

DORACAK

pune në klubet
shkollore mediatike





DORACAK

PUNE NË KLUBET

SHKOLLORE MEDIATIKE

DORACAK PUNE NË KLUBET SHKOLLORE MEDIATIKE

Autor i doracakut:	Mihajllo Llahtov
Përkthyer nga:	Sefer Tahiri
Lektor:	Shpëtim Hiseni
Botues:	Instituti Maqedonas i Medias Forumi Rinor Arsimor
Dizajni dhe përpunimi teknik:	Koma Dizajn

Projekti i USAID-it për edukim mediatik "Të rinjtë mendojnë" zbatohet nga IREKS-i së bashku me Institutin Maqedonas të Medias (IMM), Institutin e Studimeve të Komunikimit (ISK) dhe Forumin Rinor Arsimor (FRA).

Aktivitetet në projekt mundësohen me mbështetjen e popullit amerikan përmes Agjencisë së SHBA-së për Zhvillim Ndërkombëtar (USAID).

Përmbajtja

1 Tema
Çfarë do të thotë të
jesh gazetar/e? **7**

2 Tema
Për cilat tema
raportojnë gazetarët? **27**

3 Tema
Pse është e rëndësishme
të jesh profesionist? **47**

4 **Tema**
Media
shkollore **67**

5 **Tema**
Të jesh gazetare ose gazetar
i mediave të reja **85**

6 **Tema**
Të jesh mediatikisht i edukuar
në epokën digjitale **101**



Çfarë do të thotë të jesh gazetar/e?

Moduli 1: Gazetaria është profesion i rëndësishëm

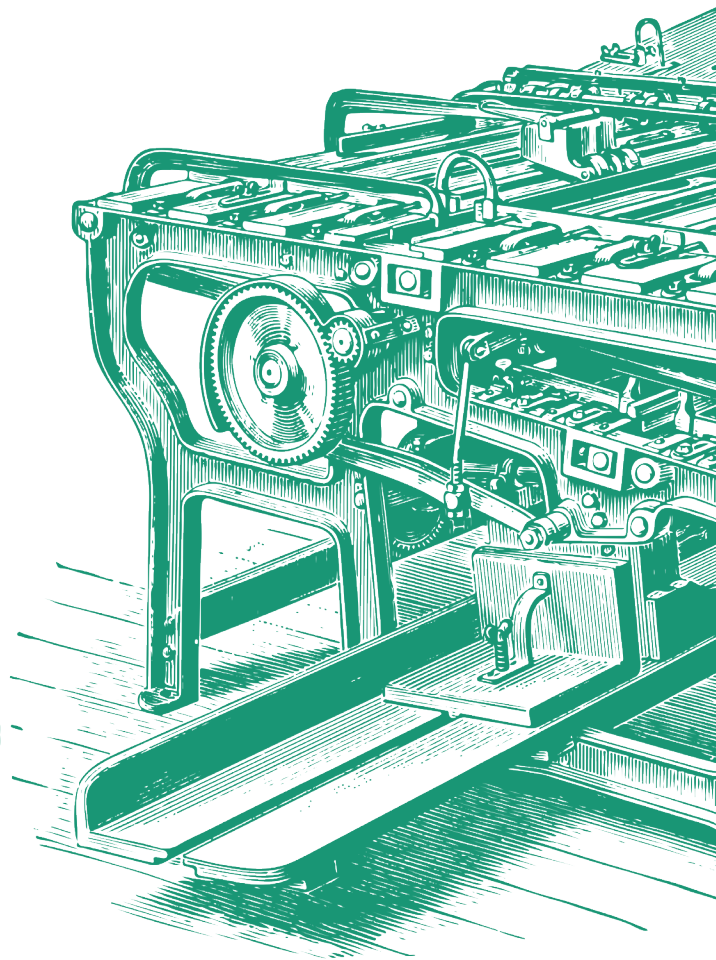
Moduli 2: Llojet dhe zhanret e gazetarisë

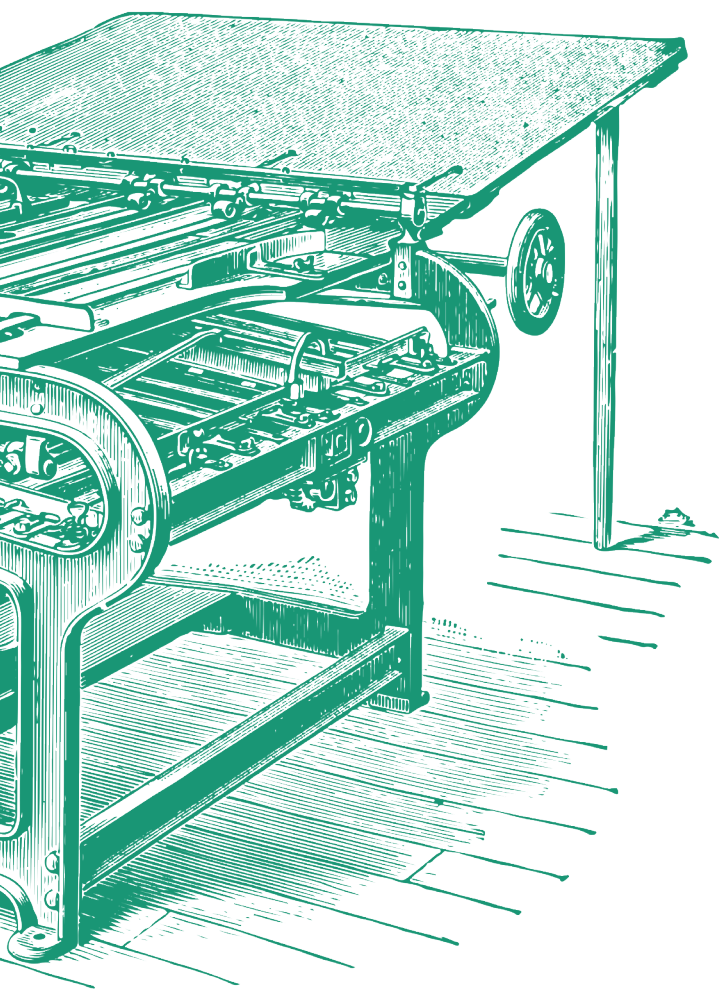
T e m a

Shtylla e katërt e demokracisë, forca e shtatë, rojtari i demokracisë, "gardian" i informacioneve, janë vetëm disa nga emrat që edhe sot e kësaj dite përdoren për të përshkruar kuptimin dhe rolin e gazetarëve dhe të gazetarisë.

Që nga shpikja e Johanes Gutenbergut në vitin 1440, e sot e kësaj dite, gazetaria kaloi nëpër faza të ndryshme, duke iu përshtatur ndryshimeve teknologjike dhe shoqërore, por gjithmonë duke përmbushur një rol shumë të rëndësishëm shoqëror. Shfaqja e gazetave në shekullin e 17-të dhe të 18-të në Evropë dhe Amerikë zyrtarizoi edhe profesionin e gazetarit. *London Gazette* (London Gazette) dhe *Pensylvania Gazette* (Pennsylvania Gazette) janë disa nga gazetat e para të përditshme në Angli dhe në SHBA, të cilat kishin krijuar tashmë rubrika, mbulonin tema të ndryshme nga politika, ekonomia, kultura dhe formuan konceptin e mediave të shtypura që është aktual edhe sot e kësaj dite.

Në fund të shekullit të 19-të dhe në fillim të shekullit të 20-të, u shfaqën disa degë të rëndësishme të gazetarisë, duke përfshirë edhe atë që sot e quajmë gazetari hulumtuese. Neli Bli, Ajda Uells, Semjuell Hopkins Adams, Ajda Tarbell, janë vetëm disa nga gazetarët dhe gazetarët që luajtën rol shumë të rëndësishëm në shpalosjen e padrejtësive të ndryshme në shoqëritë e tyre përmes storjeve hulumtuese që i publikojnë.





Misioni i gazetarisë është të shpalosë atë që dikush tjetër dëshiron të fshehtë, të kontrollojë dhe t'i rishikojë ata që kanë pushtetin, të informojë qytetarët nëse paratë e tyre shpenzohen në mënyrë të mirë ose të keqe dhe të përfaqësojë interesat e tyre.

Ky mision i rëndësishëm është i mundshëm vetëm përmes pyetjeve kritike, verifikimit të fakteve, përdorimit të argumenteve dhe transmetimit objektiv të së vërtetës.

Të jesh gazetar/e sot nuk është e lehtë fare. Ky profesion nuk e ka reputacionin që e ka pasur dikur dhe po humbet gjithnjë e më shumë besimin e qytetarëve. Në ditët e sotme, informacionet nuk i marrim vetëm nga gazetarët, por edhe nga shumë lloje të tjera burimesh, të tilla, si për shembull, postimet në Fejsbuk, tuitet, influencerët, jutjuberët... Për fat të keq, shumë shpesh nuk bëjmë dallimin midis tyre dhe gazetarisë profesionale të bazuar në fakte. E, pikërisht kjo është thelbësore në mënyrë që t'i kthehet gazetarisë roli që ajo e meriton në shoqërinë, e që është të jetë gardiane e demokracisë.

Prandaj, në katër orët e para do të flasim për atë se çfarë punojnë gazetarët, pse është e rëndësishme gazetaria, cilat tema i mbulojnë gazetarët dhe cilat janë parimet themelore të punës së tyre.

Moduli 1:

Gazetaria është profesion i rëndësishëm

Do të mësojmë

Çfarë do të thotë të jesh gazetar dhe pse gazetaria ende është profesion i rëndësishëm



Cilat tema i mbulojnë gazetarët



Çfarë është dhe çfarë nuk është gazetar

Burimet e nevojshme



Fletë Pune 1 dhe 2



Hamerë dhe fillomasterë



Projektor dhe tabelë smart

Përgatitja e mësimitdhënësit



Për Aktivitetin 1, mësimitdhënësi para orës shtyp fletë A4 me nga një media dhe redaksi, në të cilën punojnë gazetarët (sipas shembullit të Fletës së Punës 1)

Realizimi



2 orë mësimore



Ora 1

Të rinjtë, me sa duket, nuk janë të dhënë shumë pas lajmeve. Sipas një hulumtimi global¹, të rinjtë nga gjenerata Zet (Z)² dhe gjenerata Alfa³ shpenzojnë mesatarisht më shumë se 4 orë në rrjetet sociale, që është dy herë më shumë se Gjenerata Iks (X)⁴. Ajo që është e rëndësishme, madje 66% e pjesëtarëve të kësaj gjenerate ose nxënësve të sotëm të shkollave të mesme, shprehen se informohen nga rrjetet sociale, të tilla si Jutjub, Instagram, Tiktok⁵... Ata, gjithashtu, i marrin lajmet nga miqtë e tyre, familja, njerëzit me të cilët komunikojnë "drejtpërdrejt" dhe onlajn. Të gjithë ne jemi të bombarduar nga miliona informacione për çdo ditë nëpër platforma të ndryshme mediatike, gjë që e bën të vështirë arritjen deri te informacionet e mirëfillta dhe të rëndësishme që na nevojiten.

Në një realitet të këtillë, kuptojmë se gazetaria profesionale ende ka rol shumë të rëndësishëm, meqë i përzgjedh, i redakton dhe i përgatit ato lajme që janë në interesin tonë, relevante, të rëndësishme dhe të reja.

1 Burimi: <https://www.statista.com/statistics/1314973/global-daily-time-spent-on-social-media-networks-generation/>

2 Të lindur mes viteve 1996 dhe 2010.



3 Të lindurit pas vitit 2010.

4 Të lindur mes viteve 1965 dhe 1980.

5 Hulumtim i Qendrës Hulumtuese Pju, nga SHBA, <https://www.pewresearch.org/internet/2022/08/10/teens-social-media-and-technology-2022/>

Diskutim

Filloni diskutim me nxënësit, duke i pyetur:

	Pse ekzistojnë gazetarët?
	Cili është roli i tyre?
	Cilat tema për ju janë të rëndësishme?
	Çfarë zakonisht lexoni në media?

Përgjigjet shënojinë në tabelë dhe më pas i gruponi. Nxirrni poentat kryesore.

Një numër i madh i gazetarëve kanë zgjedhur profesionin jo për të përfituar shumë para, por meqë besojnë se mund 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 shpalosin veprim të pandershëm ose të paligjshëm, zbardhin hallet e njerëzve në gjendje të vështirë, e madje na japin edhe informacione mbi bazën e të cilave mund të marrim vendime për jetën tonë, të tilla, si për shembull, cilat janë shkollat më të mira ose si të ushqehemi mirë dhe të mbetemi të shëndetshëm.

Të tjerët, nga ana tjetër, na informojnë për gjëra nga më të ndryshmet, të tilla, si për shembull, arritjet teknologjike, si do të jetë moti ose si është rezultati i ndeshjeve të futbollit, duke nxitur me këtë rast diskutime dhe duke i ndarë zhvillimet ose mundësitë më të reja. Përmbytjet e gazetarisë mund të kenë qëllime ndër më të ndryshmet – mund të na informojnë, të na edukojnë, por edhe të na argëtojnë.

Gazetarët punojnë gjithnjë e më shumë nën presion të madh, me detyrimin për të bërë më shumë tekste dhe kronika për më pak kohë, e gjithë kjo me qëllim që të

përmbushin afatet dhe të ofrojnë sa më shumë përmbajtje. Ndonjëherë, që është edhe më keq, përballen me presion nga politikanë, biznesmenë dhe kompani, që përpiqen të parandalojnë publikimin e historive që nuk janë në interesin e tyre.



Ky është gazetari Semjuell Hopkins Adams. Në vitin 1905, në një seri prej 11 punimesh hulumtuese të botuara për *Nju-Jork San*, Adamsi ka shpalosur mashtrimet e lidhura me ilaçet e reja, të cilat shumë shpesh, jo vetëm që nuk kanë ndihmuar, por edhe e kanë dëmtuar shëndetin e njerëzve. Falë teksteve të tij, është miratuar Ligji për Ushqim të Pastër dhe Barnat në vitin 1906, me të cilin është vendosur kontroll i rreptë në këtë fushë.

Aktiviteti 1

Në fletët A4, mësimehmënesi/mësimehmënesja duhet të shkruajë nga disa lloje të ndryshme të mediave dhe redaksive në të cilat punojnë gazetarët (**Fletë Pune 1**). Ndani nxënësit në grupe dhe çdo grupi jepini nga një fletë.

Thuajuni të imagjinojnë se kanë gjetur punë në media ose redaksi të këtitllë. Jepuni dhjetë minuta për të biseduar në grup dhe të përpiqen të gjejnë përgjigje në pyetjet si vijon:

	Cilat do të ishin detyrat e tyre të përditshme?
	Pse puna e tyre do të ishte e rëndësishme për njerëzit e tjerë?
	Si dallojnë nga gazetarët në mediat ose redaksitë e tjera?
	Për cilën temë do të zgjidhnin të shkruajnë?

Pastaj, nga një nga secili grup do të duhet të prezantojë përgjigjet që i ka dhënë grupi.

FLETË PUNE 1

Moduli 1: Gazetaria është profesion i rëndësishëm



Ora 1

Lista e redaksive të ndryshme dhe llojet e mediave në të cilat punojnë gazetarët

	Gazetar në rubrikën informative (lajme)
	Gazetar në redaksinë sportive
	Gazetar i radios
	Reporter i televizionit
	Gazetar në redaksi hulumtuuese
	Gazetar në portal onlajn
	Gazetar në redaksi argëtuese
	Gazetar në redaksi të kulturës

Në fletë A4 shkruani nga një media/redaksi të propozuar. Nuk është patjetër që të shfrytëzoni të gjitha temat. Pastaj fletët ndajini në grupe, të cilat do të bisedojnë për to gjatë kohës së aktivitetit të parë.



Ora 2

Aktiviteti paraprak na tregoi se sa janë të ndryshme fushat dhe temat që i mbulojnë gazetarët. Pavarësisht nga të gjitha sfidat nëpër të cilat kalon, gazetaria është ende hallkë shumë e rëndësishme për demokracinë në shoqëritë tona.

Termi që ka origjinën në SHBA, e vendos gazetarinë ndërmjet postulateve kryesore të demokracisë, ose "shtyllën e katërt", pas pushtetit ligjdhënës, ekzekutiv dhe gjyqësor. Kjo është kështu për shkak se gazetaria është korrigjuese e pushtetit dhe është vendimtare për transparencën e qeverisë dhe korporatave të mëdha.

Edhe pse jo të gjithë gazetarët, dhe jo gjithmonë, e kalojnë provimin e profesionalizmit, objektivitetit dhe pavarësisë, megjithatë duhet t'u japim besim, në veçanti atyre që me punën e tyre na kanë bindur se janë profesionistë dhe e meritojnë. Për standardet e gazetarisë dhe çfarë do të thotë të jesh profesionist, do të flasim në një nga orët e radhës.

Në këtë orë, do të përpiqemi t'i përgjigjemi asaj se çfarë është, e çfarë nuk është gazetari. Është shumë e rëndësishme të dimë se jo gjithçka që do të publikohet në media është gazetari dhe ndjek rregullat e gazetarisë, veçanërisht sot, kur rrjetet sociale na kanë mundësuar të gjithëve të shkruajmë, të publikojmë foto dhe video dhe të krijojmë përmbajtje mediatike. Prandaj, duhet të dallojmë përmbajtjet mediatike nga ato të gazetarisë.

Diskutim



Kush mund të quhet gazetar?



Çfarë e dallon gazetarin nga dikush që shkruan dhe publikon në rrjetet sociale?

Gazetaria është profesion specifik, i cili ka rregullat dhe parimet e veta. Gazetarët profesionistë i ndjekin parimet e objektivitetit, paanshmërisë dhe balancimit, shfrytëzojnë

zhanre të ndryshme në punën e tyre dhe llojet e medias, si mediat e shkruara, TV, radio dhe mediat onlajn, që të mund të kumtojnë informacione deri te shikuesit, dëgjuesit dhe lexuesit.

Aktiviteti 1

Në një projektor ose në një tabelë inteligjente, paraqitni publikimet mediatike nga **Fleta e Punës 2**. (Nëse keni mundësi, po ashtu, mund edhe t'i printoni dhe t'i ndani në grupe.)

Çdo informacion i publikuar është specifik në mënyrën e vet. Nxënësit kanë për detyrë t'i shqyrtojnë dhe për secilin prej tyre të japin mendim nëse mund të quhet gazetari apo jo. Me këtë rast, është shumë e rëndësishme që të arsyetojnë mendimin e tyre.

Sqarim:

1	Shembulli i parë është një postim në rrjetet sociale dhe është mendim nga një "influencere". Postimi mund të jetë interesant, i rëndësishëm dhe i dobishëm, por nuk mund të quhet gazetari.
2/3	Dy postimet mediatike të radhës fokusohen në atë që të tërheqin vëmendjen e opinionit përmes temave të ndryshme të tabloideve, siç është jeta private e politikanëve dhe personave të famshëm. As kjo nuk është gazetari e mirëfilltë.
4	Rasti i katërt bie në testin e standardeve themelore profesionale në gazetari meqë shpërndan përmbajtje manipuluese nga mediat sociale pa verifikimin përkatës të burimeve dhe të përmbajtjes.
5	Rasti i pestë është shembulli më i vlefshëm i gazetarisë së mirëfilltë ndërmjet rasteve të ofruara, në të cilin gazetarët kanë hulumtuar dhe analizuar një temë të rëndësishme me interes publik (marrëdhëniet ndërmjet Bullgarisë dhe Maqedonisë së Veriut, në kontekstin e procesit të integrimit euroatlantik të vendit).

Sqaroni se lajmet e tabloideve janë të pranishme në mediat në shumë vende, por ato nuk mund të jenë zëvendësim i gazetarisë profesionale. Qytetarët kanë nevojë për gazetari profesionale në mënyrë që të mund të marrin vendime të drejta dhe të informuara në të gjitha sferat e jetës.

