



# **PROPAGANDA** DHE TAKTIKAT ONLINE TË MANIPULIMIT

*Manual për aftësimin mbi lajmin dhe median*

Ky publikim u realizua në kuadër të projektit “Propaganda, dizinformimi dhe taktikat online që kërcënojnë demokracinë” nga Instituti për Demokraci, Media dhe Kulturë (IDMC), me mbështetje të Fondit Kanadez për Iniciativat Vendore (Canadian Fund for Local Initiatives/CFLI).

Manuali u përgatit nga Dr. Jonila Godole, drejtore e IDMC dhe pedagoge e gazetarisë në Universitetin e Tiranës. Autorja falënderon gazetaren dhe studiuesen Valbona Bezati për ndihmën me shembujt praktikë nga terreni.

Përmbajtja e këtij dokumenti, opinionet dhe sugjerimet e paraqitura në këtë botim janë përgjegjësi e autores dhe nuk përfaqësojnë domosdoshmërisht këndvështrimet e CFLI.

Botues: Instituti për Demokraci, Media dhe Kulturë (IDMC)

Adresa: Rruga “Bardhok Biba”, Hyrja A, Kati 11, Tiranë

Tel: +355 44521899

E-Mail: [office@idmc.al](mailto:office@idmc.al)

[www.idmc.al](http://www.idmc.al)

© IDMC 2021 Të gjitha të drejtat janë të rezervuara për IDMC

# PASQYRA E LËNDËS

1. Hyrje.....	04	Objektivat e modulit 2.....	21
2. Përdorimi i manualit si një model kurrikule.....	05	Model për orë mësimore.....	22
2.1. Përse është i rëndësishëm për nxënësit aftësimi mediatik?.....	06	Fletë pune 2.....	25
2.2. Rritja e aftësimin të mësuesve mbi median.....	07	Informacione teorike.....	27
Moduli 1: Format e ndryshme të dezinformimit dhe rreziku për demokracinë.....	09	Përkufizime dhe shpjegime .....	27
Informacione teorike.....	09	Moduli 3: Teknikat dhe strategjitë e propagandës.....	27
Përkufizime: Format e dezinformimit .....	10	Strategji të tjera të propagandës.....	28
Sugjerime didaktike .....	12	Objektivat e modulit 3.....	29
Objektivat e modulit 1.....	12	Model për orë mësimore.....	30
Model për orë mësimore.....	13	Moduli 4: Teoritë konspirative në rrjet ...	32
Fletë pune 1: Mënyrat e manipulimit.....	16	Informacione teorike.....	32
Moduli 2: Si të luftosh propagandën përmes aftësimin mediatik të brezit të ri? .....	18	Përkufizime dhe shpjegime .....	33
Informacione teorike.....	18	Kontrolli i burimeve.....	34
Përkufizime dhe shpjegime .....	18	Sugjerime didaktike .....	34
Propaganda në regjimet totalitare.....	20	Objektivat e modulit 4 .....	36
Sugjerime didaktike .....	20	Model për orë mësimore.....	36
		Sugjerime didaktike .....	37
		Veprimtaria .....	37
		Shtojë .....	38
		Literatura.....	39
		Linqe dhe informacione të vlefshme .....	40
		Burime të tjera.....	40

# 1. Hyrje

Në kohën e rrjeteve sociale ndodh rëndom që pikërisht lajmet gjysmë të vërteta ose të pasakta, por “të paketuara” në mënyrë emocionale, të besohen më shumë se lajmet serioze, “të thata”. Janë pikërisht këto lajme që marrin edhe më shumë “Likes”. Informacionet paktohen në mënyrë të atillë që personi tjetër nuk e kupton menjëherë synimin tonë, pra, manipulohet. Por ky fenomen është mjaft i hershëm, e gjejmë si në Romën e lashtë, ashtu edhe në Mesjetë sidomos pas shpikjes së Gutenbergut ku materialet manipuluese mund të shpërndaheshin më shpejt përmes shtypshkrimit. Gjatë luftës së parë dhe të dytë botërore përhapja e dezinformimit dhe manipulimit përmes propagandës do të arrinte kulmin me ndihmën e mediumit të radios duke shpënë në konflikte dhe katastrofa humane, në vendosje regjimesh totalitare etj.

Më vonë, zhvillimi i televizionit do të sillte forma të tjera dezinformimi si lajmet satirike që ndonjëherë merren për lajme të vërteta dhe fiksohen kështu gabim në mendjet e shikuesve. Zhvillimi i internetit dhe i medias sociale në shekullin e 21-të do të rrisë në mënyrë dramatike rreziqet e dezinformimit, të propagandës përmes opsioneve të përhapjes *virale* të videove dhe lajmeve. Nga ana tjetër duhet të mbajmë parasysh se ndërsa manipulimi përmes propagandës ka ekzistuar prej shekujsh, gazetaria profesionale është zhvilluar vetëm në dy shekujt e fundit. Vështirësia e gazetarëve shtohet sidomos kur sulmet e propagandës dhe gjuha e urrejtjes drejtohet ndaj tyre. Nëse dikur ndodhte vetëm në vendet autoritare, sot mund të haset si fenomen gjithandej<sup>1</sup>. Për këtë arsye në vitin 2017 u nënshkrua një deklaratë e përbashkët e disa organizatave që kanë në fokus median, që shprehte shqetësimin mbi lajmet e rreme që kishin për burim autoritetet publike, dhe përmes të cilave synohej intimidimi i gazetarëve, denigrimi dhe kërcënimi i tyre. Sipas tyre, zgjidhja afatgjatë e luftës ndaj dezinformimit ishte mbështetja e aftësimit mediatic në kurrikulat shkollore qysh në moshë të herët dhe bashkëpunimi i ngushtë me shoqërinë civile për të ndërgjegjësuar opinionin publik për këtë problem.

1. Janke, W. Robert and Bruce S. Cooper, News Literacy. Helping Students and Teachers Decode Fake News (London: Rowman & Littlefield, 2017), S. 23.

## 2. Përdorimi i manualit si një model kurrikule

Nevoja për këtë manual merr shkas nga zhvillimet e shpejta në peizazhin mediatik dhe informativ që ndikojnë drejtpërdrejt edhe nxënësit në orën e mësimit. Propaganda haset online në mënyrë të pashmangshme, njësoj si lajmet e rreme dhe gjuha e urrejtjes dhe këto duhet të gjejnë përdorim edhe në kurrikulën mësimore. Në këto kushte, nevoja për aftësimin mediatik (Media Literacy) del edhe një herë në plan të parë. Elementët kyçe të aftësimin mbi median mund të konsultohen në Manualin e mëparshëm të kësaj serie me materiale ndihmëse për mësues dhe nxënës<sup>2</sup>, gjithsesi do ofrojmë një përmbledhje të gjërave më të rëndësishme edhe këtu.

Manuali përpiqet t'u japë përgjigje disa pyetjeve më të cilat ndeshen mësuesit dhe të rinjtë në jetën e tyre të përditshme. Si mund të rritet kompetenca e nxënësve në lidhje me këto çështje dhe ç'projekte konkrete mund të kryhen për të rritur shkallën e ndërgjegjësimit të tyre? Cilat janë shanset reale të mësuesve dhe institucioneve arsimore për të fituar betejën e ndërgjegjësimit të brezave të rinj mbi informimin e saktë dhe të paanshëm?

---

2. Godole, Jonila, *Manual për aftësimin mediatik në shkollë. Materiale ndihmëse për mësues dhe nxënës*, (Tiranë: IDMC, 2020). Aksesohet online: <https://www.idmc.al/assets/idmc-manual-per-aftesimin-mediatik-ne-shkolle.pdf>

## 2.1. Përse është i rëndësishëm për nxënësit aftësimi mediatik?

Në një shoqëri demokratike të rinjtë duhet të aftësohen në orën e mësimit dhe jashtë saj për të qenë qytetarë të denjë, por edhe aktivë. Kjo do të thotë se ata duhet të kuptojnë lajmet dhe të jenë të informuar për çka ndodh në vendin e tyre. Mediat e reja mund të mbështesin nga njëra anë botëkuptimin demokratik, por përmes përhapjes digjitale të informacioneve të rreme ato edhe mund ta dëmtojnë atë.

Procesi i digjitalizimit dhe përdorimi masiv i smartphoneve kanë mundësuar krijimin e një peizazhi mediatik të turbullt, ku thashethemet, gazetaria qytetare dhe raportimi gazetaresk tradicional, propaganda, teoritë e konspiracionit dhe opinionet përziehen së bashku dhe paktohen në një ofertë të vetme via smartphone për të rinjtë dhe nxënësit. Përmbajtja e këtyre materialeve mund të ndryshohet, manipulohet nga algoritmet e kompanive të rrjeteve sociale dhe kështu krijohet fenomeni i flluckave (Bubbles) ku marrim vetëm informacione të personalizuar sipas klikimeve tona.

