

**HULUMTIM
I ARSIMIMIT
MEDIATIK TE
NXËNËSIT E
VITIT TË PARË
DHE TË DYTË
TË ARSIMIT
TË MESËM**

Shkup, Qershor 2024



Titulli: Hulumtimi i Arsimit mediatik te nxënësit e vitit të parë dhe të dytë të arsimit të mesëm

Titulli origjinal i publikimit: Истражување на медиумската писменост кај учениците во прва и втора година средно образование

Shkup, 2024

Botuesi dhe mbajtësi i të drejtave të autorit:
Agjencia për Shërbime Mediatike Audio dhe Audiovizuele

Përkthyes: "BESTEL" SHPKNJP Shkup

Adresa:
Pallati Panko Brashnarov, rr. "Makedonija" nr. 38,
1000 Shkup
Tel 02/3103-400
www.avmu.mk
contact@avmu.mk

Për botuesin:
Zoran Trajčevski, Drejtor i ASHMA

Autorët: Mr. Nikolla Spasov, Mr. Sofija Ristova,
Simona Spasovska, Prof.Dr. Ana Frichand

Redaktor: Mr. Emilija Petreska-Kamenjarova

Dizajni: KOMA

Shtypi: MAR-SAZH

Tirazhi: 30 egzemplar



Hulumtimi u realizuaa nga:
Shoqëria për menaxhment dhe aktivitete të konsultimit
„AGJENCIA REJTINGS-M“
SHPKNJP Shkup

CIP - Katalogizacija vo publikacija
Nacionalna i univerzitetska biblioteka „Св. Климент Охридски“, Скопје

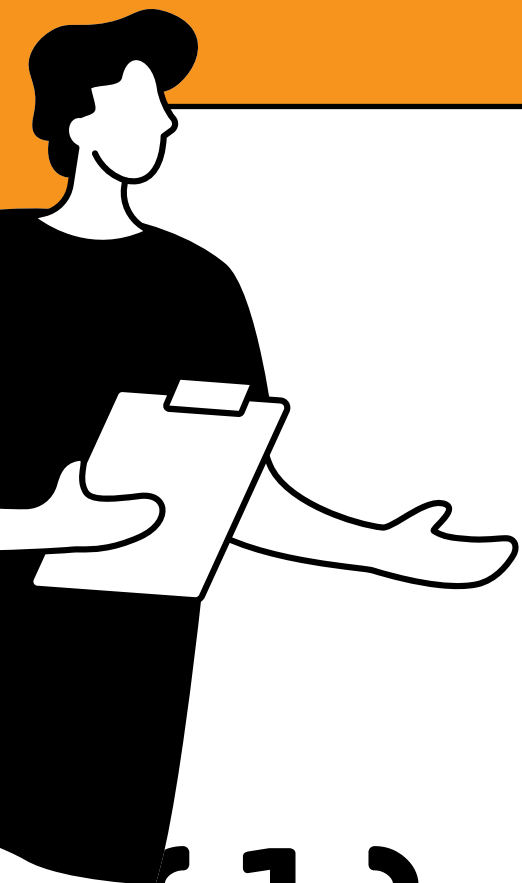
Ky hulumtim u mundësua me përkrahjen e popullit Amerikan nëpërmjet Agjencisë SHBA për zhvillim ndërkombëtar (USAID). Përmbytja është përgjegjësi e IREX-it dhe ASHMA-së dhe nuk shpreh qëndrimet e USAID-it ose Qeverisë së Shteteve të Bashkuara të Amerikës“.



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE



(1) HYRJE DHE QËLLIMET E HULUMTIMIT	4
(2) METODOLOGJIA E HULUMTIMIT	12
(3) KONSTATIMET KYÇE TË HULUMTIMIT SIPAS TEMAVE	18
(4) ANALIZA DHE REZULTATET E HULUMTIMIT	24
1.1. Mendimi kritik	25
1.2. Njohja e përmbajtjeve dhe informacioneve	43
2. Televizioni	50
3.1. Internet	58
3.2. Rrjetet sociale	85
4. Telefoni celular	108
5. Informata të përgjithshme dhe shfrytëzimi i pajisjeve elektronike	113
(5) KONKLUSIONE DHE REKOMANDIME	120
Konkluzionet e hulumtimit	121
Rekomandime	128
(6) ANEKSI I - Demografia	132
(7) ANEKSI II - Pyetësor anketues	138



(1)

HYRJE DHE QËLLIMET E HULUMTIMIT

Përpjekjet
institucionale

Integrimi
arsimor

Aktivitetet e
sektorit civil

Strategjia nacionale
për të rinjtë
(2023-2027)

Ditët e arsimit
mediatik:

Në botën dinamike të mediave dhe teknologjive informatike, të rinjtë ballafaqohen me shumë mundësi por edhe sfida. Ky studim kuantitativ i realizuar në mesin e nxënësve të moshës prej 14 deri 17 vjeç, të regjistruar në vitin e parë dhe të dytë të arsimit të mesëm, në gjimnazet dhe shkollat profesionale në Maqedoninë e Veriut, ka për qëllim që ta hulumtojë dhe analizojë nivelin e tyre të arsimit mediatik dhe interaksionin me mediat. Arsimimi mediatik paraqet një kompetencë esenciale të kohës moderne, ku aftësia për të kuptuar, analizë kritike dhe krijimin e përmbajtjeve mediatike paraqet një domosdoshmëri. Arsimimi mediatik nuk është vetëm aftësia për të lexuar dhe kuptuar përmbajtjet mediatike, por gjithashtu edhe qasjen kritike të ta, si dhe aftësinë për krijimin e përmbajtjeve. Ngritja e vetëdijes mediatike nuk është e rëndësishme jo vetëm për t'i përgatitur si qytetarë të informuar, përgjegjës dhe aktiv në shoqëri, por edhe sepse i aftëson për t'u ballafaquar me sfidat siç janë dezinformatat dhe mbrojtja e të dhënave personale në internet.

Si definicion më i gjerë, arsimimi mediatik është aftësi për t'u qasur në medime, për të analizuar, vlerësuar dhe krijuar një përmbajtje Mediatike, dhe të veprohet duke i shfrytëzuar të gjitha format e komunikimit. *Nocioni arsimim mediatik përfshin nocione: mediat dhe arsimimin.* Me media nënkuptohen të gjitha mjetet elektronike ose digjitale, të botuara dhe përmbajtjet vizuale artistike që shfrytëzohen për transmetimin e informatave ose porosive deri te publiku i gjerë. Arsimimi paraqet një aftësi për të koduar dhe dekoduar simbolet dhe për të sintetizuar dhe analizuar porosinë.¹ Ky hulumtim drejtpërdrejt i shqyrton pikërisht të dy aspektet e këtij nocioni përmes vlerësimit të njohurive, qëndrimeve dhe praktikave të nxënësve që janë të regjistruar në vitin e parë dhe të dytë të arsimit të mesëm.

Maqedonia e Veriut është aktive në sferën e arsimit mediatik, edhe pse ende ekzistojnë sfida, veçanërisht në integrimin e arsimit mediatik në arsimin formal. Në vazhdim janë paraqitur një pjesë e aktiviteteve,

1 Asociacioni Nacional për Arsimim dhe Arsimim Mediatik në ShBA, në linkun: <https://namle.org/resources/media-literacy-defined/>

si dhe përpjekjet institucionale që realizohen në fushën e arsimit mediatic te të rinjtë në vend:

1.

Përpjekjet institucionale:

Ministria e Arsimit dhe Shkencës, përmes Byrosë për Zhvillimin e Arsimit, në bashkëpunim të ngushtë me Projektin e USAID për arsimim mediatic “Të rinjtë mendojnë” punon në inkuadrimin e arsimit mediatic në disa lëndë të arsimit fillor. Ky projekt realizohet nga IREKS, Instituti për Studime Komunikuese, Instituti i Maqedonisë për Media, dhe Forumi Rinor për Arsim.

Agjencia për Shërbime Mediatike Audio dhe Audiovizuale (ASHMA) është e përkushtuar për avancimin e të kuptuarit dhe rëndësinë e arsimit mediatic. Kjo përfshinë përkrahjen e Rrjetit të arsimit mediatic, organizimin e Ditëve të

arsimit mediatic duke filluar nga viti 2019, realizimin e hulumtimit të nivelit të arsimit mediatic te qytetarët, fushata për ngritjen e vetëdijes për rëndësinë kritike të arsimit mediatic, punëtori, trajnime, etj.². Ingerencat e trupit rregullues të mediave në fushën e arsimit mediatic burojnë nga neni 26 i Ligjit për Shërbime mediatike audio dhe audiovizuale³. Rëndësia që trupi rregullues ia kushton arsimit mediatic pasqyrohet edhe në atë që zhvillimi dhe avancimi i saj janë pjesë e misionit të Agjencisë që është përcaktuar edhe në Planin Strategjik 2024-2028⁴. Studimi aktual është i treti me radhë që inicohet nga trupi rregullues, ndërsa e para që jep përkrahje konkrete ndaj aktiviteteve që realizohen në kuadër të projektit “Të rinjtë mendojnë”.

² Më shumë informata për aktivitetet e Agjencisë mund të gjenden në <https://mediumskapismenost.mk/>

³ Ligji për shërbime Mediatike audio dhe Audiovizuale („Gazeta zyrtare e Republikës së Maqedonisë” nr. 184/13, 13/14, 44/14, 101/14, 132/14, 142/16, 132/17, 168/18, 248/18, 27/19) dhe Ligji për ndryshimin e Ligji për shërbime Mediatike audio dhe Audiovizuale („Gazeta zyrtare e Republikës së Maqedonisë së Veriut” nr. 42/20, 77/21, 154/23 dhe 55/24).

⁴ Plan i Strategjik i Agjencisë shërbime Mediatike audio dhe Audiovizuale 2024-2028 në linkun: <https://shorturl.at/bdëzN>

2.

Integrimi arsimor:

Byroja për Zhvillimin e Arsimit miratoi dhe publikoi një Kornizë për arsimimin mediatik për shkollimin fillor⁵ në bazë të së cilës, gjatë periudhës së kaluar, arsimimi mediatik është integruar në lëndën e gjuhës amtare nga klasa e parë e deri në klasën e gjashtë. Në vitin shkollor 2023/2024 integrimi në lëndët e gjuhës amtare nga klasa e shtatë deri në klasën e nëntë ende është në vijim, por paralelisht realizohet edhe në lëndë të tjera (histori, shoqëri, informatikë) në pajtim me udhëzimet nga Korniza e arsimimit mediatik. Në të ardhmen, ky integrim i arsimimit mediatik në arsimin fillor mund të krijojë një bazë solide për t'u mundësuar gjeneratave të ardhshme të nxënësve që të krijojnë aftësi kritike për analizë dhe të kuptuar të përmbajtjeve mediatike që në moshë të hershme, veçanërisht më tutje gjatë shkollimit të mesëm, ku ata ballafaqohen me sfida më të komplikuar dhe janë

më shumë të ekspozuar ndaj platformave dhe përmbajtjeve të ndryshme mediatike. Gjithashtu, në periudhën e ardhshme do të punohet një kornizë me të cilën arsimimi mediatik do të mund të shtohet edhe në arsimin e mesëm, andaj ky hulumtim duhet të sigurojë të dhënat fillestare për nivelin e arsimimit mediatik, andaj gjatë përsëritjes pas disa viteve, do të mund të shihet edhe efekti i këtij ndikimi.

3.

Aktivitetet e sektorit civil:

Sektori civil në Maqedoninë e Veriut luan një rol të konsiderueshëm në promovimin e arsimimit mediatik përmes projekteve dhe aktiviteteve të ndryshme. Është një spektër i gjerë i pjesëmarrësve në sektorin civil që punojnë për rritjen e arsimimit mediatik në Maqedoninë e Veriut ku pjesa më e madhe e tyre janë anëtare të **Rrjetit për arsimim mediatik (RRAM)** që deri në momentin e këtij raporti numëron 86 anëtare (institucione, media, organizata civile, kompani

⁵ Korniza e arsimimit mediatik për arsimin fillor, në linkun: https://ëëë.bro.gov.mk/ëp-content/uploads/2023/10/Ramka-za-mediumska-pismenost-vo-osnovnoto-obrazovanie_MK.pdf

dhe individë/ekspertë)⁶. Ata luajnë një rol të rëndësishëm në edukimin e të rinjve dhe publikut në tërësi, në lidhje me mendimin kritik dhe aftësitë për vlerësimin e përmbajtjeve mediatike, veçanërisht në luftën kundër dezinformatave. Një prej projekteve më të rëndësishme për momentin, në aspekt të inkuadrimit të arsimimit mediatik në arsimimin formal, është Projekti i USAID-it për arsimimin mediatik “Të rinjtë mendojnë”⁷, që punojnë drejtpërdrejt me Ministrinë e Arsimit dhe Shkencës dhe Byronë për Zhvillimin e Arsimit, me qëllim që të inkuadrohet arsimimi mediatik në programet mësimore të gjuhës amtare nga klasa e parë e deri në klasën e nëntë, si dhe në programet mësimore të lëndëve të tjera si shoqëria, informatika dhe historia. Në dy vitet e ardhshme, projekti do të vazhdojë me punë edhe në aspekt të inkuadrimit të arsimimit mediatik në arsimin e mesëm. Paralelisht vazhdon edhe puna me institucionet e arsimit

të lartë me qëllim të inkuadrimit të temave të arsimimit mediatik në programet e tyre, me fokus të vecantë në institucionet që prodhojnë kuadër mësimor në vend.

4.

Strategjia nacionale për të rinjtë (2023-2027):

Kjo strategji përmban një kapitull të posaçme, kushtuar informimit të të rinjve, me qëllime strategjike për aftësimin e të rinjve me njohuri dhe shkathtësi për arsimimin mediatik dhe digjital⁸.

5.

Ditët e arsimimit mediatik:

Organizohen nga Rrjeti i arsimimit mediatik me përkrahjen e Agjencisë për Shërbime Mediatike Audio dhe Audiovizuele, duke filluar nga viti 2019. Në edicionin e vitit 2023, u organizuan një seri e ngjarjeve me moton “Gishti i shpejtë, sjell

⁶ Të gjitha anëtarët e Rrjetit mund të shihen në: <https://mediumskapismenost.mk/clenki-na-mrezata/>

⁷ Projekti i USAID-it për arsimimin mediatik: <https://ëëë.irex.org/project/youthink-media-literacy-north-macedonia>

⁸ Strategjia nacionale për të rinjtë (2023-2027) <https://ams.gov.mk/campaign/nacionalnata-strategjia-za-mladi-2023-2027>

lajme të rrejshme” që përfshinë një panel të diskutimeve, debateve, punëtorive, ekspozitave multimediale dhe një dokumentar. Këto aktivitete realizohen gjatë Javës globale të arsimimit mediatik dhe informatik të UNESCO-s⁹.

Qëllimet e hulumtimit

Në kontekst të reformave për inkuadrimin e arsimimit mediatik si qasje në arsimin formal, të filluara nga viti 2020, ky hulumtim kuantitativ ka për qëllim që të bëjë një vlerësim të targetuar të gjendjes në këtë sferë të rinjtë. Ky është një hap i rëndësishëm drejt krijimit të reformave dhe programeve adekuate arsimore të arsimit të mesëm, që do ta rrisin arsimimin mediatik të rinjtë.

Qëllimi kryesor është hulumtimi i mendimeve, shprehjeve dhe perceptimeve të nxënësve të vitit të parë dhe të dytë të arsimit të mesëm të gjimnazit dhe atij profesional, me fokus në aftësinë e

tyre për mendim kritik dhe kuptimin e porositve Mediatike të cilat çdo ditë transmetohen përmes mediave dhe kanaleve të ndryshme të informimit. Kjo përfshinë kuptimin e mënyrës së krijimit por edhe manipulimit me informatat, si dhe aftësinë e analizimit dhe interpretimit të përmbajtjeve Mediatike. Aspekt i rëndësishëm është edhe shkalla e kuptimit të dallimit ndërmjet informatave objektive dhe subjektive, si dhe të kuptimit të rëndësisë së burimeve të pavarura dhe profesionale të informatave.

Hulumtimi, e me këtë edhe pyetësori i anketës, i përfshinë këto tema:

I. Të dhëna për nxënësit (demografia): Kjo sferë përfshinë informata demografike për nxënësit e përfshirë në ekzemplarin e hulumtimit.

II. Informata të përgjithshme: Mbledhja e informatave të përgjithshme për shprehitë dhe perceptimet Mediatike.

III. Mendimi kritik: Me këtë pjesë të pyetësorit vlerësohet aftësia e

⁹ Më shumë informata për Ditët e arsimimit mediatik për vitin 2023 mund të shihen në: <https://mediumskapismenost.mk/denovi-na-mediumska-pismenost-2023/>

nxënësit për të analizuar, vlerësuar informata të sakta dhe/ose të pasakta të llojeve të ndryshme të pyetjeve-situatave hipotetike.

IV. Televizioni: Çfarë paraqet për të rinjtë “shikimi i televizionit”, shqyrtimi i shprehive për shikimin e televizionit, përmbajtjeve të preferuara dhe kohën e kaluar në shikimin e programeve televizive.

V. Interneti: Mbledhja e informatave rreth qasjes së nxënësve në internet, shprehitë e tyre të internetit, shfrytëzimin e rrjeteve sociale, preferencat për përmbajtjen, lojërat online, aktivitetet në internet.

VI. Telefoni mobil dhe shfrytëzimi i pajisjeve elektronike: Informata të përgjithshme për frekuencën e përfshirjes në aktivitete të ndryshme të telefonave celular.





Ekzemplar i
hulumtimit

Madhësia e
ekzemplarit

Karakteristikat
demografike e të
intefristuarve

[2]

**METODOLOGJIA
E HULUMTIMIT**

Për realizimin e hulumtimit u shfrytëzua metodologjia kuantitative hulumtuese një një ekzemplar reprezentativ të përbërë prej nxënësve të regjistruar në vitin e parë dhe të dytë të arsimit të mesëm të gjimnazit dhe atij profesional në Maqedoninë e Veriut. Kategoria e rritur e nxënësve është nga mosha 14 vjeçare e deri në moshën 17 vjeçare. Hulumtimi ishte realizuar me PAPI teknikë (Paper-and-pencil interviewing) pa asistencë (self administered survey), me pëlqim të marrë paraprak nga prindërit. Me ndihmën e programit softuerik SPSS (IBM SPSS Statistics Program), të dhënat u përpunuan me metodën e statistikës deskriptive. Hulumtimi, përpunimi dhe analiza e të dhënave u realizua nga Agjencia Rejting.

Për arritjen e qëllimeve të hulumtimit, nga ana e ASHMA dhe IREKS, ishte përpiluar një pyetësor që u dorëzua deri te Agjencia Rejting nga ana e ASHMA. Me korrigjime teknike, e me një koordinim të përbashkët dypalësh, është përpiluar pyetësori prej 47 pyetjeve të llojit të mbyllur dhe të hapur. Për ta kontrolluar logjikën

dhe qartësinë e pyetjeve, pyetësori u testua me një pilot hulumtim pas të cilit pasonin korrigjimet plotësuese të natyrës teknike.

Administratorët e angazhuar nga Agjencia Rejting u trajnuan nga ana e prof.dr. Ana Frichand, doktor shkence e psikologjisë, me ç'rast u qartësua procesi dhe mënyra e plotësimit të pyetësorit. Trajnimi ju ndihmoi që të njohin metodologjinë e hulumtimit dhe pyetjet e pyetësorit. Nëse pjesëmarrësit kishin dilema ose pyetje gjatë plotësimit të anketës, administratori ishte i obliguar që t'u ndihmojë dhe t'i udhëheqë gjatë procesit të plotësimit.

Selektimi i të intervistuarve (nxënësve) ishte me përzgjedhje të rastësishme nëpër disa klasa të vitit të parë dhe të dytë në gjithsejtë 40 shkolla të mesme në 19 komuna (20 të arsimit të gjimnazit, 20 të arsimit profesional), me përfshirje territoriale nga të gjitha tetë rajonet statistikore të vendit.

Tabela 1. Përfshirja rajonale e shkollave të mesme	Në përqindje
I Shkupit	31,4%
Verilindor	9,3%
I Pollogut	10,7%
I Pellagonisë	7,5%
Juglindor	7,4%
Jugperëndimor	17,4%
Lindor	8,6%
I Vardarit	7,7%

nëse janë të plotësuara në tërësi dhe mënyrë të drejtë.

Përpunimi i të dhënave përfshinë shtimin e të dhënave, koordinimin e variabileve, pastrimin logjik të bazës dhe përpunimin e rezultateve të përgjithshme dhe të kryqëzuara në bazë të së cilës interpretohen të dhënat dhe gjenerohen konstatimet.

Ekzemplari ishte i përpiluar në bazë të të dhënave për nxënësit e regjistruar në vitin e parë dhe të dytë të arsimit të mesëm, të marra nga Ministria e Arsimit dhe Shkencës, i cili është reprezentativ për popullatën hulumtuese, ndërsa të dhënat e detajuara shtesë për të mund të shihen në Aneksin 1 të këtij Raporti. Instrumentet hulumtuese ishin distribuuar nga ana e administratorëve, ndërsa nxënësit në mënyrë të pavarur i plotësonin pyetësorët gjatë orës së kujdestarisë.

Kontrolli i anketave bëhej aty për aty (në shkolla) nga ana e administratorit dhe koordinatorit në të njëjtën ditë të anketimit, me qëllim që të shihet



Ekzemplar i hulumtimit

Për nevojat e hulumtimit ishte dizajnuar edhe një ekzemplar i stratifikuar në tri etapa për nxënësit e regjistruar në vitin e parë dhe të dytë të shkollave të mesme (gjithsejtë 34.246 nxënës), me **dy nënëkzemplar** – një për nxënësit e gjimnazeve dhe një për nxënësit e shkollave të mesme profesionale. Hulumtimi ka të bëjë me nxënësit e vitit të parë dhe të dytë të moshës prej 14 deri në 17 vjeç, që janë të regjistruar në shkollat e mesme shtetërore në Maqedoninë e Veriut. Respektivisht:



Односно:

Tabela 2.

