duhet të përfundojmë se gazetarët ende luajnë rol shumë të rëndësishëm në informimin dhe përmirësimin e jetës së njerëzve.

Fatkeqësisht, teknologjitë e reja kanë hapur rrugën për shumë njerëz që synojnë të manipulojnë dhe shtrembërojnë



Duhet të dimë të bëjmë një dallim të qartë mes gazetarisë profesionale të bazuar në fakte dhe atë Facebook-mendimeve të një personi publik ose të një prej miqve tanë

²³ Doracak për edukim mediatik. Mësojmë të njohim, IREX, (2021), f.12. <https://www.irex.org/sites/default/files/Learn%20to%20Discern%20Trainers%20Manual%20%E2%80%93%20N.%20Macedonia%20YouThink.pdf>

objektivitetin. Disa prej tyre e paraqesin veten si gazetarë, edhe pse ajo që krijojnë nuk mund të quhet gazetari.

Në fillim, duhet të jemi në gjendje të bëjmë dallim të qartë midis asaj që është mendimi i dikujt dhe çfarë është fakt:

Mendimi është një qëndrim ose gjykim për diçka, mund të bazohet ose mos të bazohet në fakte ose njohuri. Ju nuk mund të dëshmoni se vetë mendimi është i drejtë ose i gabuar. Për shembull, për mendimin tim, Italia është vendi më i mirë për pushime. Ju mund mos të jeni dakord me mua, por nuk mund të vërtetoni se kjo është e gabuar.

Faktet janë diçka që mund të kontrollohet dhe të vërtetohet se është e vërtetë ose e rreme. Duke vepruar kështu, duhet të jeni në gjendje të mbështesni të vërtetën ose falsitetin e pretendimit me prova. Për shembull, “Macja është gjitar” dhe “Maja më e lartë malore në Maqedoninë e Veriut është Korabi i Madh me 2753 metra” janë fakte që mund të verifikohen.

Vini re se deklaratat e fakteve mund të jenë të pasakta. Për shembull, “Maqedonia e Veriut ka 10,000,000 banorë” është deklaratë me fakt të rremë sepse pretendon diçka që ne mund ta kontrollojmë dhe ta gjejmë se është e rreme.

Sot, kryesisht për shkak të teknologjive të reja që kanë bërë të mundur publikimin dhe krijimin e përmbajtjeve mediatike për këdo, jemi përballur me shumë deklarata mashtruese, manipuluese apo të rreme. Pra, ne duhet të dimë se cilat janë:

Dezinformim – Informacion që është i rremë dhe i krijuar për të na mashtruar në lidhje me një person, fenomen, ngjarje, grup social etj. Mund të shkaktojë emocione të forta: frikë, pasiguri, trishtim²⁴.

Informacion i gabuar (misinformation) – Informacione të pasakta ose informacione që rezultojnë nga gabimi i paqëllimshëm ose injoranca.

²⁴ Doracak për edukim mediatik. Mësojmë të njohim, IREX, (2021), f.12. <https://www.irex.org/sites/default/files/Learn%20to%20Discern%20Trainers%20Manual%20%E2%80%93%20N.%20Macedonia%20YouThink.pdf>

Informacion i dëmshëm (malinformation) – Informacione të vërteta por me qëllim të keq që shpërndahen për të shkaktuar dëm, shpesh duke transferuar të dhëna që duhet të mbeten private, d.m.th. informacione që transferohen nga sfera private në atë publike me qëllimin për të dëmtuar dikë.

DEZINFOMIM VIZUAL

Video mashtrim (deep fake) – Video ose regjistrim i rremë zanor i krijuar nga transformimi digjital i video ose audio materialit të vërtetë. Procedurat e inteligjencës artificiale zëvendësojnë një fytyrë ose zë me fytyrën ose zërin e dikujt tjetër. Ky lloj mashtrimi vizual përdoret për të përhapur informacion të rremë dhe për të shkaktuar dëm. Kjo përmbajtje mund të jetë edhe në formën e parodisë, siç është shembulli i videove në TikTok.

Foto mashtrim – Fotografi e rreme që përdoret për të treguar diçka tjetër nga ajo që tregon në të vërtetë. Ky lloj manipulimi paraqet mjet të fuqishëm emocional sepse i inkurajon njerëzit të reagojnë në mënyrë impulsive, irracionale dhe të besojnë atë që shohin.

Në media, qofshin ato tradicionale apo të reja (digjitale), përveç në ato informative, hasim edhe në një sërë përmbajtjesh të tjera që kanë qëllim edukativ ose argëtues, por edhe të tilla që kanë për qëllim të na bindin për diçka, të na imponojnë ndonjë vlerë ose model sjelljeje ose, thjesht, për të na shitur diçka.

REKLAMAT

Reklamati janë mesazhe mediatike dhe mjet për të ndikuar në vendimarrje dhe arsyetim racional. Përmes një përzierjeje argëtimi dhe informacioni, ata synojnë t'ju bëjnë të blini/zotëroni produktin e reklamuar.

Gjithashtu, shumë prej reklamave në sfond përcjellin model sjelljeje që industria e biznesit përpiqet të imponojë.

Reklamimi është mjeti më i fuqishëm i propagandës së shekullit të 21, që ofron zgjidhje për të gjitha mangësitë dhe nevojat në formën e gjërave

materiale. Kjo industri krijon një filozofi globale të konsumit që i bind njerëzit se nuk mund të jenë të lumtur jashtë botës së objekteve materiale.

Mediat e reja i kanë hapur dyert llojeve të reja të reklamave, ku transmetuesit kryesorë të mesazheve reklamuese janë “inflenserat”, “jutjuberat”, krijuesit e video-lojërave dhe përmbajtjeve të ngjashme me të cilat bashkëveprojnë fëmijët dhe të rinjtë. Në këtë mënyrë, produktet e reklamuar drejtohen drejtpërsëdrejti në grupin e duhur të synuar. Këto përmbajtje mediatike përdorin teknika **joshjeje** (manipulimi për të arritur një qëllim të caktuar), **idealizimi** (krijimi i personazheve të idealizuar dhe ëndrra për një jetë të përsosur) dhe krijimin e **stereotipave**.

Fëmijët nuk mund të bëjnë dallime gjithmonë mes përmbajtjeve që i shikojnë dhe për këtë arsye shumë shpesh janë të ekspozuar ndaj mesazheve të fshehura reklamuese në përmbajtjen argëtuese që ndjekin.

Shikoni disa reklama të ndryshme me fëmijët tuaj, pyesni ata nëse e dinë se cili është qëllimi i këtyre përmbajtjeve dhe nëse e kuptojnë se çfarë produkti po përpiqet t’i shesë secila prej këtyre reklamave.

Shikoni reklamën si tregime sepse ato kanë të njëjtin koncept me ato që fëmijët i lexojnë në shkollë.

Njëlloj sikur tregimet, reklamën mund të stimulojnë disa ndjenja të fëmijët (lumturi, shqetësim, pasiguri, frikë). Këto ndjenja krijojnë teknika idealizimi dhe estetikë “të lartë” të përmbajtjes reklamuese: familje e lumtur, shtëpi e ngrohtë, dhomë luksoze për fëmijë, lodra të reja, pamje të përkryer, trup tërheqës, buzëqeshje të bukur - ndryshe nga problemi: pikëllim, vetmi, ftohtësi, etje, erë e keqe e gojës, peshë e shtuar trupore, shtëpi modeste dhe e lënë pas dore, flokë të parregulluara, dhëmbë të shtrembër etj. Kështu, reklamën nuk ofrojnë vetëm produkte, por theksojnë vlera të tilla si kënaqësi, eksitim, dashuri, besnikëri, bashkim.

Njerëzit janë mësuar aq shumë me reklamën sa që shpesh as që i vënë re, megjithatë ato janë pjesë e kulturës sonë, kështu që edhe fëmijët mund të njohin logot e kompanive apo makinave të ndryshme. Ata reagojnë ndaj reklamave njësoj si të rriturit, zhvillojnë një dëshirë të fortë për të pasur ndonjë lodër, ëmbëlsira, ushqim të shpejtë etj. Megjithatë, edhe pse

njohin logot e kompanive që në moshë të re, e kanë problem të njohin një reklamë kur e shohin atë në internet.²⁵

Reklamat e ushqimit janë problem serioz gjatë gjysmëshekullit të fundit. Që nga viti 2010, më shumë se 40% e të gjitha reklamave ushqimore që synojnë fëmijët janë për zëmër të ëmbël ose të kripur (të pashëndetshme)²⁶. Në reklama rrallë do të shihni ushqim të shëndetshëm. Mendoni a keni parë një reklamë për një kuti me mjedra ose banane. Pamjet nga reklamat kanë efekt shumë të dëmshëm në ushqimin e njerëzve, veçanërisht të fëmijëve.