Të rinjtë e krijojnë një opinion mbi atë që ndodh përreth tyre duke komunikuar me njëri-tjetrin ose në mjediset ku banojnë, si dhe në shkollë. Një aspekt tjetër i rëndësishëm është përzierja e realiteteve, ku nxënësit zgjedhin informacione të ndryshme dhe krijojnë një realitet të vetin. Kjo tendencë njihet ndryshe si „konfirmim i paragjykimeve dhe njëanshmërive” (Confirmation Bias). Ky fenomen nënkupton një narrativë fallco, një interpretim të shtrembëruar të botës, dhe kjo mund të ndikojë edhe kënvështrimet e të rinjve.

Edhe pse interneti është mjedisi që i bashkon të gjithë të rinjtë, aftësitë e tyre për të kuptuar mënyrën e tij të funksionimit janë të limituara. Përgjithësisht ata nuk kanë informacione se si funksionon Interneti, nga vijnë informacionet, dhe me çfarë synimi shpërndahet.

Problematikë tjetër është mënyra se si të rinjtë i përdorin aplikacionet e mediave sociale. Prandaj ka shumë rëndësi që t'u mësojmë të rinjve si të orientohen në rrjedhën e vrullshme të informacioneve dhe të mund të diferencojnë mes tyre. Përndryshe rrezikojmë që besimi i tyre ndaj mediave të ulet, duke dalë në konkluzionin e gabuar që të gjitha lajmet janë potencialisht të manipuluar dhe të pasakta.

## 2.2. Rritja e aftësisimit të mësuesve mbi median

Propaganda, lajmet e rreme dhe teoritë konspirative i vënë mësuesit përpara sfidave të mëdha dhe shumë prej tyre nuk dinë si të reagojnë kur përballen me pyetjet e nxënësve. Teoritë konspirative sidomos janë të vështira për t'u trajtuar pasi ato mund të gjejnë dakordësi në grupe të mëdha të shoqërisë dhe të pranohen në heshtje, edhe nga vetë mësuesit. Por më së shumti në pah del moskualifikimi i mjaftueshëm i mësuesve për t'i dalluar ato. Dhe për këtë mësuesit duhet të trajnohen dhe ndihmohen në mënyrë të vazhdueshme në lidhje me sfidat e peizazhit modern të mediave tradicionale dhe online.<sup>3</sup>

Konkretisht, ndihma e mësuesve mund të konsistonte në këto fusha:

- **Të gjithë mësuesit kanë nevojë** për njohuri thelbësore në fushën e aftësisimit mediatic mbi lajmet e rreme dhe propagandën. Një model efikas afatgjatë mund të ishte ndryshimi në planet mësimore të mësuesve duke i kushtuar rëndësi zhvillimit të kompetencës digjitale që nuk është e integruar në sistemin arsimor në masën që duhet dhe siç e kërkon koha.

---

3. GRIZZLE, C. Wilson, Tuazon, R., Akyempong, K. dhe Cheung, C., *Edukimi mbi median dhe informacionin – Kurrikul për Mësuesit* (Media and Information Literacy Curriculum for Teachers). (Paris: UNESCO, 2011).

- **Një trajnim adekuat i mësuesve** përmes mësimit formal, joformal dhe jashtëshkollor do të rriste kompetencën e tyre në të kuptuarit dhe të analizuarit e saktë të mediave.
- **Tema të vështira për t'u trajtuar** duhet të mbështeten nga konsulenca e ekspertëve. Në përgjithësi temat e vështira në lidhje me median injorohen nga mësuesit, ose trajtohen si tabu, siç mund të ishte gjuha e urrejtjes në rrjetet sociale ndaj grupimeve shoqërore të ndryshme. Kjo ndodh se mësuesit mund të kenë pak njohuri të fushës ose të mos kenë instrumentet e duhur për ta qartësuar atë.
- **Ngarkesa e mësuesve duhet të merret parasysh.** Për shkak të ngarkesës së lartë mësimore, mësuesve iu mungon koha e nevojshme që të zhvillojnë kompetencat e tyre në fushën e aftësimit mediatik. Metodatat didaktike do të kërkonin qasje interaktive dhe në rastin më të mirë qasje krahasuese mes disa vendeve, apo qoftë edhe të rajoneve brenda Shqipërisë.
- **Edhe mësuesit vetë kanë paragjykimë apo preferenca për mediat që ndjekin.** Për këtë ata duhet të jenë të ndërgjegjshëm njësoj si nxënësit dhe të përpiqen ta tejkalojnë veten dhe të jenë të hapur ndaj modeleve të ndryshme pa rënë në "filluckën" e informacionit të personalizuar njëkahësh.
- **Njerëzit janë qenie emocionale.** Kjo duhet pasur parasysh sidomos kur flasim për propagandën, e cila përdor emocionalitetin për të përforcuar mesazhet e saj. Aftësia është sesi mësues dhe nxënës të identifikojnë propagandën në kontekstin e dhënë dhe të reagojnë kundrejt saj.



# MODULI 1: FORMAT E NDRYSHME TË DEZINFORMIMIT DHE RREZIKU PËR DEMOKRACINË

*"Nuk dua të jetoj në një botë, ku gjithçka që them, gjithçka që bëj, regjistrohet. Këtë unë nuk jam i gatshëm ta përkrah dhe as të jetoj me këto kushte."*

Edward Snowden (The Guardian, 10 qershor 2013)<sup>4</sup>

## Informacione teorike

Ky modul fokusohet te lajmet e rreme dhe dezinformimi. Nëse përdoret për nxënësit mund të fillohet me një video sensibilizuese mbi mënyrën si duhen njohur lajmet e rreme, si "*What is Fake News? Tips For Spotting Them - Fake News for Kids*"<sup>5</sup>. Përmes këtij shembulli nxënësit kuptojnë synimet manipuluese që fshihen shpesh pas lajmeve të rreme. Ata ballafaqojnë strategjitë e ndryshme të manipulimit dhe dallojnë se cilët faktorë mbështesin më së shumti përhapjen e lajmeve të rreme. Nxënësit duhet të kenë informacione paraprake se çfarë janë lajmet e rreme. Për këtë mund të konsultohet Manuali nr.1 mbi aftësimin mediatik në shkollë<sup>6</sup>, i cili përmban pjesën teorike dhe didaktike mbi dezinformimin dhe rrezikun e tij në demokraci. Së bashku me një material filmik, si p.sh. "*What is Fake News?*"<sup>7</sup> mund të krijohen njohuri bazike mbi tematikën. Më poshtë do të gjeni përkufizimet e disa termave që hasen më shumë në lidhje me dezinformimin dhe propagandën në rrjetet sociale.

4. Intervistë me Edward Snowden, *The Guardian*, Qershor 2013. Aksesohet online:

<https://www.theguardian.com/world/2013/jun/09/nsa-whistleblower-edward-snowden-why>

5. "*What is Fake News? Tips For Spotting Them - Fake News for Kids*", Video sensibilizuese për fëmijë e të rinj. Aksesohet online: <https://www.youtube.com/watch?v=D0Cd9-eJ-No>.

6. Godole 2020.

7. <https://www.youtube.com/watch?v=V4o0B6IDo50>

# Përkufizime: Format e dezinformimit<sup>8</sup>

**Algoritëm** – Përdoruesit në internetin e personalizuar sot shohin vetëm artikujt që u interesojnë. Kjo u intereson kompanive të rrjeteve sociale sepse kështu mund të ndërtojnë profile përdoruesish, të cilat u "shiten" kompanive të reklamave. Profilet krijohen përmes algoritmeve që mbledhin dhe selekcionojnë të gjitha informacionet në internet nga përdoruesi. Sa më e personalizuar të jetë oferta në Web, aq më shumë ndahemi nga pjesa tjetër e botës, dhe në rastin më të keq izohemi komplet në „flluckën“ tonë.

**Fake News** – Janë informacione të pasakta që hidhen në qarkullim në mënyrë të qëllimshme. Autorët ndjekin një qëllim të caktuar, financiar ose politik. Disa lajme të rreme synojnë të tërheqin më shumë vëmendje, domethënë më shumë klikime. Kurse lajme të tjera synojnë të orientojnë popullsinë drejt një botëkuptimi të caktuar, t'i bindin ata të pranojnë këtë apo atë ideologji. Për diskurin demokratik, lajmet e rreme kthehen në një problem kur ato përdoren nga grupet ekstremiste apo shërbimet informative të huaja për të influencuar opinionin publik<sup>9</sup>.