Moduli 2:

Llojet dhe zhanret e gazetarisë

Do të mësojmë



Cilat janë llojet themelore të mediave në të cilat punojnë gazetarët



Cilat janë veçoritë e gazetarisë së shkruar, të radios, televizive dhe onlajn



Cilat janë zhanret e gazetarisë

Burimet e nevojshme



Projektor dhe tabelë smart

Përgatitja e mësimdhënësit



T'i përgatisë fletët e punës (t'i shtyp) ose t'i tregojë në projektor

Realizimi



2 orë mësimore



Ora 1

Siç pamë, gazetarët mbulojnë një numër të madh temash ose gjithçka që është në interes të publikut. Ata punojnë në lloje të ndryshme të mediave dhe zhvillojnë shumë shkathtësi të ndryshme, të tilla si shkrimi i bukur dhe konciz, diksioni, montazhi, regjistrimi me kamerë dhe publikimi i podkasteve onlajn. Sot, ka ndarje ndër më të ndryshmet për llojin e gazetarisë dhe degët e gazetarisë, por le të fillojmë nga fillimi.

Cilat janë llojet e mediave në të cilat punojnë gazetarët?

Sot mediat i ndajmë në tradicionale dhe të reja ose digjitale, e si rrjedhojë edhe gazetarinë – në gazetari në mediat tradicionale dhe të reja. Për të qenë më të saktë, kemi gazetari të shkruar, gazetari të radios dhe gazetari televizive, me të gjitha specifikat që sjell ky lloj i medias. Sot e kemi edhe gazetarinë onlajn, që nënkupton punën në portalet onlajn dhe nënkupton zhvillimin e numrit të madh të shkathtësive që i bashkojnë ato të mediave tradicionale. Megjithatë, duhet marrë parasysh se gazetaria onlajn nuk ka të bëjë me përmbajtjet që prodhohen në rrjetet sociale.

Gazetari onlajn duhet të jetë i arsimuar në aspektin digjital, të dijë të shkruajë (si ai në mediat e shkruara), të dijë të montojë (si ai në gazetarinë televizive), por të dijë edhe të botojë, të vendosë linqe, të ndajë përmbajtje më të ndryshme multimediatike që përmbajnë video, imazh, zë edhe tekst.

Diskutim



Nëse do të kishit mundësi të zgjidhni, në cilën media do të dëshironit të punoni?



Pse?



Sipas jush, cilat janë përparësitë, ndërsa cilat janë mangësitë e çdo lloj gazetarie?



Siç thamë tashmë, çdo lloj gazetarie ka specifikat e veta. Karakteristika kryesore e gazetarisë së shkruar ose gazetarisë në gazetat e përditshme dhe në revista është gjuha e bukur, shkrimi konciz dhe i qartë, si dhe arti i fjalës.

Për fat të keq, lloji më i vjetër i gazetarisë po humbet betejën ndaj mediave të tjera, e veçanërisht me shfaqjen e internetit, gjithnjë e më pak njerëz duan të lexojnë një analizë të bukur dhe rrënjësore, ndërsa gjithnjë e më shumë kënaqen me lajmet dhe imazhet e shpejta.

Megjithatë, për të zotëruar gazetarinë në formën e saj themelore, shkathtësinë e të shkruarit dhe të argumentuarit, ky lloj i gazetarisë është element i pashmangshëm. Prandaj, në kuadër të këtyre orëve, do të kalojmë më shumë kohë duke shkruar dhe diskutuar për tekstet tona të gazetarisë.



Kjo është Arta Tahiri, gazetare me përvojë shumëvjeçare, e cila në të kaluarën ka punuar në *Programin në Gjuhën Shqipe të TV Publik*, 5 vjet ka qenë korrespondente nga Shkupi e TV Klan dhe ABC News në Tiranë, 7 vjet ka qenë redaktore dhe moderatore e debatit politik "Ruga drejt" në Alsat. Aktualisht është redaktore e lajmeve dhe moderatore e intervistës në Alsat dhe shkruan analiza mediatike për Institutin e Medias dhe Analitikës (IMA.mk).

Lexoni ndonjë nga analizat e saj, analizoni gjuhën e saj që përdor dhe njohuritë që i ka lidhur me fushën e saj – gazetarinë dhe mediat.

Cilët gazetarë të tjerë i njihni ju dhe ju mahnisin? Pse?

Gazetaria e radios |

Gazetaria e radios ka një magji të veçantë, e cila është e vështirë për t'u përshkruar me fjalë – do t'ju thoshte çdo gazetar që ka kaluar së paku ndonjë kohë në gazetari të radios. Fjalët, diksioni i bukur dhe efektet zanore janë ajo që është karakteristike për këtë lloj gazetarie.

Përveç lajmeve të radios, emisioneve të radios dhe dramave të radios, një zhanër i ri duket se po ia rikthen shkëlqimin radios, e ky është podkasti i radios. Sigurisht, sot këtë formë tipike të gazetarisë së radios do ta gjeni më shumë në platformat e specializuara onlajn, por karakteristikat që e dallojnë atë janë tipike të radios. Në këtë zhanër, është e rëndësishme cilësia e zërit, përsëri janë aktuale termat si “xhingël”, ndërsa flitet me të ftuar në studio për tema ndër më të ndryshmet dhe në atmosferë të relaksuar.



Cilat podkaste i dëgjoni?



Çfarë ju tërheq tek këto podkaste?

Gazetaria televizive |

Gazetaria televizive sot është ende lloji më i popullarizuar i gazetarisë, ndërsa emisionet informative janë pjesa më e rëndësishme e çdo stacioni të madh televiziv. Jo më kot, lajmet ose emisionet informative janë në orarin qendror të televizionit ose të ashtuquajturin “prajm tajm”⁶. Gazetarët që punojnë në TV zakonisht janë ata të cilët njerëzit i vërejnë në rrugë, dhe ata duhet të kenë shumë shkathtësi dhe njohuri të ndryshme, nga ajo se si të shkruajnë informacionin, si t'i regjistrojnë kronikat, e ndonjëherë edhe t'i montojnë dhe rregullojnë kronikat personale.

6 Kohë e pikut (prime time) është periudha kohore kur ka interes për të madh të publikut për përmbajtjet mediatike. Ka të bëjë me kohën e pikut të programeve televizive dhe të radiove, kur ka shikueshmëri dhe dëgjueshmëri më të madhe. Zakonisht koha e pikut janë orët e natës sepse publiku është më aktiv në kohën e lirë. Korniza kohore ndryshon ndërmjet orës 19 dhe 23.



A njihni ndonjë gazetar televiziv?



A ndiqni lajme televizive? Cilat?

Gazetaria onlajn |

Sic përmendëm paraprakisht, gazetaria onlajn është simbiozë e radios, televizionit dhe gazetarisë së shkruar. Gazetarët onlajn duhet të posedojnë shumë shkathtësi të ndryshme në mënyrë që kontributi i tyre të ketë video, zë, tekst cilësor dhe të arrijë të gjejë rrugën e vet drejt publikut. Pikërisht, veprimtaria multimediatike është edhe një nga karakteristikat më të rëndësishme të gazetarisë onlajn, e cila mundëson që rrëfimi të mos jetë i kufizuar vetëm në tekst ose video, por të kombinohet sipas nevojave. Megjithatë, ndonjëherë, cilësia nuk është në vendin e parë, por sasia e informacioneve të publikuara, lexueshmëria dhe klikimet.

Aktiviteti 1

Së bashku me nxënësit, në agregatorin e lajmeve time.mk, shfletoni lajmet më të rëndësishme të asaj dite dhe përcaktoni një temë.

Ndani nxënësit në tri grupe – një grup gazetarësh televizivë, një grup gazetarësh të radios dhe një grup gazetarësh në media të shkruar. Secili grup do të duhet të përgatisë informacion nga tema për llojin e vet të medias.

Gazetarët televizivë do të duhet të regjistrojnë një kronikë me ndihmën e telefonave të tyre, gazetarët e radios kronikë për lajme në radio, derisa grupi i fundit do të duhet të shkruajë informacion për gazetë.

Tani për tani, mos u fokusoni në rregullat e gazetarisë, në zhanrin e kronikës e kështu me radhë. Do të flasim për këtë në orët e ardhshme. Prandaj është e rëndësishme që këto kronika/tekste t'i ruani dhe sërish do t'u rikthehemi atyre.

Për këtë ushtrim, ushtroni regjistrimin me telefon, bukurshkrimin dhe drejtshkrimin, si dhe diksionin e drejtë.



Ora 2

Folëm për llojet e ndryshme të gazetarisë dhe specifikat e punës në gazetë, radio, televizion ose portal onlajn. Të gjitha këto ndryshojnë në diçka, por kanë mision të njëjtë, e që është afrimi i së vërtetës te qytetarët përmes raportimit profesional, të balancuar dhe të paanshëm.

Sot do të flasim për zhanret e ndryshme që gazetarët i përdorin në punën e tyre dhe në arritjen e misionit kryesor. Një pjesë të këtyre zhanreve do t'i hasim në të gjitha llojet e mediave, e një pjesë e tyre janë më specifike për një lloj të caktuar të mediave, ndërsa pak ose aspak nuk takohen në të tjerat.

Lajmi

Lajmi është zhanri kryesor i gazetarisë, që shërben për të informuar publikun për ndonjë ngjarje ose person në një mënyrë të shkurtër dhe koncize. Ai duhet t'u japë përgjigje gjashtë pyetjeve më të rëndësishme: çfarë ka ndodhur dhe kush ka qenë i përfshirë në të, kur, ku, si dhe pse ka ndodhur diçka.

Në profesionin e gazetarisë, besohet se për të filluar zotërimin e shkathtësive dhe njohurive të gazetarisë, duhet të filloni me lajmin. Kështu do të veprojmë edhe ne, në orët e radhës do të flasim për karakteristikat kryesore dhe do të mësojmë se si të shkruhet një lajm i shkurtër.

Raporti

Raporti është më i gjerë se lajmi dhe nuk përqipet vetëm t'u përgjigjet pyetjeve themelore, por edhe të japë një pasqyrë më të gjerë të zhvillimeve, si dhe arsyet që kanë çuar drejt diçkaje. Raporti duhet të përmbajë deklarata nga shumë palë, analizë të situatës, si dhe informacione për shkaqet e problemit.

Intervista

Intervista është bisedë me ndonjë personalitet për temë të caktuar ose për gjëra të përgjithshme që lidhen me jetën ose përvojën e personalitetit që intervistohet. Intervista haset në të gjitha llojet e gazetarisë dhe gjëja më e rëndësishme është gjetja e një bashkëbiseduesi interesant, por edhe përgatitja e pyetjeve të mirëfillta.

Reportazhi

Reportazhi është një nga zhanret më të vështira meqë kërkon shkathtësi të jashtëzakonshme shkrimi, por edhe fotografi dhe regjistrime të bukura kur bëhet fjalë për reportazh në TV. Ky zhanër tejkalon kufirin midis gazetarisë dhe letërsisë, ose midis gazetarisë dhe dokumentaristikës.

Komenti

Komenti është zhanri i vetëm në të cilin është e lejuar që gazetari ose redaktori të shpreh mendimin e tyre për ndonjë temë ose ngjarje. Komenti duhet të shënohet qartë në mënyrë që rastësisht të mos mashtrojë publikun. Sot, në vend të gazetarit ose redaktorit, këto lloj tekstesh, në cilësinë e kolumnës, mendimit ose editorialit, i shkruajnë edhe ekspertë ose politikanë.

Aktiviteti 1

Ndani nxënësit në çifte. Detyra e tyre do të jetë të intervistojnë njëri-tjetrin. Mund të zgjedhin nëse do t'i regjistrojnë intervistat me telefon ose do t'i shkruajnë.

Është e rëndësishme që ata të përpilojnë pyetje të tilla nga të cilat do të mësojmë sa më shumë për personalitetin që intervistohet, por gjithashtu do të mësojmë edhe gjëra që deri atëherë nuk i kemi ditur.

Shikoni disa intervista të gjithë së bashku dhe bisedoni për to.

FLETË PUNE 2

Moduli 1: Gazetaria është profesion i rëndësishëm



Ora 2

1

Albion Alili
18 orë · 🌐

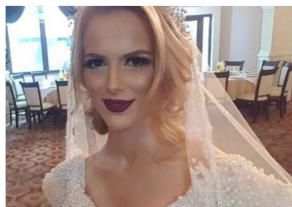
Ne Tirane protesta, o Zot mos na sprovo neve se ftofet osht!

👍👍 199

10 komente 1 ndarje

2

Martohet vajza e kryeparlamentarit Talat Xhaferi (FOTO)



Publikuar më 28 Korrik, 2018



Gjëzën i moshë në familjen e kryeparlamentarit Talat Xhaferi. Mbrëmë vajza e tij shpallë martuarë Besiana Xhaferi me këshorë Begim, që të të një shtëpi të martuarë kanë qenë në një këllëqë edhe më herët.

Ajo gjë ishte e veçantë në këtë darsën, ishte fakti që dasma ka zgjatur disa ditë dhe ishte e bazuar në traditën e modërn.

Xhaferi përpos vajzës Besianës ka edhe një djalë, i cili u martua në vitin 2015. Në dasmën e tij atëherë kishte kënduar një këngë në bashkë me këngëtarët edhe kryetari i BDI-së, Ali Ahmeti.

3

Goxhaj: 500 mijë fëmijëve u është copëtuar trupi nga vaksina e Bill Gates

17.11.2020

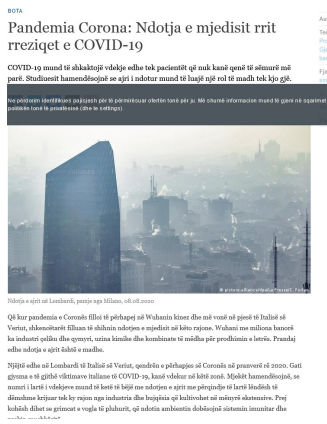


Avokati i ngjarë Albi Goxhaj ka qenë i ftuar në studion e ligjërës të Fax News, ku ka folur shtuar me protestën e shprehur në datën 7 Maj, e cila mbahet kundër vaksinës. Goxhaj tha se të gjithë shqiptarët duhet të behen pasë e saj, pasi në vendin tonë është duke u instaluar një shtetë që mund të çojë në burg këdo që del nga shtëpia, qoftë edhe për të bërë bukë dhe shënjë.

4



5



Për cilat tema raportojnë gazetarët?

Moduli 3: Redaksia e medias

Moduli 4: Shkrimi i lajmit

T e m a

Për cilat tema raportojnë gazetarët?

Në orët e kaluara, folëm për atë se pse gazetaria është e rëndësishme, çfarë do të thotë të jesh gazetar dhe çfarë formash përdorin gazetarët në punën e tyre. Në disa orë të radhës, do të shohim se si duket një redaksi, çfarë bëjnë saktësisht gazetarët, dhe kush dhe si vendos se cilat informacione janë të rëndësishme e cilat jo.

Para se të fillojnë punën e tyre, gazetarët dhe redaktorët duhet së pari të vendosin se çfarë do të hulumtojnë dhe çfarë do të shkruajnë. E kjo nuk është gjithmonë e thjeshtë. Për fat të mirë, ka disa kritere që u ndihmojnë të vendosin nëse informacioni ia vlen të publikohet ose është *newsworthy*⁷:

Të jetë i ri:

Vetë termi lajm (*news*) përmban fjalën i ri (*new*), që do të thotë se për të publikuar ndonjë informacion, ai do të duhej t'i referohet diçkaje aktuale, diçkaje që po ndodh tani ose ka ndodhur para do kohe.

Të jetë relevant:

Ja vlejën të publikohen informacionet që na ndihmojnë të marrim njëfarë vendimi dhe janë të rëndësishme për punën dhe funksionimin tonë të përditshëm. Për shembull, për kë do të votojmë, çfarë universiteti do të zgjedhim, cili është profesioni ynë i ardhshëm e deri tek informacionet e tilla si: çfarë do të hamë, në cilin klub bëhet ahengu më i mirë dhe nëse duhet të marrim ombrellë nëse parashikohet mot me shi.

7 Newsworthy është termi anglez që tregon se vallë ndonjë informacion është i rëndësishëm dhe interesant për publikun dhe për shkak të kësaj vlen të publikohet.

Të jetë afër:

Nëse diçka ndodh në Azi ose në lagjen tonë, është gjithashtu e rëndësishme nëse publiku do të jetë më i interesuar për ndonjë informacion apo jo, e me këtë edhe nëse redaktori në lajme do ta vendosë midis informacioneve të para ose të fundit. Kjo është arsyeja pse mediat shkollore janë të rëndësishme, ato përcjellin informacione në lidhje me ngjarjet që lidhen me shkollën, jetën shkollore ose që ndodhin në mjedisin e afërt.

Të jetë me interes publik:

Nuk duhet të barazojmë interesin publik me atë që e intereson publikun. Publiku, shumë shpesh, është i interesuar për gjëra të tilla si martesë e Rihanës ose fotografitë e ahengut të Xhastin Biberit. Por, interesi publik është diçka tjetër. Publiku duhet të dijë, për shembull, se si politikanët e zgjedhur shpenzojnë paratë e qytetarëve, nëse ka tekste të reja shkollore, nëse tualetet në shkollë janë rinovuar ose nëse mund të arrijmë në shkollë nëpër trotuar pa anashkaluar veturat e parkuara në mënyrë të parregullt. Sigurisht, nuk mund të injorojmë edhe dëshirat e publikut, edhe në rubrikat e tilla si argëtim dhe estradë do të informojmë edhe për detajet e jetës së të famshmive.

Të jetë i pazakontë:

Ngjarjet e pazakonta kanë gjithmonë më shumë mbulim sesa ato të zakonshmet. Proverbi i vjetër i gazetarisë thotë se nuk është lajm nëse një qen ka kafshuar njeriun, meqë kjo mund të ndodhë çdo ditë, por nëse një njeri kafshon qenin. Pikërisht atëherë kemi lajm interesant.



I keni në mendje këto kritere kur filloni të shkruani për median tuaj shkollore, pasi do t'u ndihmojnë të jeni relevant dhe interesant për publikun tuaj.

Moduli 3:

Redaksia e medias

Do të mësojmë



Si duket një redaksi



Çfarë punojnë dhe çfarë detyrimesh kanë ata që punojnë në media



Cilat janë parimet për zgjedhjen e informacionit dhe lajmeve

Burimet e nevojshme



Kompjuterë (minimumi 4)



Internet



Hamerë dhe fillomasterë

Përgatitja e mësimeve



Paraprakisht të organizojë vizitë me nxënësit në ndonjë redaksi televizive

Realizimi



2 orë mësimore



Ora 1

Në orën paraprake, folëm për atë se çfarë është gazetaria e mirëfilltë, e çfarë është vetëm publikimi i përmbajtjes mediatike në internet ose platforma të tjera. Thamë se gazetaria duhet të ndjekë rregulla dhe parime të caktuara, por edhe të jetë e organizuar. Gazetarët punojnë në media, të organizuara në redaksi⁸. Çdo redaksi ka redaktorin e saj, ndërsa të gjitha drejtohen së bashku nga kryeredaktori i medias. Por, siç e dimë, më së miri mësohet përmes përvojës dhe praktikës personale, kur gjërat do të shihen dhe përjetojnë, kështu që sugjerojmë që në kuadër të kësaj ore, mësimit dhe nxënësit të vizitojnë një redaksi televizive.

Aktiviteti 1

Organizoni vizitë në një redaksi televizive. Nëse keni nevojë për ndihmë për organizimin, gjithmonë mund të kontaktoni një nga organizatat civile që janë aktive në këtë fushë, si për shembull *Instituti Maqedonas i Medias*, *Instituti i Studimeve të Komunikimit* ose *Forumi Rinor Arsimor*.