Përfaqësimi i nxënësve nga gjimnazet dhe nga shkollat profesionale

Nxënës të shkollave profesionale:	Nxënës të shkollave të gjimnazit:
Viti i parë: 11.553 nxënës	Viti i parë: 5.588 nxënës
Viti i dytë: 11.231 nxënës	Viti i dytë: 5.874 nxënës

Madhësia e ekzemplarit

Për relevancë të hulumtimit, sipas të dhënave për nxënësit e regjistruar, të marrë nga Ministria e Arsimit dhe Shkencës, është krijuar një numër i madh i ekzemplarit që është reprezentativ për tërë popullatën, respektivisht një numër të madh të njerëzve (në rastin tonë nxënës të shkollave të mesme – gjimnazit dhe atij profesional). Madhësia e ekzemplarit është përlogaritur sipas kësaj formule:

$$n = N * [Z2 * p * (1-p) / e2] / [N - 1 + [Z2 * p * (1-p) / e2]^{10}]$$

Në të cilën:

$Z = 1.96$ (për 95% nivelin e besimit)

$p = 0.5$ (qasja konservative¹¹)

$E = 0.03$ (3.1% margjinë e gabimeve të ekzemplarit të përgjithshëm dhe 4% në secilin nëekzemplar)

$N = 34,246$ (numri i përgjithshëm i nxënësve prej dy viteve në shkollat e mesme)

Me këtë përlllogaritje është konstatuar se **nëekzemplari 1 – për të intervistuarit e arsimit të mesëm profesional përbëhet prej 584 nxënës**, ndërsa **nëekzemplari 2 – për të intervistuarit e arsimit të mesëm të gjimnazit – 580 nxënës**. Prej secilit nëekzemplar individualisht ishin nxjerrë rezultate për një nëngrup konkret të të intervistuarve – veçanërisht për arsimimin e gjimnazit dhe veçanërisht për arsimimin profesional. Të dy nëekzemplarët së bashku japin numër të përgjithshëm

prej 1,164 të intervistuar, por **për analizën e ekzemplarit të përgjithshëm** (respektivisht për nxjerrjen e rezultateve të përgjithshme prej të dy grupeve së bashku) **u krijua një ekzemplar i përgjithshëm prej gjithsejtë 884 të intervistuar** (300 të intervistuar nga arsimi i mesëm i gjimnazit dhe 584 nga ai profesional). Ky ekzemplar prej 884 të intervistuar është reprezentativ për të dy nëngrupet kur rezultatet janë të përgjithësuara për nxënësit e parë dhe të dytë të arsimit të mesëm. Ekzemplari ishte formuar me ekstraktimin e një numri paraprak të rasteve (anketave) nga baza e përgjithshme (anketat e përgjithshme të realizuara) edhe atë me përzgjedhje të rastësishme për të marrë një reprezentacion adekuat nga ekzemplari dhe përfaqësimi procentual ndërmjet nxënësve të arsimit të mesëm të gjimnazit dhe atij profesional. Margjina e gabimeve

11 Qasja konservative në kontekst të formulës për përlllogaritjen e madhësisë së ekzemplarit shënon përdorimin e vlerës për p (probabilitetit për paraqitjen e një karakteristike të caktuar) që është e mesme ose neutrale, siç është 0.5. Shfrytëzimi i 0.5 për p është konservativ sepse ajo vlerë e maksimizon produktin $p \cdot (1-p)$, që është pjesë e formulës për përlllogaritjen e madhësisë së ekzemplarit. Kjo çon drejt rritjes së madhësisë së ekzemplarit, që siguron më tepër siguri se ekzemplari do të jetë reprezentativ për tërë popullatën. Me fjalë të tjera, kjo është një qasje e kujdesshme që shfrytëzohet për t'u siguruar se ekzemplari është mjaft i madh për të qenë reprezentativ, madje edhe nëse shfrytëzohet për tu siguruar se ekzemplari është mjaft i madh për të qenë reprezentativ, madje edhe nëse nuk dihet probabiliteti i saktë për karakteristikat e popullsisë.

e ekzemplarit të përgjithshëm është +/-3%.

Karakteristikat demografike e të intervistuarve

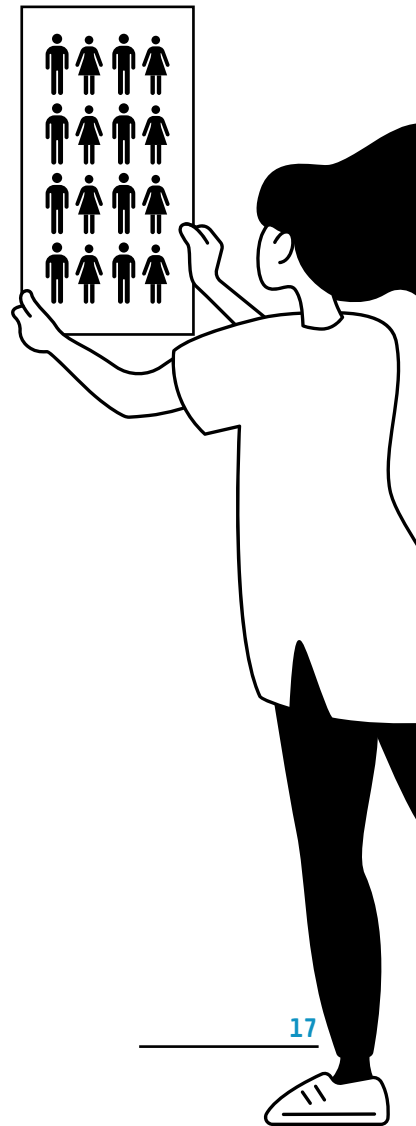
Në ekzemplarit të përgjithshëm të nxënësve të anketuar, dy të tretat (66.1%) janë nga shkollimi i mesëm profesional, ndërsa 33.5% janë nga arsimi i mesëm i gjimnazit.

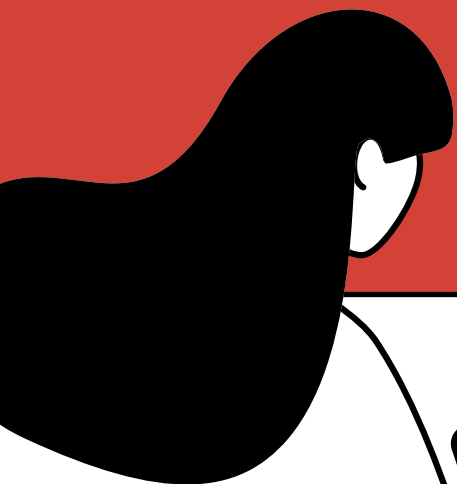
Në aspekt të gjinisë, nga ekzemplari i përgjithshëm i nxënësve të anketuar, 44.3% të nxënësve janë meshkuj, ndërsa 55.7% janë femra.

Kur bëhet fjalë për moshën e nxënësve, numri më i madh prej tyre (48.5%) kanë 15 vjet, ndërsa 44.9% të nxënësve kanë 16 vjet. Ata të moshës 14 vjeçare janë të përfaqësuar me 5.7% derisa nxënësit që kanë 17 vjet – me 0.9%.

Gjuha e mësimi kryesisht është maqedonase, respektivisht 65.5% të nxënësve mësimin e vijnë në gjuhën maqedonase. Gjuha shqipe shfrytëzohet si gjuhë mësimore të 31.1% e nxënësve të anketuar, derisa gjuha turke është e përfaqësuar me 3.4%.

Gjuha që mbizotëron në amvisëritë e nxënësve është maqedonase me 63.1%. Gjuha shqipe është e pranishme të 31% të amvisërive të anketuara, gjuha turke me 5.1%, ndërsa gjuhët e tjera janë të përfaqësuar me 0,8%.





Mendimi
kërkim

Televizioni

Interneti

Telefoni
celular

Shfrytëzimi
i pajisjeve
elektronike

[3]

KONSTATIMET
KYÇE TË
HULUMTIMIT
SIPAS TEMAVE

Këto konstatime të sublimuara kanë të bëjnë me të dhënat e popullsisë së përgjithshme, respektivisht për ekzemplarin që i përfshinë edhe nxënësit e shkollave të mesme profesionale dhe gjimnazet.

I. Mendimi kritik

Në kontekst të hulumtimit të mendimit kritik të nxënësit, në pyetësor u dhanë disa situata hipotetike duke kërkuar prej tyre që ta përcaktojnë reagimin e tyre ndaj këtyre situatave. Më tutje, në të njëjtin seksion, ishin parashtruar edhe pyetjet për nocionet për dezinformatat, informatës së gabuar (misinofmatës) si dhe për pyetje për peripecitë e tyre për informatat që i marrin përmes rrjeteve sociale dhe televizionit.

Pjesa më e madhe e nxënësve (87.2%) do të kontrollojnë qasjen e të dhënave të aplikacionit të dhënë dhe do të hamendeshin para se ta instalojnë. Rreth 13% nuk shohin

rrezik dhe do të lejonin qasje deri te të dhënat e tyre.

Një përqindje e konsiderueshme e nxënësve (57.2%) konsiderojnë se paraqitja e postimeve në bazë të aktivitetit të shfrytëzuesve (pëlqime dhe komente) është rezultat i aktivitetit të tyre personal në rrjetet sociale. Kjo përgjigje është më e theksuar te meshkujt për dalim nga shembujt të femrat.

Në aspekt të klikimeve të linqeve me mashtrime potenciale, rreth dy të tretat (68.2%) e nxënësve do të ndërmarrin masa parandaluese (konsultime me miq) para se ta hapnin përmbajtjen. Kujdesi është më i theksuar te femrat në raport me meshkujt.

Shumica e nxënësve (96.3%) nuk janë të njohur me teknikat dhe mjetet për kontrollin e fotografive të publikuara në internet. Prej tyre (3.7%), më së shpeshti janë theksuar Google Lense dhe Google Images.

Pothuajse gjysma e nxënësve (47.9%) konsiderojnë se është e rëndësishme që të lexohen politikat para regjistrimit në rrjetet sociale ose aplikacione, ndërsa më pak se

gjysma (37.3%) nuk kanë kohë për lexim dhe pajtohen automatikisht me rregullat.

Dy të tretat (66.7%) e nxënësve saktë e definojnë **dezinformatën¹² si informatë e pasaktë me qëllim që të dëmtojë dikë ose që të gënjejë**. Pak më shumë se një e katërta (26.9%), konsiderojnë se dezinformata është informatë e pasaktë e shpërndarë pa pasur qëllim që të dëmtojë.

Për më tepër se gjysmën (62%), **keqinformimi është informatë e pasaktë e shpërndarë pa qëllim që të dëmtojë¹³**, ndërsa rreth një e treta (32.7%) ajo është informatë e pasaktë me qëllim që të dëmtojë.

Shumica më e madhe (84.2%) e nxënësve besojnë se njerëzit shpesh kërkojnë informata që janë në pajtim me bindjet dhe qëndrimet e tyre personale. Një pjesë e konsiderueshme (63.7%) pajtohen se informatat që i gjejnë në rrjetet sociale janë kryesisht të kontrolluara nga algoritmet.

Një shumicë e madhe e nxënësve (77.4%) nuk konsiderojnë se informatat në TV janë gjithmonë të vërteta, për dallim nga rreth një e pesta – 22.6% që i konsiderojnë si të vërteta.

II. Televizioni

Rreth gjysma e nxënësve (51.7%) e lidhin shikimin e televizionit me ndjekjen e TV kanaleve në televizor në kohën kur programet emetohen. Për 23% shikimi i TV paraqet ndjekjen e programeve me kërkesë në televizor. (përmes Netflix, HBO Go, Amazon Prime Video, Shoëtime etj.).

Pothuajse dy të tretat e nxënësve (65.4%) shikojnë më pak se një orë televizion gjatë një dite shkollore. Gjatë vikendeve koha e shikimit rritet, respektivisht 37.7% e nxënësve shikojnë televizion prej 1 deri 3 orë në ditë.

Garat sportive (38.5%) dhe filmat artistik (36.5%) janë më të famshme në mesin e nxënësve, respektivisht ato shikohen më së shumti.

¹² Informatë e cila është e gabuar ose qëllimisht e krijuar për të dëmtuar ndonjë person, grup, organizatë ose shtet. <https://recnik.medium.edu.mk/termin/dezinformacija/>

¹³ Informatë e pasaktë që është shpërndarë pa qëllim që të dëmtohet ose manipulohet. <https://recnik.medium.edu.mk/termin/pogresna-informacija-misinformacija/>

Pajtimi më i madh ekziston se në TV ka tepër reklama (80.8%). Rreth dy të tretat (64.6%) e nxënësve pajtohen se ka tepër lajme dhe emisione debative në TV. Nga ana tjetër, 59.5% e nxënësve shprehin mendimin se nuk ka programe të mjaftueshme të pëlqyera.

III. Interneti

Pothuajse të gjithë (93.1%) e nxënësve janë në internet përmes telefonave të tyre të mençur. Gjatë ditëve shkollore, 41% e nxënësve e shfrytëzojnë internetin rreth 3 orë në ditë, 31% e shfrytëzojnë prej 3 deri 5 orë në ditë dhe 29.2% mbi 5 orë në ditë. Gjatë vikendeve, më shumë se dy e treta (67.9%) e nxënësve kalojnë mbi 5 orë aktive në internet.

Rrjetet sociale (89%) dhe dëgjimi i muzikës online (72.6%) janë aktivitetet më të shpeshta në internet në mesin e nxënësve.

Video lojërat me gjuajtje (20.5%) dhe lojërat sportive (16.9%) janë kategoritë më të shpeshta që i luajnë nxënësit çdo ditë. Rezultatet tregojnë një numër të rritur që nxënësit i kalojnë duke luajtur video-lojëra gjatë vikendeve.

Tik Tok videot (62.1%) janë më të famshme në mesin e nxënësve. Për pothuajse gjysmën e të intervistuarve (46.2%) ato janë videot e shkurta (reals) në Instagram, ndërsa në vendin e tretë janë videot e shkurta (shorts) në Youtube (30,9%).

Te nxënësit e shkollave të mesme mbizotëron qëndrimi se përmbajtjet e rrjeteve sociale janë të vërteta (45.9%). Vetëm një e katërta – rreth 25% i marrin me rezervë përmbajtjet nëpër rrjetet sociale.

Instagrami (46.9%) është rrjeti më i famshëm social në mesin e nxënësve, pasuar nga Tik Tok (29.1%).

Një shumicë e konsiderueshme e nxënësve nuk do ti shpërndanin adresat e tyre (88%), e-mail adresat (82%) dhe numrat e telefonave celular (83%) në internet.

IV. Telefoni celular

Madje 86% e nxënësve i shfrytëzojnë telefonat celular për t'u kyçur çdo ditë në rrjetet sociale përmes aplikacioneve, duke e bërë këtë aktivitet më dominues në mesin e opsioneve për shfrytëzimin e telefonit celular.

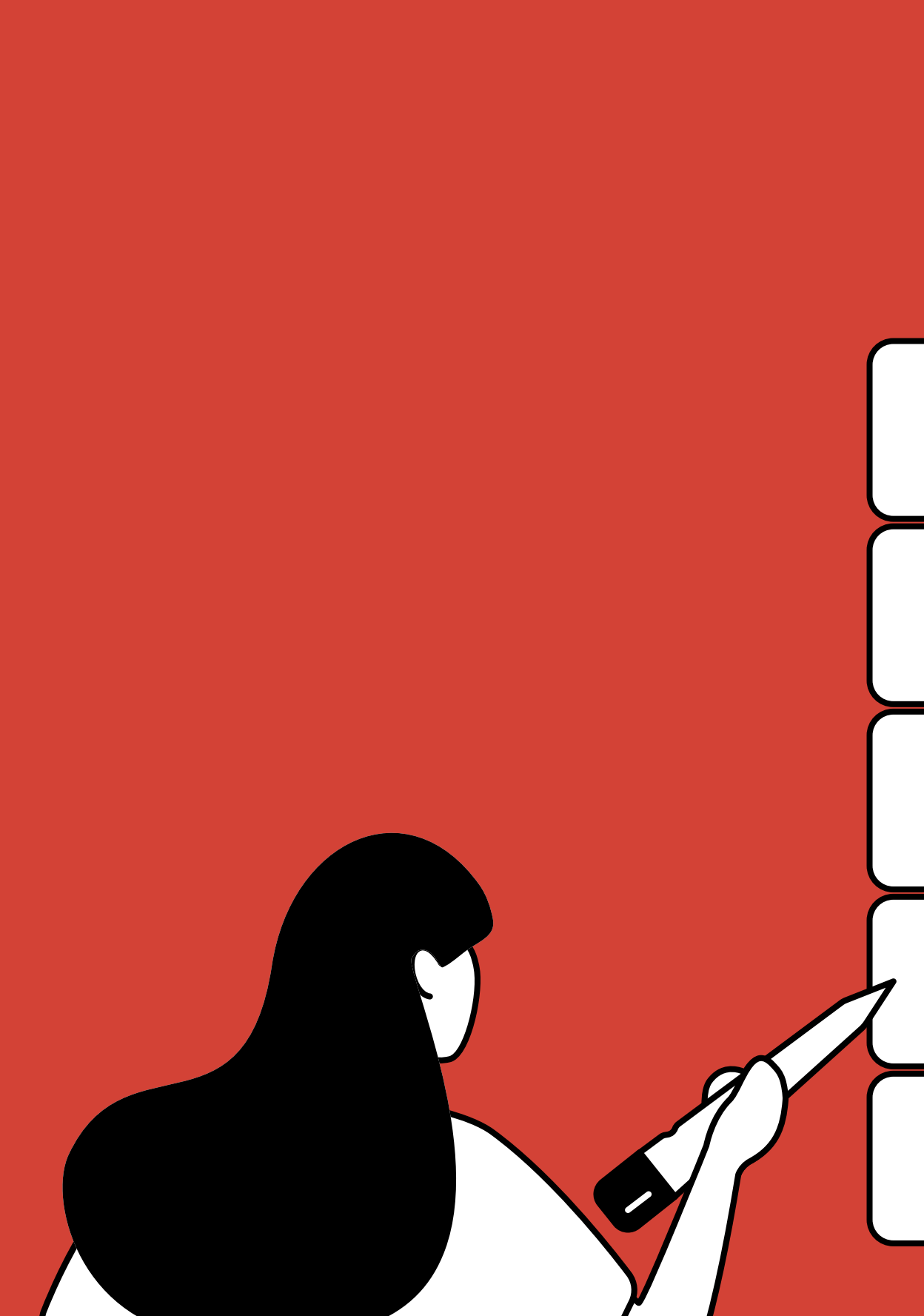
Nxënësit në mënyrë aktive dëgjojnë muzikë përmes telefonave celular, ku 76% e tyre e bëjnë çdo ditë. Më shumë se dy e treta e nxënësve (69%) shikojnë video çdo ditë përmes telefonave të tyre.

V. Shfrytëzimi i pajisjeve elektronike

Shfrytëzimi i telefonit celular për biseda (68,8%) dhe rrjetet sociale (67.1%) janë aktivitete që do t'u mungonin më shumë se dy të tretave të nxënësve.

Përdorimi i përditshëm i telefonave të mençur celular me një shifër dominuese prej 91.5% dhe shfrytëzimin e kompjuterëve ose laptopëve me 57%, tregon një shkallë të lartë të pranisë në mesin e nxënësve.

Gjashtë nga dhjetë nxënës konsiderojnë se nuk marrin mjaftë informata në shkollë për atë se si duhet ti shfrytëzojnë mediat, si dhe për rëndësinë e përmbajtjeve Mediatike.





Мердімі
критік

Препознавање
содржини и
информации

Телевизија

Интернет

Социјални
мрежи

Мобилен
телефон

Општи информации
и користење на
електронска опрема

[4]

ANALIZA DHE
REZULTATET E
HULUMTIMIT

1.1. Mendimi kritik

Mendimi kritik¹⁴ paraqet një proces i konceptualizimit, zbatimit, analizës dhe inkuadrimin të të gjitha informatave të mbledhura nga monitorimi ose përvoja, për të formuar mendimin ose qëndrimin personal. Mendimi kritik kërkon rishqyrtimin ose parashtrimin e pyetjeve për çdo gjë që shohim, dëgjojmë, lexojmë ose përjetojmë. Rezultat i mendimit kritik duhet të kenë vendimet e forta që bazohen në informata të besueshme.

Në pjesën e parë të hulumtimit, fokusi kryesor është vënë në mendimin kritik të nxënësve nga viti i parë dhe i dytë të shkollimit të mesëm të gjimnazit dhe atij profesional. Mendimi kritik është element kyç i arsimimit mediatik që ju mundëson të rinjve për të vlerësuar, analizuar dhe interpretuar përmbajtjet Mediatike në mënyrë që të jenë të vetëdijshëm dhe me orientim kritik. Kjo aftësi është tejet e rëndësishme në shoqërinë bashkëkohore ku informatat dhe

lajmet janë të qasshme dhe shpesh të prezantuara në mënyrë që njëanshme duke mos e pasqyruar realitetin.

Mendimi kritik ju mundëson nxënësve që të vlerësojnë burimet e informatave, të kuptojnë paragjykimet potenciale ose qëllimet prapa porosive Mediatike dhe kështu të formojnë qëndrime personale. Në kontekst të arsimimit mediatik, mendimi kritik është bazë për zhvillimin e aftësive për dallim të fakteve prej mendimeve, të vërtetës nga dezinformata dhe realitetit prej manipulimit.

Në pyetjen e parë të këtij seti, ishte dhënë një situatë hipotetike si vijon “Përnjëherë vëren shumë fotografi nga persona më të moshuar në risitë e tua të mediave sociale, e më pas kuptojnë se miqtë e tyre kanë shfrytëzuar aplikacione si FaceApp me qëllim që fytyrat e tyre të duken si më të moshuar. Këto aplikacione kërkojnë instalime, qasje në kamerë ose shtimin e të dhënave personale”. Prej nxënësve u kërkuar që të tregojnë nëse do t’u mundësojnë qasje të këtyre aplikacioneve ndaj të

14 Definicioni i mendimit kritik, burimi: <https://recnik.medium.edu.mk/termin/kriticko-razmisluvanje/>

dhënave, fotografive dhe videove të tyre. Përgjigjet tregojnë se shumica e nxënësve (87.2%) fillimisht do të kontrollojnë se në cilat të dhëna aplikacioni do të ketë qasje dhe kështu do të hamenden nëse do ta instalojnë. Shikuar më thellë, këto të dhëna tregojnë një nivel të lartë të vetëdijes për privatësinë e të dhënave ndërmjet nxënësve. Një përqindje e vogël e tyre (7.7%) konsiderojnë se nuk ekziston kurrfarë rreziku dhe se do të lejonin qasje në të dhënat e tyre pa ndonjë brengë, ndërsa 5.1% atë do ta bënin menjëherë, pa u menduar, që është gjithsej 12.8% e nxënësve që mendojnë se privacia dhe të dhënat e tyre nuk janë të cenuara nga instalimi i ndonjë aplikacioni.

Sipas rezultateve të kryqëzuara (Foto 1), për 5% më tepër nxënës nga arsimi profesional do ta kontrollojnë aplikacionin para instalimit, krahasuar me nxënësit e arsimit të gjimnazit.

Megjithatë, nëse merren parasysh përgjigjet e nxënësve ndaj pjesës tjetër të pyetjeve, përshtypja ndryshon. Këtu duhet të theksohet fenomeni “përgjigje të dëshiruara shoqërore” ku nxënësit dinë se çka duhet të bëjnë, çka është e dëshiruara ose e pranueshme në situata të

caktuara, por në praktikë veprojnë ndryshe. Kështu, nxënësit me gjasë dinë se duhet të kontrollojnë se në cilat të dhëna do të ketë qasje aplikacioni, por kjo njëkohësisht nuk nënkupton që atë e praktikojnë në realitet. Moskonzistenca e këtyre ndërmjet njohurive se çka duhet/ nuk duhet të bëhet (në mënyrë deklarative) dhe si duhet të sillen nxënësit në realitet, është e dukshme edhe gjatë përgjigjeve të bllokut të pyetjeve për shfrytëzimin e rrjeteve sociale (p.sh. Instagram, Tik-Tok, Snepchat, etj.) dhe popullaritetin e tyre te kjo grupmoshë. Kështu, si shembull, aplikacioni Instagram, i cili në këtë hulumtim e rekomandojnë 93.1% e nxënësve, gjatë regjistrimit dhe pranimi të kushteve për shfrytëzim, automatikisht mbledh të dhëna për emrin, mbiemrin, adresën elektronike, njohjen e fytyrave (nëse shfrytëzohet nga telefoni celular), lokacioni, informatat për pajisjet elektronike që i shfrytëzon individ dhe linket deri te adresat që i posedon, fotografitë që postohen dhe shpërndahen në profil historia e kërkimeve, numri i pëlqimeve, etj. Njëherë, në një grup tjetër të pyetjeve, pothuajse gjysma e nxënësve (47.9%) kishin deklaruar se i lexojnë kushtet e shfrytëzimit para regjistrimit në rrjetet

ose aplikacionet sociale, rreth 37.3% e nxënësve nuk kanë kohë për to, respektivisht automatikisht pajtohen me rregullat pa i lexuar, ndërsa rreth 14.8% janë përgjigjur se nuk do të humbnin kohë me to, sepse edhe ashtu nuk munden që ti ndryshojnë ato, që gjithsejtë janë 52.1% e atyre që nuk i lexojnë kushtet e shfrytëzimit para se të regjistrohen në ndonjë rrjet ose aplikacion të caktuar social. Së këndejmë, ato 87.2% të theksuara paraprakisht duhet të merren me rezervë, për arsye se me gjasë janë si rezultat i tendencës për të dhënë përgjigje të dëshiruara sociale. Në fakt, probabiliteti se ekziston një përqindje më e madhe e atyre që nuk u kushtojnë vëmendje më të madhe të asaj se në cilat të dhëna personale aplikacioni ka qasje, por e instalojnë për arsye të ndryshme (p.sh. sepse është e famshme, shumica e moshatarëve e shfrytëzojnë, e rrit nivelin e dukshmërisë dhe popullaritetit ndërmjet moshatarëve) etj.