**Filter bubble** (flluckë e filtruar) – Ky term u përdor fillimisht nga aktivisti i njohur i internetit Eli Pariser në librin e tij *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You* (2011). Sipas tij, efekti i flluckës ekziston kur faqet e internetit kërkojnë të përllogarisin përmes algoritmeve se cilat janë informacionet që dëshiron një përdorues. Në rrjetet sociale mund të vëzhgohet ajo që ndodh edhe në grupe miqsh apo në familje: Të ngjashmit bashkohen dhe ndajnë mendimet dhe i pëlqejnë ato! Nëse një përdorues mendon se toka është e sheshtë, atëherë ai do të lexojë artikuj online për këtë temë dhe do t'ua shpërndajë miqve. Sa më shpesh e bën këtë, aq më shumë artikuj do t'i shfaqen me këtë temë dhe këtë qasje.

---

8. Këtu do të përdorim përkufizimet e "Manualit për aftësimin mediatik në shkollë" (Godole, 2020) dhe do të plotësojmë me informacione shtesë aty ku nevojitet.

9 Vukaj, Erblin (2019). Liria e shprehjes nën kërcënim. IDMC/CFLI, Tiranë <https://www.idmc.al/studimi-liria-e-shtypit-nen-kercenim.html>

**Propaganda** – Përpjekje për të ndikuar një grupim sa më të madh njerëzish, në mënyrë që ata të bien pre e propagandës. Dikur mjetet më të njohura të propagandës ishin televizioni, radio dhe organet e shtypit. Por sot, zhvillimi i teknologjisë ka ndikuar në rritjen e portaleve informative online dhe rrjeteve sociale.

**Satira/Parodia** – Është një formë artistike që bazohet te ekzagjerimi. Kritika dhe shpotia jepen me një përmbajtje me stil shumë të ekzagjeruar tallës, qesëndisë. Satira ka në fokus personalitete politike dhe ngjarje si dhe çështje me rëndësi shoqërore.

**Social Bots** – Ky term është krijuar ng bashkimi i fjalëve "social" dhe "robot". Social Bots janë programe kompjuterike që përdoren për të prodhuar lajme që simulojnë komunikimin mes njerëzve në rrjetet sociale. Detyra e tyre është të gjenerojnë përgjigje automatike kundrejt postimeve të caktuara. Social Bots janë programuar në mënyrë të tillë që të reagojnë kundrejt fjalëve kyçe dhe #hashtagëve. Pra, ato gjenerojnë postime që janë të programuara paraprakisht. Kjo mund të përdoret për arsye marketingu në komunikimin e klientëve, por edhe si mjete propagande për të ndryshuar opinionin dhe perceptimin e zgjedhësve. Duke gjeneruar një numër të madh "Like" apo "Share" për informacione të caktuara, ato simulojnë një klimë opinionesh që nuk i përgjigjet realitetit, por që mund të ndikojë në botëkuptimin e përdoruesve të internetit që janë edhe votues. Vështirësia e evidentimit të Social Bots rritet meqënëse është një entitet i përbërë nga shumë elemente që duhen analizuar njëkohësisht: imazhi (foto), ndjekësit (followers) dhe postimi.

**Troll/e** – si të tillë do të cilësohen personat që përdorin komentet dhe debatet në mediat online për të provokuar, fyer dhe përdorur gjuhë urrejtjeje. Kjo ndodh duke përdorur profile dhe identitete të rreme. Trollët mund të kthehen në rrezik të vërtetë për klimën e debatit politik, kur përdoren në mënyrë të koordinuar si aksione propagandistike dhe provokative nga parti apo organizata të caktuara. Në këtë rast flasim për "ushtri-trollësh".

# Sugjerime didaktike

Nxënësit përballen shpesh e më shpesh me lajme të rreme dhe dezinformim. Këto terma i njohin të gjithë nga larg, por nuk do të thotë se i kuptojnë ato dhe për më pak të dallojnë synimet që fshihen pas tyre. Duke marrë një **shembull konkret**, nxënësit kuptojnë nga afër se sa profesionalisht mund të jenë të ndërtuar lajmet e rreme.

## Objektivat e modulit 1

- Njohja dhe diferencimi i manipulimit përmes lajmeve të rreme
- Njohja dhe diferencimi i manipulimit dhe propagandës si pasojë e lajmeve të rreme
- Njohja e strategjive të manipulimit
- Informimi mbi fenomenet përforcuese të dezinformimit (si efekti i filluckës)
- Zbulimi i manipulimit

**Si të evidentojmë lajmet e rreme?!**

-  Shih për fakt – prova foto video që mbështesin tekstin
-  Konsidero burimi, pra reputacionin e medias që përcjell informacionin
-  Kontrolllo nëse lajmi mbështet në dy burime
-  Gjithmon shih nëse është shënuar emrin i Autorit
-  Lexo nën rreshta, ka interpretime personale? është tekst objektiv?

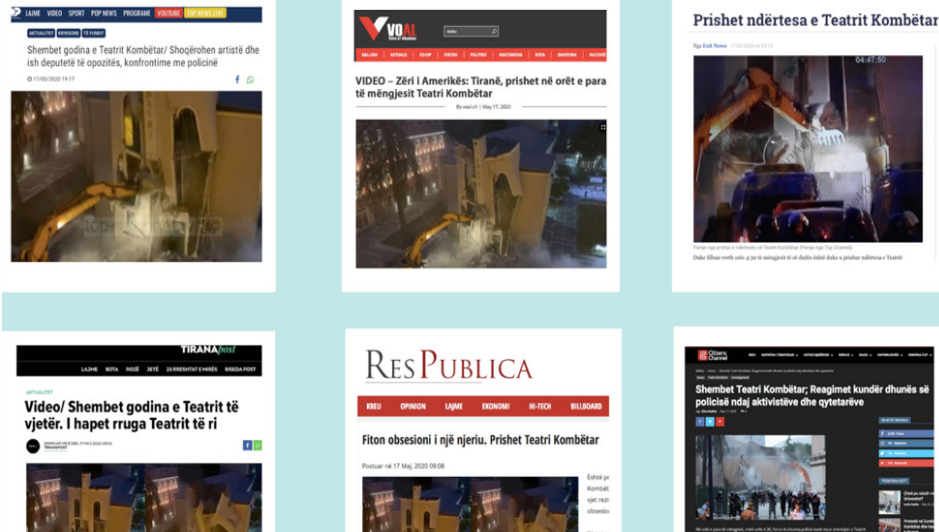
# Model për orë mësimore

## A. FAKE NEWS DHE DEZINFORMIMI

Koha	Ecuria e orës së mësimit	Forma	Materiale
20 min	Nxënësit shohin një video të animuar mbi Fake News. Klasa diskuton nëse u ka ndodhur të hasin lajme të rreme dhe në çfarë forme kanë qenë ato.	Diskutim në klasë	Videoprojektor
20 min	Klasa zhvillon një mindmap në dërrasë duke përdorur terma si: Fake News, Propaganda, Manipulimi, Filter Bubble, Social Bots, Trolle, etj.	Diskutim në klasë	Fletë Pune 1: Si e dallojmë manipulimin përmes lajmeve të rreme?
5 min	Ballafaqimi i rezultateve	Diskutim në klasë	Dërrasë e zezë

## B. USHTRIME TË MËTEJSHME

1. Në shembullin e mëposhtëm, cili material mendoni se ka tendencë manipuluese? Cili titull ju duket më objektiv? (Figura në faqen pasardhëse)



2. "Pse publikohen lajmet e rreme?" Nxënësit mund të bëjnë një sondazh të shkurtër me shokët e tyre në rrjetet sociale dhe të mbledhin opinionet e tyre, t'i selekcionojnë dhe pastaj t'i diskutojnë në klasë.