Nxënësit, të ndarë në grupe, kanë për detyrë të intervistojnë profesionistët që punojnë atje:



kryeredaktor dhe redaktor përgjegjës



redaktor i lajmeve




⁸ Ekzistojnë edhe gazetarë të lirë, të ashtuquajturit frilenserë, të cilët nuk punojnë në ndonjë media, por bashkëpunojnë me më shumë media.

	gazetarë dhe reporterë
	producentë
	kameramanë
	organizatorë
	montazhistë
	moderatorë dhe prezantues të lajmeve.

Qëllimi i kësaj vizite është të mësojë sa më shumë që të jetë e mundur se si duket prodhimi i emisioneve (veçanërisht programeve informative) në një stacion televiziv.

Pyetjet duhet të jenë të përgatitura paraprakisht, e nëse ka shumë nxënës që punojnë në një grup, ata mund t'i ndajnë detyrat paraprakisht: një nxënës mund të parashtrijë pyetje, një tjetër mund të regjistrojë, i treti mund të rregullojë intervistën për prezantim etj.

Ndër pyetjesh të tjera, është e rëndësishme të merret përgjigje për:

	Pse kanë vendosur të zgjedhin këtë profesion?
	Çfarë e përbën punën e tyre në stacionin televiziv?
	Çfarë është karakteristike dhe unike në profesionin e tyre?



Pse e duan punën e tyre?



Si duket një ditë e tyre e punës?



Ora 2

Vizita në redaksinë televizive u mundësoi nxënësve të shohin në praktikë se si duket puna e gazetarisë, bota e medias dhe gazetaria. Ky aktivitet ishte argëtues, por edhe shumë i rëndësishëm për punën e mëtejshme të ekipit.

Në stacionin televiziv që vizituam, pamë se gazetarët që punojnë atje mbulojnë tema të ndryshme dhe një pjesë e madhe e tyre janë të specializuar për politikë të jashtme, ekonomi, politikë të brendshme, sport, gjyqësor, shëndetësi etj. Ata kanë njohuri të pasura për këto tema, që shpesh janë në nivelin e ekspertëve që punojnë në fushë specifike.

Në orët e mëparshme kemi folur për zhanret e gazetarisë, si dhe llojet e gazetarisë (e shkruar, televizioni, radioja dhe gazetaria onlajn). Përveç tyre, në varësi të platformës në të cilën funksionojnë mediat, qëllimit të teksteve ose stilit të të shkruarit, mund të përmendim edhe disa lloje më specifike të gazetarisë, si për shembull, gazetaria e agjencive, gazetaria MOXHO, gazetaria hulumtuese ose qytetare.

Gazetaria e agjencive |



Roli i gazetarëve që punojnë në agjencitë e lajmeve (si për shembull *MIA – Agjencia Informative Mediatike*) është të marrin pjesë në shumë ngjarje dhe të prodhojnë lajme objektive dhe të paanshme, por jo drejtpërdrejt për publikun, por për mediat. Mediat mund ta përdorin këto lajme të agjencive, duke deklaruar në mënyrë të përshtatshme se teksti është marrë nga një agjenci lajmesh.

Gazetaria huluntuese |



Ky është një nga llojet më komplekse të gazetarisë dhe kërkon gazetarë me përvojë që janë të gatshëm të punojnë nën presion për të zbardhur diçka që disa individë, institucione ose qendra të tjera të pushtetit kanë dashur ta fshehin nga opinioni, të shpalosin korrupsionin, veprim të papërshtatshëm, keqpërdorim të pushtetit etj. Ky lloj i gazetarisë kërkon nga gazetarët hetim rrënjësor, të kujdesshëm dhe afatgjatë dhe kërkim të fakteve, meqë një storje mund të përgatitet edhe disa muaj. Gazetarët huluntuës kujdesen për të gjitha faktet e storjes, të kontrollohen disa burime dhe kështu të mbrohen nga paditë e mundshme gjyqësore. Puna huluntuese është shumë e rëndësishme, meqë shpalos punën e paligjshme, krimin dhe mashtrimet dhe është një "rojtar" i mirëfilltë në një shoqëri.



Gazetaria qytetare |

Gazetaria qytetare është e kundërta e asaj që kemi folur deri më tani për gazetarinë. Në krijimin e këtyre storjeve janë të përfshirë qytetarët, e jo gazetarët. Ajo që është e përbashkët, është se për të hyrë në kategorinë e gazetarisë, gazetaria qytetare duhet të ndjekë të njëjtat parime të vërtetësisë, verifikimit të burimit dhe paanshmërisë. Disa media inkurajojnë qytetarët që t'u dërgojnë informacione dhe storje të ndryshme, të cilat më pas i kontrollojnë, i paketojnë sipas rregullave të gazetarisë dhe i publikojnë.



"MOXHO" ose gazetaria mobile |

Gazetaria mobile shfaqet së bashku me zhvillimin e teknologjive të reja, veçanërisht të telefonave të mençur që mundësojnë video dhe fotografi të cilësisë shumë të lartë. Jeta e sotme dinamike imponon pritshmëri të ndryshme nga gazetarët, të cilët gjithnjë e më shumë xhirojnë vetë nga terreni, montojnë dhe bëjnë kronika të tëra në portalet onlajn me ndihmën e telefonit personal. Edhe për këtë lloj gazetarie vlejnë rregullat e njëjta të gazetarisë si për të gjithë të tjerat.

Aktiviteti 1

Pasi në orën paraprake i përgatitëm dhe prezantuar intervistat që kemi realizuar, në këtë orë mund të bëjmë afishe (në kompjuter ose në hamer të madh), në të cilin do të vizatojmë dhe do të sqarojmë gjithë strukturën e një redaksie. Me këtë rast, për çdo vend pune, ne mund t'i sqarojmë detyrat dhe specifikat.

Ky ushtrim do të na ndihmojë në aktivitete të mëtejshme kur duhet të organizojmë redaksinë tonë.

Aktiviteti 2

Tani, që e dimë tashmë se si duket një redaksi, është koha ta vendosim veten në rolin e redaktorëve. Aktiviteti i mëposhtëm do të na ndihmojë të kuptojmë më mirë se si redaktorët dhe gazetarët zgjedhin se çfarë do të mbulojnë dhe për cilat ngjarje do të na informojnë në lajme.

Mësimdhënësi duhet t'i ndajë nxënësit në disa grupe dhe secilit grup t'i japë "Listë të storjeve potenciale" (**Fletë Pune 1**). Nxënësit janë në rolin e redaktorëve të një gazete të madhe kombëtare ose portali onlajn. Detyra e tyre është të diskutojnë, të përdorin argumente dhe të vendosin se cilat lajme do të jenë në ballinë, cilat do të jenë në fillim të gazetës (ose portalit), dhe cilat do të shkojnë në faqet e pasme, si më pak të rëndësishme.

Gjatë këtij aktiviteti, ata duhet të kishin parashikuar pesë kriteret për rëndësinë e informacioneve për të cilat folëm në fillim të kësaj teme.

Pas 10 minutash, secili grup duhet të ndajë se cilave storje u kanë dhënë prioritet. Të gjithë duhet të flasin së bashku për faktorët/kriteret e ndryshme që i kanë shtyrë drejt zgjedhjes së tyre. Të keni parasysh se nuk duhet të flasim për përgjigje të sakta/të gabuara, kjo bie në domenin e lirisë dhe bindjes redaktuese dhe të gazetarisë.

FLETË PUNE 1

(Moduli 3: Redaksia mediatike)



Ora 2

LISTA E STORJEVE TË MUNDSHME

▶	Në tërmetin në Marok humbën jetën 3.000 persona
▶	Kryetari i Koçanit i akuzuar për keqpërdorim të detyrës zyrtare
▶	Ministria e Ekologjisë organizon Ditën e Drurit, pyllëzohen 100 lokalitete
▶	Argjentina zgjodhi presidentin e ri
▶	Protestë e pensionistëve para Ambasadës amerikane në Shkup
▶	Përfaqësuesja në futboll fitoi pikë në Shkup kundët përfaqësueses së Anglisë
▶	Shkupi, qyteti më i ndotur në rajon
▶	Vaksinë e re kundër COVID 19
▶	Raporti i OKB-së i dokumenton krimet e luftës në Siri.

Moduli 4:

Shkrimi i lajmit

Do të mësojmë



Çfarë është lajmi dhe cilat janë specifikat e këtij zhanri themelor të gazetarisë

6

Cilat janë gjashtë pyetjet e gazetarëve dhe si të shkruajmë sipas parimit të piramidës së përmbytur



Cilat janë faktet, e cilat janë mendimet, dhe pse janë të rëndësishme për gazetarinë



Le të shkruajmë vetë një lajm

Burimet e nevojshme



Kompjuterë (minimumi 4)



Internet

Përgatitja e mësimeve



Gjeni disa lajme në internet dhe shtypni ato, do të jenë të nevojshme për aktivitetin e parë

Realizimi



2 orë mësimore



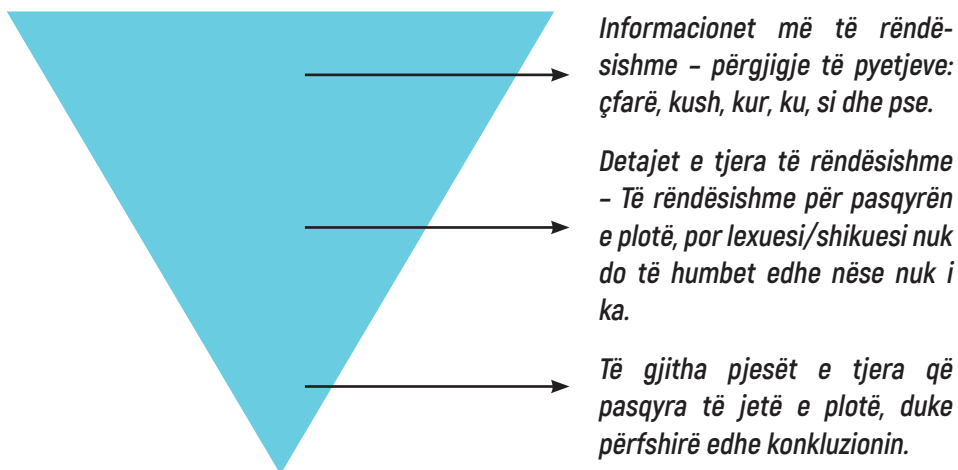
Ora 1

Kur folëm për zhanret, përmendëm se lajmi është zhanri themelor i gazetarisë përmes të cilit informohet për diçka që ia vlen të publikohet (ndodhi, ngjarje, personalitet) në mënyrë të shkurtër dhe të qartë. Për të qenë lajm, një tekst duhet t'u përgjigjet gjashtë pyetjeve themelore të gazetarisë, ose të paktën shumicës së tyre.

Çfarë	ka ndodhur?
Kush	e ka bërë atë dhe kush ka qenë i përfshirë?
Ku	ka ndodhur? – vendi
Kur	ka ndodhur? – koha e saktë
Pse	ka ndodhur? – cilat janë shkaqet
Si	ka ndodhur? – cilat janë lidhjet

Në gazetari, është shumë i rëndësishëm fillimi, respektivisht fjalitë e para. Në përpjekje për të ruajtur interesimin e shikuesve dhe lexuesve, gazetarët përpiqen të thonë gjërat kryesore në fillim, në fjalinë e parë ose dy fjalitë e para. Ky fillim në gazetari quhet *lid*⁹. Lidë duhet t'u japë përgjigje gjashtë pyetjeve, ndërsa gjithçka më tej është sqarim plotësues për ngjarjen. Ky parim quhet piramida e përmbysur dhe është parim që ka udhëhequr shumë gjenerata gazetarësh deri më sot.

Është interesante se ky parim i shkrimit të lajmit, përdoret edhe për mediat e shkruara, por edhe për televizionin dhe për radion. Kur flasim për disa zhanre më të ndryshme dhe më kreative të gazetarisë, nuk është patjetër të ndjekim me përpikëri parimin e piramidës së përmbysur.



Në fillim, është e rëndësishme që informacionet më të rëndësishme t'i vendosni të parat. Fjalja e parë ose paragrafi i parë duhet t'u përgjigjen gjashtë pyetjeve. Cilës pyetje do t'i jepet përgjigje e para varet nga konteksti dhe nga situata, e jo nga ndonjë rend i përcaktuar më parë. Siç thamë, nuk do të jetë gjithmonë e mundur t'u jepet përgjigje të gjashtë pyetjeve, veçanërisht nëse nuk e dimë se si ose pse ka ndodhur diçka.

9 Lead është një fjalë angleze që do të thotë udhëzues, diçka që na drejton dhe na udhëzon. Në gazetari, ky term përdoret për paragrafin e parë, fillestar, i cili i ofron audiencës informacionin më të rëndësishëm në mënyrë koncize dhe të qartë, por ende ruan interesin e lexuesit ose shikuesit për storjen.

Ashtu siç largohemi nga lidi ose nga fillimi, ngadalë e ndërtojmë trupin e lajmit. Informacionet që i vendosim këtu, nuk janë më të rëndësishme, por megjithatë mjaft të rëndësishme për të kuptuar më shumë. Kjo është një mundësi e shkëlqyer për të vendosur deklaratë, detaje nga ngjarja dhe informacione të tjera për kontekstin, që nuk mund t'i vendosim në fillim. Megjithatë, kini kujdes të mos e teproni dhe të hutoni lexuesin.

Në fund, përfundoni me konkluzion ose me deklaratë ose citat të fortë. Kjo pjesë shërben për të përmbyllur lajmin, i cili duhet të ketë fund logjik.

Aktiviteti 1

Kërkoni disa lajme interesante në portale dhe shtypini. Keni kujdes që t'i përmbajnë të gjitha elementet e lajmit (ose të paktën shumicën e tyre), respektivisht t'u përgjigjen gjashtë pyetjeve themelore për të cilat folëm në orë. Më pas fjalitë i preni dhe përziëni. (Shembull: Fletë Pune 2)

Ndajini nxënësit në disa grupe dhe jepini secilit grup një lajm në pjesë siç e keni prerë paraprakisht. Detyra e tyre do të jetë bashkimi i atyre pjesëve në lajm të mirëfilltë, duke pasur kujdes që, sipas parimit të piramidës së përmbytur, informacionet më të rëndësishme të jenë të parat.

FLETË PUNE 2

(Moduli 4: Shkrimi i lajmit)



Ora 1

SHEMBULL I LAJMIT

“Anatomia e një rënieje” shpallet filmi më i mirë evropian



Në Berlin u mbajt edicioni i 36-të i Çmimeve të Filmit Evropian dhe titulli i filmit më të mirë evropian për vitin 2023 i takoi filmit “Anatomia e një rënieje” nga Zhystin Triet.

Kjo regjisore franceze fitoi edhe çmimin për regjisorin më të mirë.

Së bashku me regjisorin francez Arthur Arari, Triet mori edhe çmimin e skenarit më të mirë për filmin “Anatomia e një rënieje”, i cili është edhe fituesi i Palmës së Artë të këtij viti.

Sandra Hiller e Gjermanisë fitoi çmimin e aktores më të mirë për interpretimin e saj në filmin në fjalë, ndërsa danezi Mads Mikelsen u shpall aktori më i mirë evropian për rolin e tij në produksionin “Toka e Premtuar”.

Çmimi për arritje jetësore iu dorëzua aktores së njohur Vanesa Redgrejv.

“Anatomia e një rënieje” tregon historinë e një gruaje që përballet me vdekjen e dyshimtë të bashkëshortit, për të cilën ajo akuzohet. Përmes hetimeve dhe procesit gjyqësor, Zhystin Triet vë në dukje marrëdhënien e përçarë të çiftit, nën interpretimin e shkëlqyer të aktores gjermane Sandra Huller.

"Filmi përbëhet nga skripti, xhirimet dhe kamerat, por 80 për qind të tij e bëjnë aktorët. Sandra ishte një surprizë për mua dhe për gjithë ekipin. Ajo ishte shumë bujare dhe shumë e përfshirë, gjë që e kam parë rrallëherë në një film dhe çmimi i detyrohet asaj", tha Zhystin Triet, regjisore.

Filma të tjerë në garë ishin "Zona e Interesit" nga Xhonatan Glejzër, "Kufiri i Gjelbër" nga Anjezka Holland, "Unë, kapiteni" nga Mateo Garrone dhe "Gjethet e rëna" nga Aki Kauris Maki. Por asnjë prej tyre nuk mundi dot "Anatomia e një rënieje", pavarësisht cilësisë.

"Edicioni i 36-të i Festivalit Evropian të Filmit tregoi diversitetin, pasurinë dhe rëndësinë e kinemasë evropiane. Këtë vit gara ishte edhe më e fortë, me filmat që treguan ritmin e Evropës dhe të gjithë botës në kohë reale. Filma që na bëjnë të kuptojmë më mirë humanizmin tonë dhe defektet e shumta të tij", tha Frederik Ponsard.



Ora 2

Në gazetari, e vërteta është tejet e rëndësishme. Prandaj, çdo gazetar në tekstin e vet duhet t'u ofrojë fakte lexuesve dhe shikuesve, e jo mendime personale (mendimet personale mund të jenë vetëm pjesë e kolumnës ose qëndrimit editorial). Kjo veçanërisht ka të bëjë me zhanrin themelor të gazetarisë, lajmin.

Çfarë do të thotë deklarinim i një mendimi, e çfarë deklarinim i një fakti?

Mendimi është një bindje ose pikëpamje. Mundet, por nuk është e thënë të bazohet në fakte, dhe nuk ka nevojë të dëshmoni nëse mendimi i dikujt është i drejtë apo i gabuar. Për shembull, sipas meje, Italia është vendi më i mirë për pushime. Mund të mos pajtoheni me mua, por nuk mund të dëshmoni se kjo është gabim.

Faktet, nga ana tjetër, mund të verifikohen dhe të dëshmohet nëse pohimi i bërë është i saktë apo i pasaktë. Me këtë rast, duhet të jeni në gjendje të mbështetni vërtetësinë ose pasaktësinë e pohimit me dëshmi. Për shembull, "Macja është gjitar" dhe "Maja më e lartë malore në Maqedoninë e Veriut është Korabi i Madh me 2.753 metra" janë fakte që mund të vërtetohen.

Keni parasysh se deklaratat me fakte mund të jenë edhe të pasakta. Për shembull, "Gjermania ka 5 milionë banorë" është deklarim i faktit të gabuar, që pohon diçka që mund ta kontrollojmë dhe ta gjejmë se është i rremë. Kjo është prezantuar si fakt, e jo si mendim, por megjithatë është i pavërtetë. Për dezinformatat dhe informacionet e gabuara do të flasim në një nga orët e radhës.

Kur prezantohet ndonjë fakt, është jashtëzakonisht e rëndësishme që gazetarët të njoftojnë publikun me atë se cili është burimi i këtij fakti.

Aktiviteti 1

Në një nga orët paraprake, e kishim rolin e redaktorëve dhe zgjedhëm se cilat lajme do t'i botonim së pari dhe në një vend qendror në median tonë e cilat, si më pak të rëndësishme, do të zhvendoseshin më poshtë në faqe. Të njëjtën Fletë Pune 1 do ta përdorim edhe për këtë aktivitet. Ndanjii nxënësit në disa grupe dhe jepini secilit grup nga një titull nga fleta e punës. Në fillim të aktivitetit, grupet duhet të bëjnë hulumtim të shkurtër në internet, dhe më pas të përpilojnë një lajm të shkurtër, duke u përpjekur t'u përgjigjen gjashtë pyetjeve dhe të ndjekin parimin e piramidës së përmbytur.

Më pas, të gjithë me radhë lexojnë lajmin e tyre, ndërsa të tjerët japin fidbek (përgjigje) nëse është arritur qëllimi.



Pse është e rëndësishme të jesh profesionist?

Moduli 5: Standardet e gazetarisë

Moduli 6: Burimet e informacioneve

T e m a

Pse është e rëndësishme të jesh profesionist?