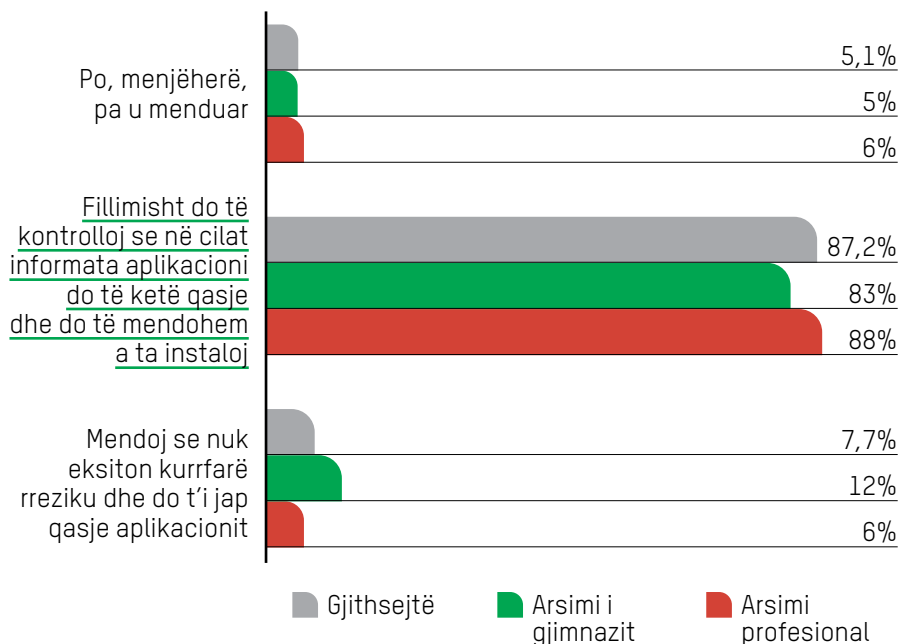
Situatë hipotetike:

Përnjëherë vëreni shumë fotografi nga njerëz të moshuar në risitë e tua në rrjetet sociale, e më pas kupton se miqtë e tu i kanë shfrytëzuar aplikacionet si Face App me qëllim që në fytyrat e tyre të duken më të vjetër. Këto aplikacione kërkojnë instalim, qasje në kamerë ose të shënoni të dhëna personale.



Foto 1.

A do të mundësonit qasje për këto aplikacione në të dhënat, fotografitë dhe videot e juaja?



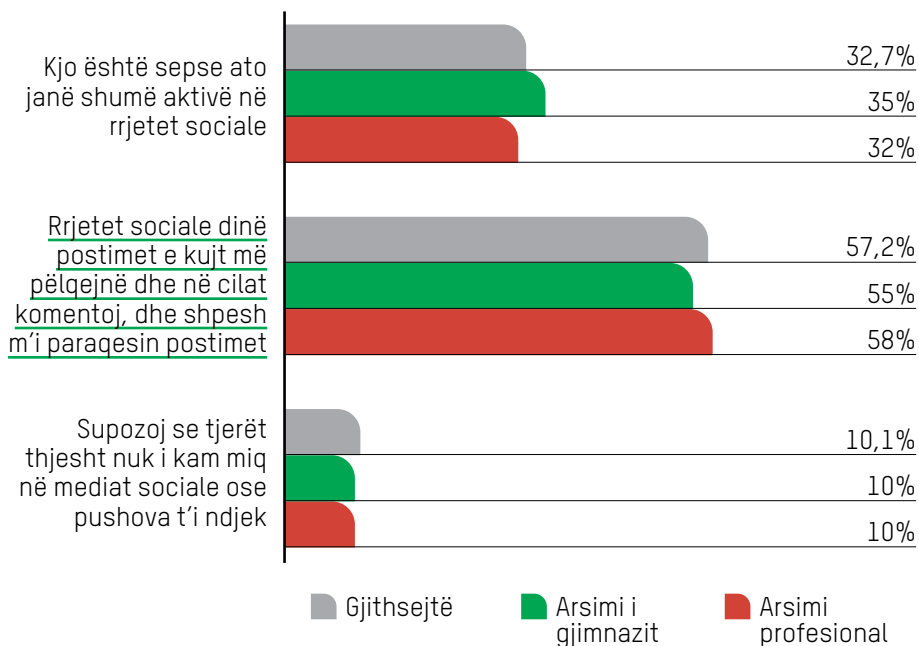
Në pyetjen e tretë, 57.2% e nxënësve besojnë se rrjetet sociale ju paraqesin postime të njerëzve që i pëlqejnë dhe të cilët i komentojnë. Tre nga dhjetë nxënës (32.7%) janë të qëndrimit se ajo është ashtu sepse ata janë shumë aktivë në rrjetet sociale. Një në dhjetë (10.1%) supozon se të tjerët thjeshtë nuk janë miq të tyre

në rrjetet sociale dhe ai/ajo ndërpret ndjekjen e tyre.

Në aspekt të kësaj pyetje, nuk janë shqyrtuar dallimet më të rëndësishme statistikore ndërmjet arsimit të gjimnazit dhe atij profesional (Foto 2).

Foto 2.

Kohën e fundit, në rrjetet sociale shikon lajme dhe postime vetëm prej ndonjërit nga shokët.. Pse mendon se është ashtu?

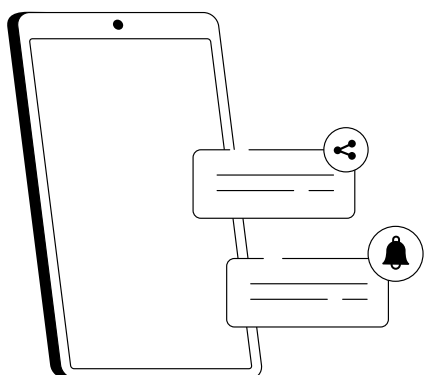
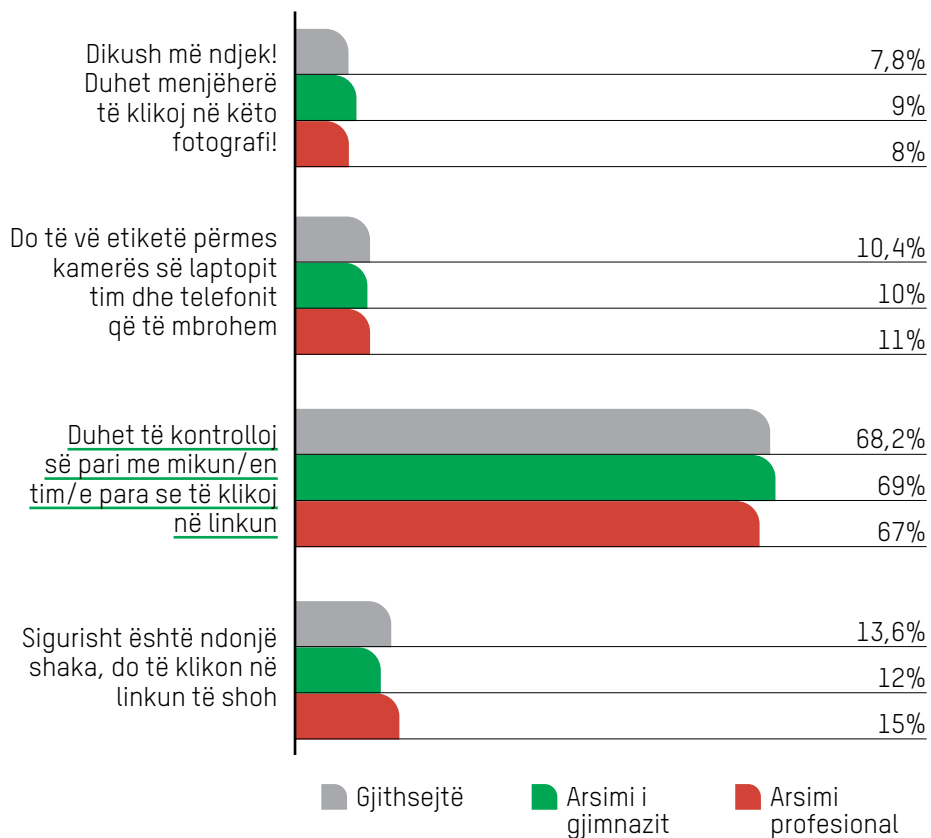


Në pyetjen e radhës së këtij grupi: Miku/mikja jote të ka dërguar link me porosi "Obobo, nuk mund ta paramendoj se ti mund ta bësh këtë. Ka edhe fotografi madje. Cili është reagimi yt?", më shumë se dy e treta e nxënësve (68.2%) fillimisht do ta kontrollonin mikun e tyre para se të klikonin në linkun e dyshimtë. Letër

ngjitëse në kamerën e lloptopit ose telefonit do të vendosnin vetëm 10.4% e nxënësve, ndërsa 13.6% konsiderojnë se bëhet fjalë për shaka dhe do të klikonin në linkun nga kurioziteti. Nuk janë shqyrtuar edhe statistikat e rëndësishme ndërmjet arsimit të gjimnazit dhe atij profesional (Foto 3).

Foto 3.

Miku/ja yt/jote të ka dërguar link me porosi "Of, nuk munda as të mendoj se mund ta bësh këtë. Madje ka edhe fotografi". Çfarë është reagimi yt?

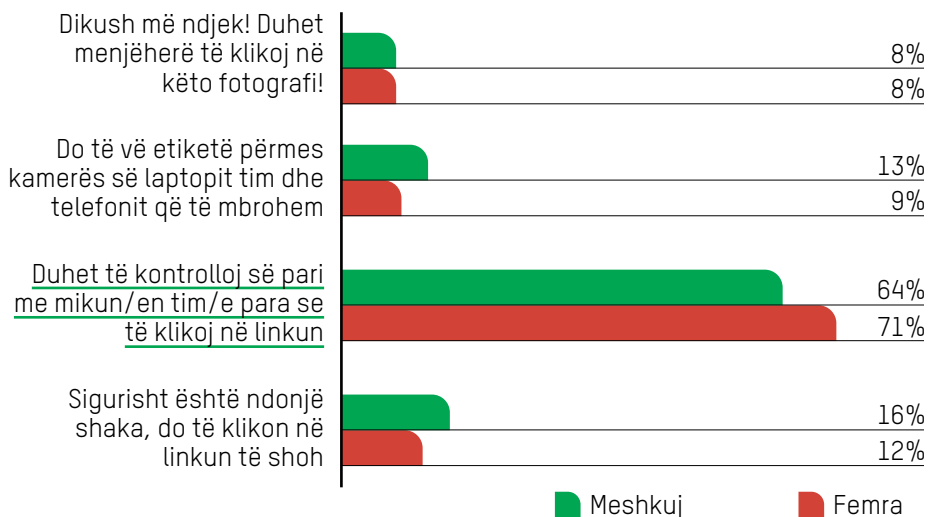


Megjithatë, te përgjigjet e kësaj pyetje, janë vërejtur dallime sipas gjinisë, ku nxënësit janë më të kujdesshëm lidhur me nxënësit (Fotografia 3.1)

Foto 3.1

Miku/ja yt/jote të ka dërguar link me porosi "Of, nuk munda as të mendoj se mund ta bësh këtë. Madje ka edhe fotografi". Çfarë është reagimi yt?

Rezultate të kryqëzuara sipas gjinisë



Nxënësit u pyetën nëse janë të njohur me ndonjë nga teknikat dhe mjetet për kontrollin e prejardhjes së fotografisë së publikuar në internet. Pothuajse të gjithë nxënësit (96.3%) janë përgjigjur negativisht, ndërsa një përqindje e vogël (3.7%) janë përgjigjur pozitivisht. Nga të intervistuarit që janë përgjigjur se njohin teknikat dhe mjetet (3.7%), më së shpeshti i kanë përmendur **Google Lense** (18.2%), **Google Images** (12.1%) dhe **Google** (gjithashtu 12.1%). Konstatimi i këtillë është tejet indikativ dhe duhet të merret

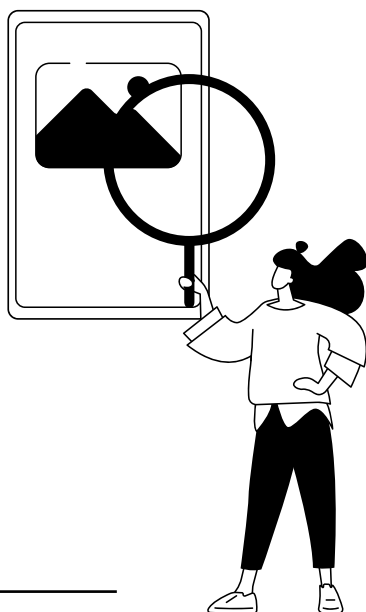
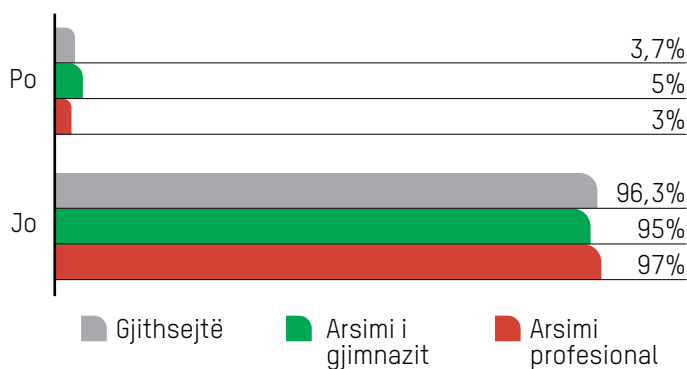
parasysh seriozisht gjatë planifikimit të strategjive dhe intervenimeve në aspekt të forcimit të shkathtësive për arsimim mediaik të adoleshentëve. Në fakt, të dhënat se 96.3% e nxënësve që janë pjesë e këtij hulumtimi nuk e dinë se si të kontrollojnë prejardhjen e ndonjë fotografie të publikuar në internet, vetvetiu e imponon nevojën për shtimin e aktiviteteve dhe përmbytjeve në kuadër të mësimdhënies që do ti ndihmojnë për të fituar njohur për këtë temë. Një prej mënyrave për të bërë këtë, është që të organizohet një seri e ligjëratave

në kuadër të orëve të kujdestarisë ose orëve të informatikës nga ana e personave profesional (p.sh. profesorë universitarë nga profilet adekuate ose specialistë të sigurisë kibernetike që punojnë në sektorët relevantë të MPB-së në këtë problematikë), ku do të

prezantohen njohuritë teorike dhe empirike, të pasuara nga shembujt praktik, e më pas nxënësit do të ushtojnë nën mbikëqyrje, me qëllim që të konstatohen njohuritë dhe të mësojnë se si në të ardhmen pavarësisht ti shfrytëzojnë teknikat dhe mjetet që i kanë në dispozicion.

Foto 4.

A je i/e njoftuar me disa teknika dhe mjete për kontrollin e origjinës së fotografisë në internet



Në pyetjen: “A konsideron se është e domosdoshme që të lexohen politikat (Terms of reference) para se të regjistrohesh në ndonjë rrjet social ose aplikacion”, pothuajse gjysma e nxënësve (47.9%) kanë deklaruar se i lexojnë kushtet e shfrytëzimit para regjistrimit në rrjetet sociale ose aplikacione, ndërsa rreth 37.3% e nxënësve nuk kanë kohë për

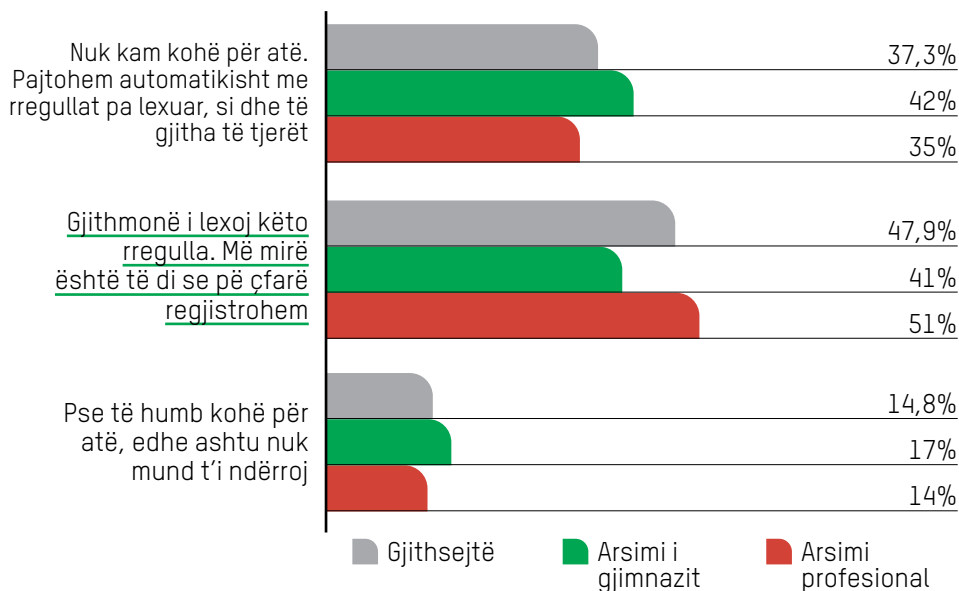
atë, respektivisht automatikisht pajtohen me rregullat pa i lexuar. Rreth 14.8% janë përgjigjur se nuk do të humbnin kohë në to, sepse edhe ashtu nuk mund ti ndryshojnë. Ato janë gjithsejtë 52.1% e atyre që nuk i lexojnë kushtet e shfrytëzimit para regjistrimit në rrjetet sociale ose aplikacione, që është përqindje më e madhe krahasuar me ata që e bëjnë atë para se të instalojnë diçka. Përgjigjet e këtilla janë në kontradiktë me përqindjen e lartshënuar (87.2%)

të përgjigjeve të nxënësve se fillimisht do të kontrollonin se në çfarë të dhënash aplikacioni do të ketë qasje, kështu duke menduar nëse do ta instalojnë të njëjtën.

Në aspekt të të dhënave të kryqëzuara të qëndrimi “Gjithmonë i lexoj këto rregulla. Më mirë të dijë se ku po regjistrohem”, nxënësit e shkollave profesionale më përqindje më të madhe konsiderojnë se është e domosdoshme që të lexohen politikat (Foto 5).

Foto 5.

A konsideron se është e domosdoshme t’i lexosh politikat (Terms of reference) para se të regjistrohesh

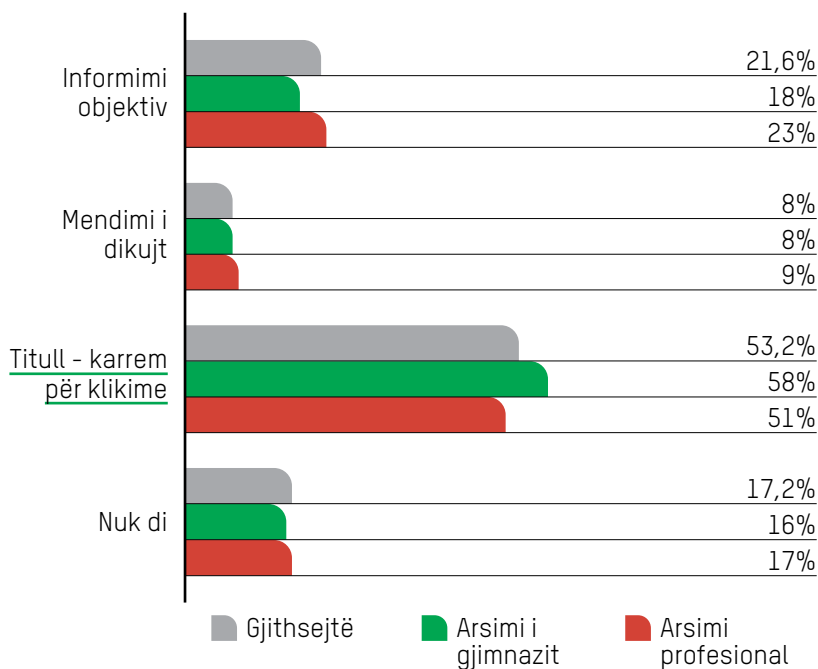


Të pyetur se çfarë mendojnë që paraqet kjo shprehje: “SHOKUESE: Shikoni se çka ndodhi mbrëmë në Shkup...a jeni gati! (VIDEO)”, **më tepër se gjysma e nxënësve** kryesisht e perceptojnë si titull-karrem për klikime (53.2%). Mbi një e pesta 21.6% e nxënësve konsiderojnë se ky është

një shembull për informim objektiv. Përgjigja se bëhet fjalët për titull-karrem për klikime është për 7% më e pranishme te nxënësit e gjimnazeve, krahasuar me nxënësit e shkollave profesionale (Foto 6).

Foto 6.

Titulli: “SHOKANTE: Shihni se çfarë ndodhi dje në Shkup...jini gati! (VIDEO)” është shembull për:



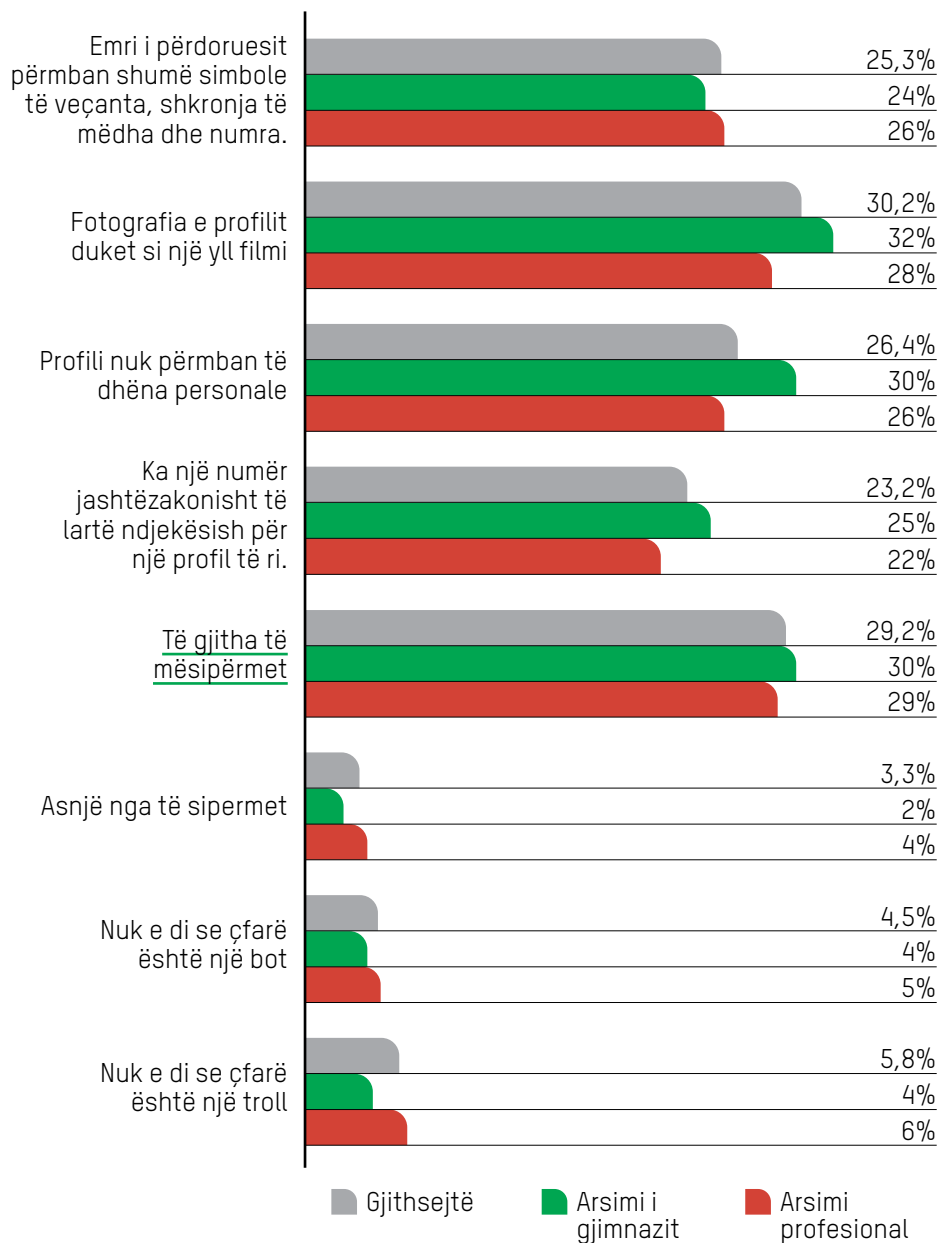
Pyetja e radhës nga ky grup hulumton njohjen e elementeve që mund të potencojnë për bot ose troll¹⁵. Në lidhje me atë se si duhet të dinë se a bëhet fjalë për bote ose trolle në rrjetet sociale, **tre nga dhjetë nxënës (29.2%) konsiderojnë se katër karakteristikat e theksuara mund të potencojnë se ka bot ose troll, ndërsa te përgjigjet e tjera ka hamendje të caktuar**, me që nxënësit më së shpeshti konsiderojnë se si indikacione më të mundshme janë fotoja e profilit që duket si artist filmi (30.2%) edhe ajo se profili nuk përmban të dhëna personale (26.4%). Një përqindje e vogël e atyre (gjithsejtë 13.6%) që janë përgjigjur, nuk e dinë se çka është ajo, respektivisht asnjë prej karakteristikave të theksuara nuk u tregon se bëhet fjalë për bot ose troll (Foto 7).