Përveç kësaj, ndikimi i reklamave është edhe në përcjelljen e modeleve të roleve gjinore dhe familjare. Shpesh, në përmbajtjen e reklamave mund të vërehen stereotipa të fshehura familjare, gjinore dhe të tjera kulturore (reklamë për supë në të cilën nëna gatuan dhe familja ulet në tryezë; nëna ose gjyshja reklamojnë detergjentin e ri për rroba, etj.).

E tëra që u përmend më sipër është një arsye e mjaftueshme që të kuptojmë se si si prindër dhe kujdestarë duhet të flasim me fëmijët tanë për efektet negative të reklamave. Është e rëndësishme të analizojmë dhe komentojmë së bashku mesazhet reklamuese dhe mesazhet e fshehura që gjejmë në to.



Duhet të flasim me fëmijët tanë për efektet negative të reklamave. Është e rëndësishme të analizojmë dhe komentojmë së bashku mesazhet reklamuese dhe mesazhet e fshehura që gjejmë në to.

FILMA PËR FËMIJË

Industria e filmit dhe filmat për fëmijë shpesh mund të imponojnë modele sjelljeje që bëhen modele imitimi dhe identifikimi. Shpesh nëpërmjet personazheve të fëmijëve në film transmetohen stereotipa, të cilat mund të jenë: gjinore, gjeografike, stereotipa që lidhen me pamjen dhe sjelljen etj. Në këtë kuptim, shpesh krijohet një kulturë e filmave të vizatuar “mashkullor” dhe identifikimi me super heronj që janë fizikisht dominues, jashtëzakonisht të guximshëm dhe zakonisht të pathyeshëm. (Betman,

²⁵ Hobbs, R. (2021). *Media Literacy in Action*, Washington, DC. Rowman & Littlefield <https://rowman.com/ISBN/9781538115282/Media-Literacy-in-Action-Questioning-the-Media>

²⁶ Ibid.

Spidermen). Disa filma për fëmijë, në të njëjtën mënyrë, krijojnë personazhet “femra” të brumosur në personazhet e princeshave të buta dhe të bukura..

Është shumë e rëndësishme të jemi të vetëdijshëm kur zgjedhim filma për fëmijë dhe të bëjmë zgjedhje në të cilat personazhet e filmit përcjellin vlera pozitive, vlera të barazisë, ndjeshmërisë, drejtësisë etj. Në listën e gjatë të industrisë së filmit do të gjeni filma për fëmijë që tregohen të kujdesshëm në lidhje me këto stereotipa, kështu që shpesh personazhet meshkuj janë bartës të emocionalitetit dhe kujdesit të theksuar dhe forca e tyre është kreativiteti për shpëtimin e së mirës nga e keqja (si në filmat: Luke, Përbindësh në punë, Shrek 3, Miçellët kundër makinave, etj.). Personazhet e vizatuar femra, nga ana tjetër, paraqiten si heroina, udhëheqëse të guximshme që luftojnë në mënyrë aktive kundër së keqes (p.sh. Enkanto, Moana, Raja dhe dragoi i fundit, etj.).

Për shkak të rëndësisë së filmave për zhvillimin dhe kulturën e fëmijëve, përpikuni të gjeni filma vizatimorë që janë të përshtatshëm për moshën e fëmijës²⁷.

Gjithmonë kushtoni vëmendje shenjës që ju informon për moshën të cilës i dedikohet filmi ose përmbajtja²⁸.

Fëmijët udhëheqin me telefonin e tyre apo në të vërtetë telefoni udhëheq me ta



JUTJUBERËT, TIKTOKERËT DHE GEJMERËT

Me pajisjen në dorë, fëmijët e gjeneratës alfa kanë fuqinë të ndikojnë dhe të formojnë kulturën popullore. Në të njëjtën kohë, janë në shënjestër të korporatave të ndryshme, mediave dhe agjencive të marketingut që përpiqen të ndikojnë në nevojat dhe dëshirat e tyre personale.

Ata nuk janë gjithmonë të vetëdijshëm se, derisa ata e përdorin telefonin e tyre, ai në fakt po i drejton ata , duke u reklamuar atyre përmbajtje që ndikon në pikëpamjet, qëndrimet dhe vlerat e tyre.

²⁷ Rekomandime për filma për fëmijë sipas moshës dhe përmbajtjes në: <https://www.commonsensemedia.org/reviews/tag/parents-recommend-31827> dhe në lidhjen: <https://www.commonsensemedia.org/movie-lists>

²⁸ https://avmu.mk/wp-content/uploads/2017/06/Pravilnik_zastita_na_malloletnite_lica.pdf

Do të përpiqemi të veçojmë disa lloje përmbajtjesh dhe aktiviteteve që janë pjesë e fëmijërisë së këtij brezi:

VIDEO-LOJËRA QË KËRKOJNË MENDIM MË TË LARTË, ANALITIK DHE LOGJIK

Lehtësisht të qasshme në të gjitha pajisjet, karakterizohen me atë që e nxisin kreativitetin, shoqërimin (lojëra ekipore me lojtarë të tjerë), inovacionin, aftësitë sipërmarrëse, aftësitë komunikuese, përpilimin e planit dhe strategjisë, si dhe vendimmarrja. Të tilla janë, për shembull, Robloks (Roblox) dhe Majnkraft (Minecraft), për shembull. Pavarësisht nga veçoritë pozitive dhe ndikimi, kini parasysh se ekspozimi i tepërt mbart rreziqet e veta. Duhet të jemi të vetëdijshëm se video-lojërat nuk kanë një mekanizëm kontrolli që do ta paralajmërojë fëmijën tuaj se po kalon shumë kohë duke luajtur. Ai mekanizëm duhet të jeni ju.

Gjithashtu, disa lojëra mund të kenë një shkallë më të lartë dhune ose lloj tjetër manipulimi, kështu që ju duhet të monitoroni se çfarë po ndodh dhe vazhdimisht të diskutoni përmbajtjen e lojës.

Përpiquni të nxisni bisedë për video-lojën e preferuar të fëmijës suaj, për atë si luhet ajo lojë, cilat janë rregullat, çfarë duhet të bëni gjatë lojës, si të jeni një lojtar i mirë. Vepro si një nxënës i tij. Tregoni interes të vërtetë dhe veproni sikur vërtet dëshironi të bëheni lojtar. Në këtë mënyrë do të mësoni më shumë mbi mënyrën se si ai e percepton dhe vlerëson përmbajtjen.

Shkarkoni lojën edhe në pajisjen tuaj dhe kyçuni. Në këtë mënyrë do të jeni në gjendje të luani së bashku, por edhe të monitoroni diskutimet, rreziqet e mundshme ose të monitoroni kohën e kaluar në lojë.

VIDEO TË INCIZUARA NGA JETA E PËRDITSHME E NJË INDIVIDIT/FAMILJEJE

Këto lloje videosh janë shumë të njohura në mesin e fëmijëve të kësaj gjenerate. Ato shpesh përfshijnë shaka “pa kripë” (të ashtuquajturat pranks),

Mbani në mend se shumë nga videot në Jutjub përcjellin modele joreale të familjes, kushte ideale në shtëpi dhe sjellje të papërshtatshme të fëmijëve dhe prindërve



këshilla të ndryshme se si disa gjëra mund të bëhen më lehtë ose më mirë, truke interesante, etj. Filmohen në shtëpi luksoze me pishina, familje që mund t'i lejojnë vetes dhe të blejnë pothuajse çdo gjë dhe që bëjnë një jetë të lumtur dhe argëtuese pa probleme dhe shqetësime të vërteta. Këto video ndikojnë në krijimin e idesë së fëmijëve për familjen, rolet familjare, marrëdhëniet mes fëmijëve dhe prindërve dhe qëndrimin e fëmijës ndaj mjedisit.

Mbani në mend se shumë nga këto video në dukje argëtuese përcjellin modele joreale të familjes, kushte ideale në shtëpi dhe sjellje të papërshtatshme të fëmijëve dhe prindërve. **Është shumë e rëndësishme t'u shpjegoni fëmijëve tuaj se nuk ka familje pa probleme dhe që jetojnë një jetë kaq të përsosur. Videot paraqesin vetëm një pjesë të vogël të realitetit, anën “rozë” të jetës së këtyre njerëzve, por shumë shpesh ato janë edhe të inskenuara, joreale dhe larg pamjes reale të jetës së tyre.**

VIDEOT E TË ASHTUQUAJTURVE JUTJUBERË

Kjo lloj përmbajtjeje është jashtëzakonisht me ndikim gjatë kësaj periudhe të fëmijërisë. Jutjuberët përdorin formën e narrativit në vetën e parë njëjës, përdorin të folur dramatik, sugjestiv dhe teknika të bindjes. Tregojnë përvojat personale, komentojnë video-lojërat e tyre të preferuara, vendosin të gjitha llojet e sfidave, kapërcejnë pengesat dhe shumë shpesh japin një sërë çmimesh dhe dhuratash.