Në orët e mëparshme, kemi folur shumë për se atë pse është e rëndësishme gazetaria, cili është roli i gazetarit dhe si duket puna e tij. Folëm se pse postimet në Tiktok, Instagram dhe Fejsbuk, nuk mund t'i numërojmë mes teksteve të gazetarisë, si dhe cilat parime themelore duhet t'i ndjekë gazetari.

Në orët e ardhshme do të flasim për atë se çfarë do të thotë të jesh profesionist në këtë profesion. Do të shohim gjithashtu se tabloidet, shtypi i verdhë dhe tekstet sensacionaliste, ndonëse duan të jenë pjesë e gazetarisë, thjesht për shkak të mosrespektimit të standardeve të gazetarisë, nuk e kalojnë provimin e profesionalizmit. Shumë ekspertë konsiderojnë se ky lloj i gazetarisë, i cili nuk heziton të përdorë mjete të dyshimta dhe të paautorizuara siç janë propaganda, dezinformatat, mashtrimet për klikime, reklamat e fshehura etj., është arsyeja më e madhe për uljen e besimit të qytetarëve ndaj gazetarisë. Kjo është arsyeja pse është shumë e rëndësishme të mësojmë të bëjmë dallimin ndërmjet asaj që është gazetari profesionale dhe asaj që është mashtrim dhe biznes i pandershëm.

Shpesh njerëzit u besojnë storjeve nëse ato i konfirmojnë pikëpamjet dhe bindjet e tyre personale. Në raste të tilla, ata rrallë mendojnë për besueshmërinë e tekstit dhe nëse ai i ofron të gjitha palët e storjes. Në vend të kësaj, duhet të përpiqemi të kërkojmë pikëpamje alternative, të kontrollojmë më shumë burime dhe t'i analizojmë në mënyrë kritike informacionet.

Den Gilmore, profesor në Fakultetin e Gazetarisë dhe Komunikimit "Volter Kronkajt" në Universitetin Shtetëror të Arizonës, i thekson parimet bashkëkohore për konsumimin e mediave.

Pesë parimet mund të përmbliidhen në këtë mënyrë:

1	Jini skeptikë;
2	Jepuni besim më shumë atyre që e kanë merituar;
3	Hapni mendjen;
4	Gjithmonë shtroni pyetje;
5	Mësojini teknikat mediatike.

Gilmori shprehet se për gjithçka duhet të jemi skeptikë, por jo edhe po aq skeptikë për gjithçka dhe për secilin. Duhet t'u japim besim shumë më të madh atyre që e kanë merituar me profesionalizimin e tyre, në vend se të gjithë t'i fusim në shportë të njëjtë. Pohimi se të gjithë janë të njëjtë, të këqij dhe joprofesionistë, nuk shpie askund, përkundrazi vetëm e rrit problemin. Prandaj, gjeni gazetarët dhe mediat profesioniste, ndiqni ato, mësoni prej tyre për gazetarinë dhe për atë se si punohet dhe si duhet ky profesion!

Moduli 5:

Standardet e gazetarisë

Do të mësojmë



Cilat janë standardet kryesore të gazetarisë



Pse është e rëndësishme e vërteta për gazetarinë



Çfarë do të thotë paanësia dhe balancimi



Kush dhe si brengoset për standardet e gazetarisë në Maqedoni

Burimet e nevojshme



Kompjuterë (minimumi 4)



Internet



Hamerë dhe fillomasterë

Përgatitja e mësimdhënësit



Të shtypet dhe të tregohet në projektor
Kodi i gazetarëve



T'i përgatisë tekstet e Fletës së Punës 1

Realizimi



2 orë mësimore



Ora 1

Vetëm disa orë folëm për gazetarinë, ndërsa fjalët profesionalizëm, e vërtetë, paanshmëri i përmendëm shumë herë. Por, çfarë paraqesin këto terme dhe pse janë të rëndësishme? Çfarë do të thotë të jesh gazetar ose gazetare profesioniste?

Pavarësisht nëse punojnë në media onlajn, në televizion, radio ose në shtyp, gazetarët i ndjekin standardet e njëjta profesionale. Ato nuk janë tepër të komplikuar, por nuk durojnë kompromiset.

Cilat janë standardet themelore profesionale në gazetari?

Çdo gazetar ose gazetare duhet para së gjithash gjithmonë të synojë të vijë te **e vërteta**, madje edhe atëherë kur e vërteta nuk është ajo që ai ose ajo beson se është. Duhet të synojë t'i prezantojë faktet në mënyrë të **saktë**, të **paanshme** dhe të ofrojë **balancim** të pikëpamjeve dhe argumenteve të ndryshme.

Diskutim

Pyteni nxënësit çfarë nënkuptojnë me termat në vijim:

✓	Paanshmëria
✓	Vërtetësia
✓	Balancimi
✓	Pavarësia

Pse konsiderojnë se ato janë të rëndësishme në gazetari, por edhe në përgjithësi në jetë?

Vërtetësia

Vërtetësia është koncepti themelor në gazetari. Çfarëdo që bëjnë, kudo që punojnë, gazetarët duhet të udhëhiqen nga ky qëllim i rëndësishëm, ta kërkojnë dhe ta paraqesin të vërtetën. Për fat të keq, nuk është gjithmonë kaq e thjeshtë, ndërsa gjërat në jetë nuk janë bardhezi. Ndonjëherë e vërteta është diku ndërmjet ose edhe pse në fillim dukej se ishte në të majtë, pas pak do ta gjejmë në të djathtë. Sidoqoftë, këmbëngulja e vazhdueshme për të vërtetën duhet të udhëheqë punën e një gazetari dhe gazetareje.

Saktësia

Sigurisht, të gjithë bëjmë gabime ndonjëherë, po edhe gazetarët nuk bëjnë përjashtim. Ndonjëherë do të gëlltisim një shkronjë, ndonjëherë do ta gabojmë vitin. Por, gazetari duhet të kontrollojë disa herë, të minimizojë gabimet, të mos gabojë emrin e bashkëbiseduesit, të mos bëjë gabim në përlllogaritje, të mos ngatërrojë datat dhe informacionet.

Paanshmëria

Paanshmëria është shumë e rëndësishme në punën e gazetarit. Të jesh gazetar i paanshëm do të thotë të lëmë mënjanë paragjykimet tona dhe të përpiqemi që qëndrimet dhe mendimet tona të mos ndikojnë në ushtrimin profesional të detyrës së gazetarit. Nuk është gjithmonë e lehtë, veçanërisht nëse e dimë se të gjithë njerëzit kanë qëndrime, mendime të ndërtuara për tema dhe paragjytime të ndryshme. Gazetar i mirë nuk është ai që ka qëndrime, por ai që arrin t'i lërë ato anash gjatë ushtrimit të detyrave profesionale.

Termi paanshmëri ndonjëherë zëvendësohet edhe me termin **objektivitet**, por konsiderohet se paanshmëria si kategori është më e përshtatshme për dinamikën e gazetarisë së sotme.

Balancimi

Në gazetari, flitet shumë për balancimin, i cili është gjithashtu aspekt i rëndësishëm i profesionalizmit. Balancimi do të thotë që audiencës do t'i ofrohen pikëpamje të ndryshme, domethënë anë të ndryshme të tregimit.

Sigurisht, këtu ka një problem tjetër, i cili quhet balancim i rremë. Në disa situata, nuk duhet të ofrojmë hapësirë të njëjtë për të gjitha pikëpamjet në mënyrë të barabartë. Një profesor që ia ka kushtuar jetën e tij shkencës nuk duhet të ketë hapësirë të barabartë në emision me një sharlatan që pretendon se graviteti nuk ekziston ose se Toka është një pllakë e sheshtë. Kjo nuk është e lejueshme në gazetarinë profesionale.

Aktiviteti 1

Edhe në këtë orë do të shkruajmë lajm. Por së pari, zgjidhni katër vullnetarë që do të pranojnë të luajnë role në situatë të imagjinuar.

Një dhelpër hyri në shkollë. Dera e përparme ishte e hapur dhe ajo arriti të futet brenda disi. E frikësuar, ajo vrapoi nëpër korridore, e madje, në përpjekje për të shpëtuar veten, ka gërvishur një nxënëse të klasës 7-b.

Nxënësi 1:

"Mua më tregoi miku im, ka qenë e tmerrshme. Dhelpëra ka vrapuar dhe sulmuar disa njerëz, mendoj një vajzë të orës së gjashtë, e cila tani është në spital."

Nxënësi 2:	<i>"Po, isha në orë kur dhelpira u hodh dhe sulmoi Andrean nga klasa ime. Ishte rreth orës 11. Andrea është mirë, ka vetëm një gërvishtje të vogël në dorë. Ajo është në shtëpi tani, por nëse dëshiron, mund ta telefonoj për të konfirmuar atë që ndodhi. Ajo qeshi, sepse dhelpira është kafsha e saj e preferuar dhe të gjitha çantat dhe distinktivët e saj janë me një dhelpër."</i>
Nxënësi3:	<i>"Miku im më i mirë është nxënësi 1 dhe ai nuk gënjen kurrë. Nuk kam qenë në shkollë, por nëse ai ju ka treguar se si ndodhi, duhet t'i besoni."</i>
Nxënësi 4:	<i>"Unë quhem Ana, por nëse mundet, mos më shkruani emrin. Isha kujdestare atë ditë dhe pashë dhelpërën duke hyrë pikërisht në orën 11:15, sepse pastaj shikova orën. U tremba shumë, se në fillim ecte drejt meje, por pastaj vazhdoi drejt shkallëve. Dhelpërat janë kafshë shumë të frikshme dhe duhet të vriten nëse shihen në qytet."</i>

Të gjithë nxënësit tjerë janë gazetarë. Ata duhet të dëgjojnë deklaratat e nxënësve që luajnë rolet dhe të përpilojnë një lajm. Lajmi duhet t'u përgjigjet gjashtë pyetjeve, por edhe të respektojë parimet **e vërtetësisë, saktësisë, balancimit dhe paanshmërisë.**

Nxënësit mund të punojnë gjithashtu në çifte (ose grupe) dhe më pas duhet t'i prezantojnë lajmet e tyre. Mësimdhënësi/mësimdhënësja mund të shtojë edhe detaje të tjera në storje nëse mendon se është e përshtatshme.



Ora 2

Në gazetari, parimet dhe standardet profesionale të punës nuk janë rregulluar me ligj, por me kod etik, për respektimin e të cilit kujdesen asociacionet dhe shoqatat profesionale të gazetarëve. Në Maqedoni, këto janë *Shoqata e Gazetarëve të Maqedonisë (SHGM)* dhe *Këshilli për etikë në Media në Maqedoni (KEMM)*, derisa për të drejtat e gazetarëve kujdeset *Sindikata e Pavarur e Gazetarëve dhe Punonjësve Mediatikë (SPGPM)*.

Në kuadër të Këshillit të Etikës, funksionon Komisioni i Ankesave, në të cilin të gjithë qytetarët mund të parashtrajnë parashtresë për tekst të gazetarit ose për një kontribut që shkel parimet themelore të gazetarisë. Për të kontrolluar nëse kjo është kështu, Komisioni shikon Kodin e gazetarëve dhe vendos nëse është shkelur ndonjë nga parimet.



Ky është Mirçe Adamçevski, gazetar dhe redaktor shumëvjeçar. Pjesën më të madhe të jetës së punës (1979 – 2004) e kaloi në gazetën *Nova Makedonija*, ku në vitet e fundit ishte kryeredaktor i saj.

Në periudhën 1993-1999 ka qenë korrespondent nga Moska. Ka qenë kryetar i Këshillit të Radiodifuzionit (Agjencia aktuale për Shërbime Mediatike Audio dhe Audiovizuale), ndërsa sot është kryetar i Komisionit për Ankesa të Këshillit të Etikës së Mediave.

Çfarë është Kodi i gazetarisë?

Kodi fillon me fjalinë: *"Liria e mediave është e drejtë e patjetërsueshme"*, duke theksuar se puna e lirë e mediave dhe gazetarëve është parimi më i rëndësishëm, për të cilin nuk ka kompromis.

Fjalia e dytë është e lidhur me të vërtetën, për të cilën thamë se është parimi kryesor i punës së gazetarëve: *"Detyra themelore e gazetarëve është ta respektojnë të vërtetën dhe të drejtën e opinionit të jetë i informuar, në përputhje me nenin 16 të kushtetutës sonë"*.

Kodi përmes 17 neneve të ndryshme i përkufizon parimet, që çdo gazetar, i cili synon të jetë profesional, patjetër duhet t'i respektojë.



Kodin e gazetarisë e gjeni në linkun më poshtë:

<https://znm.org.mk/sq/kodi-etik-i-gazetareve/>

Shtypeni dhe ngjiteni në orën tuaj. Këto janë rregulla që ju, si gazetarë të rinj, duhet patjetër t'i respektoni në punën tuaj.

Aktiviteti 1

Ndani nxënësit në tri grupe të ndryshme dhe ndajuni nga një tekst nga Fleta e Punës 1. Tekstet janë marrë nga Komisioni i Ankesave i Këshillit të Etikës dhe për çdo tekst ka një bazë për shkeljen e Kodit të gazetarisë. Secili grup duhet të lexojë me kujdes tekstet dhe të vlerësojë se cilat parime janë shkelur, e më pas duhet t'i paraqesë argumentet e tyre. Gjatë punës, nxënësit duhet të shërbehen me Kodin e gazetarisë.

Pas prezantimit, mësuesi mund të ndajë ose të lexojë vendimet e Komisionit të Ankesave që do t'i gjeni në **Fletën e Punës 1**.

FLETË PUNE 1

(Moduli 5: Standardet e gazetarisë)



Ora 2

Teksti 1:

Drejtori i Gjimnazit të Kumanovës i ka mbyllur nxënësit që të mos protestojnë (VIDEO) – LINK

 | [Vendimi i Komisionit të Ankesave](#)

Teksti 2:

Miliona migrantë nisen drejt Maqedonisë, Qeveria e LSDM-së vullnetarisht u lajmërua për pranimin e rreth 150.000 – LINK

 | [Vendimi i Komisionit të Ankesave](#)

Teksti 3:

Pjesëmarrësi i BBVK është pozitiv me HIV SIDA – LINK

 | [Vendimi i Komisionit të Ankesave](#)

Moduli 6:

Burimet e informacioneve

Do të mësojmë



Çfarë janë burimet dhe pse janë të rëndësishme për gazetarët



Si duket puna në terren



Më mirë të shkruajmë si gazetarë

Burimet e nevojshme



Kompjuterë (minimum 4)



Internet



Hamerë dhe fllomasterë

Përgatitja e mësimdhënësit



Përgatitja e skenarëve dhe roleve

Realizimi



2 orë mësimore



Ora 1

Nëse i shikoni lajmet, keni vënë re se vazhdimisht diçka ndodh. Po, madje edhe në një shoqëri të vogël si e jona, vazhdimisht ka ngjarje, informacione për korrupsionin, zgjedhje, aksidente, fitore apo humbje. Gazetarët i ndjekin të gjitha këto, por sigurisht që nuk mund të jenë në vendin e të gjitha atyre ngjarjeve. Prandaj, kanë nevojë për **burime**, nga të cilat mësojnë saktësisht se çfarë ka ndodhur, kush ka qenë i përfshirë, ku, kur dhe si ka ndodhur diçka. Burimet mund të jenë njerëz, por edhe njoftime, letra, filma etj.

Gazetarët duhet të përdorin burime relevante, por është gjithashtu më e rëndësishme që burimet të tregojnë të vërtetën. Aktiviteti nga ora e mëparshme ishte hyrje e shkëlqyeshme në temën e sotme.

Nëse ndodh një aksident automobilistik, sigurisht që burimi ynë i parë do të jetë dikush që ka qenë i përfshirë. Ai është **burim parësor**. Burimet parësore janë më të rëndësishmet për një lajm, sepse ata kanë qenë atje, kanë parë ose kanë përjetuar atë që ne duam të raportojmë. Sigurisht, kjo nuk do të thotë se ata do të thonë gjithmonë të vërtetën. Ata shumë shpesh do të përfaqësojnë anën e tyre të storjes, këndvështrimin e tyre, do të anashkalojnë gjëra që nuk janë në favor të tyre ose do të lëshojnë disa detaje. Prandaj është e rëndësishme që gazetari të ketë të gjitha anët e storjes, nëse kjo është e mundur.



Në rastet si aksidenti i trafikut që përmendëm, është e rëndësishme të pyeten **burimet edhe zyrtare**, respektivisht policia që ka ardhur në ngjarje. Burimet zyrtare janë pjesë e paanashkalueshme dhe ne duhet të konsultohemi gjithmonë me ta. Nëse bëjmë storje për kushtet në shkollën tonë, përveç nga nxënësit, duhet të marrim deklaratë edhe nga drejtoresha ose drejtori i shkollës, për të marrë qëndrim zyrtar nga institucioni.

Kumtesa ose raporti i aksidentit i lëshuar nga policia është gjithashtu burim i rëndësishëm për storjen, por ky është **burim dytësor**. Sigurisht se do të përdorim informacione nga raporti, veçanërisht për shkak se vijnë nga një burim zyrtar, por nëse duam ta bëjmë punën siç duhet, ne kemi nevojë për burime parësore, ato që kanë qenë në vendin e ngjarjes.

Aktiviteti 1

Ngjashëm si në orën paraprake, do të shkruajmë përsëri lajm, e për këtë do të zgjedhim disa nxënës për të luajtur rolin për ngjarje të imagjinuar.

Zgjidhni disa vullnetarë që duan të luajnë role të ndryshme të një ngjarjeje të imagjinuar. Lërinë mënjanë, tregojani storjen dhe sqarojani rolin e tyre.

	<p><i>Në shkollë ka pasur një zënkë. Njëri nga fëmijët është lënduar, por pikërisht ai është fëmija që ka shkaktuar problemin, duke e ngacmuar vazhdimisht fëmijën tjetër. Disa nxënës kanë rolin e dëshmitarëve, që kanë parë se çfarë ka ndodhur. Njëri nga dëshmitarët është mik me fëmijën e lënduar, kështu që ai do ta mbrojë atë dhe do të fshehtë disa nga detajet.</i></p>
	<p><i>Këtu është edhe roli i drejtorit dhe i profesorit të gjeografisë, të cilët nuk kanë qenë këtu kur ka ndodhur rrahja, por kanë mbërritur menjëherë.</i></p>

Të gjithë të tjerët që nuk kanë rol në ngjarjen janë gazetarë. Disa janë gazetarë televizivë dhe duhet të bëjnë kontribut duke regjistruar me telefon, ndërsa të tjerët punojnë në gazetë. Ata nuk dinë asgjë, përveçse kanë marrë informacion për një rrahje. Ata duhet të mësojnë sa më shumë që të mundën nga burimet e tyre dhe të përpilojnë një lajm të shkurtër.

Bëjuani të ditur nxënësve të kenë kujdes që lajmi t'u përgjigjet gjashtë pyetje kryesore dhe të ndjekë të gjitha drejtimet e shkrimit të lajmit. Pastaj, pasi të prezantojnë lajmin e tyre, nxënësit do të duhet edhe të arsyetojnë pse i kanë përdorur ato burime, cilat burime i konsiderojnë si parësore, cilat dytësore, e cilat zyrtare.



Ora 2

Në këtë orë do të shohim se si duket puna e një reporteri. Gazetaria nuk ndodh në zyrë, por në terren, midis njerëzve. Reporterët kalojnë pjesën më të madhe të ditës jashtë zyrës, duke shkuar në ngjarje, duke biseduar me njerëz dhe duke u përpjekur të zbulojnë sa më shumë për zhvillimet në mjedisin tonë. Kontaktet janë jashtëzakonisht të rëndësishme për gazetarët, në atë mënyrë ata vijnë deri te informacionet që do t'i çojnë ata në një zbulim të rëndësishëm, do të mësojnë për një ngjarje ose diçka që pak njerëz e dinë, ndërsa është e rëndësishme të transmetohet.