3. Në *Deklaratën Universale të të Drejtave të Njeriut* ka dy nene që duhet t'i njohim kur flasim për rrjetet sociale dhe shpifjet apo gjuhën e urrejtjes që haset shpesh aty kundër figurave politike, publike apo personave privatë.<sup>10</sup>


10. Rezoluta 217 A (III) e Organizatës së Kombeve të Bashkuara (OKB) më 10 dhjetor 1948. Në shqip mund të lexohet e plotë këtu: <https://unmik.unmissions.org/sites/default/files/regulations/03albanian/Ahri/AUniversalDeclarationHumanRightsfinal.pdf>

Lexojini me vëmendje këto dy nene dhe diskutojini në klasë duke u përfshirë në një debat konstruktiv:

*Neni 12: Askush nuk duhet t'i nënshtrohet ndërhyrjes arbitrare në jetën e tij private, në familje, në banesë ose në letërkëmbim vetjak, as sulmit kundër nderit dhe dinjitetit të tij. Secili ka të drejtën të mbrohet me ligj kundër ndërhyrjeve ose sulmeve të tilla.*

*Neni 19: Secili ka të drejtën e lirisë së mendimit dhe të shprehjes; kjo e drejtë përfshin lirinë e mendimit pa ndërhyrje, si dhe lirinë e kërkimit, marrjes dhe përhapjes së informacionit dhe ideve me çfarëdo mjetesh, pa marrë parasysh kufijtë.*

### C. TEMA TË MËTEJSHME PËR DISKUTIM



Si e ka ndryshuar gazetarinë - media lajmet e rreme dhe propaganda?

Cilat janë rreziqet që i sjellin demokracisë këto fenomene?

Si e parashikoni të ardhmen e afërt përballë këtyre sfidave?

# FLETË PUNE 1: MËNYRAT E MANIPULIMIT

Cili përkufizim përkon me përmbajtjen? Përdorni ngjyra për t'i dalluar:

**Manipulim** 

**Algoritëm** 

**Social Bots** 

**Propaganda** 

**Trolle** 

**Flluckë (Filter Bubble)** 

... punojnë ndonjëherë me të tjerë në rrjet për të provokuar dhe ndikuar njerëzit në mënyrë sistematike.

... mund të prodhojnë në pak minuta qindra komente ofenduese me gjuhë urrejtjeje ose mijëra "Likes" në pak sekonda.

... do që të ndikojë sa më shumë njerëz përnjëherësh.

... është i dëmshëm për demokracinë.

... do që të shtyjë një masë njerëzish drejt veprimesh të caktuara.

... nuk e lënë mendimin e të tjerëve të arrijë deri te unë.

... analizojnë se çfarë informacionesh kërkojnë njerëzit në internet.

... do të influencojë një person pa u vënë re nga ky i fundit.



... përmbajnë vetëm informacione që përforcojnë mendimin personal.

... krijojnë përmbajtje të plota ose pjesërisht të plota në mënyrë automatike.

... provokojnë, fyejnë dhe përdorin gjuhë urrejtjeje në komente.

... janë profile në rrjetet sociale, pas të cilave fshihen programe kompjuterike.

# MODULI 2: SI TË LUFTOSH PROPAGANDËN PËRMES AFTËSIMIT MEDIATIK TË BREZIT TË RI?

*“Gënjeshtat i ngjajnë mendjes shpesh më të kuptueshme dhe tërheqëse sesa e vërteta, sepse gënjeshtari ka përparësinë e madhe që e di paraprakisht se çfarë dëshiron të dëgjojë publiku.”*

Hannah Arendt\* <sup>11</sup>

## Informacione teorike

Ky modul fokusohet te propaganda, mënyrat e funksionimit të saj dhe si ta dallojmë atë. Interneti u mundëson personave që synojnë të shpërndajnë informacione të rreme dhe të tjerëve që prodhojnë dhe përhapin propagandë ekstreme të jenë më efikasë. Kur flasim për propagandën duhet të kemi parasysh një sërë elementësh dallues që janë kombinim i informacioneve të gabuara, informacioneve të rreme dhe teorive të konspiracionit. Aftësimi kritik mbi median mund të trajtohet si një armë që do të ndihmojë të rinjtë të dallojnë propagandën dhe të shmangim afatgjatë manipulimin, ndarjen dhe polarizimin e shoqërisë.

## Përkufizime dhe shpjegime

Propaganda moderne, thoshte Edward Bernays në librin e tij klasik për këtë temë<sup>12</sup>, është përpjekja e vazhdueshme për të formuar ose krijuar ngjarje që synojnë të ndikojnë qëndrimin e opinionit publik mbi një ide, person ose grupim të caktuar. Si arrihet kjo:

<sup>11</sup>. Eseja e saj me titull *Truth and Politics* iu publikua në revistën *New Yorker* në vitin 1967.

<sup>12</sup>. BERNAYS, Edward, *Propaganda* (New York: Fort Washington, 1928)

Praktikat më të njohura janë ato që asociojnë imazhe afatgjata në mendjen e njerëzve në lidhje me çështje të caktuara derisa këto të merren për informacione të vërteta. Efekti bindës që ka propaganda në këto raste i ngjan bindjes që ushtari ka ndaj urdhërave në ushtri. Një shembull domethënës për këtë është propaganda e ushtruar gjatë regjimit totalitar në Shqipëri 1944-1991 që krijoi përshtypjen të një pjesë e madhe e popullsisë që vendi ishte vërtetë i rrethuar nga armiqtë dhe ndaj duhej qëndruar larg botës, në izolim. Në këtë kuptim, **Propaganda duhet kuptuar si formë komunikimi që manipulon në mënyrë të qëllimshme dhe motivohet nga ide politike, të cilat mund të jenë edhe ekstreme.** Propaganda bazohet në informacionet e gabuara apo mungesë informacionesh dhe shërben si mjet efikas në duart e gjithkujt që përfiton nga polarizimi në shoqëri. Është ky polarizim që ofron një truall të pasur për radikalizim dhe ekstremizëm jashtë shkollës.



## PROPAGANDA

Propaganda është një lloj komunikimi që përdoret kryesisht për të ndikuar në një audiencë dhe më tej një axhendë, e cila mund të mos jetë objektive dhe mund të paraqesë fakte në mënyrë selektive për të inkurajuar një sintezë ose perceptim të veçantë.

Mund të zhvillohet dhe duke përdorur gjuhë të ngarkuar në mënyrë të tillë, që të prodhojë një emocionale sesa një përgjigje racionale ndaj informacionit që po paraqitet!

# Propaganda në regjimet totalitare

Gjatë Luftës së Dytë Botërore shtypi dhe radio u përdorën kryesisht si mjete propagande për të fituar besimin e popullit. Joseph Goebbels, shefi i propagandës së nazistëve do të ndërtonte një strategji të caktuar për të etiketuar si "Shtyp gënjeshtar" (Lügenpresse) të gjitha mediat dhe gazetarët që dilnin nga rreshti i propagandës. Një strategji të ngjashme ndoqi edhe Enver Hoxha, kryetari i Partisë Komuniste në Shqipëri pasi u vendos regjimi komunist në 20 nëntor 1944. Të gjitha gazetatat e krijuara në vitet 1930 ose gjatë luftës që nuk e mbështesnin regjimin e tij u mbyllën, dhe gazetarët u burgosën. Për 45 vjet me radhë në Shqipëri mbizotëroi vetëm një parti, nuk kishte zgjedhje të lira dhe i gjithë informimi i opinionin publik kryejhej përmes mjeteve të propagandës, gazetave dhe Radio-Televizionit-Shqiptar që ishin të gjitha të censuruara.<sup>13</sup> Pas rënies së regjimit komunist me zgjedhjet pluraliste të 22 marsit 1991, situatë ndryshoi për median, por fryma e përdorimit të medias nga politika si altoparlant mbeti. Gjatë 30 viteve të fundit siç thonë raportet ndërkombëtare Shqipëria vuan nga problemet e gazetarisë të varur politikisht, nga vetëcensura dhe së fundmi edhe nga një klimë mosbesimi dhe fyerjesh e shpifjesh ndaj saj kryesisht nga radhët e politikës.

## Sugjerime didaktike

Të rinjtë duhet të kuptojnë që dezinformimi, manipulimi dhe propaganda nuk janë fenomene të reja, por tipare që kanë shoqëruar komunikimin njerëzor në shekuj. Në një manual të UNESCO më 2018 për lajmet e rreme dhe dezinformimin<sup>14</sup> tregohet se si propaganda e ushqyer me lajme të rreme përdorej edhe në kohën e perandorisë romake. Oktaviani, armiku politik i Mark Antonit, përhapi shpifje në formën e sloganeve

13. GODOLE, Jonila, *Gazetaria shqiptare në tranzicion*. (Tiranë: Papirus, 2014)

14. IRETON, Cherilyn and Posetti, Julie, Journalism, 'Fake News' & Disinformation. Handbook for Journalism Education and Training. (France: UNESCO, 2018), f. 36.

të shkurtra si “twitter” të sotëm, sikur ky ishte pijanec dhe i manipuluar nga Kleopatra, mbretëresha e Egjyptit. Mendohet se përmes kësaj fushate të suksesshme me Fake News dhe dezinformime, Octaviani u shpall perandori i parë romak. Duke sjellë **shembuj konkretë**, nxënësit kuptojnë nga afër pse është e vëshirë të zhduket dezinformimi dhe propaganda, dhe si duhet të jenë të përgatitur për t'i dalluar dhe luftuar ato në jetën e përditshme dhe sidomos në mediat online dhe rrjetet sociale.