Ana negative e këtyre videove fshihet shpesh në mesazhet që folësi u drejton fëmijëve pa imponim dhe me një dozë humori – zakonisht si qëndrim, koment, tallje me sjelljen e dikujt apo forma të ngjashme etiketimi; pastaj në mënyrën dhe format me të cilat u drejtohen fëmijëve, veçanërisht gjuhën që përdorin etj.

Ashtu si familjet dhe individët që filmojnë dhe tregojnë pjesë të jetës së tyre, jutjuberët gjithashtu fitojnë para nga sponsorët dhe nga ofrimi i prodhimeve të ndryshme.

Fëmija juaj është pjesë e gjeneratës globale të YouTube-it.

Është video platforma më e madhe në botë, aplikacion për shpërndarjen e videove ku përdoruesit mund të shikojnë, pëlqejnë, ndajnë, komentojnë dhe ngarkojnë videot e tyre. Aktualisht ka 2.1 miliardë përdorues²⁹.

Jutjuber-komentuesit e lojërave dhe situatave shpesh përdorin/ imponojnë fjalë dhe sjellje që nuk janë të pranueshme nga aspekti kulturor dhe të përshtatshme për moshën e fëmijëve.

Shikoni disa video nga jutjuberi i preferuar i fëmijës suaj dhe flisni për të. Kështu do të jeni më të vetëdijshëm për mirëkuptimin dhe qëndrimin e tij ndaj hapësirës online, por edhe më afër komunikimit me të.

Në këtë qasje mund t'ju ndihmojë videoja e fundit e regjistruar e jutjuberit më të famshëm maqedonas – Xhi Pi (GP). Përmbajtja e kësaj videoje është shumë personale, autobiografike. Në të, ai shpjegon nga aspekti emocional se çfarë do të thotë në të vërtetë të jesh një jutjuber, çfarë sfidash dhe pasojash lë stili i jetesës dhe përcjell disa mesazhe të rëndësishme për fëmijët. Videoja ka 425 mijë shikime dhe flet ndër të tjera për pasojat negative për shëndetin mendor, mësimin dhe shprehjet. Dhe më e rëndësishmja, u tregon fëmijëve vlerat që duhet të jenë prioriteti i tyre - shkolla dhe arsimi³⁰.

²⁹ https://www.statista.com/topics/2019/youtube/#topicHeader__wrapper
(Vizituar në: 8.11.2022)

³⁰ Video: Mirupafshim! <https://youtu.be/LYyRAdsXPnE>



KRIJIMI DHE SHIKIMI I VIDEOVE TË SHKURTRA TË JETËS SË PËRDITSHME NË TIKTOK

Mund ta keni vënë re se së fundmi fëmija juaj ka filmuar shumë shpesh veten, duke realizuar koreografi të sprovuara me këngë të ndryshme, truke të ndryshme ose thjesht duke treguar diçka nga përditshmëria. Këto video zakonisht përfundojnë në profilin e tij në TikTok. Edhe pse nxisin kreativitetin, vizatimin, kërcimin dhe muzikalitetin, ato nuk janë gjithmonë më të përshtatshmet për moshën. Lloji i videove lidhet me trendin aktual (koreografi të ndryshme, vizatime të personazheve, etj.).

Sfidë edhe më e madhe sesa krijimi i përmbajtjes për TikTok është shikimi i videove nga tiktokerat e tjerë. Lëvizja e vazhdueshme, ndonjëherë për orë të tëra, ka pasoja të rënda që reflektojnë në zhvillimin mendor të fëmijëve dhe në përqendrimin dhe të mësuarit e tyre. Kur flasim për kufizimin e kohës së kaluar para ekranit, mbani në mend se këto janë përmbajtjet ndaj të cilave duhet të jemi veçanërisht të kujdesshëm.





Tik Tok-u është media me rritje më të shpejtë dhe më i afërti me më të rinjtë. Vetëm në vitin 2021 ka një rritje prej 740 milionë përdoruesve të rinj ³¹. Mjetet e menaxhimit janë të thjeshta, kështu që fëmijët mund të ngarkojnë lehtësisht videon e tyre. Ata shpesh krijojnë vetë video dhe i postojnë në profilin e tyre. Përmbajtja e TikTok-ut është e të gjitha llojeve, kështu që ndikimi te fëmijët është i pakufizuar. Disa janë edukative dhe të dobishme, por disa janë krejtësisht të papërshtatshme për fëmijët e moshës së hershme shkollore. Duhet pasur kujdes në përzgjedhjen e përmbajtjes që është lehtësisht e qasshme për fëmijët dhe e diskutueshme.

Që të kuptoni se si funksionon ky aplikacion, është mirë ta shkarkoni në celularin tuaj dhe të kaloni pak kohë në të. *Vetëm kini kujdes, krijon varësi!*

Flisni me fëmijën tuaj, si të regjistroni profilin tuaj, si të zgjidhni fotografi, si të ngarkoni video e kështu me radhë.

Kërkojini atij të jetë ndihmësi juaj në menaxhimin e aplikacionit. Në këtë mënyrë do të dini më shumë për aktivitetin e tij në TikTok: nëse dhe çfarë poston, çfarë shikon zakonisht, cilat tema dhe sjellje i pëlqejnë. Në këtë mënyrë, përmes shembujve realë, do të mund të komentoni bashkërisht në postime specifike.

³¹ <https://www.statista.com/topics/6077/tiktok/?#dossierKeyfigures> (Vizituar në: 8.11.2022)

SFIDAT E KOMUNIKIMIT DIGJITAL



Nuk është rastësi që fëmijët e këtij brezi quhen “vendas digjitalë”. Nga mosha pesë deri në dhjetë vjet, ata tashmë përdorin një sërë pajisjesh digjitale dhe i menaxhojnë ato në ndërveprimet, kërkimet e përmbajtjes dhe zgjedhjet e tyre. Këto përmbajtje formojnë përvojat, qëndrimet dhe pritjet e tyre, por gjithashtu lënë pasojë në zhvillimin e tyre.

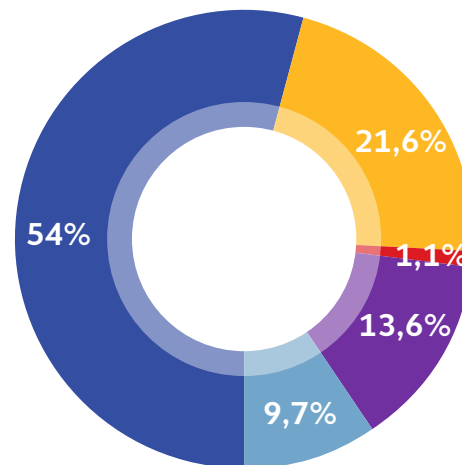
Aktivitetet online të fëmijëve bëhen pjesë e rëndësishme e zhvillimit të tyre dhe duhet të jeni të vetëdijshëm për ndikimin në aktivitetet e tyre intelektuale, mendore, gjuhësore, emocionale dhe fizike. Ato përfshijnë të menduarit, përdorimin produktiv të kapacitetit të tyre, qëndrimin kritik ndaj përmbajtjes, gjuhës që përdorin, problemet me të folur dhe artikullimin e saktë të fjalëve, emocionet, shëndetin mendor dhe shëndetin fizik.

Kini parasysh se kënaqësia dhe ndjenjat relaksuese që prodhojnë aktivitetet në internet mund të shkaktojnë njëkohësisht disa sfida për shëndetin dhe gjykimin racional të fëmijës. Kjo është arsyeja pse është e rëndësishme të përcaktoni aktivitetet që do të jenë një ekuilibër i aktiviteteve të fëmijës tuaj në internet (shëtitje e përbashkët jashtë; turne të vogla ecjeje në male; lojëra sociale me familjen, lojëra krijuese me letër, ngjyra, ngjitës, gërshtë; lojëra me top ose rekuizita të tjera që zhvillojnë lëvizshmërinë e trupit etj.). Kjo është veçanërisht e rëndësishme sepse komunikimi i fëmijës suaj bëhet gjithnjë e më shumë elektronik, digjital, vizual, virtual...