15 Sipas definicioneve të Fjalorit të arsimimit mediatic, bot është program kompjuterik që realizon detyra automatike që përsëriten, veçanërisht me program të dizajnuar që të bëjë veprime keqdashëse; ose kompjuterë që është nën kontrollin e një bote dhe mund të shfrytëzohet për qëllime keqdashëse si pjesë e një rrjeti të kompjuterëve të kontrolluar ose programi dhe linku (p.sh. në një lojë) të dizajnuara që ti imitojnë procedurat e ndonjë personi (<https://recnik.medium.edu.mk/termin/bot/>). Në komunikimin e internetit, troll është një person që shkakton grindje, duke hapur tema kontroverse ose sulme ndaj pjesëmarrësve të tjerë (<https://recnik.medium.edu.mk/termin/troll/>).

Foto 7.

Cila prej këtyre elementeve në vijim mund të sugjerojë se profili në mediat sociale/online mund të jetë bot ose troll:



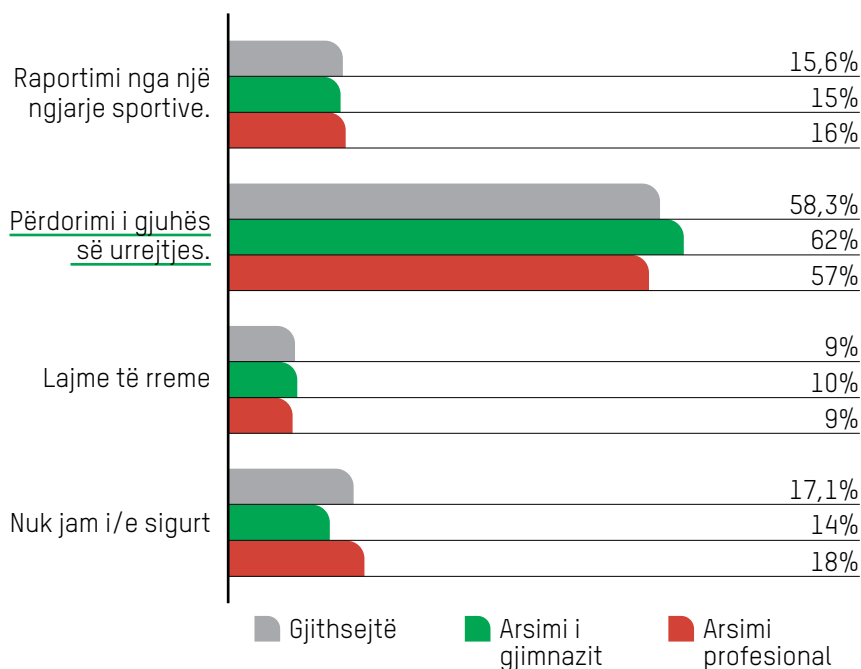
Pyetja si vijon: Titulli *"Tifozët protestonin në Shkup para ndeshjes futbollistike: T'i vrasim "qentë!"* është kryesisht e njohur te nxënësit si **përdorim i gjuhës së urrejtjes** (58.3%), ndërsa 15.6% e nxënësve konsiderojnë se kjo është shembull për informim nga një ngjarje sportive. Një përqindje e vogël (9%) e nxënësve konsiderojnë se ky është shembull i lajmi të rremë. Më pas, 17.1% nuk janë të sigurt se për çfarë bëhet fjalë. Nëse analizohet së bashku me përqindjen e përgjigjeve të atyre që konsiderojnë se është informim për ngjarje sportive dhe atyre që nuk janë të sigurt, si dhe atyre që e konsiderojnë si lajm të rremë, fitohen gjithsejtë 41.7% që nuk e dinë se më deklaratën e këtillë (qoftë edhe lajm i rremë) diçka nuk është në rregull, respektivisht nuk e njohin gjuhën eksplicite të urrejtjes që është në përmbajtje të titullit të theksuar. Kjo ndodh sepse nëse qëllimi i tifozëve ka qenë që ti dëshirojnë fitore ekipit të tyre futbollistik, atë kanë mundur që ta formulojnë më ndryshe (p.sh: "Të tregojmë se si luhet futboli!").

Në aspekt të të dhënave të kryqëzuara, për 5% më tepër nënës të arsimit të gjimnazit, konsiderojnë se kjo është shembull i shfrytëzimit të gjuhës së urrejtjes, krahasuar me nxënësit e arsimit profesional (Foto 8).



Foto 8.

Titulli: "Tifozët protestuan në Shkup para garës së futbollit:
T'i vrasim "qentë"! është shembull për:



Në pyetjen: "Është e rëndësishme të dimë kush janë pronarët e mediave, sepse?", për 55.3% të nxënësve të anketuar, njohuria për pronësinë e mediave është e rëndësishme sepse mund të ndikojë në informacionet që mediat vendosin të transmetojnë. Rreth 17.3% mendojnë se pronësia nuk ka ndikim në përmbajtjen e mediave dhe se janë gazetarët ata

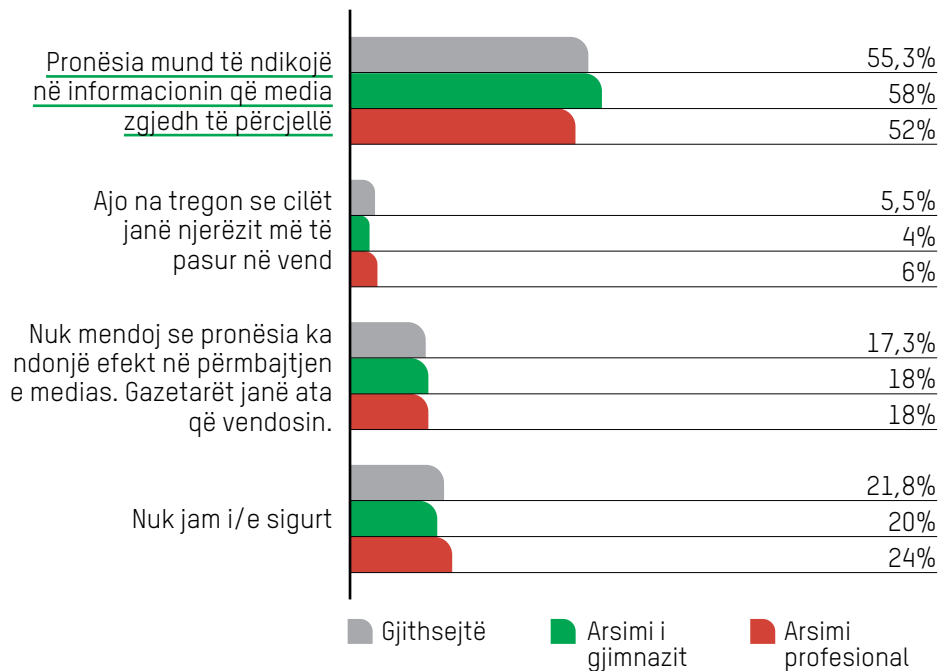
që vendosin, ndërsa 21.8% nuk janë të sigurt. Kështu, gjithsej 39.1% nuk kanë një pamje të saktë për politikën redaktuese të mediave dhe mënyrën si merren vendimet për atë se çfarë përmbajtje mediatike do të transmetohet dhe si do të arrijë te publiku. Kjo tregon nevojën për rritjen e informimit mbi rregulloret mediatike për këtë grup nxënësish.

Një numër pak më i madh nxënësish nga arsimi gjimnazial pajtohen me deklaratën “Pronësia mund të ndikojë në informacionet që mediat vendosin

të transmetojnë”, krahasuar me nxënësit nga arsimi profesional (Foto 9).

Foto 9.

Është me rëndësi të dimë se cilat janë pronarët e mediave, sepse?

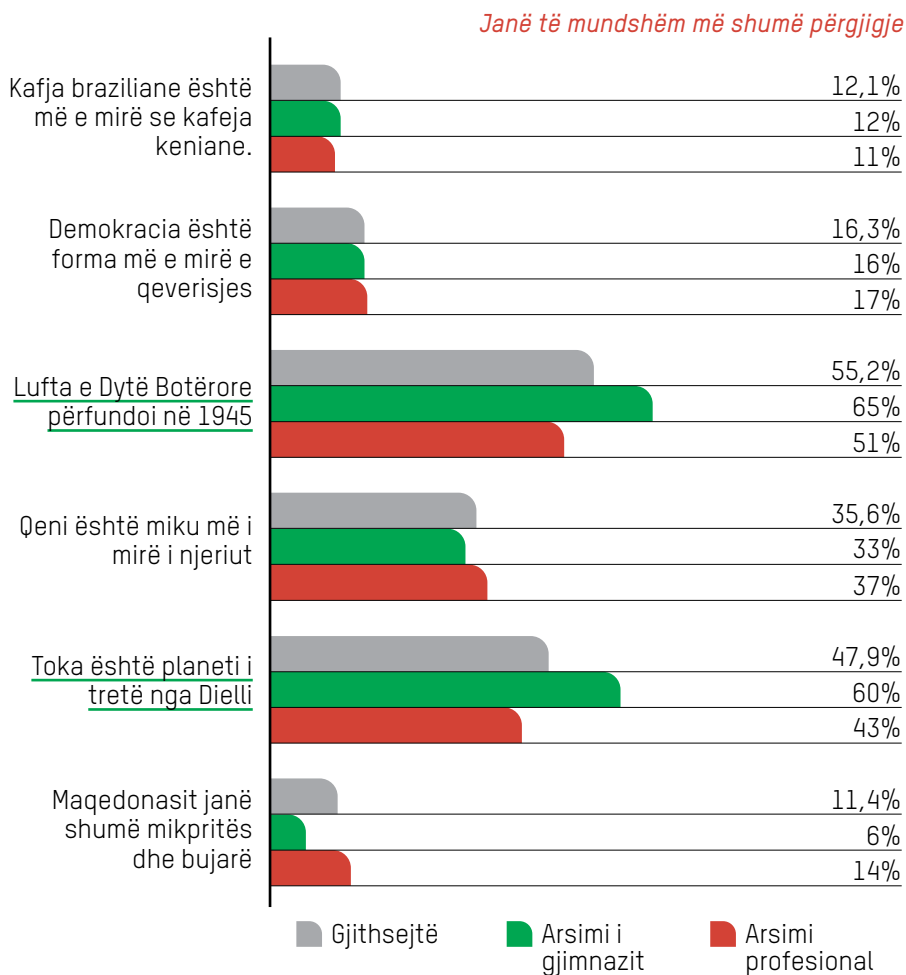


Më pas, nxënësve të anketuar iu kërkua të vendosnin nëse disa shembuj janë fakte apo jo. Nxënësit më shpesh i njohin faktet historike dhe shkencore siç është përfundimi i Luftës së Dytë Botërore në vitin 1945 (55.2%) dhe që Toka është planeti i tretë nga Dielli (47.9%). Rreth 35.6% e nxënësve e cilësojnë si fakt mendimin se qeni është miku më i mirë i njeriut.

Një përqindje më e madhe e gjimnazistëve, në krahasim me nxënësit e arsimit profesional (Foto 10), i kanë njohur si fakte deklaratat “Toka është planeti i tretë nga Dielli” (60% kundrejt 43%) dhe “Lufta e Dytë Botërore përfundoi në vitin 1945” (65% kundrejt 51%).

Foto 10.

Në mediat mund të hasim shumë fakte, por edhe mendime të dikujt. Sipas teje, cilat prej shembujve më poshtë janë fakte?



Si përfundim për këtë segment të parë, mund të thuhet se nxënësit në përgjithësi janë të vetëdijshëm se rrjetet sociale dhe aplikacionet mund të cenojnë privatesinë e tyre dhe

se duhet të marrin masa paraprake për të shmangur këtë. Shumica prej tyre do të bënin kontrollë paraprake para se të klikojnë në një link të dyshimtë, por në të njëjtën kohë

përqindja më e madhe e nxënësve nuk dinë të përdorin teknika dhe mjete për verifikimin e vërtetësisë së fotografive që shohin online. Gjithashtu, më shumë se gjysma nuk i lexojnë kushtet e përdorimit përpara se të regjistrohen në një rrjet social apo aplikacion të caktuar. Përveç kësaj, më shumë se gjysma e nxënësve kryesisht dinë të njohin "clickbait"-et, si dhe të njohin botet dhe trollet në rrjetet sociale (megjithëse përqindja e atyre që i njohin të katër indikatorët është vetëm 29.2%). Njohja e gjuhës së urrejtjes në këtë studim nuk është në një nivel të kënaqshëm dhe nevojitet më shumë punë në këtë drejtim. Është e nevojshme gjithashtu një informim më i gjerë mbi funksionimin e mediave nga aspekti i politikave redaktuese, në mënyrë që nxënësit të fitojnë një kuptim më të thellë për mënyrën e selektimit të përmbajtjeve mediatike që arrijnë te publiku. Në fund, megjithëse përqindja më e madhe e nxënësve bën dallimin midis fakteve dhe mendimeve që janë matur në këtë studim, kjo përqindje duhet të jetë shumë më e lartë. Në tërësi, informimi dhe njohuritë mbi disa rregulla të sjelljes në hapësirën e internetit, nuk nënkupton automatikisht se të njëjtat do të praktikohen në

sjelljen e përditshme të nxënësve. Për më tepër, nuk nënkupton as se është zhvilluar një kuptim më i thellë i thelbit dhe arsytet pse disa rregulla duhet të respektohen për një përdorim të sigurt të rrjeteve sociale. Prandaj, duhet vazhduar me zhvillimin e mendimit kritik, që është një proces i ndërlikuar dhe afatgjatë që nënkupton një shkallë të caktuar të zhvillimit kognitiv dhe maturisë emocionale, e jo vetëm zotërimin e një sasi të caktuar informacioni që nuk aplikohet plotësisht në realitet. Kjo situatë i atribuohet edhe periudhës zhvillimore në të cilën ndodhen nxënësit. Në veçanti, moshë 15-16 vjeç i përket nënperiudhës së adoleshencës së mesme, kur ndodhin ndryshime të shumta dhe dinamike në të gjitha fushat e zhvillimit; kur truri ende zhvillohet intensivisht dhe adoleshentët jo gjithmonë shfaqin sjellje racionale, sepse zonat përgjegjëse për marrjen e vendimeve racionale dhe mendimin për pasojat afatgjata të veprimeve të tyre zhvillohen të fundit. Kjo është një periudhë kur agjenti dominues i socializimit janë bashkëmoshatarët, kështu që nuk është e pazakontë që adoleshentët të bien nën presionin e bashkëmoshatarëve dhe të tregojnë sjellje të paqëndrueshme, të

dëshirojnë të jenë të dukshëm dhe popullorë, të eksperimentojnë dhe të rrezikojnë, të jenë të pasigurt për çfarë të zgjedhin dhe çfarë vendimi të marrin duke qenë të vetëdijshëm se ka shumë mundësi. Gjithashtu, është një periudhë kur është shumë e rëndësishme të jenë pjesë e grupit të bashkëmoshatarëve, ndonjëherë edhe me çmimin e sjelljes në mënyrë që nuk do të pranohej nga autoritetet, vetëm për të mos u përjashtuar nga grupi. Prandaj, në adoleshencë zhvillimi i trurit është më i harmonizuar me mbështetjen sociale, sesa me pasojat afatgjata të sjelljes. Në të njëjtën kohë, operacionet formale me format e tyre më komplekse të mendimit, siç është ai hipotetiko-deduktiv, në moshën 15-16 vjeç ende zhvillohen intensivisht. Zhvillimi i mendimit kritik është ngushtësisht i lidhur me zhvillimin e operacioneve formale që fillon pas moshës 12 vjeç. Për të zhvilluar mendimin kritik, është e nevojshme të arrihet deqentrimi dhe ulja e egoizmit, që ende është i pranishëm në periudhën e adoleshencës dhe shfaqet në tre forma: pamundësia për të dalluar universalen nga specifikja, pamundësia për të dalluar subjektiven nga objektiva dhe pamundësia për të dalluar ngjarjet

e përkohshme nga ato më të thella. Egoizmi, nga ana tjetër, është ngushtësisht i lidhur me ruminacionin (përjetimin e mendimeve), domethënë mendimin obsesiv për shqetësimet e përqendruara tek vetja, për shkak të së cilës disa adoleshentë mund të zgjidhin problemet e tyre me miqtë në telefon, përmes mesazheve, në rrjetet sociale etj. Duke marrë parasysh të gjitha këto, **periudha e adoleshencës së mesme ka një potencial të madh për zhvillimin e mendimit kritik përmes aktiviteteve të zgjedhura në mënyrë të duhur, që njëkohësisht do të përmirësojnë edhe njohuritë mediatike të nxënësve.**

1.2.

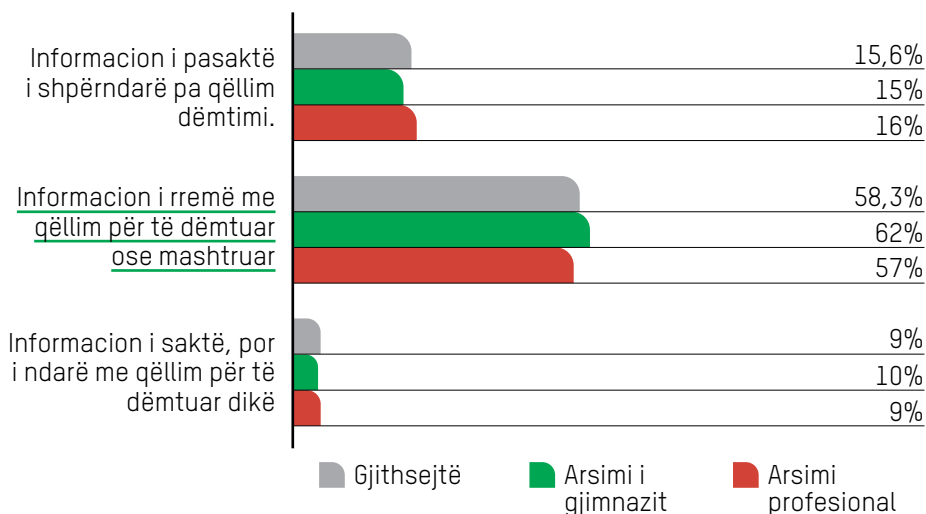
Njohja e përmbajtjeve dhe informacioneve

Në lidhje me atë që përfaqëson termi dezinformim, dy të tretat e nxënësve (66.7%) e përkufizojnë dezinformimin si informacion të pasaktë të publikuar

me qëllim për të dëmtuar dikë ose për të gënjer. Një e katërta e nxënësve të anketuar (26.9%) besojnë se është informacion i pasaktë i shpërndarë pa qëllim për të dëmtuar. Perceptimi se dezinformimi është informacion i pasaktë me qëllim për të dëmtuar dikë ose për të gënjer është i qëndrueshëm midis nxënësve të arsimit të përgjithshëm dhe atij profesional (Foto 11).

Foto 11.

Cila përgjigje më mirë sqaron se çfarë është dezinformatë:



Në pyetjen "Cili përgjigje shpjegon më mirë se çfarë është keqinformimi (informacion i gabuar)?", 62% e nxënësve bien dakord se ai përfaqëson informacion të pasaktë të

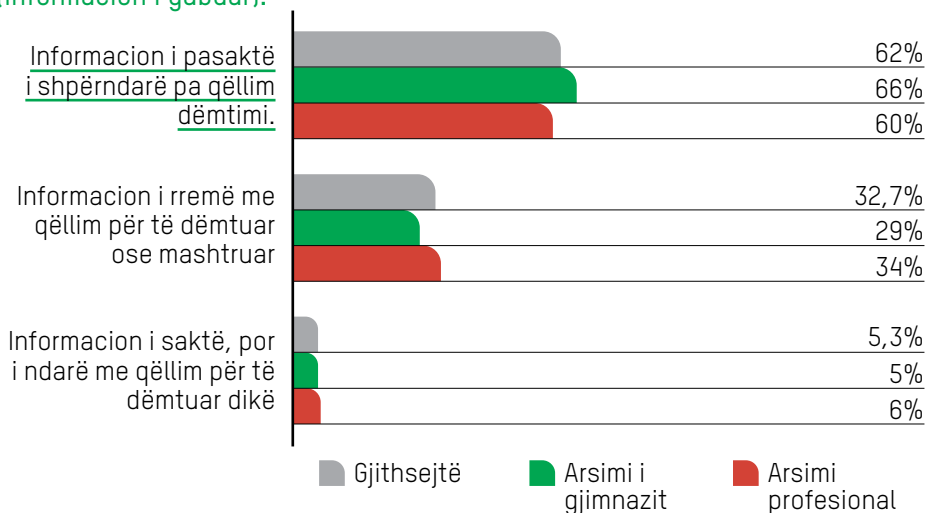
shpërndarë pa qëllim për të dëmtuar. Për tre nga dhjetë të anketuar (32.7%) është informacion i pasaktë me qëllim për të dëmtuar dikë ose për të gënjer.

Në lidhje me rezultatet e kryqëzuara, nxënësit e arsimit të përgjithshëm janë pak më të prirur të mendojnë

se ai është informacion i pasaktë i shpërndarë pa qëllim për të dëmtuar (Foto 12).

Foto 12.