Si duket puna e gazetarisë në terren?



Kjo është Kristijan Amanpur, gazetare britaniko-iraniane, e cila aktualisht punon si drejtuese kryesore e politikës së jashtme në televizionin amerikan *CNN*.

Amanpur u bë e njohur si reportere dhe raportuese nga shumë konflikte ushtarake, si pushtimi i Kuvajtit në vitin 1990, konflikti në Gjirin Persik, konfliktet ushtarake në Kosovë, Bosnjë e Hercegovinë, Ruandë, Somali, Afganistan etj.




Aktiviteti 1

Është koha për detyrën e parë në terren. Ndajini nxënësit në çifte. Çdo palë duhet të dalë jashtë orës dhe të bëjë anketë. Anketën këtë herë e bëjmë midis bashkënxënësve dhe mësimdhënësve.

Bashkë me nxënësit zgjidhni një nga temat për anketë. Sigurisht, mund të shpikni temën tuaj për të cilën mendoni se është e rëndësishme, interesante ose ndoshta më aktuale në këtë moment. Pyetjet janë dhënë vetëm si propozim dhe mund t'i ndryshoni lirisht ato.




Tema 1:

Babadimri

	A i besoni Babadimrit?
	Çfarë dëshironi që t'ju sjellë ky vit?
	A konsideroni se ishit të mirë dhe do të fitoni dhurata?




Tema 2:

Çfarë do të ndryshonit nëse do të ishit drejtor?

	Çfarë më së shumti ju pëlqen në shkollë?
	Çfarë ju pengon më së shumti?
	Çfarë do të ndryshonit nëse do të ishit drejtor?

Tema 3:

Unformat në shkollë

	Vallë konsideroni se duhet të ketë uniforma në shkollë?
	Pse?
	Vallë nëse ka uniforma duhet t'i mbajnë edhe mësuesit?

Tregojuni gazetarëve të rinj se në fillim të anketës duhet të sqarojnë se janë në seksionin e gazetarisë dhe se ky është një nga tekstet në të cilin punojnë!

Pas anketës së realizuar, çdo çift duhet të ulet para kompjuterit dhe të përmbledhë përgjigjet. Duhet të shkruajnë tekst me konkluzionet, atë që mendojnë shumica e të anketuarve, por edhe të veçojnë dhe citojnë përgjigjet më të mira, më interesante dhe më me humor.

Anketat më pas mund t'i publikoni në median që do të filloni ta përgatisni dhe publikoni.



Media shkollore

Moduli 7: Redaksia jonë

Moduli 8: Krijojmë përmbajtje për median tonë

T e m a

Media shkollore

Në orët e mëparshme pamë pse gazetaria është e rëndësishme, cilat lloje të mediave ekzistojnë dhe cilat janë zhanret më të zakonshme që gazetarët i përdorin në punën e tyre. Tani është koha të zgjedhim median tonë dhe t'i rrekemi punës.

Por fillimisht, disa fjalë për atë pse media shkollore është e rëndësishme. Të jesh pjesë e një mediumi që në bankat e shkollës është një mënyrë e shkëlqyeshme për të gjithë që të përmirësojnë shkathtësitë e tyre të shkruarit. Mirëpo, pjesëmarrja në seksionin e gazetarisë ose puna në një gazetë shkollore janë të rëndësishme edhe për gjëra të tjera. Për shembull, kjo është mundësi e shkëlqyer për të rritur lidhjet tuaja, rrjetin tuaj të njohurve, për të përmirësuar shkathtësitë tuaja sociale dhe të komunikimit, prezantimin, të folurit në publik etj. Gjithashtu, një nga hapat më të rëndësishëm në edukimin mediatik është kur merrni pjesë personalisht në procesin e krijimit të përmbajtjes. Në këtë mënyrë ju mësoni saktësisht se si duket procesi i krijimit të përmbajtjes mediatike dhe të gazetarisë, mësoni për teknikat dhe rregullat, por edhe për standardet profesionale dhe etike të gazetarisë. Kjo përvojë do t'ju ndihmojë shumë në të ardhmen për të bërë vlerësim të vërtetë midis asaj që është gazetari profesionale, e bazuar në fakte, dhe asaj që është propagandë, dezinformatë, gazetari tabloide ose joprofesionale.

Tani, t'i kthehemi medias sonë. Le të fillojmë duke vendosur se çfarë medie duam të krijojmë. A duam të bëjmë një faqe në internet, në të cilën do të publikojmë rregullisht informacione në lidhje me jetën shkollore, ose ndoshta revistë në të cilën do të botojmë intervista, storje dhe informacione për gjithçka që është me interes për nxënësit. Ndoshta thjesht duam të kemi një faqe në Fejsbuk ose Instagram ku do të shkojnë kontributet tona të gazetarisë, ose kanal në Jutjub ku do të postojmë video-storje ose lajme shkollore.

Varësisht nga lloji i medias që zgjedhim, do të duhet të përshtatim llojet e përmbajtjes mediatike që do t'i prodhojmë dhe do t'i publikojmë. Ne këtu do t'ju ofrojmë disa ide për lloje të ndryshme të mediave, por edhe do t'ju motivojmë të hulumtoni vetë dhe të zhvilloni aktivitete të ndryshme, ide për tema dhe storje të gazetareve.

Pasi të keni vendosur se çfarë mediumi do të krijoni, është koha të formoni redaksinë. Vizita në redaksi televizive në një nga orët e para ishte konceptuar për t'ju dhënë ide se si duket një mjedis profesional i gazetarisë, por në të njëjtën kohë për t'ju dhënë ide se si do të duhet të organizoni redaksinë tuaj. Fillimisht, duhet të ndani rolet, të dakordoni mënyrën dhe vëllimin e punës, sa shpesh do të shkruani dhe çfarë temash do të mbulon.

Të fillojmë nga fillimi.

Moduli 7:

Redaksia jonë

Do të mësojmë



Të krijojmë redaksi shkollore sipas shembullit të redaksive profesionale të gazetarisë



Ta zgjedhim publikun tonë



Ta kuptojmë se çfarë dëshiron publiku ynë dhe çfarë informacionesh janë në interes të saj



Të krijojmë koncept për funksionimin e medias shkollore

Burimet e nevojshme



Hamerë dhe fllomasterë

Përgatitja e mësimdhënësit



Të organizojë përzgjedhjen e redaksisë dhe ndarjen e roleve



Ta përgatisë aktivitetin "Personi"

Realizimi



2 orë mësimore



Ora 1

Supozojmë se jeni dakorduar tashmë për llojin e medias që do ta hapni. Sigurisht, kjo do të varet nga mundësitë reale të shkollës dhe të redaksisë së shkollës.

Është radha të ndajmë rolet. Çdo **redaksi duhet të ketë redaktore ose redaktor**, dikush që do të jetë përgjegjës, për atë që do të publikohet, do të jetë motivuesi i të gjithë ekipit, do të kontrollojë punën dhe do të jetë udhëheqësi i ekipit.

Kryeredaktori/kryeredaktorja do të duhet të ketë zëvendës ose zëvendëse. Ky nxënës ose nxënëse jo vetëm që do të jetë zëvendës i kryeredaktorit ose kryeredaktore, kur ai ose ajo nuk do të jetë këtu, por gjithashtu do të ndihmojë në redaktimin e lajmeve dhe storjeve, si dhe të gjithë procesin e mbetur në lidhje me organizimin e medias.

Pjesa më e rëndësishme për një media shkollë janë gazetarët. Ata janë kryesorët në median dhe storjet dhe kontributet e tyre do të jenë thelbësore në mënyrë që të jetë media e suksesshme dhe e popullarizuar.

Varësisht nga lloji i medias, me siguri do të nevojitet fotograf, redaktor uebi, dikush që do t'i vendosë dhe do t'i rendit storjet në rrjetet sociale etj.

Aktiviteti 1

Fillimisht, zgjidhni një kryeredaktor ose kryeredaktore dhe zëvendësin ose zëvendësen e tij/saj. Ndoshta është më mirë ta bëni këtë duke votuar për disa kandidatë, që kanë aplikuar vetë ose që janë propozuar nga bashkënxënësit. Megjithatë, përpiquni që nxënësit të argumentojnë përzgjedhjen e tyre dhe pse mendojnë se shoqja ose shoku i tyre do të jenë të mirë për atë pozicion.

Më pas në tabelë përpiquni t'i shënoni të gjitha pozicionet që do të duhej t'i ketë media juaj. Pozicionet e gazetarëve mund edhe t'i ndani në fusha: arsim, aktualitete, sport, argëtim etj.

Në fund vendosni pozicionet e tjera që janë të domosdoshme, si për shembull fotograf, redaktor të rrjeteve sociale etj.

Tani, jepuni mundësi nxënësve që vetë ta vendosin emrin e tyre në tabelë pranë pozicionit që mendojnë se u konvenon më së miri. Lejoni që dikush ta lërë emrin e vet në disa vende, si për shembull, fotograf dhe gazetar. Në fund, së bashku me redaktorin/redaktoren e re ndani rolet.

Urime, keni redaksi. Tani është koha për të punuar.

Pasi që i ndatë rolet, ndoshta është koha për kolegjiimin e parë. Dakordohuni se sa shpesh do të publikoni, kur do të takoheni, çfarë zhanresh mendoni se duhet të dominojnë në median tuaj. Ndoshta është kohë që të përcaktoni edhe temat e para, në të cilat do të punoni dhe t'i ndani detyrat.

Është gjithashtu e rëndësishme të përshkruhen detyrat dhe pritshmëritë nga secili prej pozicioneve në redaksi:

?	Cilat janë përgjegjësitë dhe çfarë duhet të punojë kryeredaktori/kryeredaktorja, e çfarë duhet të punojnë zëvendësit?
?	Cilat janë përgjegjësitë dhe detyrat e gazetarëve, fotografit, personit përgjegjës për rrjetet sociale etj?

Gjimnazi "Orce Nikolov", për shembull, ka një media interesante në Instagram (<https://www.instagram.com/orcetalks/>) në të cilën publikohen disa nga aktivitetet ose ngjarjet e organizuara që pasojnë. Një media e ngjashme, vetëm me dizajn tjetër, është gazeta shkollore *KIM* (<https://onlajn.fliphtml5.com/qffug/keyg/#p=1>).

Shqyrtojini si shembull. Ndoshta ideja jote është krejtësisht e ndryshme, dhe kjo është plotësisht e pritshme. Shijoni sfidat e gazetarisë.



Ora 2

Pasi kemi zgjedhur tashmë llojin e medias, organizuam redaksinë dhe i ndamë rolet, është koha për të filluar punën. Por, para se të fillojmë të krijojmë lajme, duhet të përfundojmë edhe një detaj të vogël, por të rëndësishëm. Le të përcaktojmë publikun tonë, të shohim se për kë do të bëjmë lajme dhe përmbajtje mediatike, dhe ajo që është më e rëndësishme, të mësojmë se çfarë dëshiron të shikojë dhe të lexojë publiku.

Çdo emision, kontribut, tekst, ka publikun e vet specifik dhe duhet të përmbushë pritshmëritë e atyre shikuesve dhe lexuesve. Nëse publiku juaj janë pensionistë, ndërsa ju keni rubrikë për aspektet e arsimit, mos shpresoni në popullaritet shumë të madh.

Publiku juaj kryesor janë nxënësit e shkollës suaj, ndonëse me siguri do t'ju ndjekin edhe mësimdhënësit, prindërit, nxënësit e shkollave të tjera etj.

Si të mësojmë se çfarë dëshiron publiku nyë dhe cilët janë interesat e tyre?

Aktiviteti 1

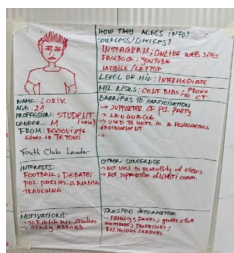
Për ta mësuar këtë, do të bëjmë një aktivitet të vogël që e quajmë "Personi".

Anëtarët e redaksisë së gazetës shkollore ndajini në disa grupe. Secili grup do të duhet të përgatisë profilin e "personit" të tij. Ndonëse mund të jenë të frymëzuar nga disa nga bashkënxënësit e tyre, "personat" që jemi duke i përgatitur nuk duhet të jenë personalitete të vërteta. Ata përfaqësojnë një arketip (shembull) të një përfaqësuesi specifik të shkollës.

Nxënësit duhet të vizatojnë "personin" e tyre, t'i japin emër, moshë dhe të supozojnë gjërat si vijon:

✓	Cilat janë interesat e saj ose të tij?
✓	Në cilat media dhe rrjete sociale i merr informacionet e tij?
✓	Cili është pasioni i saj/tij?
✓	Çfarë temash ndjek?
✓	Cilat tema i injoron?
✓	Pse do të ndiqte median tonë?

Ja një shembull se si duhet të duket:



Ky është Marko. Ai është 14 vjeç.

Interesat e tij janë matematika dhe fizika. Marko mori pjesë në garën shtetërore në fizikë dhe zuri vendin e tretë.

Marko ka profil në Instagram, por pjesën më të madhe të kohës e kalon në Jutjub.

Pasioni i tij është të luajë video-lojëra. Ai kryesisht luan Dota onlajn me shokët e tij të klasës.

Ndjek video interesante për shpikjet, ndërsa nuk i pëlqen futbolli.

Do ta kishte ndjekur revistën nëse ofron tema interesante shkencore dhe këshilla kompjuterike dhe nëse organizon turne për gejmerë nga shkolla dhe i publikon rezultatet.

Ky është vetëm një shembull i një personazhi imagjinar, por të mundshëm nga shkolla juaj. Sipas këtij yrneku, nxënësit le të bëjnë pesë ose gjashtë "persona" të ndryshëm që do të na ndihmojnë më tej të përcaktojmë temat që do t'i mbulojmë.

Më pas, hamerët tek të cilët i keni prezantuar "personat" tuaj ngjitini në klasë. Ata janë të rëndësishëm për t'ju kujtuar se kush është publiku juaj dhe për kë po shkruani. Prandaj, herë pas here, kur bëni një tekst gazetarie ose kontribut, shikoni "personat" tuaj të varur në murin e klasës.

Moduli 8:

Krijojmë përmbajtje për median tonë

Do të mësojmë



Çfarë na duhet për të bërë fotografi të mirë



Të fotografojmë bukur



Le të përdorim vegla falas në internet për montim dhe për rregullimin e fotografive dhe videove, vegla për bërjen e afisheve dhe shpalljeve në mediat sociale

Burimet e nevojshme



Kompjuterë (minimum 4)



Internet



Mirë do të ishte nëse keni një fotoaparat

Përgatitja e mësimdhënësit



Të gjejë doracakë dhe sugjerime shtesë për fotografim

Realizimi



2 orë mësimore



Ora 2

Gjithçka që kemi bërë deri më tani, ka qenë e lidhur me zhanret e gazetarisë, me tekstin dhe me shkrimin. Por, në gazetari, veçanërisht në botën e sotme digjitale, vizualizimi është po aq i rëndësishëm. Le të përdorim një frazë të përdorur shpesh – “fotografia tregon 1.000 fjalë”.

Me shfaqjen e telefonave të ri të mençur dhe superkamerave të integruara në to, të gjithë jemi bërë më të shkathtë për të bërë fotografi dhe për të bërë një duzinë ose ndonjëherë njëqind fotografi në ditë. Por si mund të jemi fotografë më të mirë dhe t'i bëjmë kontributet tona si gazetarë edhe më interesante?

Nëse në shkollë ka klub për fotografi, ndoshta tani është koha e duhur që gazetarët tanë të rinj t'i lidhin gazetarinë dhe teknikat e fotografisë. Gjithashtu, në internet ka shumë uebfaqe dhe doracakë që mund të ofrojnë këshilla të dobishme. Mund t'i drejtoheni një fotografi/fotoreporterit ose, nga ana tjetër, organizatës mediatike për të organizuar vizitën dhe ligjërimin e tij në kuadër të seksionit të gazetarisë.

Në fund, tregojuni nxënësve se fotografimi mësohet vetëm përmes praktikës dhe ushtrimit të vazhdueshëm. Ja disa këshilla të dobishme që do t'u ndihmojnë për t'i përmirësuar shkathtësitë fotografike:

1

Drita

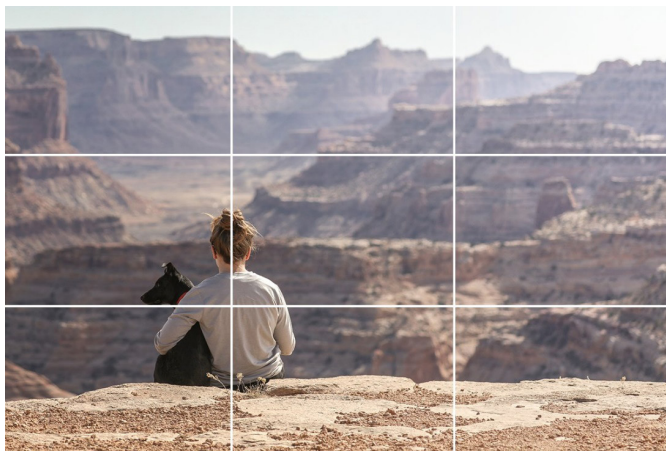
Një nga gjërat më të rëndësishme në fotografim është drita. Për të bërë një fotografi të bukur, fotografia duhet të ndriçohet siç duhet. Cilësia, por edhe sasia e dritës (jo shumë pak, por jo edhe tepër shumë), janë shumë të rëndësishme. Prandaj, kini parasysh se koha më e mirë për të bërë fotografi është në mëngjes dhe në mbrëmje, kur dielli nuk është shumë i ndritshëm. Kini kujdes që dielli të mos ju godasë drejtpërdrejt në kamerë, edhe pse fotografët e mirë kanë zgjidhje për këto probleme dhe kamerat e reja kanë aksesore që ndihmojnë në raste të tilla.

2

Plani dhe kompozicioni

Ka disa rregulla për kompozicionin, por më e rëndësishme është rregulla e të tretave. Ndarja e ekranit në 9 kube të barabarta është shumë e rëndësishme për shkak të disa gjërave:

▶	Objektet që ju fotografoni do të jenë të sheshta, jo të shtrembëruara.
▶	Do të shpërndash objektet që duhet të jenë në fotografi në mënyrë të barabartë.
▶	Megjithëse ka fotografi, fokusi i të cilave është në qendër, rregulli më i zakonshëm është të përqendroheni në një nga prerjet ose të vendoset objekti kryesor në një të tretën e majtë ose të djathtë të fotografisë. ¹⁰



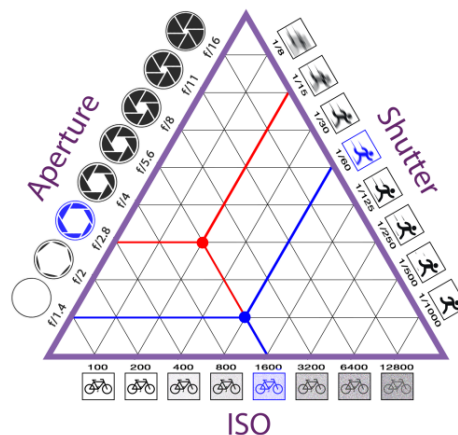
¹⁰ Foto nga Matic Broz, fotograf dhe redaktor fotografish për një kohë të gjatë. <https://photutorial.com/rule-of-thirds/>

Tashmë po flasim me një fjalor pak më kompleks që përdoret në fotografi. Për çdo fotograf, qoftë profesional apo që në mënyrë amatore merret me fotografim, ekspozicioni është shumë i rëndësishëm, respektivisht diçka që quhet ISO, pastaj hapja e aperturës dhe në fund shpejtësia e obturatorit. Këto tri gjëra përcaktojnë ndriçimin, mprehtësinë dhe thellësinë e fotografisë.