Rezultatet e hulumtimit të kryer për qëllimet e këtij Doracaku, ngjashëm me shumë hulumtime të tjera, tregojnë se fëmijët e kësaj gjenerate e përdorin internetin për lojë dhe argëtim, e më pak për të mësuar gjëra të reja. Padyshim, ajo përcakton më tej qëndrimin e tyre ndaj shtëpisë, ndaj mjedisit, shkollës dhe detyrimeve, si dhe ndaj zhvillimit të kapaciteteve personale. Ekziston rreziku që ata të bëhen pasivë, të pa interesuar, të pamotivuar dhe apatik për të gjitha aktivitetet dhe iniciativat e tjera.

Për çfarë aktivitete fëmija juaj më së shpeshti përdor internetin?

- për të shikuar video-përmbajtje zbavitëse
- për të luajtur video-lojëra
- për të krijuar përmbajtje të reja
- për hulumtim edhe mësim
- për komunikim



MBANI NË MEND

Duhet të jeni të vetëdijshëm se fëmija (si dhe ju vetë) “filtron realitetin nëpërmjet formave ose modeleve të tij personale, domethënë përmes konstrukteve të tij, në mënyrë që të kuptojë botën përreth tij në mënyrë të përputhshme”³². Në kontakt të vazhdueshëm me përmbajtjen mediatike dhe me lloj të ndryshëm të informacionit, ai formon kulturën dhe qëndrimin e tij ndaj botës.

Kjo është arsyeja pse, kur komunikoni me të, për çdo çështje, kuptoni se ai thjesht nuk e sheh botën dhe fenomenet siç i shihni ju. Mbani gjithmonë parasysh se ai rritet dhe formohet në rrethana të ndryshme nga rrethanat që ju kanë formuar ju.

Prandaj, përpiquni ta shihni botën me sytë e një fëmije. Vetëm atëherë do të jeni në gjendje të kuptoni botën e tij. Kjo është shumë e rëndësishme në procesin e edukimit, sepse do t’ju lejojë të keni një pasqyrë reale të përditshmërisë së tij, të parandaloni dukuritë negative, ta ndihmoni fëmijën tuaj dhe ta këshilloni në mënyrë konstruktive.

³² Fulgosi, A. (1987) Psikologjia ličnosti. Zagreb, Školska knjiga. faq 316

Fëmijët nuk mund të njohin të gjitha rreziqet dhe sfidat me të cilat mund të përballen në hapësirën online. Mbani në mend se ata nuk kanë një kapacitet njohës dhe emocional të zhvilluar mjaftueshëm për të pranuar dhe vlerësuar në mënyrë racionale situatat me të cilat përballen në rrjetet sociale. Pikërisht për ato arsye, shumë lehtë mund të jenë viktimë të ndikimeve të ndryshme.

PSE PËRMBAJTJA E MEDIAVE DIGJITALE ËSHTË KAQ ‘VARËSUESE’ PËR FËMIJËT?

- Shikimi i vazhdueshëm i përmbajtjes në internet rrit nevojën për të kënaqur dëshirën për argëtim, përkatësi, statusin në mjedis, lidhjen me bashkëmoshatarët, etj.;
- Shpejtësia me të cilën ndahet informacioni dhe njoftimet e vazhdueshme, tingujt dhe dridhjet i bëjnë ata të ndiejnë se po humbasin diçka të re dhe të rëndësishme (në rrjetet sociale ose në kanalet e jutjuberëve të tyre të preferuar). Krijon një zakon rutinë dhe nevojë të pakontrollueshme për të kontrolluar vazhdimisht telefonin e mençur;
- Për shkak të dinamikës së informacionit online dhe mënyrës se si krijohen përmbajtjet për fëmijë (multimediale, shumëgjyreshe, dinamike, me nevojë të vazhdueshme për lëvizje aktive), fëmijët në mënyrë të pavetëdijshme mësohen me stimulim të vazhdueshëm, të cilin e presin edhe nga mjedisi. Për shkak se aktivitetet e përditshme kanë kronologjinë e tyre, për ta ato aktivitete mund të bëhen jo-tërheqëse, monotone dhe të mërzitshme dhe vazhdimisht përsërisin se janë të mërzitur nëse nuk janë para ekranit;
- Teknikat e përdorura nga të gjitha këto platforma stimulojnë edhe proceset fiziologjike (sekretimin e hormoneve të lumturisë) që janë përgjegjëse për varësinë online. Disa kërkime konfirmojnë se këto aktivitete intensive shkaktojnë edhe mosfunksionim të disa sistemeve të trurit, të cilat lidhen jo vetëm me lëvizshmërinë

e trupit, por edhe me aktivizimin e sistemit të kënaqësisë, me rregullimin e gjumit, humorin dhe aktivizimin e proceseve njohëse³³.

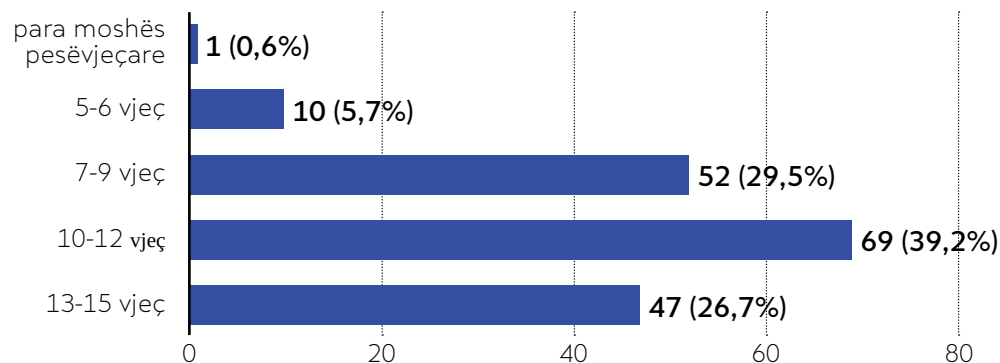
- Varësia është pasojë e mungesës së kontrollit më të madh mbi aktivitetet e fëmijës dhe ekspozimit të parakohshëm ndaj pajisjeve digjitale. Fëmija nuk është i vetëdijshëm për ndryshimet që i ndodhin, sepse ai nuk është ende i gatshëm nga aspekti emocional, shoqëror dhe psikologjik për përvoja të tilla. Por është e sigurt që ju me qasjen dhe përkushtimin tuaj apo me mbështetjen e profesionistëve mund t'i përballoni këto probleme.

Mungesa e iniciativës për aktivitete të tjera, koha e gjatë e kaluar para ekranit, izolimi, qëndrimi pasiv në shtëpi, mungesa e ekspozimit ndaj dritës së ditës, humbja e kontrollit të sjelljes, rënia e fokusit për detyra të tjera shkollore janë shenja të varësisë.

Në lidhje me këtë çështje, prindërit nga hulumtimi ynë konfirmuan se është e nevojshme **të krijohen mekanizma prindëror për t'u përballur** me fenomene të tilla dhe si hap të parë **deklarojnë vlerësimin e moshës** kur fëmija është i gatshëm të ketë qasje të pavarur në telefon të mençur dhe përmbajtjen e internetit. Shumica e prindërve, megjithëse në praktikë është krejtësisht ndryshe, besojnë se fëmija duhet të marrë një telefon të mençur sa më vonë të jetë e mundur, ose nga mosha shtatë vjeç e lart.

³³ Dresch-Langley, B. Children's Health in the Digital Age. Int. J. Environ. Res. Public Health. (2020). Volume 17, 3240. <https://arxiv.org/ftp/arxiv/papers/2007/2007.03447.pdf>

Në çfarë moshe, sipas mendimit tuaj, fëmija duhet të ketë telefonin e parë të vet celular?



Ekspertët dhe psikologët po insistojnë gjithnjë e më shumë për të vonuar periudhën kur fëmija merr telefonin e tij të mençur. Edhe pse të gjithë prindërit kanë të njëjtën shtypje, kryesisht të tipit “Të gjithë e kanë, vetëm unë jo”, përpjekjet e deritanishme janë që ky proces të vonohet sa më shumë. Madje në SHBA ekziston një grup i quajtur “Prisni deri në klasën e 8-të”, në të cilin prindërit dhe kujdestarët këshillojnë njëri-tjetrin dhe ndihmojnë njëri-tjetrin për këtë problem³⁴.