## Objektivat e modulit 2

- Moduli synon të rrisë ndërgjegjësimin e nxënësve mbi historikun e propagandës dhe dezinformimit
- Të kuptojnë rolin e propagandës dhe instrumentalizimin e informacioneve për qëllime politike dhe pushteti
- Të përgatiten për ta dalluar propagandën në varësi të kontekstit historik
- Identifikimi i propagandës (roli i emocioneve, provokimit, manipulimit)
- Analiza kritike në mediat klasike kundrejt përmbajtjeve të gjeneruara nga përdoruesi, kush ofron informacione dhe pse.

# Model për orë mësimore

## A. PROPAGANDA NË ASPEKTE TË NDRYSHME

Koha	Ecuria e orës së mësimimit	Forma	Materiale
20 min	<p>Nxënësve u shfaqet në klasë me videoprojektor ose u jepet paraprakisht detyra të lexojnë një listë me dezinformacionet më të famshme në historinë e njerëzimit<sup>15</sup>.</p> <p>Klasa ndahet në grupe më të vogla, ku secili grup përgatitet të paraqesë lajmet e rrema dhe propagandën në një nga epokat: Lashtësia, Mesjeta, Rilindja, Lufta I&amp;II Botërore, Periudha 1945-1990; Periudha pas viteve 1990 deri më sot.</p>	Punë në grup	Videoprojektor
25 min	<p>Përfaqësuesit e secilit grup paraqesin shembujt e studiuar. Në fund klasa debaton si ka ndryshuar teknologjia e propagandës dhe Fake News me kalimin e shekujve. Nëse detyra është dhënë për në shtëpi mund të përdoren forma kreative prezantimi në klasë.</p>	Debat	Paraqitje me poster Dërrasë e zezë

15. <https://www.icfj.org/news/short-guide-history-fake-news-and-disinformation-new-icfj-learning-module>; [https://www.icfj.org/sites/default/files/2018-07/A%20Short%20Guide%20to%20History%20of%20Fake%20News%20and%20Disinformation\\_ICFJ%20Final.pdf](https://www.icfj.org/sites/default/files/2018-07/A%20Short%20Guide%20to%20History%20of%20Fake%20News%20and%20Disinformation_ICFJ%20Final.pdf)

## B. PROPAGANDA PËRMES ZHANRIT FILMIK

- Klasa ndahet në tre grupe dhe secilit i jepet për detyrë të shikojë në Youtube një film propagandistik të prodhuar nga Kinostudio gjatë diktaturës komuniste.
- Grupet diskutojnë për elementët e propagandës në këto filma: Modeli i “Njeriut të Ri”; Lufta e Klasave, lufta ndaj fesë, roli i gruas, etj



*“Beni ecën vetë”, regjisore Xhanfize Keko (1975); “Tomka dhe shokët e tij”, Xh. Keko (1977)*



*“Mimoza Llastica”, regjisore Xh. Keko (1973); “Debatik”, regjisor Dhimitër Anagnosti (1961)*

- Mësuesit mund të njihen paraprakisht me studimin “Filmat e Kinostudios – Propagandë apo pasuri kombëtare?” dhe të plotësojnë diskutimin në klasë me të dhëna konkrete mbi filmat e asaj periudhe dhe debatit aktual për mosshfaqjen e tyre pa kriter<sup>16</sup>.

### C. PROPAGANDA NË FOTOGRAFI, KINEMA DHE FUSHA TË TJERA

1. Si në rastin e filmave të propagandës në Shqipëri mund të analizohet me ndihmën e mësuesit edhe kinematografia e huaj sipas shembullit të bashkangjitur këtu: Filmat e Hollywood zbavitje apo propagandë?<sup>17</sup>
2. Mblidhni ju lutem shembuj për Propagandën online (Fotografi dhe tekste që ilustrojnë Propagandën, nga fusha e historisë, p.sh. komunizmi në Shqipëri).
3. Analizoni materialin e gjetur online. Ku kuptohet që kemi të bëjmë me Propagandë? Përcaktoni kriteret dalluese të Propagandës!
4. Kërkoni online për shembuj nga Propaganda aktuale dhe krahasojini ato me shembujt nga historia! Mund të përdorni materialet mësimore me dokumente arkivore mbi periudhën e komunizmit në Shqipërim propaganda për shkollën dhe indoktrinimin e brezit të ri.<sup>18</sup>

16. VUKAJ, Erblin, Filmat e Kinostudios – Propagandë apo pasuri kombëtare? (Tirana: IDMC, 2019)

<https://www.idmc.al/assets/idmc-debati-mbi-filmat-e-ish-kinostudios.pdf>

17. BRAUDY, Leo, “Entertainmeint or Propaganda”, in *Warner’s War: Politics, Pop-Culture and Propaganda in Wartime Hollywood*, ed. Martin Kaplan and Johanna Blakley, 27-37. (Los Angeles: The Norman Lear Center Press, 2004). Aksesohet online: <https://learcenter.org/pdf/WWBraudy.pdf>

18. IDRIZI, Idris / Godole, Jonila /Xhemalaj, Fatmiroshe, Shkolla, rinia dhe “revolucionin ideologjik e kulturor” (1967-1971), Vo. 3, (Tiranë: IDMC, 2020). <https://www.idmc.al/assets/idmc-komunizmi-permes-dokumenteve-arkivore-3.pdf>. <https://www.idmc.al/assets/idmc-komunizmi-permes-dokumenteve-arkivore-3.pdf>



# FLETË PUNE 2

*“Gënjeshtat i ngjajnë mendjes shpesh më të kuptueshme dhe tërheqëse sesa e vërteta, sepse gënjeshtari ka përparësinë e madhe që e di paraprakisht se çfarë dëshiron të dëgjojë publiku”*  
(Hannah Arendt)

## **Lexoni me kujdes thënien e filozofes Hannah Arendt në fillim të modulit.**

- Kush është thelbi i kësaj thënieje? *Formulo mendimin tënd me fjalët e tua (një fjali)*
- Për cilat fusha të jetës mund ta përdorim këtë thënie?
- Shënoni tre gjëra që ju bien më shumë në sy në thënien e saj?
- Sqaroni kontekstin në të cilin është shprehur kështu H. Arendt. A mendoni se është aktual edhe në ditët e sotme?

## Sqarojmë...

**\*Hannah Arendt** ishte një filozofe hebreo-gjermano-amerikane që u largua për shkak të përndjekjes nga nazistët nga Gjermania në vitin 1933 dhe emigroi në SHBA. Arendt ka botuar një sërë veprash të rëndësishme ndër të cilat në gjuhën shqipe gjendet: “Elemente dhe origjina të sundimit totalitar”.  
Ajo vdiq në Nju Jork më 1975.

**\*Enver Hoxha** ka qenë kryetari i Partisë Komuniste të Shqipërisë (PKSH) prej themelimit të saj më 1941 dhe pas vendosjes së regjimit komunist më 29 nëntor 1944 do të qëndronte si sekretar i parë i Partisë së Punës (PPSH) që pasoi PKSH deri në vdekjen e tij në 1985. Koha e sundimit të diktatorit Hoxha ishte e mbushur me dhunë, terror, luftë klasash dhe kultin e individit. Nën udhëheqjen e tij, Shqipëria u rrënuar ekonomikisht, u izolua nga pjesa tjetër e botës dhe mundi të hapej plotësisht vetëm pas zgjedhjeve pluraliste më 22 mars 1992.

# MODULI 3: TEKNIKAT DHE STRATEGJITË E PROPAGANDËS

## Informacione teorike

Ky modul fokusohet në teknikat e propagandës dhe mënyra si t'i dallojmë ato. Impaktin më të madh propaganda e ka kur përdor aktivizimin e emocioneve të forta, thjeshtimin e ideve dhe informacioneve, kur i përgjigjet nevojave të audiencës dhe kur sulmon kundërshtarët. Më poshtë do t'i shohim më nga afër këto teknika.

## Përkufizime dhe shpjegime

*Teknikat e propagandës*

**Aktivizimi i emocioneve të forta:** Siç e pamë në thënien e Hannah Arendt propaganda dhe gënjeshttrat funksionojnë shpesh më mirë se e vërteta. Përse ndodh kjo? Sepse ato i drejtohen direkt emocioneve njerëzore si frika, shpresa, simpatia dhe frustrimi, zhgënjimi, urrejtja, mëshira apo empatia. Njësoj si mashtruesi, edhe propagandisti i zot e kupton si ta gatujë mesazhin që ai të prekë zemrat e audiencës në mënyrë që të krijojë një atmosferë të caktuar qoftë entuziazëm ose pikëllim.