ISO (ISO) është ndjeshmëria e një sensori që njeh një sasi të caktuar drite dhe kjo do të varet nga fakti nëse fotografia është e pastër. Numri më i lartë do të thotë më shumë dritë dhe fotografi më të qartë, por edhe më shumë ndjeshmëri, kështu që dora juaj duhet të jetë e qetë.

Hapja e aperturës (numri Aperturë/F) është madhësia e hapjes së aperturës. Ajo përcakton se sa dritë do të hyjë dhe nga kjo varet thellësia e imazhit dhe çfarë do të jetë në fokus. Për shembull, nëse dëshironi që sfondi të jetë i paqartë dhe objekti në fokus të jetë i qartë, do të përdorni një hapje më të madhe të aperturës.

Shpejtësia e obturatorit është shpejtësia me të cilën mbyllet apertura, respektivisht për sa kohë apertura qëndron e hapur dhe sa dritë lëshon. Për shembull, nëse fotografi një aktivitet sporti dhe njerëz që lëvizin ose vrapojnë, mbyllja do të jetë shumë më e shpejtë.



11

Të tri këto gjëra, të rëndësishme për ekspozicionin e fotografisë, janë shumë të ndërlydhura dhe duhet të mësohen dhe ushtrohen mirë.

Prandaj, një këshillë kryesore për nxënësit është të bëjnë sa më shumë fotografi, të ushtrojnë, të pyesin dhe të diskutojnë për fotografitë që i bëjnë. Vetëm duke bërë shumë fotografi bëhesh fotograf i mirë.

Këshillë e rëndësishme!

Nëse fotografon njerëz, duhet gjithmonë t'u kërkosh atyre aprovim me gojë, e shpesh edhe me shkrim, veçanërisht nëse dëshironi t'i postoni fotografitë, madje edhe nëse është në profilin tënd në Instagram.

Aktiviteti 1

Ndajini nxënësit në çifte. Do të ishte ide e mirë që çdo çift të ketë të paktën një telefon me kamerë solide. Përcaktoni disa tema në të cilat çiftet mund të punojnë, si për shembull: të ushqyerit e nxënësve në shkollë, mirëmbajtja e higjienës në shkollë, sportet në shkollë etj.

Çdo çift mund të përzgjedhë temën e vet (temat mund edhe të përsëriten) dhe në ditët në vijim të përpiqet të bëjë fotografi të bukura që do të tregojnë një histori ose një **fortostorje**. Nga të gjitha fotografitë që do të bëhen, do të përzgjidhen pesë-gjashtë, të cilat përmes një fotografie fillestare ose hyrëse, fotografive qendrore dhe fotografisë përfundimtare (përmbyllje) do të tregojnë temën që e kanë pasur për detyrë ta përpunojnë. Çiftet duhet të përgatisin prezantimet në Pauerpoint për orën e ardhshme të klubit të gazetarisë, ndërsa të gjithë të tjerët duhet të japin fidbek. Do të jetë interesante të shohim fortostorje të ekipeve të ndryshme, në një temë të njëjtë. Do të vini re se ato janë më ndryshe, të ndryshme, ndonëse tema është e njëjtë. Kjo ndodh kështu për shkak njerëz të ndryshëm i shohin gjërat ndryshe dhe e përfaqësojnë realitetin ndryshe, por do të flasim pak më shumë për këtë në temën e fundit.



Ora 2

Puna në Klubin e gazetarisë do të përfshijë shkrimin, fotografimin, bërjen e videove dhe dizajnimin e storjeve mediatike. Tani do t'ju ofrojmë disa programe që do ta lehtësojnë punën tuaj dhe punën e nxënësve, e njëherësh, përmbajtjen do ta bëjë më të bukur dhe më tërheqëse për publikun.

Kanva (Canva) – Canva.com

Kanva është një vegël falas për dizajnin grafik që mund ta përdorni në internet. Me këtë vegël mund të dizajnoni afishe, ftesa, broshura, postime në mediat sociale, prezantime etj. Është shumë e lehtë për t'u përdorur dhe ofron yrneqe të gatshme që mund t'i përdorni.

InShot (InShot App)

Kjo është një vegël shumë e thjeshtë për redaktimin e videove, që ofron opsione interesante, por të thjeshta për t'u përdorur. Përveç montimit të kuadrove të videos suaj, mund të shtoni zë dhe muzikë, tekst plotësues, titra, imazhe, të ndryshoni ngjyrat etj. Do ta gjeni në dyqanin e aplikacioneve për androidin ose ajfonin tuaj, instalojeni dhe filloni ta përdorni për videot tuaja.

Animoto – animoto.com

Animoto është vegël për të përpunuar video që mund t'i vendosni në rrjetet sociale. Është shumë e lehtë për t'u përdorur, ka një numër të madh melodish që mund t'i përdorni dhe disa opsione interesante.

Roushorts (Rawshorts) – rawshorts.com

Roushorts është vegël e shkëlqyer që mund të përdoret për të bërë video edukative. E përshtatshme për mësimdhënësit, nxënësit, por edhe për gazetarët, qëllimi i të cilëve është të paraqesin një storje komplekse në një mënyrë ilustruese dhe interesante. Ekziston një opsion interesant që krijon një iluzion të animacionit-stop.

Përpiquni të gjeni disa vegla të tjera të ngjashme që do t'ju ndihmojnë në aktivitete. Sigurohuni që të jenë falas, por edhe të sigurta për përdorim.

Aktiviteti 1

Ndajeni sërish redaksinë në ekipe dhe caktojini secilit ekip detyrë që të bëjë videokontribut. Kontributi duhet të përmbajë kuadro hyrëse, dy deklarata nga burimet dhe kuadro përfundimtare. Nxënësit duhet ta montojnë duke përdorur disa nga veglat që i përmendëm sot. Videot e montuara prezantojini në fund të orës dhe diskutoni për atë se çfarë është mirë, e çfarë duhet të përmirësohet.

Të jesh gazetare ose gazetar i mediave të reja

Moduli 9: Krijojmë përmbajtje mediatike për mediat onlajn

Moduli 10: Si t'i shfrytëzojmë rrjetet sociale për vlera pozitive

T e m a

Të jesh gazetare ose gazetar i mediave të reja

Vetëm dy dekada më parë, kriteret për zgjedhjen e lajmeve vareshin nga redaktorët e lajmeve dhe gazetarët. Siç pamë gjatë vizitës sonë në redaksinë televizive, ato nuk kanë ndryshuar shumë as sot. Ende në mediat tradicionale (gazeta, televizione dhe radio), por edhe në portalet onlajn, janë redaktorët, së bashku me gazetarët, ata që vendosin se çfarë informacioni do të publikohet ose transmetohet nga gama e madhe e lajmeve potenciale. Mësuam se ata zgjedhin përmbajtjen që është më e rëndësishme duke bazuar në kriteret të tilla si relevanca, afërsia e ngjarjes, të jetë me interes publik, të jetë e pazakontë, por mbi të gjitha të jetë e re (prandaj edhe quhet *news*).

Ndonëse gjërat në mediat tradicionale nuk kanë ndryshuar shumë, interneti dhe platformat sociale kanë shkaktuar ndryshime të mëdha në mënyrën se si informacioni arrin tek ne. Në platformat sociale, algoritmet kanë marrë rolin e redaktorëve. Ato ndjekin aktivitetet tona, njohin afinitetet dhe shprehjet tona, si, për shembull, çfarë lloj muzike duam të dëgjojmë ose për cilin klub të futbollit anojmë, dhe në këtë mënyrë i selektojnë informacionet e bëra për ne.

Në katër orët e ardhshme do të shohim se çfarë do të thotë të jesh gazetar në një media onlajn dhe cilat gjëra janë të rëndësishme në gazetarinë onlajn.

Moduli 9:

Krijojmë përmbajtje mediatike për mediat onlajn

Do të mësojmë



Si dallojnë mediat onlajn nga mediat e tjera



Cilat janë mënyrat më të mira për të publikuar onlajn



Si të shkruajmë për mediat onlajn

Burimet e nevojshme



Kompjuterë



Internet

Përgatitja e mësimitdhënësit



Përgatitja e temave dhe aktiviteteve

Realizimi



2 orë mësimore



Ora 1

Ndonëse përmban elemente të ndryshme që i hasim në gazetarinë e shkruar, në gazetarinë televizive dhe të radios, gazetaria onlajn është një lloj i veçantë dhe dallon nga të gjitha ato të mëparshmet. Kjo do të thotë që nëse shkruajmë në median tonë onlajn në të njëjtën mënyrë si shkruajmë për gazetë, për shembull, i bëjmë gjërat gabim. Poll Bredshou në Doracakun e tij të gazetarisë onlajn¹² i jep karakteristikat për këtë lloj gazetarie:

Multimedialiteti:

Storjet nuk janë të kufizuara vetëm në një lloj të medias. Mund të publikosh vetëm tekst, ose vetëm video, ose vetëm audiopodkast, ose të gjitha së bashku në një storje;

Multiplatformat:

Duhet të jemi të vetëdijshëm se ajo që do të publikohet, dikush do ta shikojë në laptop, dikush në telefon, dikush në tabletë dhe dikush në televizor;

Interaktiviteti:

Publiku mund të vendosë storje, komente, të shprehë mendimet e tij etj.;

Hiperlinqet:

Japin mundësinë të ndani shumë përmbajtje të tjera në përmbajtjen tuaj, por edhe anasjelltas, dikush tjetër të ndajë përmbajtjen tuaj;

12 Bradshaw, Paul. The Online Journalism Handbook: Skills to Survive and Thrive in the Digital Age. 3d ed: Routledge, London, 2023.

Publiku vendos për ndjekjen:

Respektivisht, publiku vendos se sa, kur dhe si do të lexojë ose shikojë nga ajo që e keni ndarë;

Publikimi në kohë reale:

Shpejtësia me të cilën mund të postoni diçka në internet, pothuajse menjëherë pas ngjarjes, nuk mund të krahasohet me asnjë lloj tjetër të medias;

Matja:

Mediat në internet ofrojnë edhe mundësinë për të matur shumë lehtë se sa njerëz e kanë parë postimin, sa e kanë parë videon ose e kanë lexuar tekstin;

Autonomia më e madhe:

Ndryshe nga llojet e tjera të mediave, ku përmbajtja gazetareske kalon nëpër një proces kompleks kontrolli nga redaksia, këtu nuk e kemi atë. Për shkak të shpejtësisë, e veçanërisht nëse bëhet fjalë për rrjetet sociale, përmbajtja nuk shkon te redaktorët, por publikohet drejtpërdrejt. Kjo lejon shpejtësi dhe autonomi më të madhe, por, nga ana tjetër, hap shumë mundësi për gabim dhe keqpërdorim.

Nxënësit tuaj i përkasin gjeneratës që kalon një pjesë dominuese të kohës së tyre në internet dhe i merr lajmet nga mediat onlajn ose nga rrjetet sociale. Atyre ky lloj i gazetarisë u është më i afërt, kështu që me siguri edhe vetë ata tashmë kanë një pasqyrë se si duhet të duken produktet e tyre të gazetarisë onlajn.

Megjithatë, ja disa këshilla, të cilave duhet t'u kushtohet kujdes:

1	Rregulli për të thënë gjërat më të rëndësishme në paragrafin e parë vlen edhe në gazetarinë onlajn, ndoshta edhe më shumë sesa në llojet e tjera të gazetarisë.
2	Në gazetari, është e rëndësishme të theksohet burimi i informacionit, por në gazetarinë onlajn gjithashtu keni mundësinë ta vendosni në link. Mos harroni të vendosni në link burimin tuaj sa herë që kjo të jetë e mundur.
3	Kur vendosni link, mos e vendosni gjithë URL-në, por bëjeni këtë me hiperlink të lidhur me titullin (për shembull, Raport, me ç'rast në titullin është integruar vetë linku).
4	Paragrafët duhet të jenë të shkurtër. Filloni me paragraf të ri sa herë që filloni çështje të re.
5	Titujt duhet të jenë konkretë dhe të qartë, jo të përgjithshëm. Në titull duhet të përfshihen të gjitha fjalët kyçe nga teksti, që do të ndihmojnë tekstin të arrijë deri te një publik më i madh.
6	Ndajeni tekstin me nëntituj.
7	Përfshini në tekst video nga Jutjubi, Instagrami, Tiktoku etj.
8	Teksti duhet të përfundojë me një thirrje për veprim dhe me angazhim nga publiku.

Aktiviteti 1

Ndajini nxënësit në disa grupe me tre ose katër nxënës. Secili grup ka për detyrë të bëjë një storje të gazetarisë onlajn.

Tema duhet të lidhet me sigurinë onlajn dhe nxënësit duhet të bëjnë hulumtime, anketë të shkurtër midis bashkënxënësve dhe të marrin deklaratë nga burimi relevant (për shembull, psikologu i shkollës).

Ndër temat që mund t'i zgjedhin janë sajberbulling, pasojat e kohës së tepërt të kaluar para ekranit, siguria e të dhënave personale, si ndikojnë algoritmet në informimin tonë, dezinformatat onlajn etj.

Në storjen, gazetarët e rinj duhet:

✓	të informojnë dhe edukojnë publikun për temën/problemin;
✓	të sqarojnë se pse është e rëndësishme kjo temë;
✓	të ofrojnë disa ide dhe hapa që mund të bëhen në lidhje me të.

Storjet duhet të jenë multimediatike, respektivisht të përmbajnë video, fotografi, tekst, infografikë etj.



Ora 2

Në orët e kaluara, folëm shumë për parimet etike të gazetarisë. Folëm për organizatat profesionale që i promovojnë këto parime dhe duhet të sigurojnë që ato të respektohen, ndërsa e lexuam edhe Kodin e Etikës së Gazetarëve të Maqedonisë. Por kur flasim për gazetarinë onlajn, duhet të përmendim edhe problemin e plagjiaturës.

Fatkeqësisht, sot shumë media nuk kanë aspak turp të vjedhin përmbajtje nga kolegët e tyre. Kjo zakonisht bëhet nga faqet e huaja (kryesisht serbe) nga ku përkthehen përmbajtjet e ndryshme dhe shumë shpesh as nuk përmendet burimi origjinal. Megjithatë, nuk është gjë e rrallë që mediat të vjedhin nga kolegët e tyre nga mediat e tjera në Maqedoni.

Ajo që është praktikë shumë e zakonshme tek ne është që të shkarkohen fotografi nga interneti, pa menduar fare nëse ato fotografi kanë autorin e tyre dhe të drejtat e mbrojtura të përdorimit. Kur gjen një fotografi në internet, kontrollo së pari nëse autori ka dhënë leje për ta përdorur atë [përmes platformës "Creative Commons"]. Por edhe kur ekziston një leje e tillë, zakonisht autori kërkon që të përmendet emri i tij/i saj.

Kur ju nevojiten fotografi ose ilustrime, kërkoni ato falas në faqet që ofrojnë fotografi të tilla. Një faqe e tillë është Freepic.com.

Aktiviteti 1

Tema e kësaj jave është etika. Redaktori formon tri ekipe të gazetarëve dhe fotografëve që do të punojnë në storje multimediatike në lidhje me sfidat etike në shkollë. Sa përshkruajmë në testet dhe si? A gënjejmë me detyrat e shtëpisë? A gënjejmë kur arsyetohemi për mungesat? A jemi të sinqertë në shtëpi për atë që po ndodh në shkollë? Këto janë vetëm disa nga nëntemat në të cilat mund të punohet.

Ekipi duhet të sjellë storje me fotografi dhe video. Të gjitha fotografitë duhet të nënshkruhen siç duhet, të pyeten të gjithë nxënësit dhe mësime të ndërhënësit nëse pajtohen që fotografia e tyre të publikohet etj.

Gjithashtu, nëse përdoren fotografi në internet, duhet pasur kujdes nëse lejohet që të përdoren, e nëse po, në çfarë mënyre duhet të shënohet.

Moduli 10:

Si t'i shfrytëzojmë rrjetet sociale për vlera pozitive

Do të mësojmë



Si të bëhet media shkollore vend për promovimin e vlerave pozitive



Cilat tema janë të rëndësishme për median tonë shkollore



Cilët janë influencerët që promovojnë vlera pozitive dhe pse është e rëndësishme t'i ndjekim ata

Burimet e nevojshme



Kompjuterë



Internet

Përgatitja e mësimeve



T'i përgatisë videot për prezantim

Realizimi



2 orë mësimore



Ora 1

Temat që janë të rëndësishme dhe për të cilat konsiderojmë se duhet të flasim dhe të rrisim interesin e publikut duhet të jenë pjesë e teksteve dhe kontributeve tona në të cilat do të punojmë.

Media shkollore duhet të jetë vend për ekologji, si të arrihet mjedis më i mirë jetësor, si të promovohen shprehi dhe vlera të shëndetshme si sporti, ushqimi i shëndetshëm, lufta për mjedis të pastër dhe ajër të pastër.

Shikoni një shembull të nxënësit Marko Balloski, i cili në videon e tij "Eko" për *Eko* promovon mjedis të shëndetshëm: <https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=MsKr2-680il>

Bashkë me nxënësit, shikoni videon dhe hapni një diskutim për gjërat që u kanë pëlqyer dhe gjërat që do t'i kishin përmirësuar.

Pastaj, përmes një stuhie idesh, gazetarët e rinj le të propozojnë disa tema të ndryshme mbi të cilat mund të punojnë në periudhën e ardhshme. Këto tema duhet të hapin disa çështje të rëndësishme dhe të shërbejnë për të ngritur interesin për ekologjinë, jetën onlajn, të drejtat e nxënësve etj. Çdo temë mund të jetë tema e numrit të medias shkollore (veçanërisht nëse redaksia ka marrë vendim të punojë në revistë).

Aktiviteti 1

Së bashku me nxënësit, zgjidhni një nga temat e propozuara përmes stuhisë së ideve. Kjo le të jetë tema për të cilën do të punojë e gjithë redaksia. Gazetarët le të ndahen në ekipe për të punuar në storje të ndryshme të lidhura me temën.

Për shembull, nëse redaksia zgjedh të punojë në temën e videolojërave, një ekip mund të bëjë intervistë me një nxënës i cili është gejmer i njohur në shkollë, një ekip tjetër mund të bëjë storje për historinë e videolojërave, ndërsa ekipi i tretë mund të flasë me një psikolog në temën se cilat janë pasojat e lojës së tepërt (fizike dhe psikike).

Redaktori/redaktorja duhet të caktojë detyrat, të mbikëqyrë punën dhe të redaktojë dhe korrigojë tekstet në fund të procesit. Fotografi ose kameramani duhet të bëjë fotografi/pamje për storjet.



Ora 2

Influencerët¹³

Influencerët ose personalitete që ndikojnë në opinionin publik, nuk janë fare diçka e re. A keni dëgjuar për Roza Parks, princeshën Dajana, për "Bitëlls"-at ose Majkëll Xhordanin? Të gjithë ata në njëfarë mënyre ndikuan në mënyrën se si njerëzit janë veshur, sjellë, kanë ndërtuar mendimin ose qëndrimet e tyre për tema të ndryshme. Sot, me ardhjen e rrjeteve sociale, influencerët janë zhvendosur në botën onlajn, në Tiktok, Instagram, Jutjub, Fejsbuk dhe platforma të tjera sociale. Duke përdorur mundësitë e teknologjive të reja, ata arritën të krijojnë një armatë ndjekësish që lexojnë vazhdimisht blogjet e tyre, shikojnë videot e tyre dhe blejnë produktet që ata i reklamojnë.

13 Influencer vjen nga gjuha angleze dhe nënkupton njeri ose grup që ka ndonjë ndikim në publik.

Diskutim

Pyesni nxënësit se cilët influencerë i ndjekin dhe pse.

▶	Cilat vlera pozitive i promovojnë ata influencerë?
▶	A mos nxisin edhe vlera negative?
▶	A konsiderojnë se influencerët e paraqesin botën përreth tyre në mënyrë reale?