MJETE PËR MBIKËQYRJE

Derisa fëmija të fitojë aftësitë dhe njohuritë për të përdorur internetin dhe rrjetet sociale në mënyrë të pavarur, ka nevojë për mbështetje, udhëzim dhe shoqërim. Ka mjete praktike dhe burime falas që të gjithë prindërit dhe kujdestarët mund t’i përdorin për monitorim dhe mbikëqyrje:

- Ndizni telefonin e mençur të fëmijës tuaj dhe hapni pjesën mbi “Cilësimet/Settings”. Në serinë e opsioneve, klikoni mbi “Baraspesha digjitale/ Digital balance” ose “Kontrolli prindëror dhe mirëqenia digjitale/ Parental control and digital wellbeing”. Më pas klikoni

³⁴ Miller, Caroline; When Should You Get Your Kid a Phone?, <https://childmind.org/article/when-should-you-get-your-kid-a-phone/#:~:text=Experts%20suggest%20that%20you%20should,and%20maturity%20should%20be%20considered.>

në “Koha e kaluar në ekran/Screentime“ dhe do të keni **pasqyrën e kohës së kaluar për të gjitha aplikacionet** në të cilat fëmija juaj është aktiv, në baza ditore, javore dhe mujore. Në të njëjtat cilësime, ekziston gjithashtu mundësi për të kufizuar kohën e përdorimit të aplikacioneve. Me këto procedura mekanike në celular, ju do të keni një pasqyrë të plotë të kohës që fëmija juaj kalon në ekran. Kjo do të jetë tregues i një teme fillestare për bisedë me të ose për ndërmarrjen e masave të caktuara.

- Një mekanizëm tjetër për mbrojtjen apo parandalimin e pasojave të padëshiruara është edhe kontrollimi të **historia e kërkimit** në Google, Yahoo, Bing. Këto kontrole do t’ju japin **informacion mbi përmbajtjen që kërkon fëmija juaj**, çfarë e mban vëmendjen e tij dhe çfarë e intereson. Nëpërmjet këtij aktiviteti, do të mund të reagoni menjëherë nëse përballeni me përmbajtje të kërkuar që është e papërshtatshme për moshën e tij (dhunë, armë, pornografi, etj.).



Udhëzoni dhe mbikqyrni fëmijën tuaj gjatë përdorimit të internetit dhe rrjeteve sociale, por kini parasysh se kontrolli dhe mbrojtja e tepërt prindërore mund të ketë gjithashtu edhe efekt të kundërt.

- Aplikacioni **Lidhja familjare (Family Link)** ju lejon, që ju si prind dhe kujdestar, të kontrolloni kohën e kaluar në internet, të gjurmoni vendndodhjen e fëmijës tuaj, të rregulloni cilësimet e privatësisë, etj. Ky është një aplikacion shumë i popullarizuar dhe i thjeshtë.

- Përdorni **masa mbrojtëse teknike**, veçanërisht kur fëmijët janë të moshës së hershme shkollore: kontroll prindëror, softuer për të bllokuar përmbajtje të padëshiruara, filtra të sigurt kërkimi, fjalëkalime të forta, etj.

Masat e mbrojtjes teknike do të zvogëlojnë gjasat që fëmija të ekspozohet ndaj përmbajtjeve të papërshtatshme ose pasojave të padëshiruara. Megjithatë, duhet të keni parasysh se këto masa nuk ofrojnë mbrojtje të plotë dhe duhet të kombinohen me lloje të tjera të mbështetjes

prindërore për përdorim të sigurt të internetit.

Kini parasysh faktin se kontrolli dhe mbrojtja e tepërt prindërore mund të ketë gjithashtu efekt të kundërt . Me mbikëqyrje të vazhdueshme dhe kontroll të tepruar, nuk e ndihmoni fëmijën të ndërtojë kapacitetet e veta për vetëkontroll dhe të shndërrohet në person përgjegjës për veprimet dhe sjelljen e tij. Kjo është arsyeja pse është e rëndësishme që fëmija të zhvillojë vetëdije për rreziqet e mundshme dhe që ju ta mbështesni atë për të menaxhuar kohën dhe aktivitetet në mënyrë të pavarur dhe me përgjegjësi.



PASOJAT E VARËSISË NGA INTERNETI DHE VARËSISË NGA PAJISJET DIGJITALE



PASOJAT FIZIKE DHE FIZIOLOGJIKE

- Probleme me qëndrimin e trupit, ndryshime degjenerative të shtyllës kurrizore dhe probleme motorike;
- Dëmtimi i shikimit - për shkak të presionit të fortë në sy nga ndjekja aktive e përmbajtjes digjitale në ekran dhe sfondeve tredimensionale (veçanërisht në video-lojërat);
- Probleme me të ngrënit dhe gjumin; probleme me kujtesën, shtim në peshë.

Gati një e treta e marrjes së përditshme të energjisë dhe gjysma e vakteve të fëmijëve ndodhin përpara ekranit

Hulumtimi nga Studimi për ushqimin e fëmijëve zbuloi se gati një e treta e marrjes së përditshme të energjisë dhe gjysma e vakteve të fëmijëve ndodhin përpara ekranit³⁵.

Fëmijët shpesh zgjasin kohëzgjatjen e të ngrënit, sepse monitorimi i vazhdueshëm i përmbajtjes në internet shpërqendron vëmendjen e tyre ose maskon ndjenjën e ngopjes. Gjithashtu, siç u përmend më parë, zgjedhjet

e ushqimit ndikohen shumë shpesh nga reklamat dhe marketingu aktiv për ushqime dhe pije të shpejta, me vlera të larta kalorie dhe të ulëta ushqyese.

PASOJAT PSIKOLOGJIKE

- Ankthi, shenjat e sjelljes depresive, agresioni, tjetërsimi nga të afërmit dhe bashkëmoshatarët;
- Mjegullimi i kufirit midis botës virtuale dhe asaj fizike;
- Probleme me mbajtjen e vëmendjes - de fokusim dhe mungesë.

Çrregullimi psikologjik mund të shfaqet në formën e një nevojë të pakontrollueshme për t'u përfshirë në aktivitete të ndryshme në internet. Disa studiues përpiqen të shmangin klasifikimin e këtij fenomeni si një “varësi”, sepse në këtë mënyrë prania aktive në internet mund të përgjithësohet si sjellje “patologjike”. Në përgjithësi, kur ekspozimi i tepërt

³⁵ Robinson T.N & Matheson, D.M. Environmental strategies for portion control in children. *Appetite*. (2015). Volume 88, p. 33–38 <https://ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4355088/>

**Video-lojërat
prodhojnë imazhe
të shpejta, të forta
dhe të qarta në tru.**

**Shpesh rrit stresin
gjatë lojës dhe mund
të ndikojë në gjendjen
shëndetësore të
fëmijëve.**



ndaj ekraneve (internetit) te fëmijët shkakton disa çrregullime psikologjike, shëndetësore dhe sociale, si: ankthi, ADHD³⁶, simptoma obsesive-kompulsive, armiqësi/agresion, probleme me gjumin, atëherë bëhet fjalë për çrregullim që duhet marrë seriozisht dhe ka nevojë për mbështetje profesionale³⁷.

Dukuritë e tilla në këtë periudhë të zhvillimit prodhojnë probleme shëndetësore në periudhën e mëvonshme, mungesë motivimi për të arritur suksese më të larta, mungesë vëmendjeje, pakënaqësi me punën dhe jetën reale dhe humor të shpeshtë negativ.

Kur bëhet fjalë për **gejmingun** (luajtja e lojërave në ekran) ose për të luajtur në mënyrë aktive video-lojëra, duhet të jeni të vetëdijshëm se ato janë argëtimi më i madh i përditshëm

i kësaj gjenerate. Përmbajtja është dinamike, përfshin fëmijët në ekipe, stimulon konkurrencën dhe dëshirën për të fituar. Por në të njëjtën kohë, inkurajojnë edhe disa procese negative emocionale dhe kognitive.

Video-lojërat prodhojnë imazhe të shpejta, të forta dhe të qarta në tru. Shpesh rrit stresin gjatë lojës, sepse përmbajtjet e këtij lloji prodhojnë sinjale në tru³⁸.

Kjo ndikon në sekretimin e **kortizolit**, hormon që lëshohet në gjak kur trupi gjykon se ndonjë situatë është e frikshme, pra si përgjigje ndaj stresit. Në këtë kuptim, vlerësohet se disa video- lojëra, për shkak të kësaj lloji përmbajtjeje, shkaktojnë ndryshime në funksionet kognitive, si kujtesa, të menduarit dhe të mësuarit. Nëse doza e kortizolit të sekretuar është e përshtatshme, ndihmon trupin të përballet me situatën stresuese. Por nëse doza është e lartë, zakonisht për shkak të një kohe të papërshtatshme

36 Attention deficit hyperactivity disorder (ADHD). ADHD është një nga çrregullimet më të zakonshme neurozhvillimore në fëmijëri. Fëmijët me ADHD mund të kenë probleme për të përqendruar vëmendjen dhe për të kontrolluar sjelljen impulsive (mund të veprojnë pa menduar për rezultatin) ose të jenë tepër aktivë.