Cila fotografi sqaron më mirë se çfarë është misinformacion (informacion i gabuar):



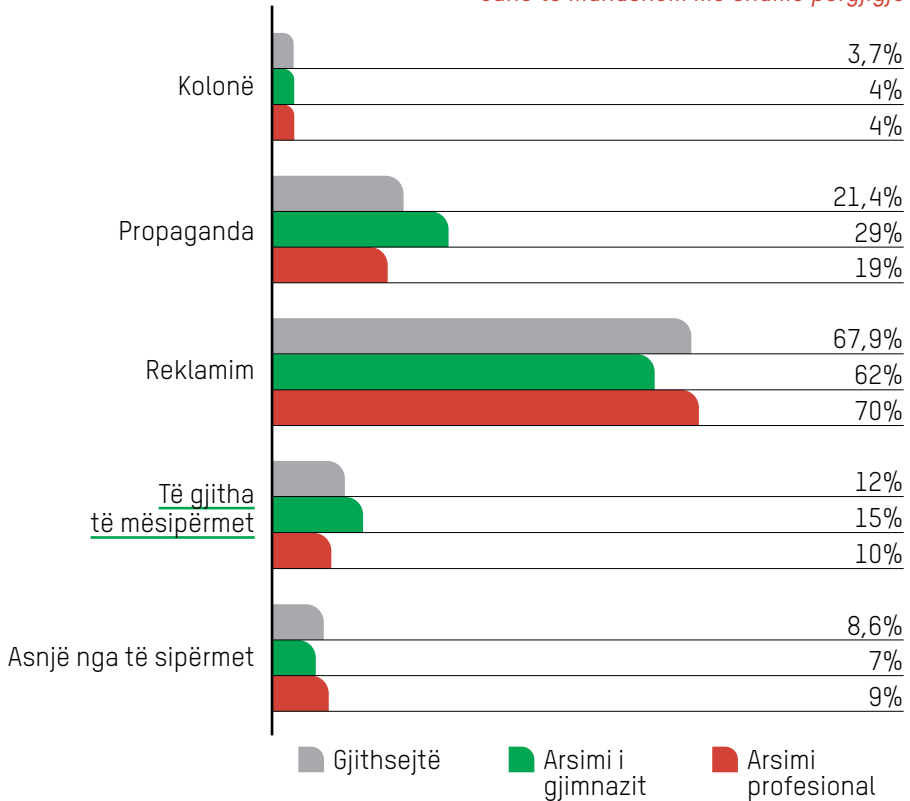
Në pyetjen “Cilat nga përmbajtjet mediatike më poshtë kanë për qëllim të na bindin për diçka”, shumica e nxënësve (67.9%) besojnë se **reklamat** kanë një qëllim të tillë. Për dy nga dhjetë të anketuar (21.4%) **propaganda** gjithashtu ka për qëllim të na bindë për diçka.

Në lidhje me të dhënat e kryqëzuara, nxënësit e arsimit profesional janë 8% më të prirur të njohin reklamat si një mjet bindjeje sesa gjimnazistët dhe 10% më pak të prirur të identifikojnë propagandën si një mjet bindjeje (Foto 13).

Foto 13.

Cilat prej përmbajtjeve mediatike kanë për qëllim të na bindin në diçka:

Janë të mundshëm më shumë përgjigje



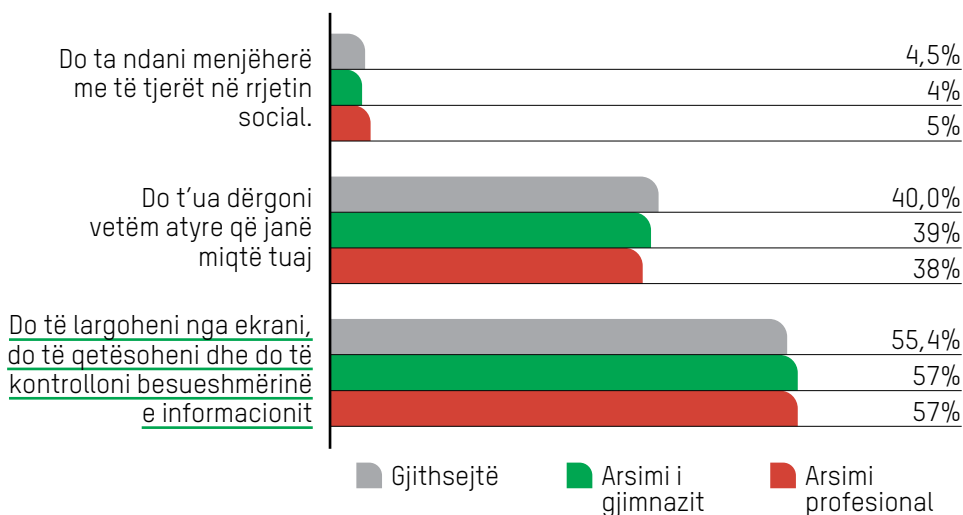
Më tej, nxënësit u pyetën se si do të reagonin nëse do të hasnin një postim të tronditës. Kështu, diçka më shumë se gjysma e nxënësve (55.4%) do të largoheshin nga ekrani dhe do të kontrollonin vërtetësinë e informacionit përpara se të reagojnë. Katër nga dhjetë nxënës (40%) do

t'ia dërgonin postimin miqve të tyre, ndërsa vetëm 4.5% menjëherë do ta ndanin me të tjerët në rrjetet social.

Në lidhje me këtë pyetje nuk janë vërejtur dallime statistikore të rëndësishme midis arsimit të përgjithshëm dhe atij profesional (Foto 14).

Foto 14.

Nëse në rrjetet sociale has njëfarë postimi që është shokant bën të jesh i/e hidhënuar, i/e shqetësuar ose i/e tërbuar:



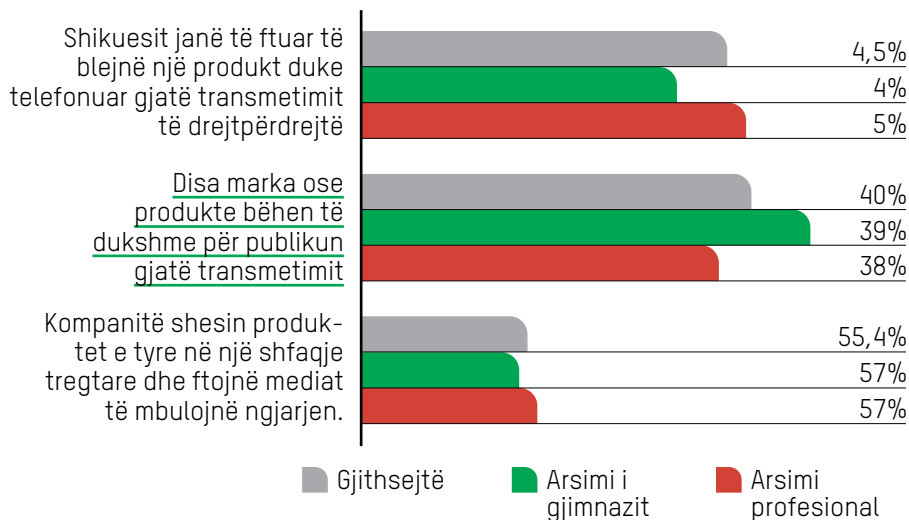
Në kontekstin e pyetjes për vendosjen e produkteve, si formë e reklamimit mediatic, 42.3% e nxënësve besojnë se vendosja e produkteve ndodh kur markat bëhen të dukshme gjatë transmetimit të programit, ndërsa për 39.7% vendosja e produkteve ndodh kur shikuesit ftohen të blejnë një produkt duke telefonuar gjatë një programi televiziv të drejtpërdrejtë. Një përqindje më e vogël (18%) e nxënësve të anketuar besojnë se ky term nënkupton procesin kur

kompanitë shesin produktet e tyre në një panair dhe ftojnë mediat të mbulojnë ngjarjen.

Të dhënat e kryqëzuara sipas llojit të shkollës tregojnë se nxënësit e arsimit të përgjithshëm në një përqindje më të lartë besojnë se përgjigja e saktë është që markat/produktet bëhen të dukshme gjatë transmetimit të programit, në krahasim me nxënësit e arsimit profesional (Foto 15).

Foto 15.

Plasimi i produkteve, si formë e reklamimit mediatik, ndodh kur:



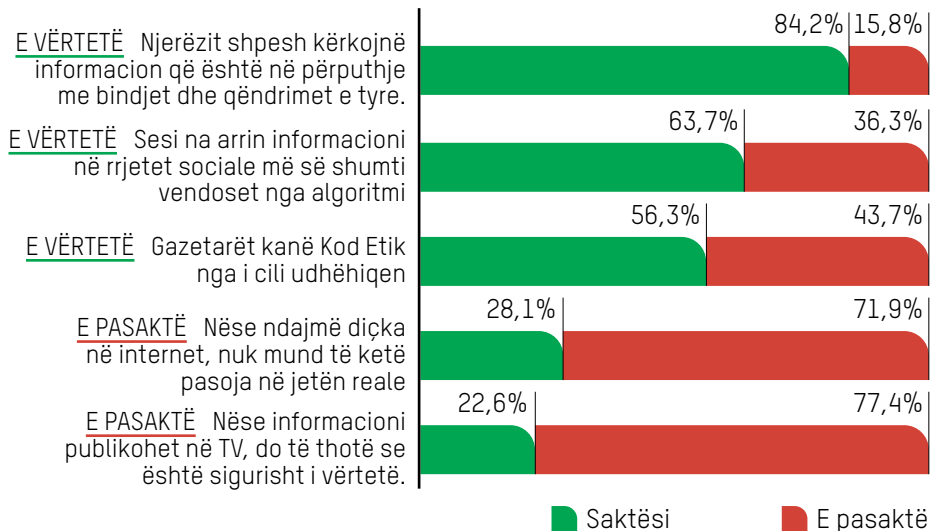
Në pyetjen e radhës, nxënësit u anketuan për mendimet e tyre në lidhje me saktësinë e disa deklaratave në lidhje me rrjetet sociale. Kështu, shumica e nxënësve (84.2%) besojnë se njerëzit shpesh kërkojnë informacione që janë në përputhje me bindjet dhe qëndrimet e tyre. Një pjesë e konsiderueshme e nxënësve (63.7%) bien dakord se informacionet që marrin nga rrjetet sociale kryesisht kontrollohen nga algoritmet. Më shumë se gjysma e nxënësve (56.3%) besojnë se gazetarët ndjekin një kod etik, ndërsa 43.7% mendojnë se kjo nuk është e vërtetë. Pak më shumë

se një e katërta (28.1%) e nxënësve besojnë se nëse ndajnë diçka online, nuk mund të ketë pasoja në jetën reale, përkundrazi 71.9% e tyre kanë mendim të kundërt. Një përqindje më e vogël e të anketuarve (22.6%) besojnë se informacionet e publikuara në TV janë gjithmonë të vërteta, ndërsa shumica (77.4%) mendojnë se kjo nuk është e vërtetë (Foto 16).

Në lidhje me këtë pyetje nuk janë vërejtur dallime statistikore të rëndësishme midis arsimit të përgjithshëm dhe atij profesional.

Foto 16.

Sipas teje, çfarë është në vijim e saktë ose e pasaktë në rrjetet sociale?



Si konkluzion i gjetjeve të segmentit të dytë, mund të thuhet se shumica e studentëve e njohin atë që është dezinformim dhe çfarë është misinformim, megjithëse kjo përqindje duhet të jetë shumë më e lartë nëse duam të arrijmë edukim të vërtetë mediatik te nxënësit në vitin e parë dhe të dytë. Gjithashtu, duhet të kontrollohet se sa vërtet e kuptojnë dallimin (dhe jo vetëm sa e njohin atë) dhe sa me sukses mund të identifikojnë dezinformimin ose keqinformimin në shembuj realë, dhe jo vetëm t'i dallojnë si përkufizime (siç është matur në këtë studim).

Më tej, shumica e nxënësve besojnë se reklamat dhe propaganda kanë për qëllim të na bindin për diçka. Përgjigjet për pyetjet lidhur me reagimin ndaj informacioneve të tronditës tregojnë se shumica e nxënësve përdorin mënyra reagimi si kontrolli i vërtetësisë së informacionit përpara se të reagojnë ose tërheqja nga ekrani. Përqindjet e detektimit të përgjigjeve të sakta dhe të pasakta për pretendimet në lidhje me rrjetet sociale të matura në këtë studim janë relativisht të larta. Sidoqoftë, duhet të kemi parasysh përqindjen jo aq të papërfillshme të përgjigjeve

që tregojnë mosnjohje ose njohje të gabuar të vërtetësisë së disa pretendimeve, veçanërisht 28.1% që besojnë se është e vërtetë se nëse ndajnë diçka online nuk mund të ketë pasoja në jetën reale, si dhe që besojnë se nëse informacioni është publikuar në TV atëherë është i sigurt (22.6%). Kjo tregon se një numër jo i vogël nxënësish qasja e tyre është në mënyrë alarmante naive (ose të pa interesuar) ndaj rrjeteve sociale dhe mediave, çka përsëri tregon nevojën për fitimin e njohurive shtesë dhe ndërtimin e mëtejshëm të qëndrimit të tyre kritik dhe njohurive mediatike.



2. Televizioni

Në pjesën e dytë të studimit, fokusi është vendosur në perceptimin e nxënësve për televizionin si media dhe ndikimin e tij. Është thelbësore që nxënësit të mendojnë kritikisht, të njohin përmbajtje cilësore dhe të kuptojnë ndikimin potencial të mediave në formësimin e normave dhe vlerave shoqërore në përgjithësi.

Në pyetjen e parë të këtij seti që thotë: “Çfarë do të thotë për ty ‘shikimi i televizionit’?”, gjysma e nxënësve të anketuar (51.7%) kanë

përgjigjur se nënkuptojnë shikimin e kanaleve televizive në televizor në kohën kur programet transmetohen. Megjithatë, për një numër të konsiderueshëm nxënësish (23.1%), ky term ka ndryshuar kuptim, duke nënkuptuar shikimin e programeve sipas kërkesës, si Netflix dhe HBO në televizor. Të dhënat e ndërthurura tregojnë se 9% më shumë gjimnazistë sesa nxënës të shkollave profesionale kanë këtë qëndrim (Foto 17).

Nuk janë vërejtur dallime të dukshme statistikore lidhur me gjininë e të anketuarve.

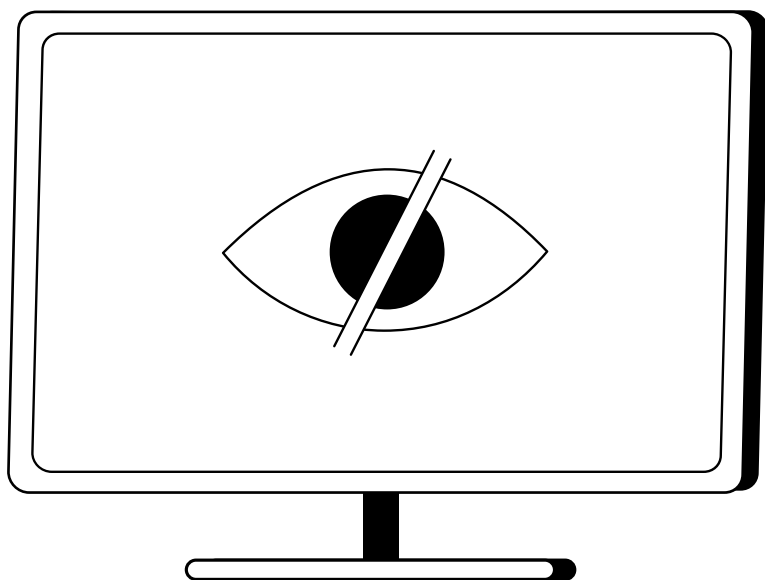
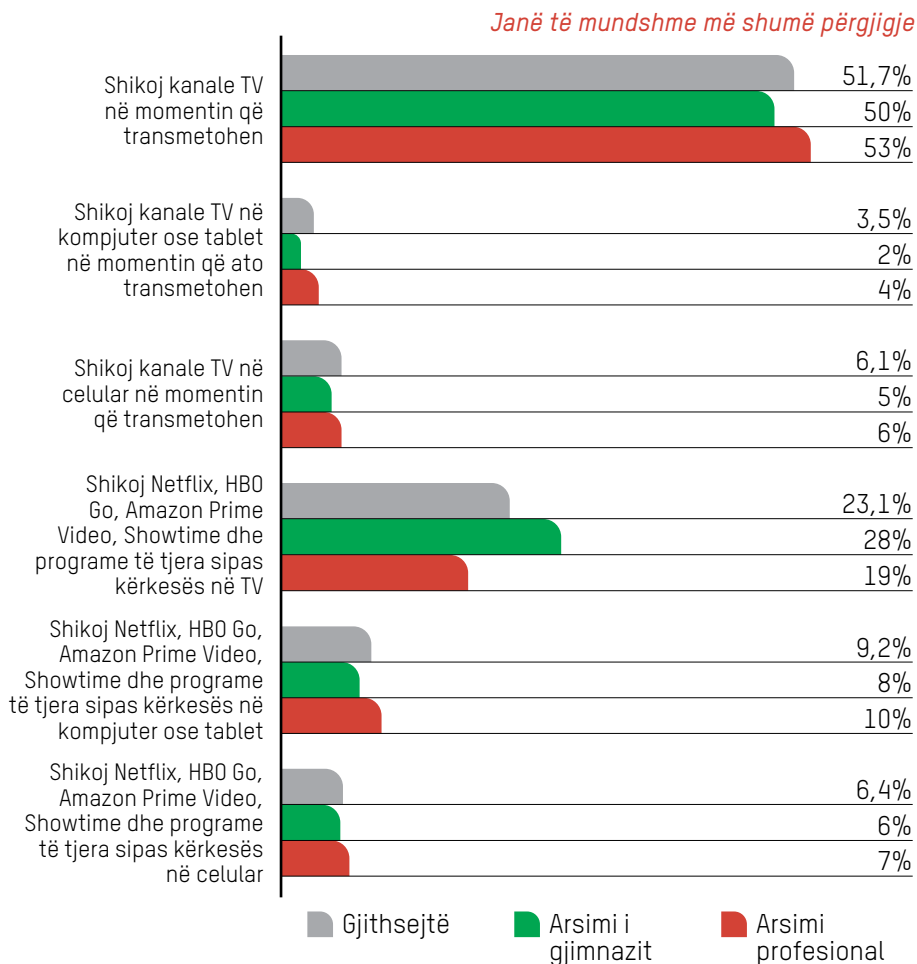


Foto 17.

Çfarë do të thotë për ty „të shikuarit televizor“?



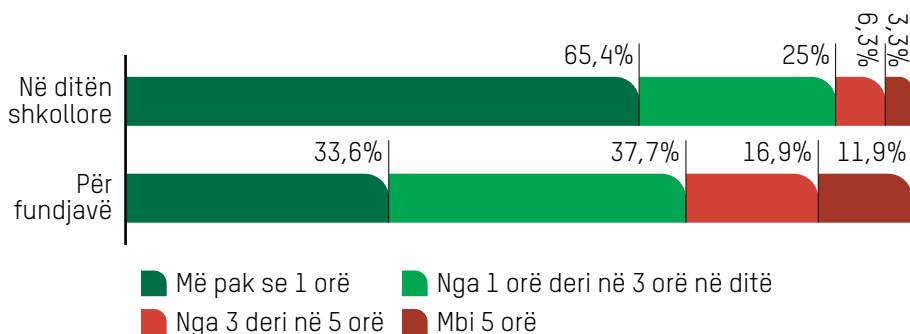
Në pyetjen e dytë që thotë: “Mesatarisht, sa orë në ditë shikon programe televizive?”, shumica e nxënësve (65.4%) kanë përgjigjur se shikojnë më pak se një orë televizion gjatë ditëve të shkollës. Gjatë fundjavave, shikimi i televizionit

rritet, me rreth 37.7% të nxënësve që shikojnë televizion nga 1 deri në 3 orë në ditë, që është më e theksuar tek nxënëset femra. Një në dhjetë nxënës (11.9%) mesatarisht shikon televizion më shumë se 5 orë gjatë fundjavave.

Lidhur me këtë çështje, nuk janë vërejtur dallime të dukshme statistike ndërmjet arsimit të mesëm dhe atij profesional (Foto 18).

Foto 18.

Mesatarisht, sa orë në ditë shikon programe televizive?



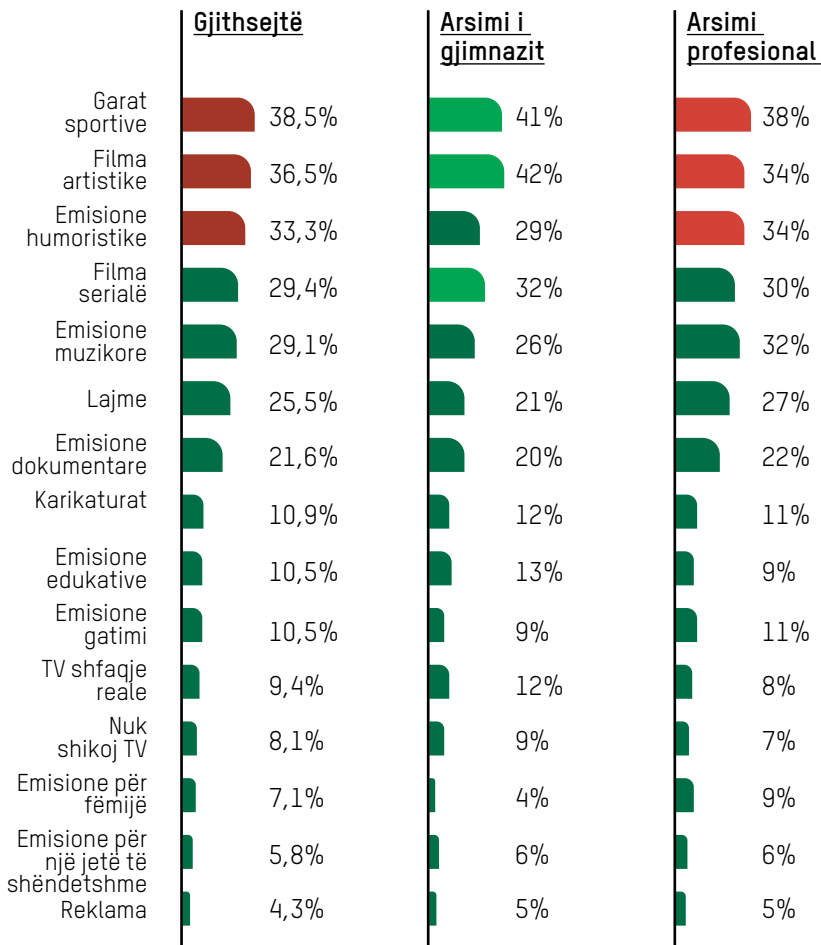
Më tej, nxënësit janë pyetur për atë që shikojnë më shumë në televizion. Në vendin e parë janë ndeshjet sportive (38.5%) dhe në vendin e dytë filmat artistikë (36.5%). Programet humoristike janë në vendin e tretë me 33.3%.

Sipas rezultateve të ndërthurura, për nxënësit e gjimnazit në vendin e parë për nga shikueshmëria janë filmat artistikë, në ndryshim nga nxënësit e shkollave profesionale të cilët në vend të parë vendosin ndeshjet sportive (Foto 19).

Foto 19.

Çfarë shikon në televizion?