**Thjeshtimi i ideve dhe informacioneve:** Përgjithësisht kur flasim për propagandën nënkuptojmë manipulimin e qëllimshëm, në një konotacion negativ. Propaganda mund të shpërndajë lajme krejtësisht të rreme, por edhe gjysmë apo pjesërisht të sakta, opinione personale, gënjeshttra dhe mashtrime. Flasim për një propagandë të suksesshme kur ajo që tregohet është e besueshme nga audienca, e njohur, pra familjare si temë. Këto sa më shumë të përsëriten kthehen dikur në "histori të vërteta". Thjeshtimi

i mesazheve nuk i bën ato më të kuptueshme, por thjesht më efektive, meqë njerëzit zakonisht duan shpjegime të thjeshta mbi ngjarjet dhe temat.

**I përgjigjet nevojave të audiencës:** Propaganda i përcjell mesazhet dhe informacionet te publiku me një gjuhë direkte që ngjitet dhe kuptohet nga të gjithë. Ndonjëherë propagandistët përdorin qëllimisht *frame*\*<sup>19</sup> që vendosin në qendër parime dhe vlera qofshin këto familjare, por edhe racore, shoqërore, identitare, etj. Mesazhet që prekin vlerat e audiencës duken më personale dhe të ngrohta, thithen më shpejt dhe dëgjohen nga të tjerët.

**Sulmi ndaj kundërshtarëve:** Propaganda mund të përdoret edhe për të shkatërruar kundërshtarin politik apo në fusha në tjera. Në varësi të kulturës politike të një vendi dikush mund të godasë personalitetin, legjitimitetin, karakterin dhe idetë e kundërshtarit. Në rastin më të keq, propaganda mund të përdoret edhe për të sulmuar, goditur apo përjashtuar grupime të caktuara etnish apo identitetesh. Kjo funksionon sepse njerëzit tërhiqen nga sherret dhe konflikti në mënyrë të natyrshme, prandaj edhe kalkulohet nga propagandistët për të tërhequr vëmendje.

## Strategji të tjera të propagandës

Për të arritur synimet e saj, propaganda ndjek teknika, por edhe strategji të caktuara. Le të njohim pesë më të rëndësishmet prej tyre sot në epokën digjitale:

**Strategjia 1:** Përpyekje për të sulmuar institucione shtetërore, politikanë, persona publikë ose media se gjoja po mashtrojnë, po gënjejnë, pra, duke përhapur lajme të rreme. Synimi këtu është që të thyhet besimi te institucionet demokratike (kur përdoret nga grupet terroriste) ose te institucione të tjera si media e pavarur. Përmes flluckave (filter-bubble) këtu mund të përdoren edhe *echo chambers*<sup>20</sup>, për të rritur polarizimin dhe partishmërinë.

19. ENTMAN, Robert M. "Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm." *Journal of Communication* 43(4): 51-58, 1993.

20. Në "echo chambers" gjen jehonë vetëm mendimi i ngjashëm i të tjerëve me tonin.

**Strategjia 2:** Duke denoncuar si përhapëse të lajmeve të rreme (fake news) media online serioze që ofrojnë realisht informacione të sakta. Dhe nga ana tjetër, bëhet njëkohësisht reklamë për mediat e veta, ku popullariteti synon të konvertohet në legjitimim.<sup>21</sup>

**Strategjia 3:** Në postime citohen burime serioze, por këto nxirren jashtë kontekstit. Nxjerrja e përmbajtjes nga konteksti bëhet duke përdorur qëllimisht faqe dhe burime serioze për të humbur gjurmët.<sup>22</sup>

**Strategjia 4:** Loja me frikën dhe ankthet e përdoruesve, lexuesve dhe ndjekësve në rrjetet sociale – skenare të tmerrshme që mund të ndodhin, dhe goditen grupe të caktuara, shembull këtu mund të merret urrejtja ndaj të huajve.

**Strategjia 5:** Gjuha e urrejtjes sidomos përmes mediave online. Shpifjet mbi njerëz të caktuar, figura publike, kundërshtarë politikë, etj.

## Objektivat e modulit 3

- Moduli u shpjegon pjesëmarrësve teknikat e propagandës, strategjitë e saj dhe varësinë e saj nga kultura politike e vendit, nga periudha historike, nga konteksti etj.
- Ata kuptojnë se propaganda synon të prekë anën emocionale të njerëzve.
- Ata zhvillojnë një sens përgjegjësie sociale ndaj propagandës në çdo formë.
- Të shohin edhe anët praktike të propagandës dhe potencialin e saj manipulues.

21. IRETON, Cheryl and Posetti, Julie, *Journalism, 'Fake News' & Disinformation. Handbook for Journalism Education and Training*. (France: UNESCO, 2018) Aksesohet në gjuhën shqipe online: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373875>

22. CONNECTIONS/MediaLit Moments July 2014 Consortium for Media Literacy Aksesohet online: <http://consortiumformedia literacy.org/images/NEWSLETTERS/propaganda%20and%20media%20literacy.pdf>

# Model për orë mësimore

## A. PROPAGANDA PËRMES FOTOGRAFIVE DHE PAMJEVE VIZUALE

- Analizoni fotot e mëposhtme dhe identifikoni se cilat teknika të propagandës janë përdorur këtu?
- Cila nga këto teknika është më e fuqishme, pse?
- Cila është më e rrezikshmja prej tyre dhe pse?



## B. REFLEKTO MBI PROPAGANDËN DHE STRATEGJITË E SAJ

- Krijoni një poster kreativ mbi propagandën dhe lajmet e rreme. Diskutojeni atë në klasë!

## C. INFLUENCER APO PROPAGANDIST?

- Krijoni një listë me të gjithë personat që ju ndikojnë në jetën tuaj: veshjen, sportin, ushqimin, politikën, pamjen, etj. Këta që dikur quheshin propagandistë – sot quhen influencera. Krahasoni në klasë listat me shokët në grupe të vogla.

- Çfarë dini ju për këta persona?
- Përse u besoni atyre?
- Çfarë teknikash përdorin ata për të bindur ndjekësit e tyre?

### Sqarojmë...

**Frame** do që quajmë selektimin e aspekteve të një realiteti të perceptuar dhe nxjerrja më në pah e atyre elementeve në mënyrë të tillë që të mund të promovohet përkufizimi i një problemi të caktuar, interpretim shkakor, vlerësim moral dhe/ose rekomandim për trajtim.

# MODULI 4: TEORITË KONSPIRATIVE NË RRJET

## Informacione teorike

Duke u përpjekur të shpjegojmë një fenomen ose një temë që nuk e kuptojmë, mund të hasim në internet teori ose argumente konspirative. Rrjetet sociale dhe interneti bëjnë që ato të shpërndahen shumë më shpejt, ndonjëherë edhe ne mund të ndikojmë padashur në linçimin e tyre nëse bëjmë „like“ apo „share“ të tyre. Teoritë e konspiracionit funksionojnë sidomos në kohë krizash ku ka pak informacione për diçka që ndodh, ose kur ato janë në kundërshtim me njëra-tjetrën. Një rast i mirë për ta studiuar këtë fenomen është situata e pandemisë së Covid-19 në Shqipëri dhe në botë.

Në një studim të kryer nga Valbona Bezati dhe IDMC për lajmet e rreme që qarkulluan në kohën e pandemisë së Covid-19<sup>23</sup> mars-tetor 2020, rezultoi mbi 30 artikuj me teori konspiracioni në mediat shqiptare online që merreshin me „origjinën e vaksinës“, me „plane të fshehta për fillimin e një Luftë III Botërore“, me „genet e mira të shqiptarëve“, me „kurimin e Covidit përmes ilaçeve popullore si hudhra dhe qepa“, etj.

Një tjetër gjetje e këtij burimi ishte, se pati edhe politikanë shqiptarë i shpërndanin me aprovim disa nga këto teori në rrjetet e tyre sociale.

---

23. Bezati, Valbona, *Përhapja e lajmeve të rreme dhe propaganda në Shqipëri gjatë pandemisë së Covid-19*. Studim. (Tiranë: IDMC, nëntor 2020).