37 Më shumë për problemet e shkaktuara nga përdorimi i celularit dhe varësia: Gutiérrez, J&Rodriges de Finseca, F.&Rubio, G. Frontiers in Psychiatry. (2016).Volume 7 <http://dx.doi.org/10.3389/fpsy.2016.00175>

38 Këto sinjale transmetohen në hipotalamus, hipokampus, amigdalë dhe korteksin para ballor. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6037427/>

të ekspozimit ndaj stresit, ajo ndikon seriozisht në funksionimin e trurit, pra në përqendrimin, vëmendjen, procesin e vendimmarrjes, kujtesën dhe të mësuarit.

Stresi mund të ndryshojë në varësi të llojit të video-lojës. Në disa lojëra, stresi nuk lidhet me kohën/shpejtësinë e reagimit, por vetëm me gjetjen e një zgjidhjeje logjike të situatës problemore. Në raste të tjera, nga lojtari pritët një zgjidhje e shpejtë dhe e saktë e situatës. Kjo kërkon që fëmija jo vetëm të marrë vendime dhe zgjedhje me shpejtësi dhe me kujdes, por edhe të parashikojë dhe planifikojë, duke marrë parasysh kushtet kohore dhe hapësinore në lojë, për të arritur zgjidhjen e duhur. Nëse hormoni i stresit është vazhdimisht aktiv për shkak të lojërave të tepërta, mund të shkaktojë që neurotransmetuesit e trurit (si serotonina) të ndalojnë së funksionuari në nivele optimale. Kjo mund të ndikojë në humor, duke shkaktuar potencialisht depresion; sheqer të ngritur në gjak, i cili mund të çojë në mbi konsumim të ushqimeve të pashëndetshme dhe ulje të cilësisë së gjumit pasi bëhet më e vështirë të biesh në gjumë dhe të kesh gjumë cilësor³⁹.

Luajtja e lojërave aktivizon gjithashtu sistemin sensoro-motor të trupit të lojtarit, kështu që trupi reagon sikur stresi t'i ndodhte në jetën reale. Kjo aktivizon organizmin duke shkaktuar reagimin “Lufto ose ik” (Fight or flight) si përgjigje e organizmit ndaj kërcënimit të perceptuar. Për shembull, gjatë video-lojërave me përmbajtje agresive, në një moment trupi nuk e njeh se është trillim, gjë që mund të shkaktojë ndjenja zemërimi dhe sjellje agresive te fëmija në realitet⁴⁰.

Gjithashtu, aktiviteti në rrjetet sociale apo luajtja e video-lojërave mund të shkaktojë sekretimin e hormonit **adrenalinë**, i cili sekretohet nga gjëndra mbi veshkore dhe në trup shërben si neurotransmetues, pra shërben për transmetimin e informacionit nga sistemi nervor periferik në tru dhe anasjelltas. Si rezultat, zemra rreh më shpejt, më shumë gjak lëshohet në qarkullimin e gjakut, presioni i gjakut rritet dhe frymëmarrja përshpejtohet.

³⁹ Aliyari, H. et al. The Beneficial or Harmful Effects of Computer Game Stress on Cognitive Functions of Players. Basic Clin Neurosci. (2018): 177–186.

⁴⁰ Adair, C., n.d. gamequitters.com. [Online]
Available at: <https://gamequitters.com/how-gaming-affects-the-brain/>

Sekretimi afatgjatë i adrenalinitë shkakton ndjenjën e mërzitjes së shqisave, lodhjes së vazhdueshme dhe uljes së nivelit të sheqerit, gjë që shkakton nevojën për të ngrënë ushqim të ëmbël dhe jo të shëndetshëm.

Së fundi, si pasojë e çrregullimeve gjithnjë e më të shpeshta, vërehet trendi i të ashtuquajturve **gjendjeve fomo dhe fobo**.

Gjendja-fomo (shkurtesë e Fear of Missing Out, frika se diçka lëshohet) është një gjendje psikologjike që shoqërohet me shfaqjen e ankthit dhe shqetësimit për shkak të një ndjenje të fortë të lëshimit të një përvoje, ngjarjeje ose informacioni në internet; një imazh imagjinar dhe ndjenjë se të gjithë të tjerët po kalojnë më mirë në këtë moment, se janë në një vend më të mirë, se janë më të lumtur. Gjendja-fomo drejton vëmendjen për të kontrolluar vazhdimisht postimet dhe informacionin për të mbetur “të përditësuar me zhvillimet më të reja”.

Gjendja-fobo (shkurtesë e Fear of Being Offline, frika nga të qenit joaktiv në internet, të qenit jashtë linje) është një gjendje psikologjike që manifeston emocione negative, shqetësim, frikë, madje edhe agresion nga mospasja e qasjes në internet, në të dhëna, në një pajisje digjitale ose celular. Këto kushte janë pasojë e presionit të njoftimeve dhe informacioneve të reja të krijuara nga mediat sociale dhe interneti.

Kalimi i kohës së
gjatë para ekranit
mund të ndikojë
mbi zotërimin e
gjuhës amtare
dhe të shkaktojë
vështirësi në
artikulimin e
fjalëve.



PASOJAT GJUHËSORE-VERBALE

Fëmijët komunikojnë me veglat e aplikacioneve, të cilat përdorin gjuhën e tyre për të kuptuar. Forma e komunikimit të tyre është shkëmbimi i imazheve, videove të shkurtra, teksteve të shkruara ose audio mesazheve të regjistruara.

Lidhja e vazhdueshme me botën globale, si dhe komunikimi me përmbajtje nga fusha të tjera gjuhësore, ndryshon qëndrimin dhe praktikën e tyre ndaj gjuhës.

Prindërit që morën pjesë në fokus grupet gjatë përgatitjes së këtij doracaku vunë në dukje disa probleme me të cilat u përballën, të cilat lidhen me kohën e tepërt që fëmijët kalojnë para ekraneve:

- Vështirësi në artikulimin e fjalëve (në gjuhën amtare);
- Vështirësi në shprehjen dhe bashkimin e një fjale, vargu të lidhur kuptimplotë;
- Përdorimi/përzierja e fjalëve nga gjuhë të ndryshme (kryesisht anglishtja) dhe përzierja e strukturës gramatikore të fjalisë në komunikimin e folur dhe të shkruar;
- Probleme me të kuptuarit e kuptimit të fjalëve në gjuhën amtare.

Fëmijët e kanë më të
vështirë të dallojnë
informacionin e nevojshëm
dhe cilësor nga kiçi
dhe teoritë e ndryshme
joshkencore (konspirative)
për tema të ndryshme
dhe mjaft shpesh marrin
vendime të gabuara



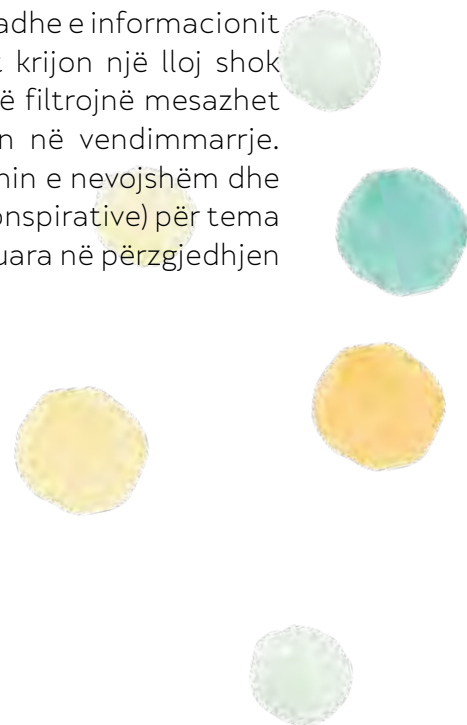
Përmbajtja për fëmijë shpesh mund të imponojë stereotipa dhe paragjykime në lidhje me grupet shoqërore, individët, vendet, racat, kulturat, gjininë, seksin, etj.

Dhe së fundi, duhet të jemi të vetëdijshëm se sasia e madhe e informacionit dhe mesazheve me të cilat bien në kontakt fëmijët krijon një lloj shok informacioni, kështu që fëmijët nuk janë në gjendje të filtrojnë mesazhet dhe të sistemojnë mendimet e tyre dhe kjo ndikon në vendimmarrje. Prandaj, e kanë më të vështirë të dallojnë informacionin e nevojshëm dhe cilësor nga kiçi dhe teoritë e ndryshme joshkencore (konspirative) për tema të ndryshme dhe mjaft shpesh marrin vendime të gabuara në përzgjedhjen dhe metodën e informacionit.