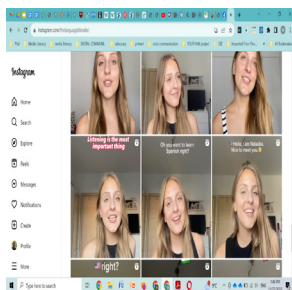
Influencerët dallojnë për nga numri i ndjekësve që kanë në rrjetet sociale, por edhe për nga temat që i ndjekin. Kështu, dallojmë influencers që udhëtojnë dhe publikojnë reportazhe, influencers që publikojnë video për modën, që luajnë video-lojëra, publikojnë për futbollin etj. Të gjithë ata kalojnë orë të tëra duke bërë fotografimin e përsosur ose duke xhiruar një video të mirë, duke treguar jetën e tyre si magjepsëse dhe të veçantë.

Për të fituar popullaritet, ka raste kur influencerët bëjnë gjëra të pamatura dhe të rrezikshme. Ndonjëherë, shakatë e tyre të pamatura kanë fund fatal.

Sigurisht, ka influencerë nga të cilët mund të mësojmë shumë, të dëgjojmë gjëra interesante dhe që promovojnë vlera pozitive. Në këtë kurs, ata janë në radarin tonë.

Shikoni videot e babait, i cili na shpjegon se si mund të bëni gjëra të ndryshme: Babi, si të...? (*Dad how do I?*¹⁴). Ky influencer ka fituar shumë popullaritet dhe shikime dhe është pa dyshim dikush nga i cili mund të mësosh shumë gjëra të dobishme.

14 Burimi: <https://www.youtube.com/@Dadhowdol/videos>



Kjo është studentja Teona Sima, e cila me qasjen e saj unike dhe argëtuese, ia doli që për një kohë shumë të shkurtër të arrijë më shumë se 750.000 ndjekës në Instagram. Profili i saj Language Blondie, <https://www.instagram.com/thelanguageblondie/>, promovon mësimin e gjuhëve të botës në një mënyrë argëtuese dhe interaktive.

Cilët influencerë të tjerë i njihni, e të cilët promovojnë vlera pozitive dhe edukojnë?

Aktiviteti 1

Ndajini nxënësit në disa grupe. Detyra e tyre do të jetë gjetja e influencerëve vendorë që promovojnë vlera pozitive dhe shprehi të mira dhe t'i intervistojnë ata. Këto intervista më pas do të publikohen në median e shkollës.

Bëjuni pyetje që janë në interes të publikut tuaj. Pyetje të rëndësishme janë:

▶	Cilat vlera pozitive janë të rëndësishme për ju dhe në çfarë mënyre i përhapni ato?
▶	Si përballeni me dezinformatat dhe në çfarë mënyre i verifikoni informacionet para se t'i publikoni?

Pyetini nëse mund të postoni një fotografi të tyre dhe kërkojuni t'ua dërgojnë.

Të jesh mediatikisht i edukuar në epokën digjitale

Moduli 11: Çështjet thelbësore për analizë dhe vlerësim të përmbajtjeve mediatike

Moduli 12: Dezinformatat dhe manipulimet në media

T e m a

Të jesh mediatikisht i edukuar në epokën digjitale

Prania e mediave në çdo sferë të jetës sonë është e madhe. Vështirë se kalojmë një pjesë të ditës pa qenë në kontakt me ndonjë media. Pavarësisht nëse shikojmë televizor, dëgjojmë radio në autobus derisa shkojmë në punë, lexojmë informacione në portalet e internetit ose shohim fotografi në rrjetet sociale, tashmë kemi ndjenjën, siç thotë profesori Mark Duz, se jetojmë në media, jo me mediat. Këtë fuzion të mediave dhe jetës së përditshme e quajmë mediatizim (mediatization). Për të kuptuar se cili është roli i mediave sot, për të kuptuar porositë, vlerat dhe ideologjitë që mediat i dërgojnë dhe përhapin, duhet të zhvillojmë shkathtësitë tona kritike dhe analitike, respektivisht të edukohemi në aspektin mediatik.

Edukimin mediatik mund ta kuptojmë si syze që do të na ndihmojnë t'i shohim më pastër dhe më qartë përmbajtjet mediatike dhe botën rreth nesh.

Edukimi mediatik është aftësia për të hyrë, analizuar, vlerësuar dhe krijuar përmbajtje mediatike në forma të ndryshme dhe, në fund të fundit, për të vepruar dhe përdorur atë përmbajtje¹⁵.

Zhvillimi i shkathtësive dhe përvetësimi i njohurive dhe shprehive që do të na ndihmojnë të kemi qasje më të mirë në përmbajtjet mediatike, t'i analizojmë dhe të vlerësojmë saktësinë dhe rëndësinë e tyre, na janë të domosdoshme në mënyrë që të marrim pjesë plotësisht në botën e sotme në mënyrë përkatëse.

Për të qenë të edukuar në aspektin mediatik, gjëja më e rëndësishme është të zhvillojmë mendimin kritik, si parakusht për të marrë vendimet e drejta në të gjitha sferat e jetës.

15 Definicioni i Asociacionit Amerikan për Edukim Mediatik, <https://name.net/publications/media-literacy-definitions/>

Mendimi kritik dhe parashtrimi i pyetjeve të duhura, si dhe qasja analitike ndaj përmbajtjes mediatike, janë parakushti kryesor për të qenë i mëvetësishëm, respektivisht të mendojmë vetë për gjërat që na rrethojnë, pa qenë të varur nga mendimet dhe interpretimet e të tjerëve. Me fjalë tjera, edukimi mediatik nuk do të na japë përgjigjen se cilat media duhet t'i shikojmë, lexojmë dhe dëgjojmë, ose të na tregojë se çfarë është e vërtetë, e çfarë jo, por do të na ofrojë njohuri dhe shkathtësi, që ato gjëra t'i vlerësojmë vetë.

Moduli 11:

Çështjet thelbësore për analizë dhe vlerësim të përmbajtjeve mediatike

Do të mësojmë



Si të analizojmë porositë mediatike, duke parashtruar pesë pyetje kryesore



Të dallojmë dezinformatat, misinformatat dhe malinformatat



Pse "rrëshqasim" në përmbajtje të rreme

Burimet e nevojshme



Projektor dhe tabelë smart

Përgatitja e mësimeve



T'i përgatisë videot për orën e parë

Realizimi



2 orë mësimore



Ora 1

Disa herë deri tani e kemi përsëritur se parashtrimi i pyetjes është pjesë shumë e rëndësishme e çdo procesi. Bërja e lajmit parapëlqen parashtrimin e pyetjeve dhe dhënien e përgjigjeve ndaj gjashtë pyetjeve, derisa intervista bazohet në parashtrimin e pyetjeve të mirëfillta.

Parashtrimi i pyetjeve është forma më e drejtpërdrejtë dhe e fuqishme e nxënies, që njerëzit e përdorin për të kuptuar gjërat rreth tyre. Pyetjet na udhëheqin gjatë gjithë procesit të nxënies, që do të thotë se kur pyesim, ne aktivizojmë kuriozitetin intelektual dhe kemi kontroll mbi atë që e mësojmë.

Edukimi mediatik është proces i nxënies që përfshin në mënyrë të pashmangshme procesin e parashtrimit të pyetjeve dhe hulumtimit.

Një nga shkathtësitë kryesore që na i mëson edukimi mediatik është analiza e përmbajtjes mediatike që e konsumojmë çdo ditë. Në mënyrë që t'i analizojmë ose deshifrojmë porositë mediatike, ne përdorim pesë pyetjet kryesore si vijon:

1

Cili është autori i përmbajtjes mediatike dhe cili është qëllimi i tij?

Kur ndiqni përmbajtjen mediatike, është e rëndësishme të dini se kush e krijoi atë dhe me çfarë qëllimi. A është reklamë, përmbajtje argëtuese apo mesazh informues? A është film i krijuar për të argëtuar, apo ka ndonjë mesazh të fshehur?

Ndonjëherë qëllimet e dërguesit të porosive janë të qarta dhe të sinqerta, por nuk është gjithmonë kështu. Sa herë gjatë shikimit të ndonjë filmi, do të vërejmë reklamim të fshehur të disa produkteve, ose, nga ana tjetër, diçka që duhet të jetë informacion mediatik, në të vërtetë është promovim i ndonjë kompanie.

Prandaj, gjithmonë së pari duhet të përqendrohemi në atë se kush është krijuesi ose porositësi i vërtetë i porosisë mediatike dhe për çfarë qëllimi është krijuar. A është për të argëtuar, për të informuar apo për të na bindur në diçka? Nëse e kuptojmë se kush është krijuesi dhe e mësojmë arsyen pse është krijuar porosia, do të jetë shumë më e lehtë për ne të kuptojmë efektin e tij.

"Të gjitha mediat po përpiqen të na shesin diçka. Nëse nuk është produkt, atëherë është ide; nëse nuk është ide, atëherë na shiten vlera të caktuara; nëse nuk janë vlera, atëherë është koncept i të jetuarit", shprehet Sofia Kintero në librin "Lindja e hënës: Fuqia e grave që udhëheqin me zemër"¹⁶.

2

Cilat teknika përdoren që ta tërheqin dhe ta ruajnë vëmendjen tonë?

Mediat përdorin strategji të ndryshme për të tërhequr vëmendjen dhe interesin tonë në porosinë që ato përcjellin. Kjo është veçanërisht e dukshme në industrinë e marketingut, ku agjencitë e reklamave përdorin një sërë teknikash për të tërhequr ose mbajtur vëmendjen tonë.

Teknikat varen nga publiku i synuar dhe nga kjo do të varet nëse në reklamë do të shohim yje sporti, këlyshë të lezetshëm ose ushqime të bukura.

A e keni vënë re se reklamat janë më të zhurmshme se përmbajtja tjetër televizive?



Kjo është Rene Hobs, nëna e edukimit mediatik. Si studiuese, mësime dhënëse, aktiviste dhe profesioniste mediatike, Hobs i përkushtohet përfshirjes dhe avancimit të edukimit mediatik dhe digjital në arsim.

Ajo është themeluese dhe drejtore e Laboratorit për Arsimim Mediatik (Media Education Lab) dhe profesoreshë në Universitetin në Rod Ajllënd (University of Rhode Island).

Gjithashtu, edhe në emisionet informative dhe kontributet gjejmë teknika të ndryshme për tërheqjen e vëmendjes, mënyrën e prezantimit të informacioneve, tekstit, montazhit, fotografisë. Të gjitha këto kanë rol shumë të rëndësishëm në proces.

16 Shiko: https://books.google.mk/books/about/Moonrise.html?id=NIL4qaov9_cC&redir_esc=y

Ndonjëherë teknikat e përdorura nga njerëzit që krijojnë dhe transmetojnë përmbajtje mediatike nuk janë aspak etike. Ndonjëherë ato teknika përmbajnë manipulime, të vërteta të pjesshme ose të pavërteta, tituj që manipulojnë emocionet tona, ose tituj që na bindin se duhet të klikojmë dhe të lexojmë lajmin: "Tronditëse!", "Ekskluzive", "Nuk do ta besoni!!!". Sigurisht, nuk do të besojmë se dolëm kaq naivë dhe klikuam në grepin e tillë për më shumë klikime (Clickbait).

3

Cilat pikëpamje dhe vlera janë prezantuar përmes porosisë?

Të gjitha mediat përcjellin porosi të caktuara delikate për atë se çfarë është e rëndësishme ose kush është i rëndësishëm. Porositë përmbajnë edhe qëndrimet, mendimet dhe vlerat e atyre që i krijojnë ato.

Madje edhe lajmet përmbajnë ide dhe vlera të integruara, në përzgjedhjen e asaj që është e rëndësishme, në përzgjedhjen e temave, cilat lajme do të shkojnë së pari, në përzgjedhjen e fokusit, përzgjedhjen e fotografive etj.

Nu duhet të zhvillojmë shkathtësi që do të na ndihmojnë të dallojmë vlerat dhe pikëpamjet e thurura në lajme, në programin argëtues, rrjetet sociale, në kolumna etj., veçanërisht kur ato janë të fshehura dhe nuk janë të lehta për t'u dalluar. Në këtë mënyrë, do të mund të marrim vendime të drejta dhe të argumentuara për qëndrimet, pikëpamjet dhe vlerat tona.

4

Si në mënyra të ndryshme i interpretojnë porositë e njëjta?

Shumë shpesh njerëzit i interpretojnë porositë mediatike në mënyra të ndryshme ose disa do të mësojnë dhe shohin diçka që të tjerët nuk e shohin. Për disa, porosia nuk do të gjenerojë ndonjë interes, e për disa, do të jetë e rëndësishme.

Të kuptuarit e porosive do të varet nga njohuritë tona për fusha të ndryshme, përvojat tona dhe nga konteksti. Mësimdhënësit, për shembull, kanë më shumë përvojë jetësore sesa nxënësit dhe ndonjëherë i kuptojnë porositë ndryshe dhe më thellë, sepse në de-shifrimin e porosisë mediatike ata mund të përdorin gjërat që i kanë mësuar ose parë në jetë.

Diskutim



Kërkojuni nxënësve të shikojnë një telenovelë bashkë me gjyshet dhe gjyshërit e tyre. Më pas, le të flasin me ta për telenovelën, çfarë u ka pëlqyer dhe çfarë nuk u ka pëlqyer.



Ata do të vërejnë se disa gjëra që kanë qenë pothuajse të parëndësishme për nxënësit, për gjyshet dhe gjyshërit e tyre kanë qenë ndoshta pjesa më e rëndësishme e telenovelës dhe anasjelltas.

5

Çfarë është lëshuar?

Porositë nuk përmbajnë gjithçka. Shumë shpesh, me dashje ose pa dashje, porositë heqin pjesë të rëndësishme që mund të ndikojnë në mënyrën se si e kuptojmë porosinë. Reklamat e pijeve të gazuara gjithmonë përqendrohen në elementin freskues të pijes, por kurrë tek përbërja. Nga ana tjetër, lëngjet që përmbajnë fruta të vërteta në to nuk lënë pa thënë se janë 100 për qind natyrale. Kjo ndodhë kështu për shkak se kushdo që krijon porosinë ka privilegjin të vendosë se çfarë do të përfshijë dhe çfarë do të përjashtojë nga porosia.

Gjërat komplikohen kur fillojmë të flasim për lajmet dhe burimet e lajmeve. Sigurisht, në një kontribut prej dy minutave nuk mund të bashkëngjisim gjithçka që ka ndodhur në një ngjarje. Por, a do të jemi profesionistë dhe të tregojmë të gjitha anët e historisë dhe të mos përjashtojmë detajet që janë të rëndësishme në mënyrë që publiku të kuptojë se çfarë ka ndodhur me të vërtetë, kjo do të varet nga ne.

Aktiviteti 1

Të gjithë së bashku, shikoni një nga dy videot e ofruara, më pas përpuni që përmes diskutimit t'u përgjigjeni pyetjeve si vijon:



Video 1: Reklamë për marketin "Edeka"



Video 2: Shoku imagjinar Igi

1

Cili është autori dhe qëllimi i kësaj videoje?

Në disa raste, përgjigja është e thjeshtë, por jo gjithmonë. Ka raste kur vështirë se mund të dallojmë nëse bëhet fjalë për lajm gazetarie apo për koment, ndoshta reklamë apo propagandë të fshehur.

2

Cilat teknika janë përdorur që ta tërheqin dhe ta ruajnë vëmendjen tonë?

Shikoni me kujdes. Analizoni montazhin, efektet vizuale, nëse është përdorur humor, bazë specifike muzikore etj.

3

Cilat pikëpamje dhe vlera janë prezantuar përmes porosisë?

Nuk është gjithmonë e lehtë t'i përgjigjesh kësaj pyetjeje, e ndonjëherë nevojitet një diskutim më i gjatë dhe më i thellë. Por, mendoni për pikëpamjet tuaja të jetës, cilat gjëra janë të rëndësishme për ju dhe nëse kjo video përputhet me to.

4

Si në mënyra të ndryshme i interpretojnë poritë e njëjta?

Bisedoni me njëri-tjetrin dhe do të shihni se disa prej jush kanë vënë re detaje që të tjerët nuk i kanë vënë re. Disa do ta kuptojnë porosinë në një mënyrë, ndërsa të tjerët do ta kuptojnë porosinë në një mënyrë krejtësisht të ndryshme. Kjo është mirë. Pluralizmi i mendimeve dhe ideve është kyç për çdo shoqëri të shëndetshme dhe demokratike.

5

Çfarë është lëshuar?

Çfarë mendoni se duhet të përmbajë ky mesazh, por thjesht ky informacion nuk ekziston?



Ora 2

Jemi mësuar të analizojmë përmbajtjet mediatike, por tani le të shohim nëse mund të bëjmë vlerësim të mirë për të përcaktuar nëse një pjesë e informacionit është e vërtetë, pjesërisht e vërtetë apo plotësisht e trilluar, por edhe nëse është lajm gazetarie i bërë në mënyrë profesionale apo është manipulim, nëse është objektiv apo i njëanshëm, i ekuilibruar, neutral etj.

Në pjesën e tretë të këtij doracaku folëm se pse është e rëndësishme të jesh profesionist. Thamë që çdo gazetar ose gazetare duhet së pari të synojë të **vërtetën**, edhe kur e vërteta nuk është ajo që ai ose ajo beson se është. Duhet të synojë të prezantojë faktet në mënyrë të **saktë**, të **paanshme** dhe të ofrojë një **ekuilibër** të pikëpamjeve dhe argumenteve të ndryshme.

Tani do t'i shohim gjërat nga një këndvështrim tjetër, jo si gazetarë dhe krijues të informacionit, por si publik. Megjithatë, nga cilido kënd që i vëzhgojmë gjërat, vërtetësia do të jetë një nga kriteret më të rëndësishme.

Vërtetësia, ose nëse informacioni përmban fakte dhe detaje që mund të verifikohen përmes burimeve alternative ose parësore.

Pavarësisht nëse jeni gazetar profesionist apo qytetar i rëndomtë që shkruan vetëm në Fejsbuk, publikimi i qëllimshëm dhe i vetëdijshëm i informacionit të rremë është gjithmonë i gabuar. Megjithatë, dallimi i një gënjeshtre të qëllimshme nuk është aq i thjeshtë sa mund të duket. Profesorja amerikane Keri Gallager dallon disa nivele të informacioneve të rrejshme:

▶	Gënjeshtra të hapura: Dikush përhap qëllimisht gënjeshtra;
▶	Gënjeshtra të pjesshme: Dikush përdor një fakt për të vendosur supozim të paarsyeshëm. Edhe pse ajo pjesë e informacionit është fakt, gjithçka tjetër nuk është;
▶	Përjashtimi i qëllimshëm i informacionit relevant: Atij që publikon informacionin i është i njohur një fakt i caktuar, por nuk e publikon atë sepse nuk është në favor të teorisë që ai e mbron.

Është e rëndësishme të bëhet dallimi midis gënjeshtrave dhe gabimeve. Prandaj, dallojmë:

▶	Informata të gabuara (misinformata): Informata të pasakta ose informacione që kanë ndodhur si rezultat i një gabimi të paqëllimshëm ose nga injoranca.
▶	Dezinformatë: Informata që janë të rreme dhe janë krijuar qëllimisht për të mashtruar publikun në lidhje me një person, grup social, organizatë ose shtet të caktuar. Qëllimi është të ndikohet mbi publikun, të krijohet panik, besim i rremë, të dëmtohet reputacioni i dikujt ose të rritet lexueshmëria e një postimi të veçantë.

Informacionet keqdashëse (malinformata):

Informacione që mund të jenë të vërteta, por nuk kanë kuptim informues. Ato synojnë të dëmtojnë dikë, veçanërisht një figurë publike ose një person – ushtrues i ndonjë funksioni. Ky është kryesisht informacion në lidhje me jetën e tij personale, pamjen personale, intimitetin, shëndetin ose pamjen e të afërmeve të tij apo informacione të jetës private që publikohen në sferën publike.