# Përkufizime dhe shpjegime

Besimi te teoritë konspirative "të një grupi të fuqishëm" është i lashtë sa njerëzimi. Përballë fenomeneve dhe strukturave përherë e më komplekse në shoqëri, njerëzit duan ta gjejnë përgjigjen te justifikime më të thjeshta, se dikush paska kontrollon mbi gjithçka.<sup>24</sup> Sidomos në kohë krize, kur këto përgjigje nuk mund të ofrohen menjëherë dhe në mënyrë precize, lulëzojnë teoritë e konspiracionit. Sipas studiuesit gjerman Roland Imhoff nuk ka një konsensus shkencor se si formohet një teori konspiracioni, por ajo nënkupton një supozim të pasaktë që nuk përfaqëson realitetin.<sup>25</sup> Teoritë e konspiracionit kënaqin nevojat tona për të pasur kontroll mbi jetën tonë, për të pasur siguri dhe parashikueshmëri. Ndër teoritë më afatgjata të konspiracionit përmenden ato të antisemitizmit, ku "hebrenjtë" përshkruheshin si personifikim i "së keqes" dhe përgjegjës për shumë ngjarje.



*Artikuj që pretendojnë se Covid-19 do të shënojë fillimin e Luftës së Tretë Botërore*

24. RATHJE, Jan, „Begriffe – Was sind Verschwörungsideologien?“ In: Amadeu Antonio Stiftung (Hrsg.) *No World Order: Wie antisemitische Verschwörungsideologien die Welt verklären*. S. 16-17 (Berlin, 2015).

25. VERGIN, Julia, *Coronavirus: How do I recognize a conspiracy theory?* DW, 19.05.2020. Artikulli mund të aksesohet online: <https://www.dw.com/en/coronavirus-how-do-i-recognize-a-conspiracy-theory/a-53492563>

# Kontrolli i burimeve

Si t'i dallojmë teoritë e konspiracionit që ndonjëherë tingëllojnë mjaft të besueshme? Ekspertët rekomandojnë që të përdorim matje shkencore. Fillimisht burimin: Kush thotë çfarë, me çfarë synimi, ku dhe kur? Cila media e thotë, cili ekspert, a kanë besueshmëri? Besoj më shumë videon e një influenceri në youtube apo stafin e një gazete prestigjioze kombëtare apo ndërkombëtare? Natyrisht, gazetarët dhe mediat serioze kanë burime për të konfirmuar lajme dhe informacione më shumë se persona privatë online, edhe pse tendenca e përgjithshme sot është të anashkalohej gazetarët dhe ekspertët në momentin e parë.

Në rastin e pandemisë Covid-19 u vu re që edhe shumë nxënës dhe të rinj që nuk merrnin përgjigje për situatën e kufizimeve të lirive dhe lëvizjes së lirë, iu rikthyen ekraneve të TV ose përdornin mediat sociale si mjet informues.<sup>26</sup> Në përgjithësi, rrjetet sociale ofrojnë përgjigje për gjithçka, pavarësisht nëse ato janë të besueshme apo jo, dhe shërbejnë si një ventil për frustrimet e ndryshme në lidhje me pandeminë, në rastin e shembullit tonë: "Corona nuk ekziston"; "Corona ka ardhur me qëllim nga Azia"; "Corona është shpikur për të shtypur njerëzit dhe pasuruar një kastë të vogël", etj.

## Sygjerime didaktike

Parandalimi i dëmeve të këtyre teorive duhet të fillojë që në bankat e shkollës duke u orientuar në këto parime kryesore:

---

26. <https://www.digitalerkompass.at/corona-report-jugend-und-medien/> (aksesuar më 21.01.2021). Edhe një studim i Reuters Institute for the Study of Journalism në Oxford për periudhën 31 mars-7 prill 2020, me fokus Covid-19 doli në rezultate të ngjashme, që të rinjtë besonin më shumë median lineare TV se sa mediat online, sidomos dyshime kishte për rrjetet sociale ku kishin hasur më shumë lajme të rreme. <https://www.digitalnewsreport.org/survey/2020/overview-key-findings-2020/> (aksesuar më 25.1.2021).

## **Edukimi qytetar dhe politik**

Kush e kupton mënyrën si është organizuar jeta dhe kontekstet e ndryshme politike, ekonomike dhe sociale, nuk ka nevojë të besojë në përfytyrime të tipit se gjithçka drejtohet nga një “njerëz të këqinj” në mënyrë të fshehtë konspirative.

## **Aftësia për kritikë**

Kush është në gjendje që t'i kuptojë gjërat siç duhet dhe të kritikojë pa pasur frikë, por me argumente, kur diçka nuk përkon me botëkuptimin e tij, nuk akumulon “urrejtje” dhe nuk bie kollai për e teorive të tilla.

## **Orientimi drejt veprimit**

Kush është aktiv dhe jeton në mënyrë kreative duke zgjidhur vetë problemet në jetën e tij, nuk ndihet i shtypur dhe pa pushtet mbi asgjë sa të besojë se gjithçka kontrollohet nga sipër.

## **Toleranca e kundërshtive**

Kush mund ta tolerojë faktin se për disa pyetje nuk merr dot një përgjigje perfundimtare dhe që në diskutim nuk ka vetëm njëra palë të drejtë, atëherë ai është më i imunizuar ndaj teorive të tilla.

## **Empati**

Nëse jemi në gjendje të përfytyrojmë se si ndihen njerëzit që i etiketojmë dhe i sulmojmë si "të këqinj" dhe "fajtorë", atëherë do të jemi më të kujdesshëm me fyerjet dhe ofendimet ndaj të tjerëve.

## **Kuptueshmëria e narrativës konspirative**

Kur njohim disa teori konspirative, mënyrën si janë ndërtuar ato dhe kur dimë se cilat emocione prekin ato, mundemi të kuptojmë edhe modelin e tyre narrativ. Shpesh ato lidhen me stereotipe raciste që është e lehtë të dallohen.

# Objektivat e modulit 4

- Nxënësit të mësojnë të dallojnë teoritë e konspiracionit, arsyet si krijohen ato dhe funksionet e tyre.
- Të jenë në gjendje të kuptojnë mekanizmat e të mirës dhe të keqes në teoritë e konspiracionit.

## Model për orë mësimore

### A. ÇFARË ËSHTË NJË TEORI KONSPIRACIONI?

#### Ecuria e orës së mësimi

Për t'u futur në temë diskutohet në klasë nëse nxënësit e dinë se çfarë janë teoritë e konspiracionit dhe nëse njohin ndonjë prej tyre.

Pastaj punojnë në grupe më të vogla për krijimin e një prezantimi multimedial shpjegues në lidhjet me këto teori. Pyetjet që mund t'i ndihmonin mund të ishin ndër të tjera:

- Çfarë janë teoritë e konspiracionit?
- Përse i ndjekin njerëzit këto teori?
- Ç'përdorim kanë ato për njerëzit?
- Përse janë të rrezikshme teoritë e konspiracionit?
- Si të sillemi ndaj teorive të konspiracionit?

### B. SI TË KRIJOSH NJË TEORI KONSPIRATIVE?

Nxënësit ndahen në grupe dyshe dhe provojnë të krijojnë teori të ndryshme konspirative duke lidhur termat me veprimtarinë, të cilat mund të priten në një karton me gërshërë në formë karte ose të shënohen në një letër. Te kategoria e “termave” mund të zgjidhen një apo dy aktorë që mund të marrin rolin e fajtorit. Te kategoria e veprimtarisë mund të zgjedhim një rën nga veprimet dhe kështu krijohen në mënyrë spontane një teori konspirative. Klasa voton se kush është ideja më e mirë.

# Terma



Hebrenjtë	Njerëz të caktuar
Myslimanë	Ata sipër
Ateistë	Mediat
SHBA	Të krishterë
Budistë	Bankat, industrialistët, oligarkët
Elitat	Shërbime sekrete

# Veprimtaria



kontrollon	punon për
paguan	shet
fsheh	gënjen
mashton	manipulon

# SHTOJCË

Materiale shitesë që mund të përdoren nga mësues dhe nxënës për të ilustruar modulet përkatëse ose tema të tjera të ngjashme në orën e mësimit. Kryesisht bëhet fjalë për propagandë, Fake News dhe teori konspirative.



## TEORI KONSPIRACIONI

Koronavirusi është një qubit

### Teoria tjetër: Virusi nisi nga laboratorit në Wuhan

Është laborator këtu dhe këtu që qendrojnë të tjerët në një mënyrë tjetër në të cilën përdoren teknologjitë dhe këtu në të cilat është përdorur teknologjia e re gjatë tërësisë së Departamentit të Shëndetësisë dhe të tjerëve që janë me parë, siç është një raport i ri.