PASOJAT ETIKE DHE INFORMATIVE

Ekspozimi ndaj përmbajtjeve të papërshtatshme dhe të pakontrolluara i ballafaqon fëmijët me relativizimin e sistemit të vlerave dhe pranimin e sjelljeve që ndonjëherë janë krejtësisht të papërshtatshme. Duke parë përmbajtje të ndryshme, të pa filtruara, fëmijët ndonjëherë vijnë në kontakt me përmbajtje pornografike, me përmbajtje për mënyrat e përdorimit të substancave të ndaluara/ilegale, udhëzime për përgatitjen e eksplozivëve, rite fetare të sekteve, etj.

“Bombardimi” i vazhdueshëm me mesazhe reklamuese në to stimulon nevojën për të blerë, kështu që lumturia lidhet ekskluzivisht me zotërimin e sendeve materiale.





**RREZIQET
NGA SJELLJA
E FËMIJËVE
NË RRJETET
SOCIALE**



Fëmijët janë vazhdimisht të ekspozuar ndaj një sërë kërcënimesh në internet. Ata nuk janë të vetëdijshëm për mesazhet dhe manipulimet në disa përmbajtje mediatike dhe mund të mos njohin gjithmonë përmbajtje të dhunshme ose gjuhë të urrejtjes. Intensiteti i informacionit dhe komunikimi aktiv me bashkëmoshatarët në internet mund t'i vendosë ata në situata ku do të përqeshen, nënçmohen ose ofendohen.

Aktivitetet në rrjetet sociale mund të ndikojnë në fëmijën tuaj dhe mund ti paraqitet ankth, humbje e vetëvlerësimit, tërheqje dhe pasiguri në krijimin e miqësive. Format më të zakonshme të dhunës së bashkëmoshatarëve në internet (ngacmimi kibernetikë/cyberbullying) ndodhin në mesazhet me tekst në rrjetet e komunikimit (Snapchat, Viber) dhe në mesazhet (chat) në video-lojërat. Një nga karakteristikat e bullizmit në internet është se ai ndodh 24/7, duke e lënë viktimën të ndjehet se askund dhe kurrë nuk është e sigurt. Mesatarisht, në të gjithë vendet e OECD⁴¹ me të dhënat në dispozicion, rreth 12% e vajzave dhe 8% e djemve 15 vjeçar raportuan se kishin qenë viktimë të dhunës në rrjetet sociale⁴².

Kryesit e dhunës në internet nga bashkëmoshatarët kanë aftësi të manipulimit strategjik të të tjerëve, janë të nxitur nga sjellje impulsive të kërkimit të eksitimit, kanë një ndjenjë më pak të zhvilluar të ndjeshmërisë, vetë-perceptim më të lartë dhe nevojë për popullaritet. Ata shpesh kanë lidhje më të dobëta sociale dhe mbështetje nga miqtë dhe familja, janë të vetmuar dhe më pak të pranuar në grupe⁴³.

⁴¹ Organizata për Bashkëpunim dhe Zhvillim Ekonomik. <https://www.oecd.org/about/> Organizata ka 38 vende anëtare, përfshirë Republikën e Maqedonisë së Veriut.

⁴² <https://www.oecd.org/gender/data/girls-are-more-exposed-than-boys-to-cyberbullying.htm>

⁴³ Goodboy, K.A. & Matthew M. M. The personality profile of a cyberbully: Examining the Dark Triad. Computers in Human behaviors. Volume (2015). 49, p. 1-4

MBANI NË MEND

- Reagoni ndaj çdo ndryshimi të sjelljes në shtëpi ose në shkollë. Kërkoni, nëse është e nevojshme, mbështetje nga shkolla (mësuesi/ja ose psikologu i shkollës);
- Flisni mbi mënyrën se si zhvillohet biseda në internet (a janë përdorur fjalë dhe komente ofenduese rastësisht);
- Mësoni fëmijën tuaj t'i kushtojë vëmendje sjelljes së tij në grupet e bashkëmoshatarëve. Të mos vënë në dukje miqtë në diskutime me konotacion negativ dhe të mos shkarkojnë dhe komentojnë foto private në grupe shkollore ose në grupe me miq të ngushtë;
- Kushtojini vëmendje dhe reagoni ndaj sjelljes së fëmijës nëse vëreni se ai flet në mënyrë tallëse dhe nënçmuese për ndonjë nga bashkëmoshatarët dhe miqtë e tij të shkollës. Këta mund të jenë edhe treguesit e parë të sjelljes së dhunshme në internet.

GJURMËT DIGJITALE, SIGURIA DHE PRIVATËSIA

Duke kërkuar internet hapësirën e hapur, të gjithë lëmë **gjurmë digjitale** (digital footprint). Ato gjurmë tregojnë: cilat faqe interneti vizitoni, cilat janë interesat tuaja, kush është pjesë e familjes tuaj, me kë flisni, me kë jeni miq, çfarë kërkoni më shpesh, ku vendosni “pëlqimet” dhe komentet tuaja. Bazuar në këto të dhëna, kompanitë mund të profilizojnë personalitetin tuaj për qëllime ekonomike, politike dhe sociale.

SI T'IA SHPJEGONI KËTË FËMIJËS TUAJ?

- Fëmija duhet të kuptojë se përditshmëria e tij është e regjistruar në internet: në cilën garë ka fituar çmim, cili ekip futbolli është i preferuari i tij, çfarë muzike dëgjon, cilët filma i shikon, çfarë i intereson, çfarë kërkon në internet. Nëpërmjet një bisede të thjeshtë, përpikuni t'i shpjegoni atij se prania e tij në internet (personazhi i tij online) krijohet falë gjurmëve që ai lë në internet dhe se për këtë arsye është e rëndësishme të jeni të vetëdijshëm se si ai komunikon në platformat sociale. Këshillojeni që të jetë i sjellshëm, të mos iniciojë konflikte, të mos ndajë privatësinë e tij dhe të të afërmeve në hapësirën publike online, veçanërisht bisedat dhe fotot personale;
- Ndihmoheni të mësojë të menaxhojë emocionet e tij dhe të jetë i kujdesshëm në postimet. “Të numëron deri në dhjetë” para se të bëjë diçka kur është nën ndikimin e emocioneve të forta;
- Përpara se të publikon ose komunikon ndonjë përmbajtje – të kontrollojë informacionin, të sigurohet që është i vërtetë, që është nga aspekti etik i saktë (me qëllim që mos të lëndojë dikë, me vetëdije apo pa vetëdije), të jetë i kujdesshëm, të mos nxit dhunë apo gjuhë të urrejtjes;
- Mësojeni të përdorë mediat për interesat, hobi, krijimet dhe arritjet personale. Shpjegojini atij se profili i tij paraqet medie për veten dhe në këtë mënyrë ai mund të përcjellë mesazhe pozitive dhe të iniciojë ndryshime.

SI MUND TË RREZIKONI (PA VETËDIJE) PRIVATËSINË E FËMIJËVE NË INTERNET?

A e dini se çfarë do të thotë fjala “sherenting”?

Sherenting është një term që u krijua duke kombinuar dy fjalë nga gjuha angleze – “share”, që do të thotë ndarje, dhe “parent”, që do të thotë

prind dhe u referohet prindërve që postojnë shumë fotografi dhe video të fëmijës së tyre në rrjetet sociale⁴⁴.

Kur postoni fotografi, ju vendosni jo vetëm të ndani përvojën jo vetëm me të tjerët, por edhe të zbuloni publikisht një pjesë të privatësisë dhe intimitetit të fëmijës suaj.



Duhet të dini se kur postoni fotografi të fëmijës tuaj, ju vendosni ta ndani përvojën me të tjerët. Kur postoni fotografi, ju vendosni jo vetëm të ndani përvojën jo vetëm me të tjerët, por edhe të zbuloni publikisht një pjesë të privatësisë dhe intimitetit të fëmijës suaj.

Sondazhet e BE-së për fëmijë në internet (EU Kids Online)⁴⁵ tregojnë se në vitin e kaluar, një në dhjetë fëmijë i ka kërkuar prindit të heqë fotot e tyre të postuara publikisht në internet dhe 8% e fëmijëve janë ndjerë të shqetësuar nga informacioni që prindërit e tyre kanë postuar në internet.

Para se të postoni fotografi ose koment në lidhje me fëmijën, **duhet t'i parashtroni vetes disa pyetje:**

- Si do të ndihesha unë nëse dikush do të postonte fotografinë time që shihet dhe komentohet nga një numër i madh njerëzish? Me të vërtetë dua jo?
- Si mund të ndihet një fëmijë nëse, vite më vonë, gjen këto foto dhe lexon komentet poshtë tyre?
- A mundet që përmbajtja dhe informacioni që publikoj publikisht për fëmijën tim ta vënë atë në rrezik?
- Cilat janë ato rreziqe?
- A mund ta përdorë dikush këtë fotografi për të ngacmuar ose tallur fëmijën tim në klasë apo në lagje?
- Pse shpërndaj informacionet dhe fotot e fëmijës tim?