Janë të mundshëm deri në tre përgjigje



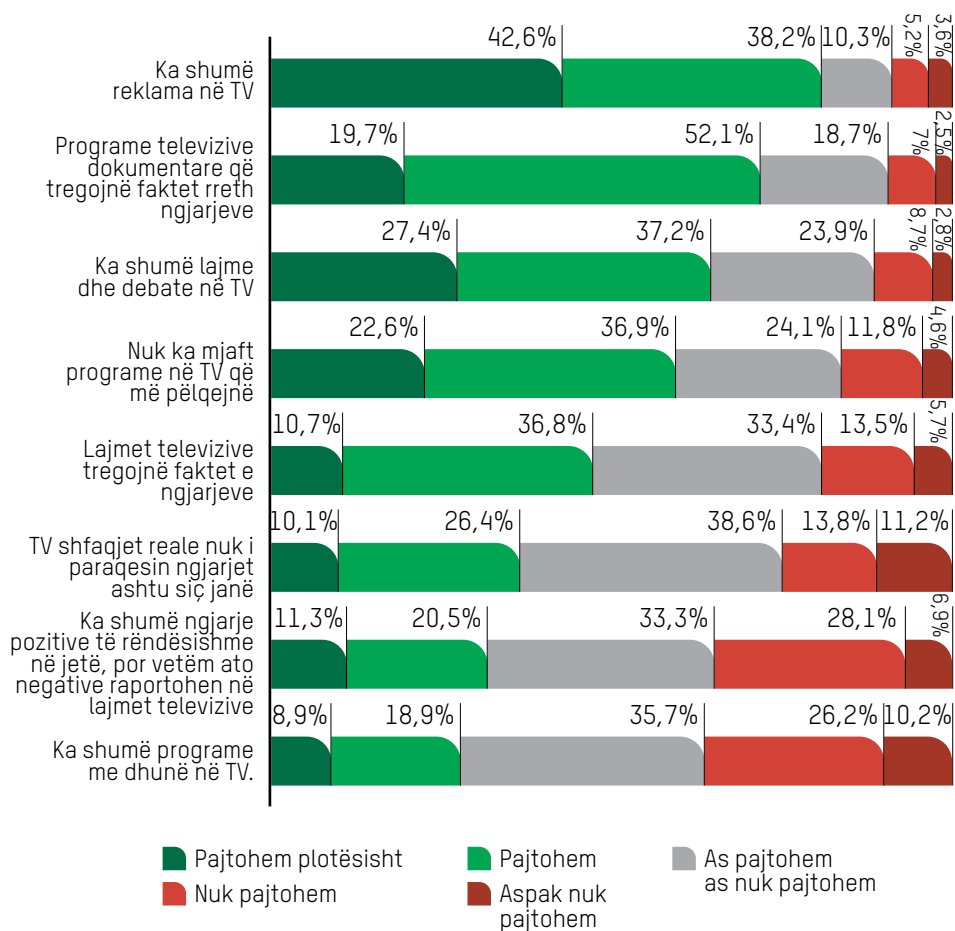
Nxënësit e anketuar janë përgjigjur në disa qëndrime në lidhje me programet televizive. Kështu, tetë nga dhjetë nxënës besojnë se në televizion ka shumë reklama (plotësisht pajtohen 42.6%, pajtohen 38.2%). Për shtatë

nga dhjetë nxënës, programet dokumentare televizive tregojnë faktet e sakta për ngjarjet (plotësisht pajtohen 19.7%, pajtohen 52.1%). Gjashtë nga dhjetë nxënës pajtohen se në televizion ka shumë lajme dhe

emisione debati (27.4% plotësisht pajtohen, 37.2% pajtohen), si dhe se nuk ka mjaftueshëm programe që u pëlqejnë (22.6% plotësisht pajtohen, 36.9% pajtohen).

Foto 20.

Në shkallë nga 1 deri në 5 në të cilën shkallë pajtohesh ose nuk pajtohesh me si në vijim?

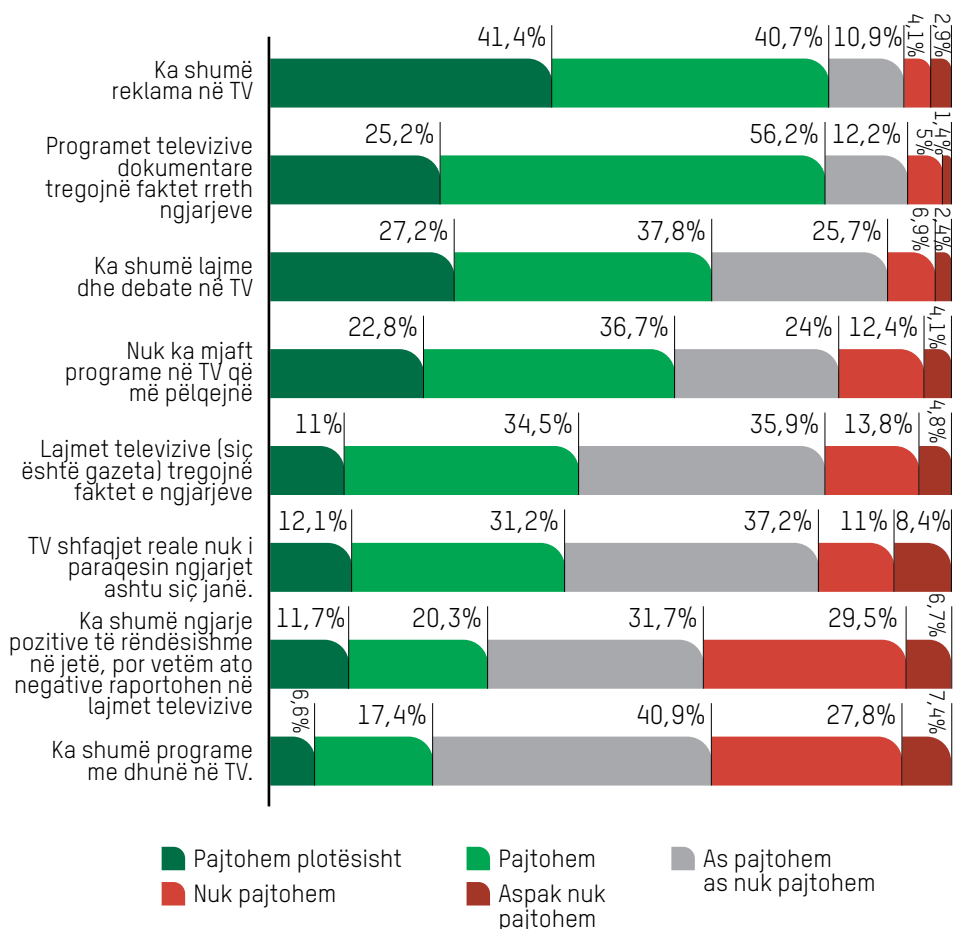


Rreth 36% nuk pajtohen se në televizion ka shumë programe me dhunë dhe po aq janë neutralë për këtë qëndrim ndërsa 28% pajtohen. Qëndrimet janë pothuajse të shpërndara në mënyrë të barabartë në lidhje me qëndrimin

“Në jetë ka shumë ngjarje pozitive të rëndësishme, por në lajmet televizive raportohet vetëm për ato negative” - 35% nuk pajtohen, 33.3% janë neutralë, ndërsa 32% pajtohen (Foto 20).

Foto 20.1.

Në shkallë nga 1 deri në 5, në cilën shkallë pajtohesh ose nuk pajtohesh me qëndrimet në vijim? Rezultate të kryqëzuara – Arsimi i gjimnazit

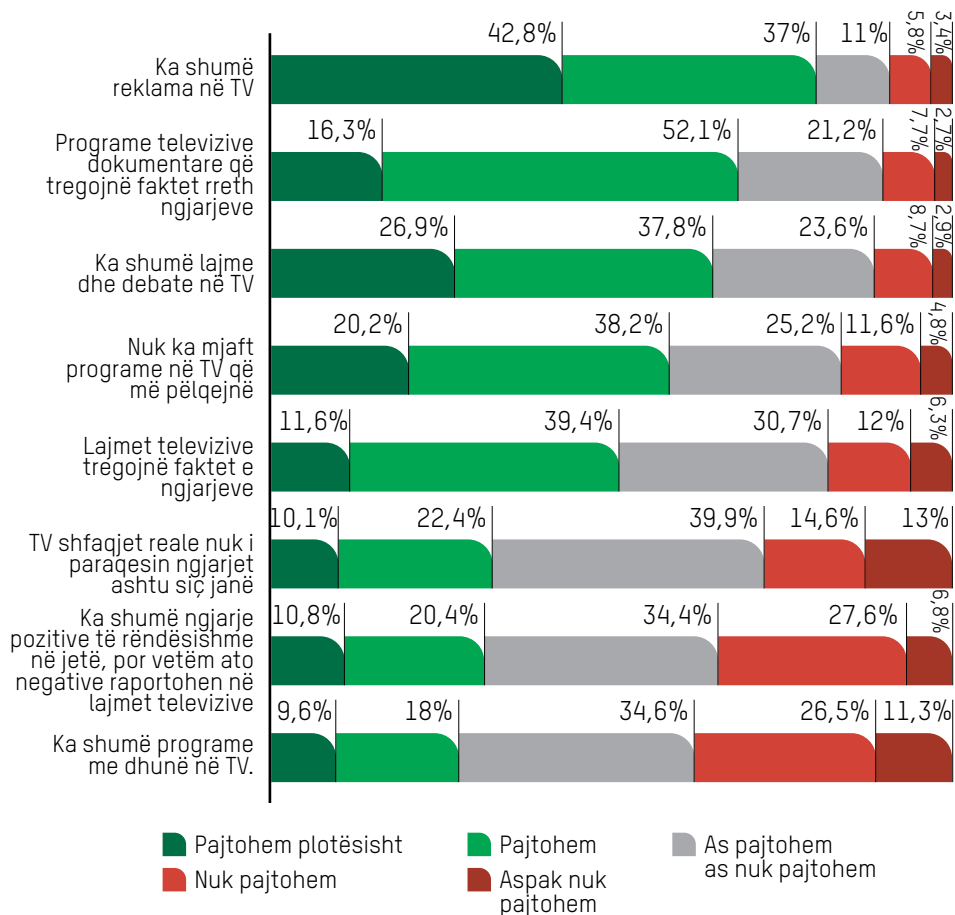


Në lidhje me këtë pyetje nuk janë vërejtur dallime të rëndësishme statistikore ndërmjet gjimnazit dhe shkollave profesionale përveç programeve dokumentare televizive që në masë më të madhe (25.2% -

plotësisht pajtohen) janë perceptuar nga gjimnazistët si emisione që tregojnë fakte në ndryshim nga nxënësit e shkollave profesionale (16.3% plotësisht pajtohen). (Fotot 20.1 dhe 20.2)

Foto 20.2.

Në shkallë nga 1 deri në 5, në cilën shkallë pajtohesh ose nuk pajtohesh me qëndrimet në vijim? Rezultate të kryqëzuara – Arsimi profesional



Një përmbledhje e shkurtër për këtë segment do të ishte se nxënësit shikojnë televizion çdo ditë (edhe pse më shkurt gjatë javës së punës), dhe kohëzgjatja e shikimit rritet gjatë fundjavave, kur 28.8% shikojnë televizion për më shumë se 3 orë në ditë. Në vend të parë nxënësit shikojnë ndeshjet sportive (38.5%), pastaj filmat artistikë (36.5%) dhe programet humoristike (33.3%). Sipas shumicës së tyre në televizion ka shumë reklama, lajme dhe emisione debati dhe nuk ka mjaftueshëm programe që u pëlqejnë. Kur bëhet fjalë për programet dokumentare televizive, nxënësit përgjithësisht mendojnë se ato tregojnë faktet e sakta për ngjarjet. Një qëndrim të ngjashëm kanë edhe për lajmet televizive, siç është edicioni informativ. Vlerësimet janë të ndara për prezencën e madhe të programeve me dhunë, kështu që përafërsisht ka njësoj ata që nuk pajtohen me këtë pohim dhe ata që kanë një qëndrim neutral. Një numër më i vogël nxënësish pajtohen se në televizion ka shumë të tilla programe. Qëndrimet janë pothuajse të shpërndara në mënyrë të barabartë në lidhje me qëndrimin se në jetë ka shumë ngjarje pozitive të rëndësishme, por në lajmet televizive raportohet vetëm për ato negative.

Në lidhje me shfaqjet e realitetit që transmetohen në televizion, një përqindje jo e vogël (27.6%) mendojnë se ato tregojnë ngjarjet siç janë, ndërsa për 36.5% kjo nuk është kështu. Qëndrim neutral për këtë pyetje kanë 39.9% e nxënësve. Këto gjetje bëhen më indikative kur analizohen së bashku me përdorimin e internetit dhe rrjeteve sociale.

3.1. Internet

Në epokën e transformimit digjital, interneti është një element i pashmangshëm i përditshmërisë, veçanërisht për nxënësit e shkollave të mesme. Qasja në internet hap dyer për mundësi të reja, por edhe sfida, që ndikon në komunikimin e tyre, njohuritë dhe përgjithësisht në kuptimin e botës rreth tyre. Sidoqoftë, është e rëndësishme të theksohet se qasja në internet nuk është vetëm një veprim teknik, por edhe një përvojë që ndikon në zhvillimin e nxënësve. Kështu, interneti luan një rol të rëndësishëm në jetën e nxënësve të shkollave të mesme, duke u siguruar atyre qasje në argëtim, informacione dhe burime edukative.

Megjithatë, është vërejtur nevoja për përmirësimin e aftësive të tyre për të menduar në mënyrë kritike dhe për sigurinë në internet, në mënyrë që të mund të shfrytëzojnë më mirë potencialin e këtyre burimeve nga njëra anë dhe të minimizojnë rreziqet nga ana tjetër.

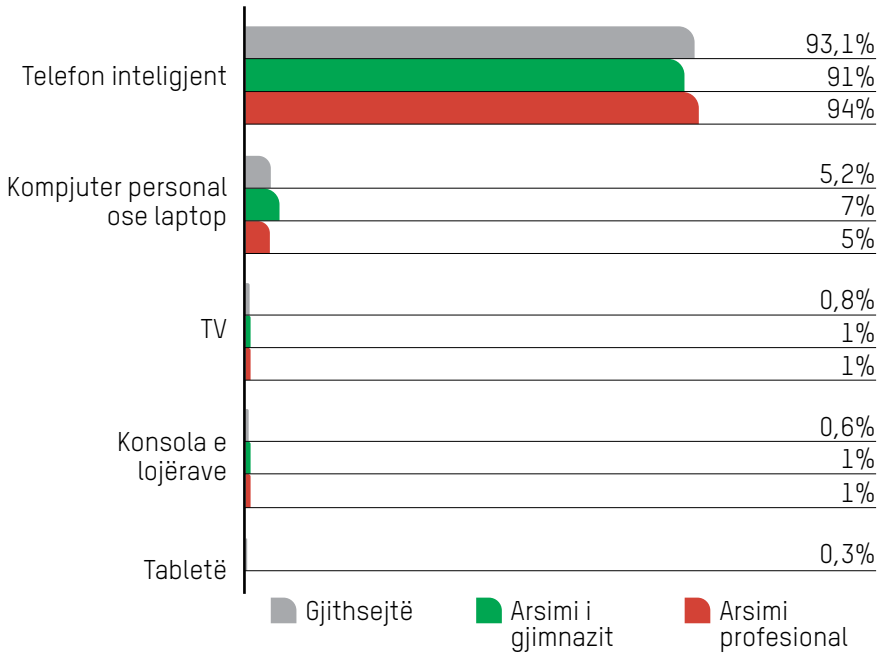
Në pyetjen përmes çfarë nxënësit zakonisht hyjnë në internet, një shumicë dërmuese (93.1%) kanë përgjigjur se hyjnë përmes telefonit të mençur. Një përqindje shumë e vogël (5.2%) kanë përgjigjur se hyjnë përmes kompjuterit personal/ laptopit.

Në lidhje me këtë pyetje nuk janë vërejtur dallime të rëndësishme statistikore ndërmjet gjimnazit dhe shkollave profesionale (Foto 21).



Foto 21.

Përmes kujt shpesh shkon/qasesh në internet?

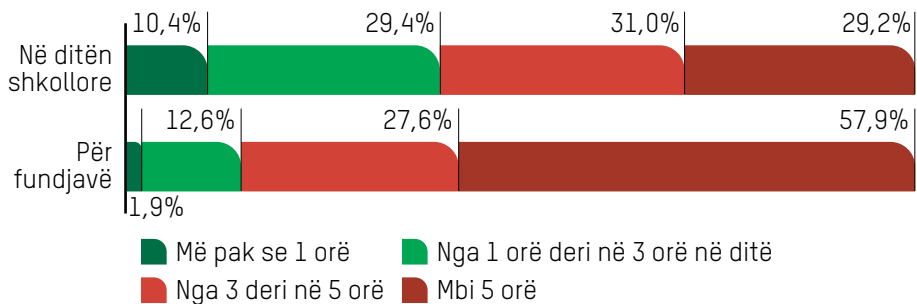


Në pyetjen: “Mesatarisht sa orë në ditë përdor internetin në mënyrë aktive”, gjatë ditëve të shkollës rreth 40% e nxënësve përdorin internetin deri në 3 orë në ditë (nga të cilët 10% kalojnë më pak se 1 orë në internet), 31% e përdorin nga 3 deri në 5 orë dhe

mbi 5 orë – 29.2%. Gjatë fundjavave situata është dukshëm e ndryshme me shumicën e nxënësve (57.9%) që përdorin internetin mbi 5 orë në ditë, 27.6% e përdorin nga 3-5 orë dhe rreth 15% përdorin internetin deri në 3 orë në ditë (Foto 22).

Foto 22.

Mesatarisht sa orë aktive në ditë përdor internet?

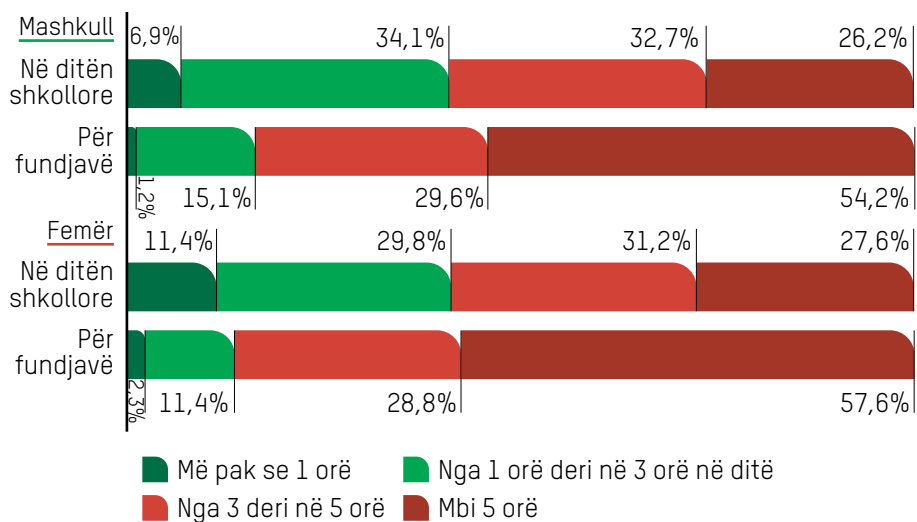


Nuk janë vërejtur dallime të dukshme statistikore lidhur me gjininë e të anketuarve (Fotografia 22.1).

Foto 22.1.

Mesatarisht sa orë aktive në ditë përdor internet?

Rezultate të kryqëzuara sipas gjinisë



Në lidhje me intensitetin e praktikimit të aktiviteteve të përdorimit të ndryshme në internet, nxënësit janë shprehur se përdorin më së shumti rrjetet sociale (89% çdo ditë) dhe dëgjojnë muzikë online (72.6% çdo ditë). Aktivitetet si përdorimi i Skype, WhatsApp, Messenger, Telegram (41.1% çdo ditë dhe 35.3% disa herë në javë) dhe kërkimi i informacioneve për mësim në shkollë (29.8% çdo ditë dhe 45.1% disa herë në javë) gjithashtu zënë një pjesë të konsiderueshme të aktiviteteve të internetit të nxënësve.

Një aktivitet tjetër që kryhet shpesh (59.3% nga të cilët 25.6% çdo ditë dhe 33.7% disa herë në javë) është shikimi i programeve televizive, videove dhe filmave online. Është interesante se, përkundër kësaj, nxënësit nuk shkarkojnë programe televizive, video dhe filma nga interneti – këtë kurrë nuk e kanë bërë 35.9%, dhe një herë në muaj e kanë bërë 19.5%. Shumica e nxënësve (62.8%) kurrë nuk dëgjojnë radio në internet (Foto 23).

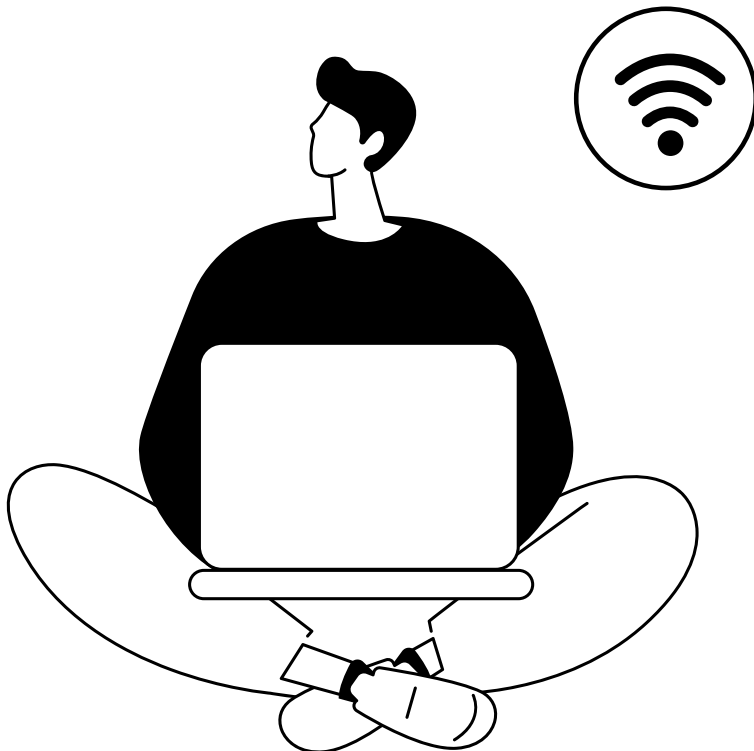


Foto 23.

Sa shpesh e praktikon secilin prej aktiviteteve në vijim?