Teoria konspirative: Koronavirusi është i kurdizuar, vaksinat do jenë microchip në trupin e njeriut



Shtohen zërat për konspiracion, shkencëtarët: Koronavirusi doli nga një laborator në Wuhan



## ARTIKUJ TË CILET PRETENDOJNË SE SHQIPTARËT KANË GENE TË MIRA DHE JANË IMUN NDAJ COVID - 19

Shqiptarët kanë imunitet të fortë ndaj koronavirusit



Sazan Guri: Ne shqiptarët kemi gjak blu, faraonik, ndaj do ta kalojmë lehtë koronavirusin

By K.Z. - 7 April, 2020

Pse ka pak viktime nga koronavirusi në Shqipëri?, Kryemadhi: Hamë mish, hudhra e pimë rakë



Sazan Guri: Jemi racë pelazgjike, kemi gjak të fortë. Mijesa infeksionist: Nuk të lejohet ...

## Lajme të cilat pretendojnë se vakcina është zbuluar

Vaksina për koronavirusin zbulohet në Holandë



Lajmi i mirë, zbulohet vakcina kundër virusit në Londër dhe testohet suksesshëm



Italia zbulon vaksinën për të izoluar koronavirusin



Lajm fantastik: Në Londër zbulohet vakcina kundër koronavirusit



Shkencëtarët australianë thonë se e kanë zbuluar vaksinën që e neutralizon Covid-19



# LITERATURA

BERNAYS, Edward, Propaganda (New York: Fort Washington, 1928)

BEZATI, Valbona, Përhapja e lajmeve të rreme dhe propaganda në Shqipëri gjatë pandemisë së Covid-19. Studim. (Tiranë: IDMC, nëntor 2020).

BRAUDY, Leo, "Entertainment or Propaganda", in Warner's War: Politics, Pop-Culture and Propaganda in Wartime Hollywood, ed. Martin Kaplan and Johanna Blakley, 27-37. (Los Angeles: The Norman Lear Center Press, 2004). <https://learcenter.org/pdf/WWBraudy.pdf>

ENTMAN, Robert M. "Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm." Journal of Communication 43(4): 51-58, 1993

IDRIZI, Idris / Godole, Jonila / Xhemalaj, Fatmiroshe, Shkolla, rinia dhe "revolucioni ideologjik e kulturor" (1967-1971), Vo. 3, (Tiranë: IDMC, 2020). <https://www.idmc.al/assets/idmc-komunizmi-per-mes-dokumente-arkivore-3.pdf>

IRETON, Cheryl and Posetti, Julie, Journalism, 'Fake News' & Disinformation. Handbook for Journalism Education and Training. (France: UNESCO, 2018)

GODOLE, Jonila, Manual për aftësimin mediatik në shkollë. Materiale ndihmëse për mësues dhe nxënës, (Tiranë: IDMC, 2020). Aksesohet online: <https://www.idmc.al/assets/idmc-manual-per-aft-esimin-mediatik-ne-shkollle.pdf>

GODOLE, Jonila, Gazetaria shqiptare në tranzicion. (Tiranë: Papyrus, 2014)

JANKE, W. Robert and Bruce S. Cooper, News Literacy. Helping Students and Teachers Decode Fake News (London: Rowman & Littlefield, 2017), S. 23.

Media Education Lab (2018). Mind Over Media: Analyzing Contemporary Propaganda Lesson Plans.

PARISER, Eli, The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You (London: Penguin Books, 2011)

RATHJE, Jan, „Begriffe – Was sind Verschwörungsideologien?“ In: Amadeu Antonio Stiftung (Hrsg.) No World Order: Wie antisemitische Verschwörungsideologien die Welt verklären. S. 16-17 (Berlin, 2015).

VUKAJ, Erblin, Filmat e Kinostudios – Propagandë apo pasuri kombëtare? (Tirana: IDMC, 2019). <https://www.idmc.al/assets/idmc-debati-mbi-filmat-e-ish-kinostudios.pdf>

Vukaj, Erblin (2019). Liria e shprehjes nën kërcënim. IDMC/CFLI, Tiranë <https://www.idmc.al/studimi-liria-e-shtypit-nen-kercenim.html>

WILSON, C., Grizzle, A., Tuazon, R., Akyempong, K. dhe Cheung, C., Edukimi mbi median dhe informacionin – Kurrikul për Mësuesit (Media and Information Literacy Curriculum for Teachers). (Paris: UNESCO, 2011).



# LINQE DHE INFORMACIONE TË VLEFSHME

<https://faktoje.al>

<https://www.reporter.al>

<https://al.ejo-online.eu>

[www.exifdata.com](http://www.exifdata.com)

<http://www.institutemedia.org>

<https://www.idmc.al/studimi-liria-e-shtypit-nen-kercenim.html>

[https://en.unesco.org/sites/default/files/journalism\\_fake\\_news\\_disinformation\\_print\\_friendly\\_0.pdf](https://en.unesco.org/sites/default/files/journalism_fake_news_disinformation_print_friendly_0.pdf)

[http://www.medialit.org/sites/default/files/14B\\_CCKQPoster+5essays.pdf](http://www.medialit.org/sites/default/files/14B_CCKQPoster+5essays.pdf)

<https://unmik.unmissions.org/sites/default/files/regulations/03albanian/Ahri/AUniversalDeclarationHumanRightsfinal.pdf>

CONNECTIONS/MediaLit Moments July 2014 Consortium for Media Literacy Aksesohet online: <http://consortiumformedialiteracy.org/images/NEWSLETTERS/propaganda%20and%20media%20literacy.pdf>

## BURIME TË TJERA

VERGIN, Julia, Coronavirus: How do I recognize a conspiracy theory? DW, 19.05.2020. Artikulli mund të aksesohet online: <https://www.dw.com/en/coronavirus-how-do-i-recognize-a-conspiracy-theory/a-53492563>

<https://www.theguardian.com/world/2013/jun/09/nsa-whistleblower-edward-snowden-why>

What is Fake News? Tips For Spotting Them - Fake News for Kids, Video sensibilizuese për fëmijë e të rinj. Aksesohet online: <https://www.youtube.com/watch?v=D0Cd9-eJ-No>  
<https://www.youtube.com/watch?v=V4o0B6IDo50>

<https://www.icfj.org/news/short-guide-history-fake-news-and-disinformation-new-icfj-learning-module>

[https://www.icfj.org/sites/default/files/2018-07/A%20Short%20Guide%20to%20History%20of%20Fake%20News%20and%20Disinformation\\_ICFJ%20Final.pdf](https://www.icfj.org/sites/default/files/2018-07/A%20Short%20Guide%20to%20History%20of%20Fake%20News%20and%20Disinformation_ICFJ%20Final.pdf)

<https://www.digitalnewsreport.org/survey/2020/overview-key-findings-2020/>

Dr. Jonila Godole është pedagoge në Universitetin e Tiranës, Departamenti i gazetarisë dhe komunikimit prej vitit 2015. Ajo ka studiuar për shkencë politike, sociologji dhe pedagogji në Universitetin “J. W. Goethe” Frankfurt am Main/ Gjermani. Godole ka qenë një nga gazetaret e para të shtypit të pavarur në Shqipëri pas rënies së regjimit komunist, e njohur sidomos për intervistat politike.

Fushat e saj të hulumtimit shkencor përfshijnë komunikimin politik, sistemet mediatike dhe rolin e medias në kujtesën kolektive. Është doktore e shkencave që prej vitit 2013, me një punim mbi gazetarinë shqiptare në tranzicion dhe problematikën e saj, botuar nga Papirus më 2014. Njëkohësisht ajo është autore e dhjetra artikujve shkencorë botuar brenda dhe jashtë vendit kushtuar zhvillimit të mediave dhe gazetarisë në vendet postkomuniste.

Prej vitit 2014 Godole është drejtore ekzekutive e IDMC - Institute for Democracy, Media and Culture ([www.idmc.al](http://www.idmc.al)), një institucion partner i Fondacionit Konrad-Adenauer në Tiranë. Ky institut ka në fokus të punës së saj angazhimin e të rinjve në politikën publike dhe nxitjen e reflektimit të tyre përmes aktiviteteve ndërgjegjëse mbi regjimin komunist dhe pasojat e tij deri më sot. Përmes angazhimit të saj personal dhe profesional, komenteve në shtyp dhe televizion në lidhje me këtë temë, Godole ia ka dale ta bëjë institutin që drejton, IDMC, një organizëm thelbësor në çështjet e ballafaqimit me të shkuarën në Shqipëri dhe të motivojë mësues historie dhe të rinj të interesohen për dëshmitarët okularë të kohës, vendet e kujtesës dhe tema të lëna në harresë.