⁴⁴ Përcaktuar në EU Kids Online, Survey results from 19 countries, (2020). f.121, <https://www.eukidsonline.ch/files/Eu-kids-online-2020-international-report.pdf>

⁴⁵ EU Kids Online, Survey results from 19 countries, (2020). <https://www.eukidsonline.ch/files/Eu-kids-online-2020-international-report.pdf>



DIÇKA PËR NË FUND



Bota digjitale është e **ndryshueshme** dhe e **pakufishme**. Derisa ju jeni duke lexuar këto rreshta, ajo botë ka marr formë të reja dhe ka hapur hapësira të reja në të cilat fëmija juaj do të banojë.

Zbuloni së bashku **mekanizmat e padukshëm të mediave** që do të përpiqen të vjedhin vëmendjen dhe kohën e tij çdo ditë, si dhe t'i formësojnë zakonet, vlerat dhe kulturën e tij. Mbani gjithmonë parasysh se janë pikërisht ata **që krijojnë pikëpamjen e tij për jetën dhe ndaj botës**.

Jini prind/kujdestar aktiv dhe zhvilloni aftësitë së bashku me të.

Edukojeni që të mësojë dhe të hulumtoj botën e internetit. Lexoni me kujdes, krijoni në mënyrë krijuese dhe merrni informacione në mënyrë kritike në internet.

Drejtoje atë të besojë në arsim dhe shkencë.

Të kontrollojë para se të beson!

Kjo është një kohë e re, në të cilën detyra juaj më e vështirë do të jetë të ndihmoni fëmijën tuaj të ruajë identitetin e tij autentik. “Vetja” e tij, mes të gjithë bashkëmoshatarëve dhe zhgënjyesve në rrjetet sociale.

Mësojeni që gjithmonë të parashtrojë pyetje. Të kërkojë përgjigje.

Të jetë vetvetja.

Tani gjithçka është në duart tuaja.

Me fat!

Literatura e përdorur

- Cammaerts, Bart (2015) Social media and activism. In: Mansell, Robin and Hwa, Peng, (eds.) The International Encyclopedia of Digital Communication and Society. The Wiley Blackwell-ICA International Encyclopedias of Communication series. Wiley-Blackwell, Oxford, UK, pp. 1027-1034
- Cattane, N., Rossi, R., & Lanfredi, M. (2017). Borderline personality disorder and childhood trauma: exploring the affected biological systems and mechanisms. *BMC Psychiatry*, 18(221). doi:10.1186/s12888-017-1383-2
- Cohen, J. (2001). Defining Identification: A Theoretical Look at the Identification of Audiences with media characters. *Mass communication & Society*, 4(3), 245–264
- Dresp-Langley, B. (2020). Children's Health in the Digital Age. *Int. J. Environ. Res. Public Health*. Volume 17, 3240
- Juricic D. (2017), Cijelozivotno obrazovanje, <http://decijkutak.weebly.com/prona273i-saznaj/kriticko-misljenje-dinka-juricic>
- Djeca i mediji, knjižnica za roditelje i skrbnike (2018), стр.5, преземено од „Children and media”, (KAVI), Finska, 3/2016.
- Freud, S. (1923). The Ego and the Id. The Standard Edition of the Complete Psychological Works of Sigmund Freud, Volume XIX (1923- 1925): The Ego and the Id and Other Works, p. 1-66
- Fulgosi, A. (1987) Psihologija ličnosti. Zagreb, Školska knjiga
- Heyman, D. G. (2008) *National Library of Medicine*, 17(5): 344–347.
- Kim, S.K. (2011). Reduced striatal dopamine D2 receptors in people with Internet addiction. *National Library of Medicine*. Volume 22(8):407-411
- Kulacaoglu, F., & Kose, S. (2018). Borderline personality disorder (BPD): In the midst of vulnerability, chaos, and awe. *Brain sciences*, 8(11), 201. doi:10.3390/brainsci8110201
- McCrindl, M. (2020). Understanding Generation Alpha. McCrindle Research Pty Ltd.

- Robinson T.N & Matheson, D.M. (2015). Environmental strategies for portion control in children. *Appetite*. Volume 88, p. 33–38
- Smahel, D., Machackova, H., Mascheroni, G., Dedkova, L., Staksrud, E., Ólafsson, K., Livingstone, S., and Hasebrink, U. (2020). EU Kids Online 2020: Survey results from 19 countries. EU Kids Online.
- Tootell, H. F.M. & Freeman, A. (2014). Generation alpha at the intersection of technology, play and motivation. In R. H. Sprague Jr (Eds.), 47th Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS) (pp. 82-90). United States: The Institute of Electrical and Electronics Engineers Inc
- Zgrabljic Rotar, N. (2007). *Medijska pismenost I civilno drustvo*. Sarajevo, Media centar
- Gutiérrez, J&Rodrigues de Finseca, F.&Rubio, G. (2016, October 24). *Frontiers in Psychiatry*. Volume 7
- Carpenter, B & Sinnott, B. (2021, March 31) Memes and the art of maintenance. *The Journal of Creative Library Practice*

Internet-lidhjet:

- Rekomandime filmash për fëmijë sipas moshës dhe përmbajtjes:
<https://www.common sense media.org/reviews/tag/parents-recommend-31827> dhe në lidhjen <https://www.common sense media.org/movie-lists>
- Doracak për edukim mediatik. *Mësojmë të njohim*. (2021). IREX, <https://www.irex.org/sites/default/files/Learn%20to%20Discern%20Trainers%20Manual%20%E2%80%93%20N.%20Macedonia%20YouThink.pdf>
- Agjencia për shërbime mediatike audio dhe audiovizuele
https://avmu.mk/wp-content/uploads/2017/06/Pravillnik_za_zastita_na_malloletnite_lica.pdf
- Statista:
https://www.statista.com/topics/2019/youtube/#topicHeader__wrapper
<https://www.statista.com/topics/6077/tiktok/?#dossierKeyfigures>
- Video në YouTube: GP, 36orym! <https://youtu.be/LYyRAdsXPnE>

OxfordDictionaries.com, <https://www.oxfordreference.com/display/10.1093/oi/authority.20111201123450726;jsessionid=9FF486BD7BF7FCBEF597B1C7739800F4>

Медиумски-регулаторни-тела-и-заштита-на-малолетниците.pdf, (2019), f.39
<https://avmu.mk/wp-content/uploads/2017/05/>

Doracak i Qytetarisë Digjitale, Fuqia qytetare e mediave. <https://talmil.org/mk/>

Video-lidhje: Еко за ехо меѓу основците (Еко për jehonë te nxënësve të shkollave fillore): <https://www.facebook.com/watch/?v=874044077099701>

Lidhje të dobishme

Përmbajtje digjitale për fëmijë (video lojëra, faqe interneti, filma, muzikë, aplikacione):

Vlerësimi dhe kualifikimi i video-lojërave <https://pegi.info/>

Informacione, komente

<http://www.askaboutgames.com/>

<https://www.commonsensemedia.org/reviews>

YouTube për fëmijë <https://www.youtube.com/kids>

Shfletues (motor kërkimi) për fëmijë <https://www.kiddle.co/>

Mjete për krijimin e një plani të personalizuar familjar për përdorim të mediave:

<https://www.healthychildren.org/English/media/Pages/default.aspx#home>

Përdorimi i teknologjisë në punën me fëmijët me vështirësi zhvillimore

<https://www.understood.org/en>

Qendra e Sigurisë së Google - Mjetet e Sigurisë

<https://www.google.com/intl/sr/safetycenter/tools/#home/>

<https://www.google.com/intl/sr/safetycenter/families/explore/ageappropriate/>

Përdorimi i sigurt i rrjeteve sociale dhe aplikacioneve në ueb:

<https://www.saferinternet.org.uk/advicecentre/social-media-guides>

<https://www.saferinternet.org.uk/blog/keythings-remember-when-helping-your-childset-new-profile>

<https://www.saferinternet.org.uk/advicecentre/parents-and-carers/parents-guidetechnology>

Masat e mbrojtjes teknike (kontrolli/monitorimi prindëror):

<https://www.esafety.gov.au/educationresources/iparent/online-safeguards/parental-controls>

<https://esafety.gov.au/education-resources/iparent/online-safeguards/parentalcontrols/web-browsers>

<https://www.saferinternet.org.uk/blog/>

<https://saferinternet.org.uk/blog/youtube-announce-new-parental-controls-for-youtube-kids>