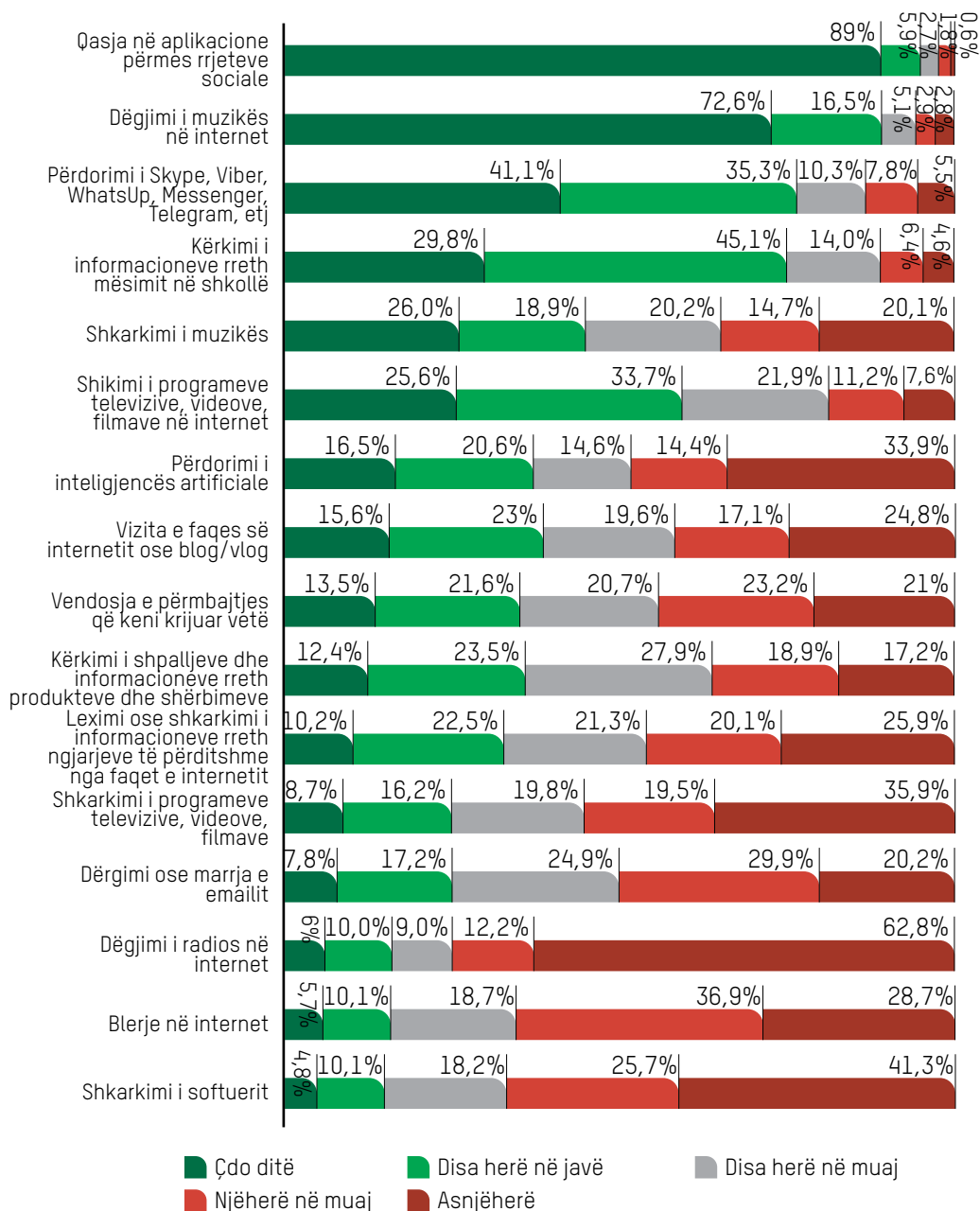
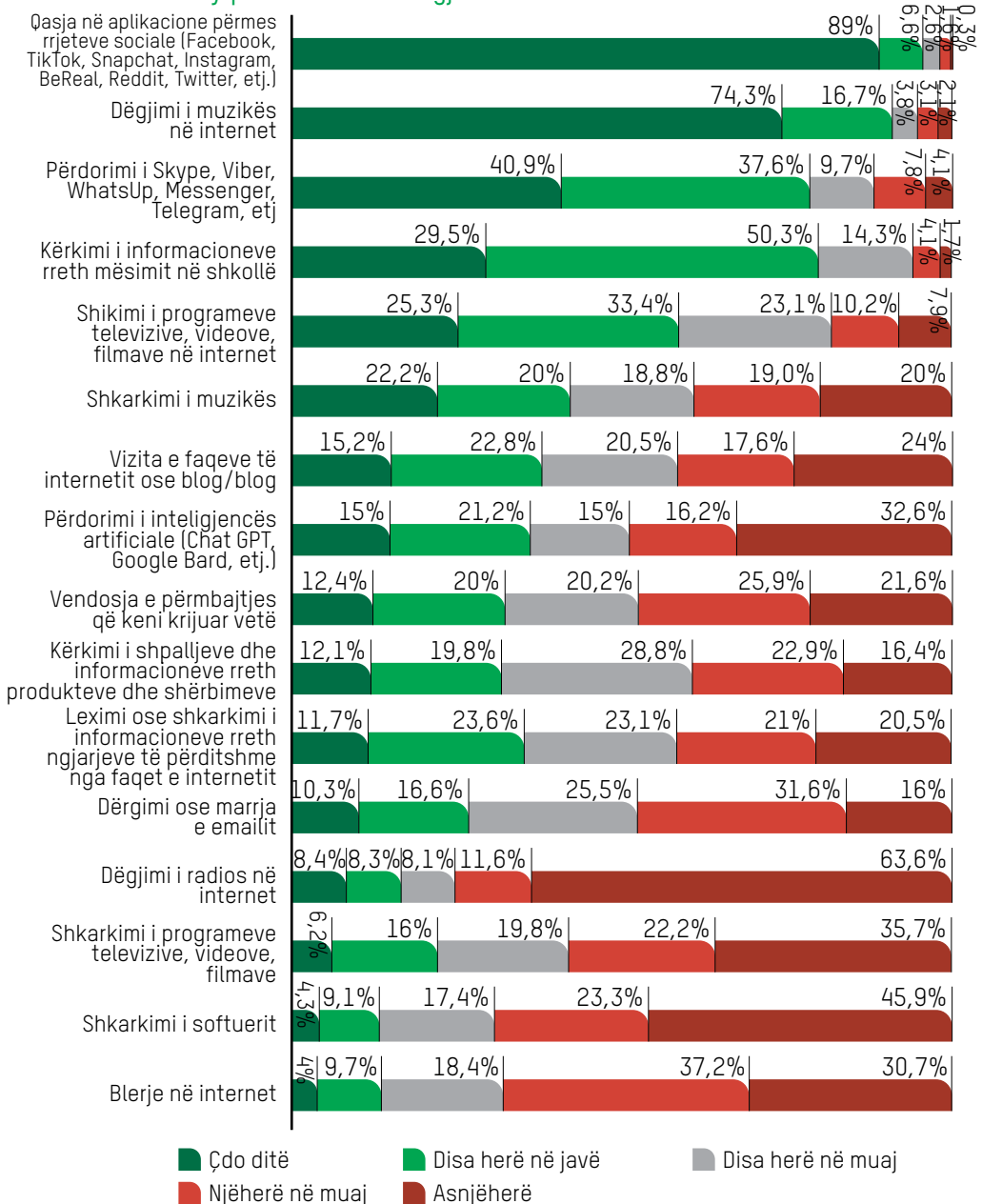


Foto 23.1.

Sa shpesh e praktikon secilin prej aktiviteteve në vijim?

Rezultate të kryqëzuara – Arsimi i gjimnazit



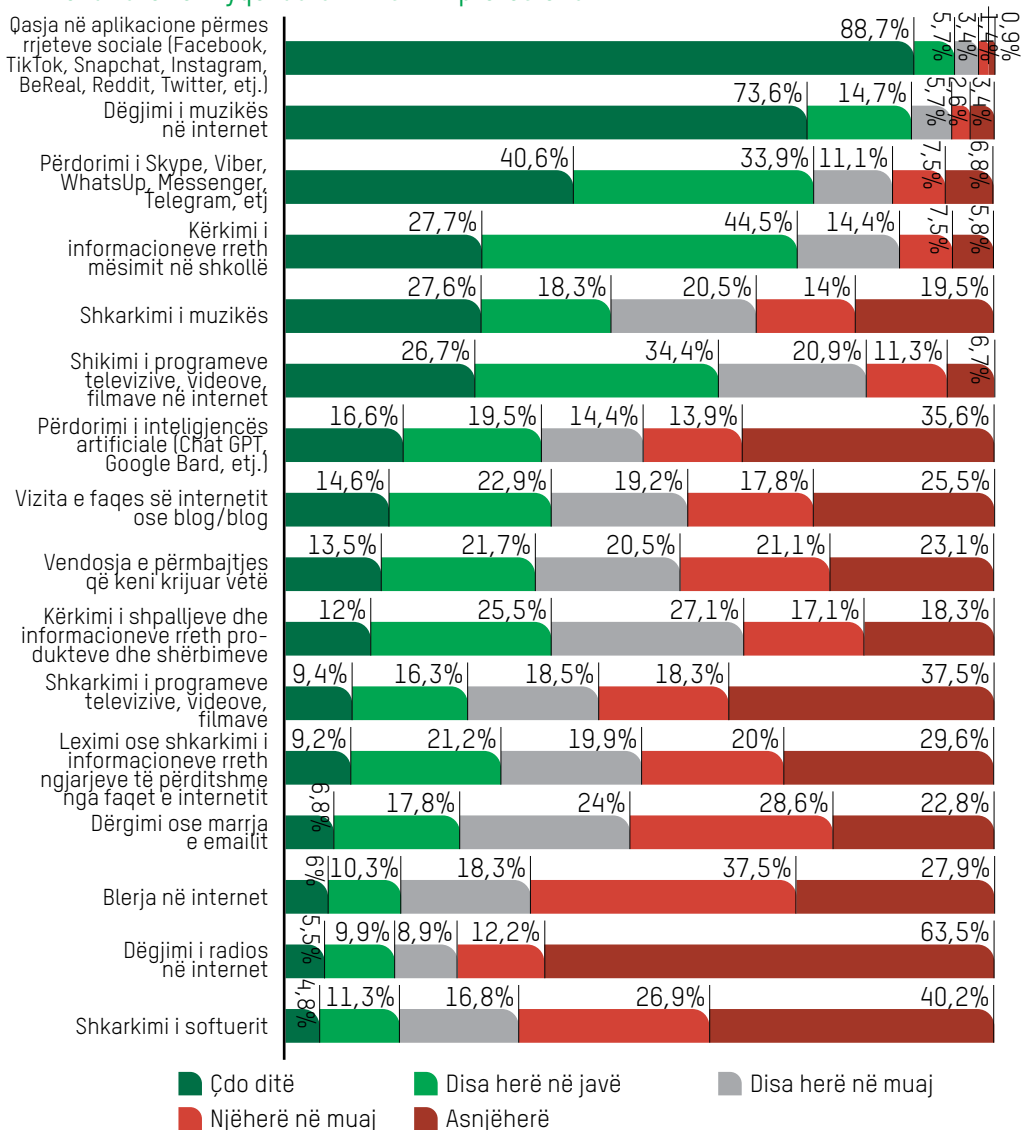
Në aspekt të kësaj pyetje nuk janë shqyrtuar dallimet e konsiderueshme statistikore ndërmjet nxënësve

të arsimit të gjimnazit dhe atij profesional. (Foto 23.1 dhe 23.2)

Foto 23.2.

Sa shpesh e praktikon secilin prej aktiviteteve në vijim?

Rezultate të kryqëzuara – Arsimi i profesional



Në pyetjen se cilat përmbajtje nxënësit më së shumti shikojnë në internet, për më shumë se gjysmën (62%) janë videot në TikTok. Në vendin e dytë me 46% janë videot e shkurtra (reels) në Instagram, ndërsa në vendin e tretë nxënësit përmendin muzikën si përmbajtjen më të shikuar

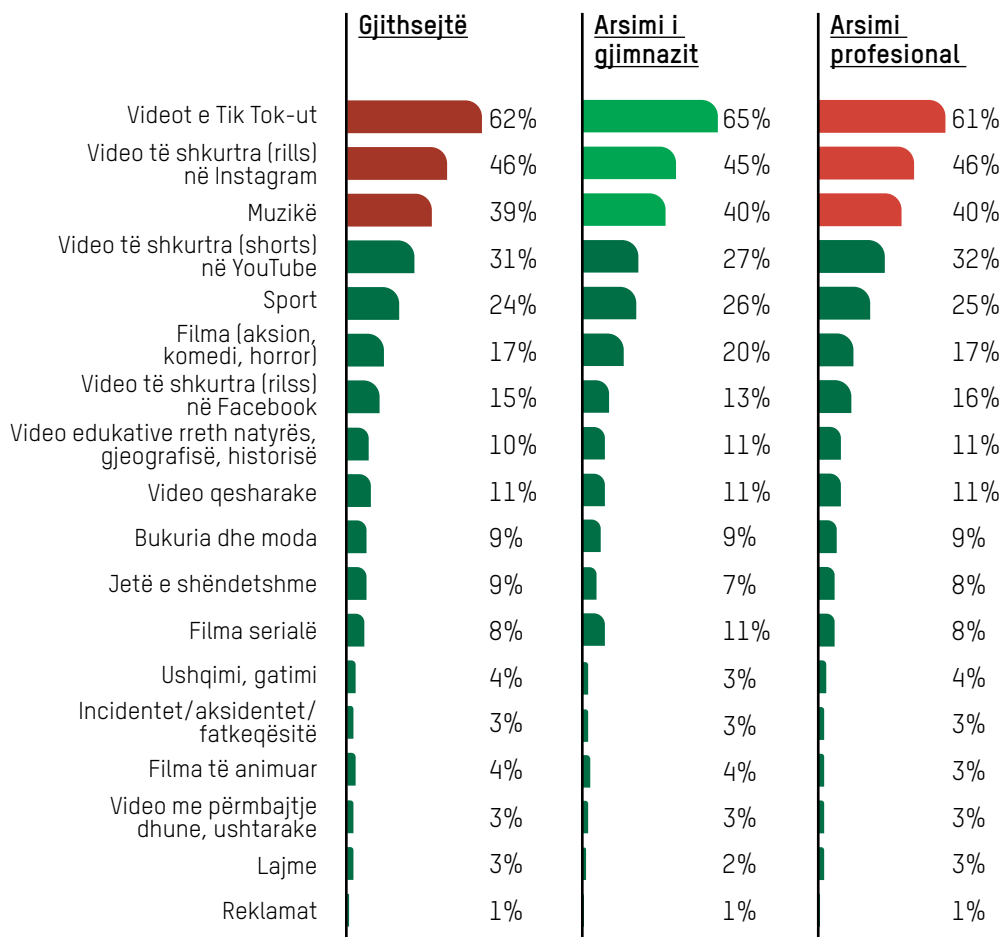
në internet (39%). Në vendin e katërt janë videot e shkurtra (shorts) në YouTube (31%).

Në lidhje me këtë pyetje nuk janë vërejtur dallime të rëndësishme statistikore ndërmjet gjimnazit dhe arsimit profesional (Foto 24).

Foto 24.

Çfarë përmbajtje më së shumti shikon në internet (në rrjetet sociale ose në faqen e internetit)?

Janë të mundshëm deri në përgjigje



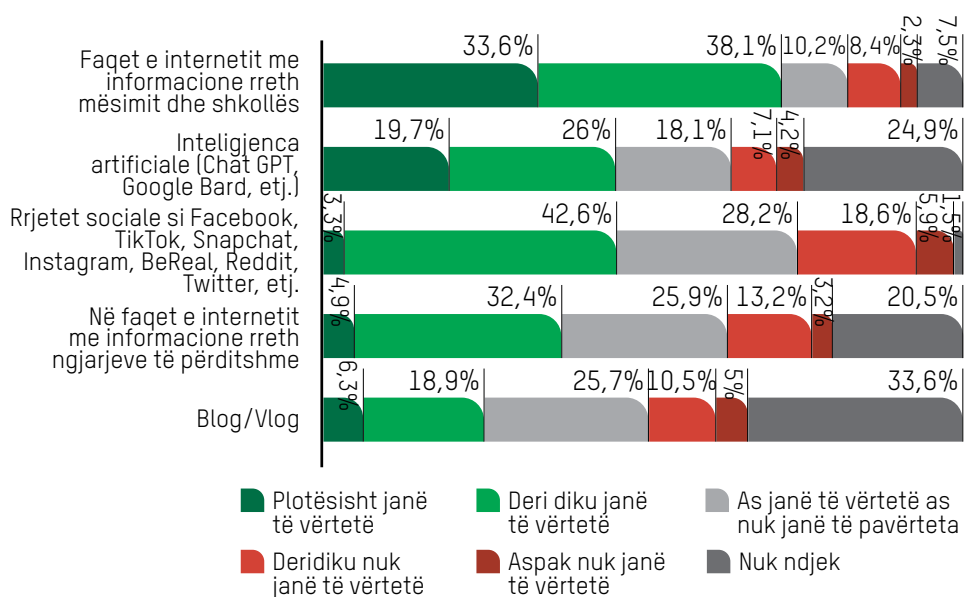
Në pyetjen: “Në një shkallë nga 1 në 5, ku 1 do të thotë aspak të vërteta dhe 5 do të thotë plotësisht të vërteta, sa mendoni se janë të vërteta përmbajtjet e publikuara në rrjetet sociale” (Foto 25), një e katërta mendojnë se nuk janë të vërteta (18.6% kanë përgjigjur - disi të pavërteta, ndërsa 5.9% - aspak të vërteta). Ndryshe nga ta, pothuajse gjysma e nxënësve mendojnë se përmbajtjet janë të vërteta

(plotësisht të vërteta 3.3%, disi të vërteta 42.6%).

Shumica e madhe e nxënësve mendojnë se faqet e internetit me informacione për mësim janë të vërteta (plotësisht të vërteta 33.6%, disi të vërteta 38.1%), gjithsej 10% janë skeptikë dhe po aq janë neutralë. Inteligjenca artificiale gjeneron përmbajtje të vërteta për pothuajse gjysmën e nxënësve (plotësisht të vërteta 19.7%, disi të vërteta 26%).

Foto 25.

Në shkallë nga 1 deri në 5, sa konsideron se janë të vërtetë përmbajtjet e publikuara në:



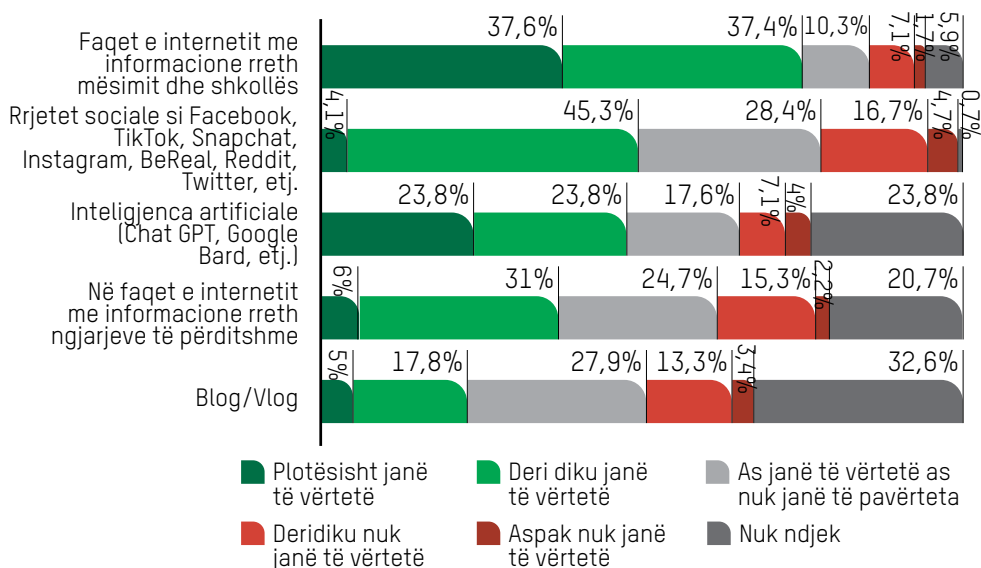
Rreth 37.3% e të anketuarve mendojnë se përmbajtjet në faqet e internetit me informacione për ngjarje ditore janë të vërteta (plotësisht të vërteta 4.9%, disi të vërteta 32.4%),

ndërsa një e katërta mendojnë se përmbajtjet në blog ose vlog janë të vërteta (plotësisht të vërteta 6.3%, disi të vërteta 18.9%).

Foto 25.1

HNë shkallë nga 1 deri në 5, sa konsideron se janë të vërteta përmbajtjet e vërteta të publikuara:

Rezultate të kryqëzuara – Arsim i gjimnazit

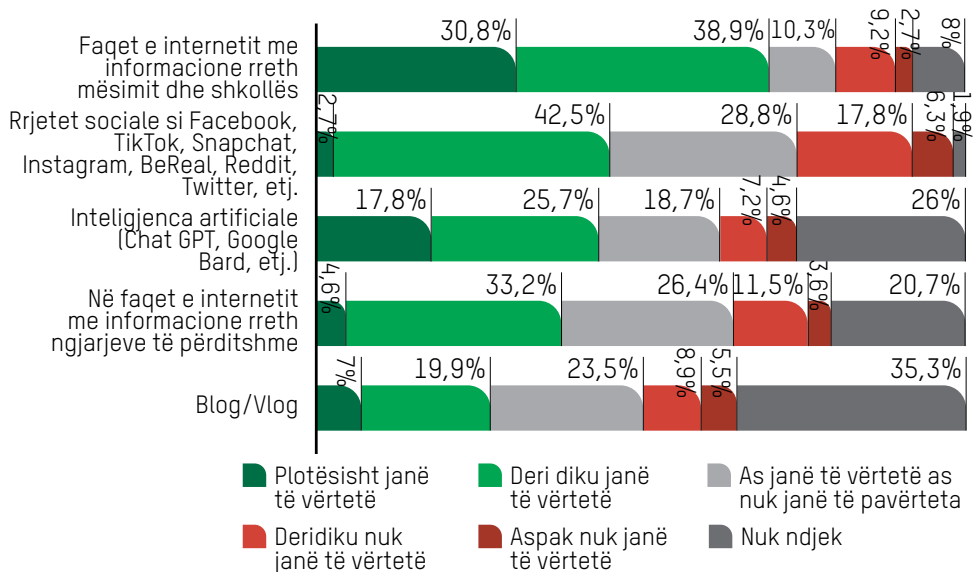


Në lidhje me këtë pyetje nuk janë vërejtur dallime të rëndësishme statistikore ndërmjet gjimnazit dhe arsimit profesional. (Foto 25.1 dhe 25.2)

Foto 25.2

HNë shkallë nga 1 deri në 5, sa konsideron se janë të vërteta përmbajtjet e publikuara:

Rezultate të kryqëzuara – Arsim profesional



Pyetja tjetër kishte për qëllim të përcaktonte cilat janë qëndrimet në lidhje me sjelljen në internet (Foto 26). Shumica e nxënësve të anketuar kanë përgjigjur se e kanë shumë të lehtë të manovrojnë në internet (24.2% plotësisht pajtohen, 44.2% pajtohen). Pastaj, 62% e nxënësve kanë përgjigjur se përmes rrjeteve sociale fitojnë njohuri dhe aftësi të reja (13.5% plotësisht pajtohen, 48.2% pajtohen).

Në anketë, 58.6% e nxënësve tregojnë se kanë njohuri për mënyrën se si të qëndrojnë të sigurt në internet, me 16% që plotësisht pajtohen dhe 42.6% që pajtohen me këtë deklaratë. Megjithatë, nuk është për t'u neglizhuar përqindja e nxënësve që përgjigjen se nuk kanë një qëndrim të formuar për këtë pohim (24.2%), ose nuk pajtohen me të (17.2%). Në kontrast, kur bëhet fjalë për mundësinë e

mbrojtjes së informacionit personal në internet krahasuar me jetën reale, ndarja është më e vogël, por ende e konsiderueshme: 46.5% e të anketuarve besojnë se është më e lehtë të fshehin informacionet për veten në internet, me 12.7% që plotësisht pajtohen dhe 33.8% që pajtohen. Megjithatë, është e rëndësishme të merren parasysh edhe përgjigjet që tregojnë se nxënësit ose nuk kanë një qëndrim të formuar për këtë çështje (22.1%) ose nuk pajtohen me të (31.5%). Për më tepër, anketa zbulon se 36.2% e të anketuarve ndihen të rehatshëm duke përdorur rrjetet sociale, me 9.6% që plotësisht pajtohen dhe 26.6% që pajtohen. Këtu duhet të merret parasysh që një përqindje jo e vogël (26.1%) njoftojnë se nuk pajtohen me këtë pohim, pra nuk ndihen rehat në rrjetet sociale. Ngjashëm, rreth 40% e të anketuarve nuk pajtohen me qëndrimin se rrjetet sociale ndikojnë negativisht në ta (13.6% aspak nuk pajtohen, 26.7% nuk pajtohen). Megjithatë, pothuajse po aq (41.1%) nuk kanë një qëndrim të formuar për këtë çështje. Qëndrimi se rrjetet sociale janë zëvendësim për kontakte të tjera shoqërore nuk mbështetet nga 37.3%, megjithatë

pothuajse po aq (32.8%) mendojnë se ato janë zëvendësim për kontaktet e tjera shoqërore, dhe 30% mbeten me një qëndrim neutral në lidhje me këtë.

Përdorimi i rrjeteve sociale për formimin e mendimit të tyre personal mbështetet nga 26.1% e nxënësve, që është një informacion që nuk duhet të neglizhohet në kushtet kur shtesë 38.6% nuk kanë një qëndrim të formuar për këtë çështje. Një përqindje jo e vogël e nxënësve - 23.5% pajtohen se është më e lehtë të bisedojnë në internet sesa në jetën reale. Në kontrast, 55.5% nuk pajtohen me këtë pohim. Në mungesë të të dhënave më të thelluara për arsyet pse dikush e ka më të lehtë të bisedojë në internet sesa në jetën reale, me një dozë rezerve mund të supozohet se një përqindje e caktuar e nxënësve e konsiderojnë internetin si një "zonë komode" për komunikim me të tjerët, ndoshta për shkak të uljes së ankthit shoqëror, ose uljes së ndrojtjes dhe presionit se si duken në sytë e të tjerëve gjatë komunikimit me ta, presionit për të biseduar hapur dhe sinjerisht kur përballen ballë për ballë, mundësisë për të fshehur emocionet dhe të ngjashme. Prandaj, ky gjetje meriton hulumtim më të detajuar më tej.