Ndonjëherë, megjithëse të vërteta, informacionet nuk janë aspak **relevante**, respektivisht nuk është ajo që na duhet ose ajo që kërkojmë në internet. Nëse kërkonit recetë petullash, ndërsa merrni reklamë për atlete, nuk flasim për informacion që na duhet ose që është relevant.

Por si "rrëshqasim" në gënjeshtër? Madje edhe kur jemi të vetëdijshëm për ekzistencën e shumë dezinformatave dhe mundësinë që të jemi të manipuluar, të gjithë ndonjëherë biem viktimë e atyre manipulimeve. Pse? Ka disa arsye, si për shembull të tilla si repetitiviteti dhe përsëritja e vazhdueshme e informacionit të pasaktë, ose se ne dimë diçka dhe e kemi parë atë diku më parë etj. Megjithatë, arsyet më të rëndësishme janë emocionet dhe anshmëritë tona:

Emocionet

Përmbajtja mediatike shkakton ndjenja të caktuara. Shpesh, pas leximit ose shikimit të disa lajmeve ose informacioneve, mund të befasohehi, zemërohehi, hutohehi ose trishtohehi. Këtë e pamë edhe kur analizuam videot në orën e kaluar.

Duke ndarë një minutë për të identifikuar përgjigjen tonë emocionale dhe duke bërë një hap prapa (duke e parë atë nga distanca) do të na ndihmojë të kuptojmë më mirë përmbajtjen që shohim dhe të shmangim të biem pre e përmbajtjeve që mund të mos jenë të sakta.

Këtë parim e quajmë "Emërtoje për ta zbutur" (Ang. "Name it to tame it").

Nëse ndalojmë, "zbusim" reagimin dhe mendojmë për atë që kemi lexuar apo parë, ka më shumë mundësi që të mos biem pre e manipulimit që në momentin e parë.

Paanshmëria

Të gjithë kemi anshmëri të ndryshme. Ndaj vendit tonë, klubit tonë të preferuar, popullit në të cilin bëjmë pjesë, partisë politike, shkollës në të cilën kemi studiuar etj. Shumë shpesh, të verbuar nga anshmëria ynë, ne nuk dyshojmë aspak në informacionin në lidhje me njerëzit ose grupet për të cilat kemi anshmëri. Sigurisht, klubi i futbollit për të cilin anojmë është më i miri dhe çdo penallti e referuar kundër tij është padrejtësi e madhe.

Fatkeqësisht, algoritmet e rrjeteve sociale funksionojnë gjithashtu në një mënyrë që na grupojnë sipas anshmërive tona, respektivisht rrallë na ofrojnë përmbajtje me të cilat nuk pajtohemi dhe zakonisht rreth nesh janë ata me pikëpamjet e të cilëve pajtohemi dhe që janë pjesë e dhomës sonë të jehonës.

Duhet të dalim nga filluskat tona, të fillojmë t'i lexojmë dhe t'i shohim ata me të cilët nuk pajtohemi gjithmonë. T'i dëgjojmë argumentet e të tjerëve dhe të shohim pse ata mendojnë ashtu siç mendojnë.

Aktiviteti 1

Ndajini nxënësit në çifte. Çdo çift duhet të kërkojë nga agregatori i lajmeve time.mk disa informacione/lajme të ndryshme që bëhen në një mënyrë për të ngjallur ndjenja të ndryshme tek njerëzit.

Pastaj, nxënësit t'i grupojnë lajmet sipas llojit të emocionit dhe t'ua prezantojnë të tjerëve.

Moduli 12:

Dezinformatat dhe manipulimet në media

Do të mësojmë



Si të kontrollojmë vërtetësinë dhe relevancën e teksteve mediatike



Disa teknika për njohjen e videove dhe fotografive të manipuluar

Burimet e nevojshme



Internet dhe kompjuterë



Tabelë smart

Përgatitja e mësimitdhënësit



T'i shtypë tekstet për aktivitetet e orës së parë

Realizimi



2 orë mësimore



Ora 1

Orën e kaluar, folëm për dezinformatat, misinformatat dhe malinformatat, në çfarë mënyre e bëjmë vlerësimin e përmbajtjeve të informacionit dhe prej çfarë varet nëse biem pre e dezinformatës apo jo. Një pjesë e edukimit mediatik merret edhe me kontrollin e informacioneve, por edhe me krijimin e rezistencës ndaj përmbajtjes manipuluese. Si e bëjmë këtë?

Ka mënyra të ndryshme, por të gjitha përqendrohen në gatishmërinë tonë dhe ndajmë pak kohë për të kontrolluar disa detaje kryesore për të qenë më të sigurt nëse diçka është e vërtetë apo jo.

Sigurisht, nuk kemi aq shumë kohë për të kontrolluar gjithçka, por megjithatë, të paktën duhet të kontrollojmë ato gjëra që janë me të vërtetë të rëndësishme para se t'i marrim si të mirëqena dhe para se t'i ndajmë në rrjetet sociale.

Ja disa këshilla se si t'i verifikojmë informacionet:

1

Verifikoni median

Shkoni në faqen kryesore dhe kontrolloni nëse media ka impresum, kontrolloni tekstet e tjera që ka botuar ajo media. Vlerësoni besueshmërinë e saj dhe sa mund t'i besohet.

2

Vlerësoni se vallë titulli është neutral

Shumë shpesh titujt përpiqen të manipulojnë emocionet tona. Titujt në të cilët akuzohet për tradhti, lëvdohet për patriotizëm, ofendohet dikush etj., sugjerojnë gazetari joprofesionale. Sigurisht, këtu do të përmendim edhe teknikat e pandershme kur titulli na bind se nëse hapim lajmet, do të gjejmë diçka ekskluzive, mahnitëse, tronditëse, ose të ashtuajturit grepa për klikime (Clickbait). Titujt e tillë, si dhe ato me shkronja të mëdha, fonte enorme, pikëpyetje dhe pikëçuditëse të panumërta në fund, janë gjithmonë shkak për alarm.

3

Shikoni kush është autor

Nëse autori nuk është i njohur për ju, kërkoni në Gugëll se çfarë ka shkruar ai autor më parë. Shikoni nëse ai është gazetar profesionist, blogger, apo thjesht një qytetar që shpreh mendimin e tij. Për fat të keq, në shumë portale në Maqedoni rrallë do të gjejmë emrin e autorit. Ky është sinjal se ne duhet t'i qasemi tekstit me kujdes.

4

Verifikoni burimet

Nëse lexojmë se shkencëtarët pretendojnë se sheqeri i bardhë nuk është i dëmshëm për organizmin, duhet të pyesim veten: Cilët shkencëtarë? Nga cili institucion, nga cili universitet? Ku është ai studim që pretendon këtë? Përmendja e vetëm "disa shkencëtarëve", pa saktësuar se cilët, nuk është mënyra më e mirë për të prezantuar burimet. Ashtu si me frazat: "burime të afërta me qeverinë" ose "nga burime të verifikuara", bëhet fjalë për burime jo mjaftueshëm të besueshme.

5

Krahasoni çfarë kanë shkruar të tjerët për këtë

Nëse një temë është e rëndësishme për ju, mos u mbështetni vetëm në një media. Kontrolloni se çfarë kanë shkruar të tjerët për të njëjtën temë dhe krahasoni, pastaj vetë jepni mendimin tuaj.

Aktiviteti 1

Ndajini nxënësit në disa grupe me tre ose katër nxënës. Në secilin grup shpërndani një tekst nga **Fleta e Punës 1**. Në bazë të pesë këshillave që i përmendëm në këtë mësim, nxënësit duhet të konkludojnë për vërtetësinë e tekstit, por edhe për respektimin e standardeve profesionale.

Shembulli 1:	Tentim për atentat ndaj Presidentit të SHBA-së Donald Trump
Shembulli 2:	Zjarrfikësve nga Austria u është vjedhur sharra elektrike, pompa dhe aletet!?
Shembulli 3:	Singapori u bë vendi i parë në botë që kreu autopsi në një trup me COVID-19.

FLETË PUNE 1

(Moduli 12: Dezinformatat dhe manipulimet në media)



Ora 1

Shembulli 1:

Tentim për atentat ndaj Presidentit të SHBA-së Donalld Tramp

Konferenca për media në lidhje me koronavirusin që Presidenti amerikan Donalld Tramp po mbante në Shtëpinë e Bardhë në orën 12:00 të mesditës sipas kohës lokale u ndërpre pasi u dëgjuan të shtëna armësh në rrethin e Shtëpisë së Bardhë.

Presidenti i SHBA-së është shoqëruar menjëherë jashtë sallës së mediave të Shtëpisë së Bardhë në Zyrën Ovale. Brenda 15 minutash, shërbimi sekret përgjegjës për sigurinë e Presidentit të SHBA-së, ka hapur zjarr ndaj sulmuesit, i cili për momentin është rrugës për në spital.

<https://infomax.mk/wp/?p=396173>

Shembulli 2

Zjarrfikësve nga Austria u është vjedhur sharra elektrike, pompa dhe atletet!?

Sot, në rrjetet sociale po përhapet gjerësisht informacioni se zjarrfikësve nga Austria, të cilët erdhën për të ndihmuar për zjarret në Maqedoni, u janë vjedhur një sharrë elektrike, një pompë dhe vegla të tjera ndihmëse.

Këto janë disa nga komentet në Fejsbuk:

"Zjarrfikësve nga Austria, të cilët morën pushim vjetor për të shuar zjarret tona, u kanë vjedhur sharrë elektrike, pompë dhe alete. Ndërgjegje pak???"

(Nëse QMK nuk është në gjendje t'i kompensojë ato, jepni mundësinë për të dhuruar, ne nuk duam që disa karaktere të dobëta të jenë mishërimi i shtetit)"

<https://direktno.mk/na-pozharnikarite-od-avstrija-im-e-ukradena-motorna-pila-pumpa-ialat/>

Shembulli 3

Singapori u bë vendi i parë në botë që kreu një autopsi në një trup me COVID-19.

Pas hulumtimeve të hollësishme, u zbulua se COVID-19 nuk ekziston si virus, por si bakter që është ekspozuar ndaj rrezatimit dhe shkakton vdekjen e njeriut nga mpiksja e gjakut. Është zbuluar se sëmundja COVID-19 shkakton mpiksje gjaku, gjë që shkakton mpiksje gjaku në vena, duke e bërë të vështirë frymëmarrjen për personin. Meqë truri, zemra dhe mushkëritë nuk mund të marrin oksigjen, njerëzit vdesin shpejt. Në mënyrë që të zbulojnë shkakun e mungesës së energjisë respiratore, mjekët në Singapor nuk iu bindën protokollit WHO dhe kryen një autopsi në COVID-19. Pasi mjekët kanë hapur dhe ekzaminuar me kujdes krahët, këmbët dhe pjesët e tjera të trupit, kanë vërejtur se enët e gjakut zgjerohen dhe mbushen me mpiksje gjaku, gjë që pengon rrjedhjen e gjakut, dhe gjithashtu zvogëlon rrjedhën e oksigjenit në trup, duke shkaktuar vdekjen e pacientit.

Pasi mësoi për këtë studim, Ministria e Shëndetësisë e Singaporit ndryshoi menjëherë protokollin e trajtimit për COVID-19 dhe u dha aspirinë pacientëve të saj pozitivë. Ata filluan t'u jepnin pacientëve 100 mg aspirinë dhe Imromac. Si rezultat, pacientët filluan të shërohen dhe shëndeti i tyre filloi të përmirësohej. Ministria e Shëndetësisë e Singaporit evakuo më shumë se 14.000 pacientë për një ditë dhe i dërgoi në shtëpi. Pas periudhës së zbulimit shkencor, mjekët në Singapor shpjeguan metodën e trajtimit duke thënë se sëmundja është një mashtrim global, "Nuk është gjë tjetër veçse koagulim intravaskular" (mpiksje e gjakut). Metoda e trajtimit: tableta me antibiotikë anti-inflamatorë dhe merrni antikoagulantë (aspirinë). Kjo tregon se sëmundja mund të shërohet. Sipas shkencëtarëve të tjerë nga Singapori, respiratorët dhe njësitë e kujdesit intensiv (ICU) asnjëherë nuk kanë qenë të nevojshëm.

Protokollet për këtë qëllim tashmë janë publikuar në Singapor. Kina tashmë e di këtë, por kurrë nuk ka publikuar raportet e saj. Ndani këtë informacione me familjen, fqinjët, të njohurit, miqtë dhe kolegët tuaj në mënyrë që të lirohen nga frika prej COVID-19 dhe të kuptojnë se ky nuk është virus, por një bakter që ishte i ekspozuar vetëm ndaj rrezatimit.

Vetëm njerëzit me imunitet shumë të ulët duhet të jenë të kujdesshëm. Ky rrezatim gjithashtu shkakton inflamacion dhe hipoksi. Pacientët duhet të marrin aspirin-100 mg dhe apronik ose paracetamol 650 mg.

Burimi: Ministria e Shëndetësisë së Singaporit.

[Burimi: <http://intvaustralia.com/2021/09/24/>]



Ora 2

Bindja e dikujt që ka formuar mendim duke u bazuar në informacione të rreme vizuale është një nga detyrat më të vështira në ballafaqimin me dezinformatën. Zakonisht themi: "Do ta besoj vetëm nëse e shoh me sytë e mi".

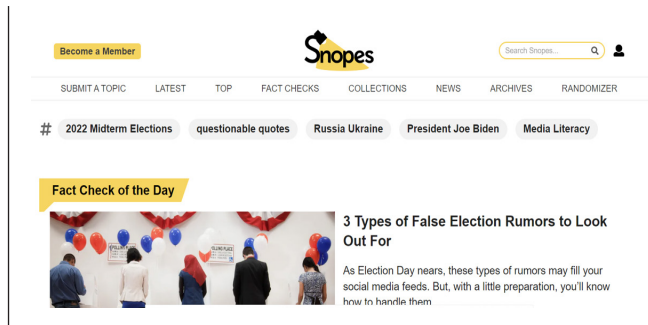
Informacioni vizual është shumë më bindës se format e tjera të komunikimit, duke e bërë atë mjet shumë më të fuqishëm të dezinformimit.

Përparimi në teknologjinë digjitale ka kontribuar në masë të madhe në rritjen e falsifikimeve fotografike dhe vizualizimeve të manipuluar.

Disa ngjarje të kohëve të fundit tregojnë se njerëzit nuk janë shumë të mirë në identifikimin e imazheve të manipuluar. Në vitin 2015, gara më prestigjioze globale e fotografisë (*World Press Photo*) mbeti nën hije nga një skandal i madh pasi juria vendosi të diskualifikojë 22 pjesëmarrës, duke përfshirë fituesin e çmimit. Arsyeja për këtë ishte manipulimi me fotografitë. Organizata holandeze vendosi të lëshojë kod të ri etik, por edhe rregulla të reja për vlerësimin e aplikantëve, duke përfshirë edhe një test të kompjuterizuar të verifikimit të fotografive për ata që arrijnë në fazën finale. Kjo do të thoshte se edhe profesionistët më të mirë të fushës nuk ishin gjithmonë të sigurt nëse fotografitë janë reale apo të manipuluar.

Fatkeqësisht, nuk ka shkop magjik që do të na ndihmojë të gjejmë të gjitha fotografitë dhe videot e rreme ose të manipuluar. Megjithatë, ka disa vegla që mund t'i përdorim për verifikim.

Uebfaqet për verifikimin e fakteve, të tilla si faqja amerikane Snopes (www.snopes.com), janë shumë të dobishme në këtë proces verifikimi, respektivisht ato bëjnë verifikimin për ne. Për fat të keq, ato nuk mund t'i kontrollojnë të gjitha informacionet që i marrim në internet, kështu që shumica e punës mbetet tek ne.



Kërkimi i kundërt i imazheve është ndoshta teknika më e thjeshtë, por më efektive për verifikimin e dezinformative vizuale.



Klikoni me të djathtën mbi imazhin (Në telefon, prekni imazhin për ta hapur atë si shfaqje në ekran të plotë).



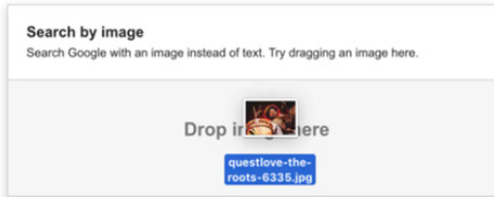
Klikoni në 'Kërko imazhin në Gugël' (Search Google for image). Në celular, shtypni gishtin në ekran, mbajeni shtypur dhe zgjidhni "Kërko këtë imazh në Gugël" (Search Google for this image).



Shkoni poshtë deri te vendi ku shkruan "Faqet që përmbajnë imazhe që përputhen" (Pages that include matching images).



Kërkoni datën më të hershme të paraqitur (kini kujdes, rezultatet nuk do të jenë sipas asaj renditjeje)

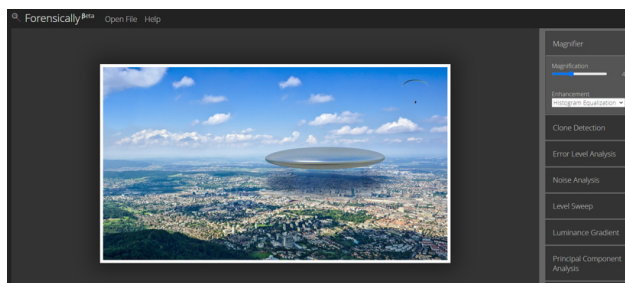


Kërkimin e kundërt të imazheve mund ta bëni edhe përmes kërkuesve të tjerë, si për shembull Tinaj (**TinEye**: <https://tineye.com/>), Jandeks (**Yandex**: <https://yandex.com/>) etj.



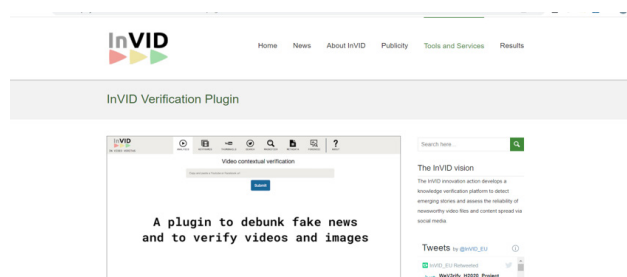
Fotoforenzika (Foto Forensics: <https://fotoforensics.com/>)

Bëhet fjalë për vegël të dobishme fotoforenzike, që mund të zbulojë elemente në bazë të disa metodave të ndryshme për ndryshim të fotografive. Këtu mund të kontrolloni metadat për fotografinë e bashkangjitur, për shembull vendin ku është bërë dhe me çfarë kamere është bërë. Tregojuni nxënësve se çfarë ofron kjo vegël duke analizuar ndonjë fotografi nga interneti.





Invideo (InVid) – është aplikacion me të cilin mund të kontrolloni videot dhe t'i ndani ato sipas kuadrit. Videot mund t'i vendosni direkt me link nga Jutjub ose nga kompjuteri juaj. Ka mjaft funksione të dobishme, ndonëse, për fat të keq, versioni i plotë paguhet.



Aktiviteti 1

Ndajini nxënësit në çifte. Në tabelë shkruani këtë link: goo.gl/1uJXZg

Kur do ta hapin linkun, nxënësit do të duhet të zgjidhin një kuiz me disa sfida vizuale. Në kontrollin e tyre, ata duhet të përdorin teknikat dhe veglat për të cilat folëm sot.

Më pas, secili grup duhet të prezantojë konkluzionet që ka arritur.

FLETË PUNE 2

(Moduli 12: Dezinformatat dhe manipulimet në media)



Ora 2

Vegëza:

TinEye: <https://tineye.com/>

RevEye - Reverse Image Search: Google Chrome Extension

Google Image Search: <https://images.google.com/>

Google Lens (Android mobile phone): <https://lens.google/>

Yandex: <https://yandex.com/>

Foto Forensics: <https://fotoforensics.com/>

Forensically: <https://29a.ch/photo-forensics/#forensic-magnifier>