Për më tepër, 20.1% janë pajtuar se rrjetet sociale i ndihmojnë të zgjidhin problemet personale, përkundër 49.2% që nuk janë pajtuar me këtë pohim dhe 30.7% që nuk kanë një qëndrim të formuar për këtë çështje. Ky gjetje (20.1%) e lidhur me disa nga gjetjet e përmendura më parë, sipas të cilave: pothuajse gjysma e nxënësve mendojnë se përmbajtjet e publikuara në rrjetet sociale janë të vërteta (gjithsej 45.9%), pastaj mbi një e katërta (28.1%) mendojnë se nëse ndajnë diçka online, ajo nuk mund të ketë pasojë në jetën reale, si dhe se 22.6% e të anketuarve besojnë se informacionet e publikuara në TV janë gjithmonë të vërteta, tregojnë për kujdes, sepse një përqindje jo e vogël e nxënësve janë në një pozicion të jenë të rrezikuar nga ndikimi i dezinformatave dhe/ose propagandës. Ndër nxënësit, 60.3% nuk pajtohen se në internet ndihen më të sigurt sesa në jetën reale, ndërsa për 17.3% pikërisht kjo është e vërtetë. Pothuajse e njëjta shpërndarje e përgjigjeve vërehet në pohimin e ardhshëm, sipas të cilit në internet është më e lehtë të flasësh për çështje personale. Me këtë pohim nuk pajtohen 60.1% e nxënësve, ndërsa pajtohen 17.9%. Këto rezultate (17.3% dhe 17.9%

përkatësisht) lidhen me ato 23.5% të nxënësve që pajtohen se është më e lehtë të bisedojnë në internet sesa në jetën reale dhe përsëri sugjerojnë se një përqindje e caktuar e nxënësve e konsiderojnë internetin si një “zonë komode” për komunikim me të tjerët, për të kapërcyer disa sfida personale që mund të burojnë nga kontaktet dhe mjedisi shoqëror.

Shumica e nxënësve nuk pajtohen se biseda në internet është shumë më interesante sesa ajo në jetën reale (31.9% aspak nuk pajtohen, 37.1% nuk pajtohen). Gjithashtu, 64.1% nuk pajtohen se në rrjetet sociale thonë ose bëjnë gjëra që kurrë nuk do t'i bënin në jetën reale (28.4% aspak nuk pajtohen, 35.7% nuk pajtohen).

Duke analizuar tre qëndrimet e fundit nga Figura 26 më poshtë, mund të vërejmë disa aspekte të qëndrimit të nxënësve ndaj rrjeteve sociale dhe komunikimit në internet. Për qëndrimin e parë, 4.9% e të anketuarve plotësisht pajtohen dhe 11.7% pajtohen se në internet është ‘COOL’ të jesh jo serioz dhe i pasjellshëm, që gjithsej bën 16.6% që e shohin pozitivisht këtë aspekt të sjelljes në internet. Në anën tjetër, gjithsej 62.3% (33.9% që nuk pajtohen dhe 28.4% që aspak nuk

pajtohen) nuk e mbështesin këtë mendim, duke sugjeruar se mendimi që serioziteti dhe sjellja e mirë janë të rëndësishme dhe mbizotëron edhe në internet.

Për qëndrimin e dytë, përqindje të vogla të të anketuarve, 4.5% plotësisht pajtohen dhe 10.1% pajtohen se në rrjetet sociale thonë ose bëjnë gjëra që kurrë nuk do t'i bënin në jetën reale - gjithsej 14.6%. Kjo mund të sugjerojë se për një numër të caktuar nxënësish, rrjetet sociale krijojnë një hapësirë ku ndihen më të lirë të shprehin aspekte të personalitetit të tyre që zakonisht nuk do t'i tregonin. Në kontrast, një numër shumë më i madh, 64.1% (35.7% që nuk pajtohen dhe 28.4% që aspak nuk pajtohen), janë kundër këtij pohimi, duke treguar se rrjetet sociale nuk përfaqësojnë një vend për kryerjen e veprimeve të tilla.

Së fundi, për qëndrimin e tretë dhe të fundit, 4.2% plotësisht pajtohen dhe 9.5% pajtohen se biseda në internet është shumë më interesante sesa ajo në jetën reale, gjithsej 13.7%. Kjo mund të tregojë se ekziston një grup i vogël nxënësish që mendojnë se komunikimet digjitale mund të ofrojnë diçka që jeta reale nuk mundet. Sidoqoftë, shumica e të anketuarve,

69% (37.1% që nuk pajtohen dhe 31.9% që aspak nuk pajtohen), nuk ndajnë këtë mendim, duke theksuar rëndësinë e komunikimit personal, ballë për ballë.

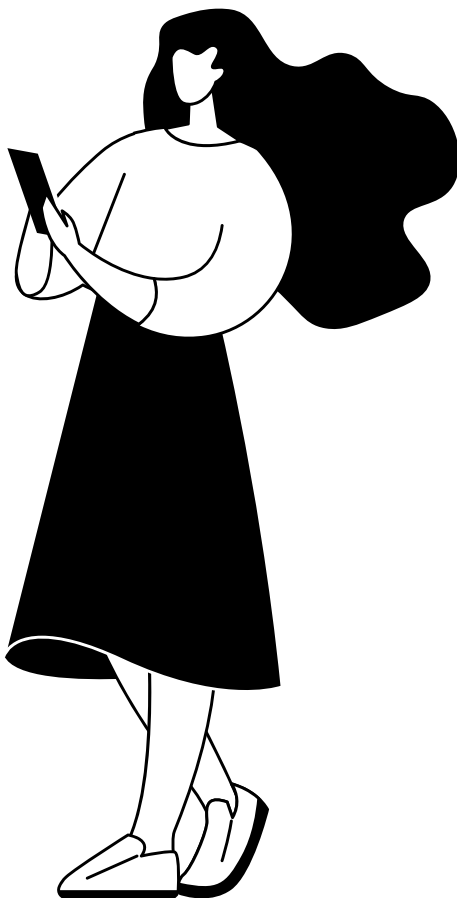


Foto 26.

Në cilën shkallë pajtohesh ose nuk pajtohesh me qëndrimet në vijim?

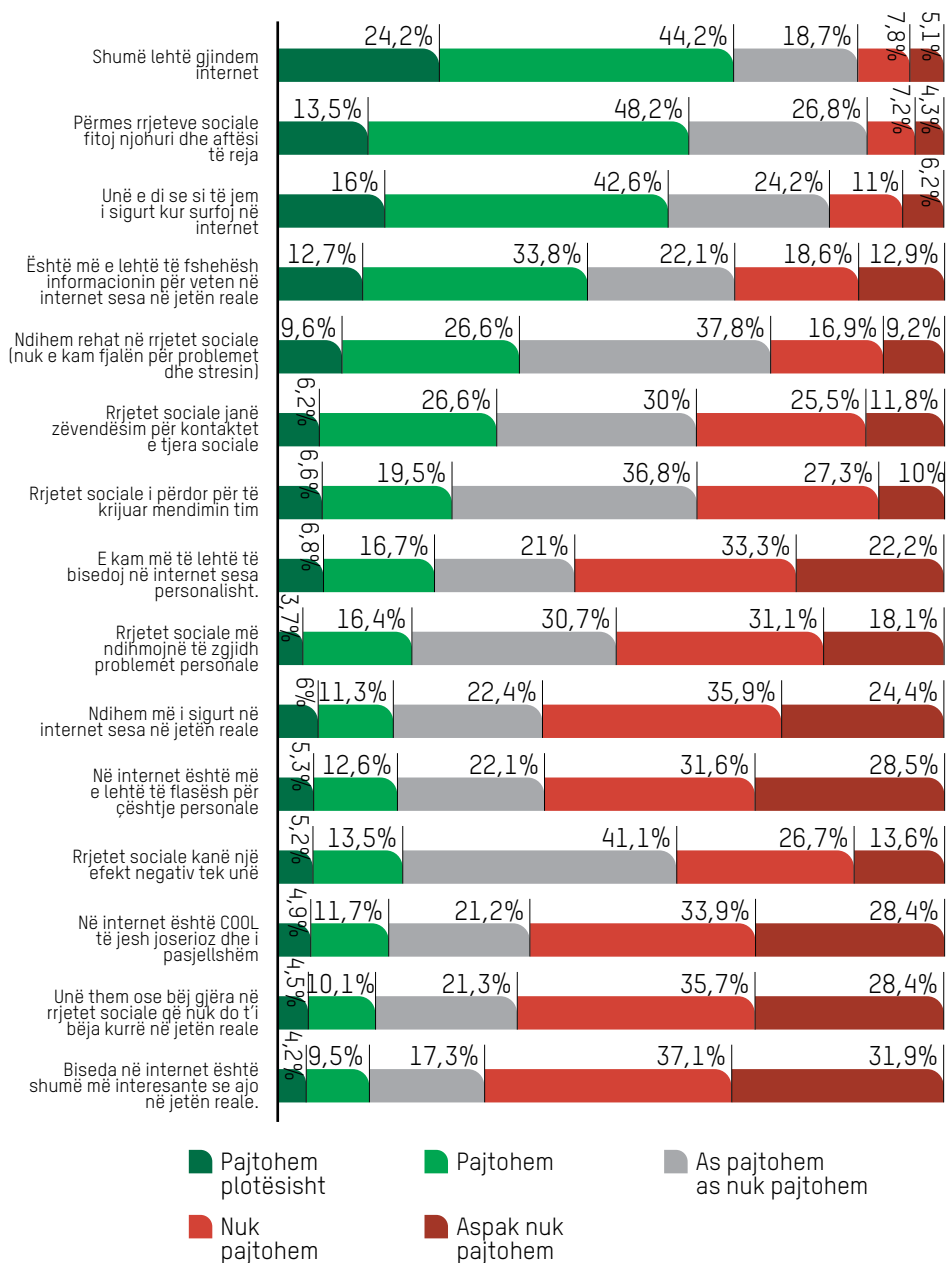
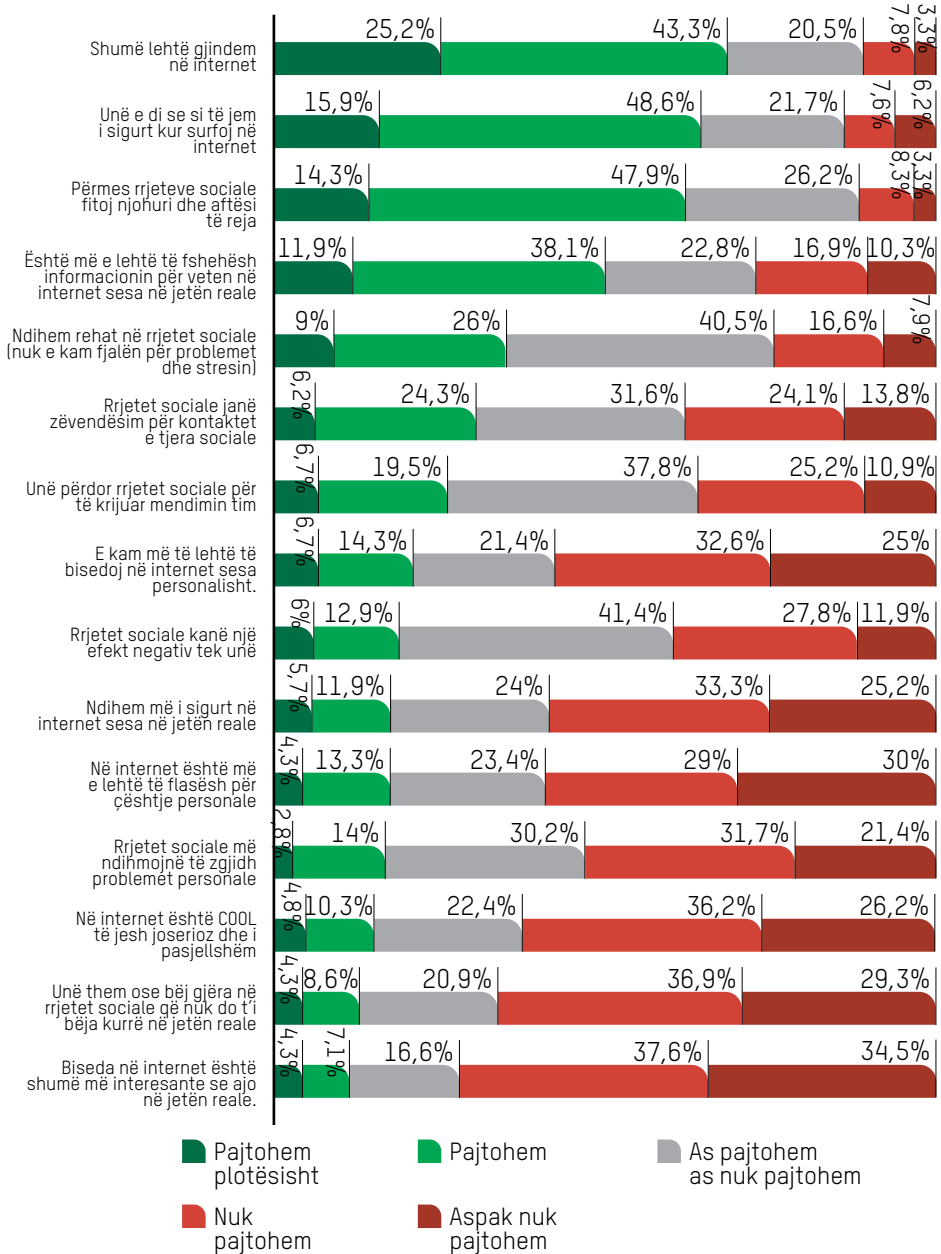


Foto 26.1.

Në cilën shkallë pajtohesh ose nuk pajtohesh me qëndrimet në vijim?

Rezultate të kryqëzuara – Arsimi i gjimnazit

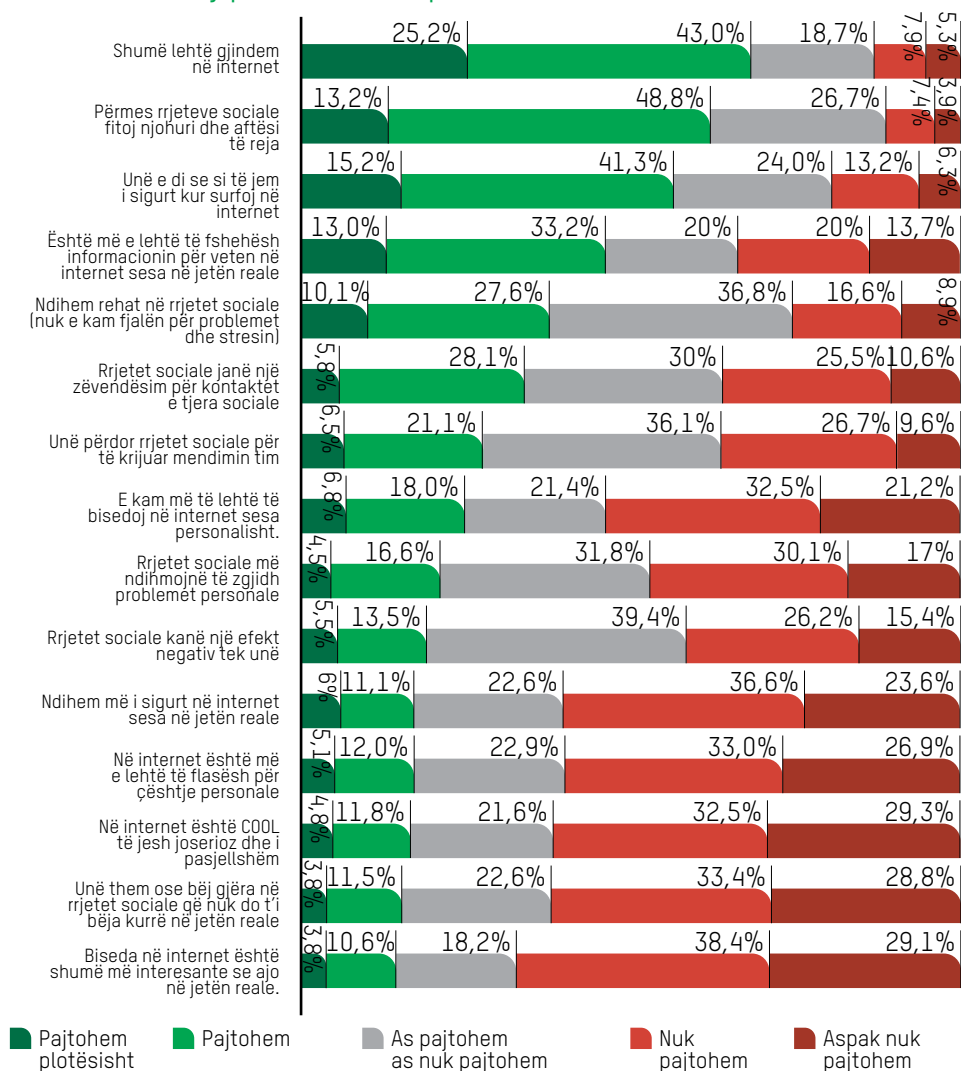


Në lidhje me këtë pyetje nuk janë vërejtur dallime të rëndësishme statistikore ndërmjet gjimnazit dhe arsimit profesional. (Foto 26.1 dhe 26.2)

Foto 26.2.

Në cilën shkallë pajtohesh ose nuk pajtohesh me qëndrimet në vijim?

Rezultate të kryqëzuara – Arsimi profesional



Seti tjetër i pyetjeve shqyrton cilat aktivitete nxënësit dëshirojnë ose nuk dëshirojnë të bëjnë në internet (Foto 27). Shumica e nxënësve (64.1%) kanë postuar fotografi në një faqe interneti ose rrjet social, 41.6% kanë postuar një fotografi ku kanë shtuar filtra dhe e kanë redaktuar atë (shtesë 11.3% do të donin ta bënin këtë), ndërsa 37.1% nuk do të donin ta bënin këtë. Një video të shkurtër nuk do të donin ta bënin dhe ta postonin në një faqe interneti/rrjet social 40.8%, por 38% e kanë bërë këtë, dhe akoma 9.6% do të donin ta bënin këtë. Një situatë e ngjashme është edhe me përfshirjen e drejtpërdrejtë në Facebook, YouTube, Instagram dhe të ngjashme - rreth 44.5% nuk do të donin ta bënin këtë, por 37.1% e kanë bërë këtë, dhe 8.7% do të donin ta bënin këtë. Gjithashtu, 40.7% nuk do të donin të shkruanin një tekst dhe ta publikonin në një faqe interneti/rrjet social, por 23.8% e kanë bërë këtë dhe 19% do të donin ta bënin këtë. Gjithsej 49.5% ose tashmë kanë bërë një meme ose gif (29.6%) ose do të donin ta bënin këtë (19.9%), ndërsa 32.4% nuk do të donin ta bënin këtë dhe 18.1% kanë deklaruar se nuk e dinë nëse do të donin ose nuk do të donin të bënin një meme ose gif. Pothuajse

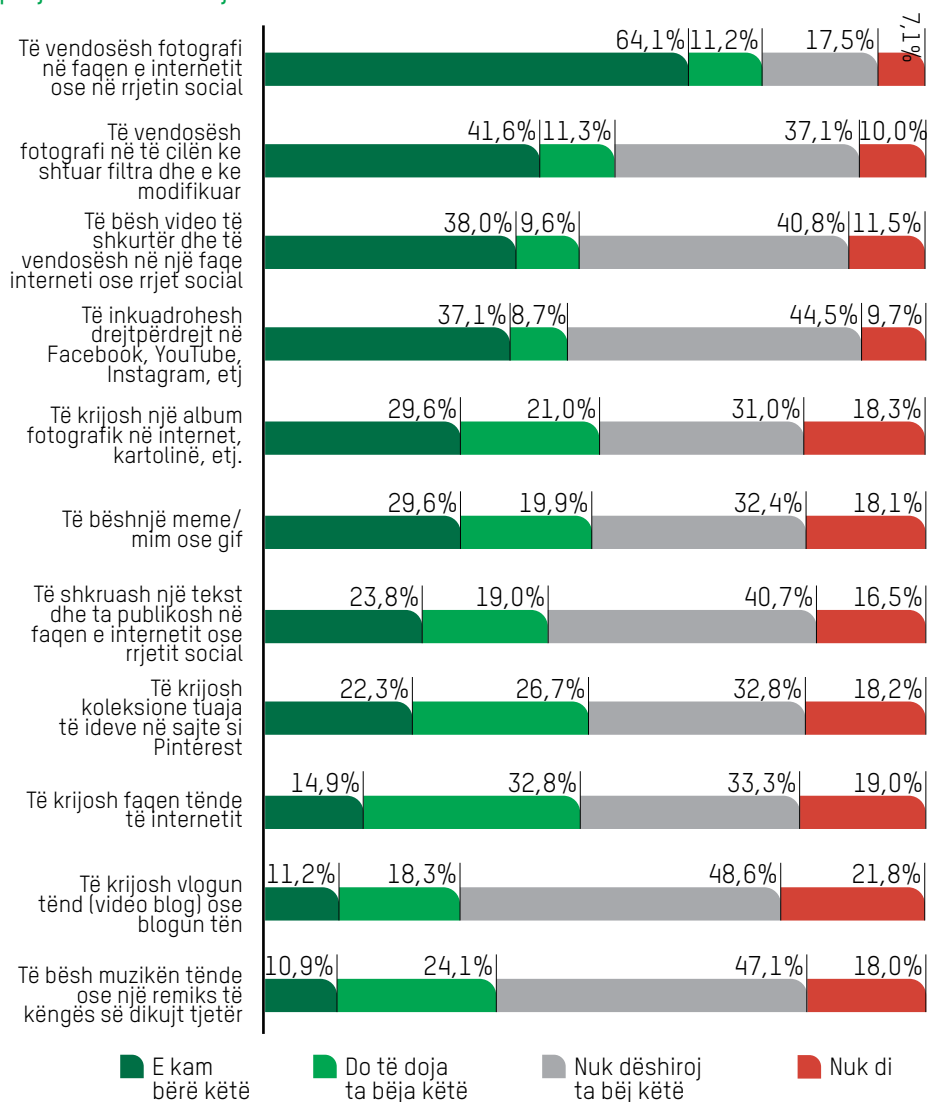
e njëjta shpërndarje e përgjigjeve vërehet edhe në pyetjen që ka të bëjë me krijimin e një albumi foto online, kartolinë për ditëlindje dhe të ngjashme – 29.6% janë shprehur se tashmë e kanë bërë këtë, 21% se do të donin ta bënin këtë, 31% nuk do të donin, dhe 18.3% nuk e dinë.

Me nga një e treta, pra 33% janë të përfaqësuar nxënësit që do të donin ose që nuk do të donin të krijojnë një faqe interneti të tyre. Një ndarje e ngjashme e qëndrimeve ka edhe në krijimin e koleksioneve të tyre me ide në faqet si Pinterest (26.7% do të donin, ndërsa 32.8% nuk do të donin).

Nga aktivitetet që nxënësit kryesisht nuk do të donin të bënin, rreth gjysma (48.6%) nuk do të donin të krijojnë një vlog ose blog të tyre, ndërsa 47.1% nuk do të donin të bënin muzikën e tyre ose remiks të një këngë tjetër.

Foto 27.

A i ke bërë, do të kishe dashur ose nuk do të kishe dashur t'i bësh secilin prej aktiviteteve vijuese në internet?

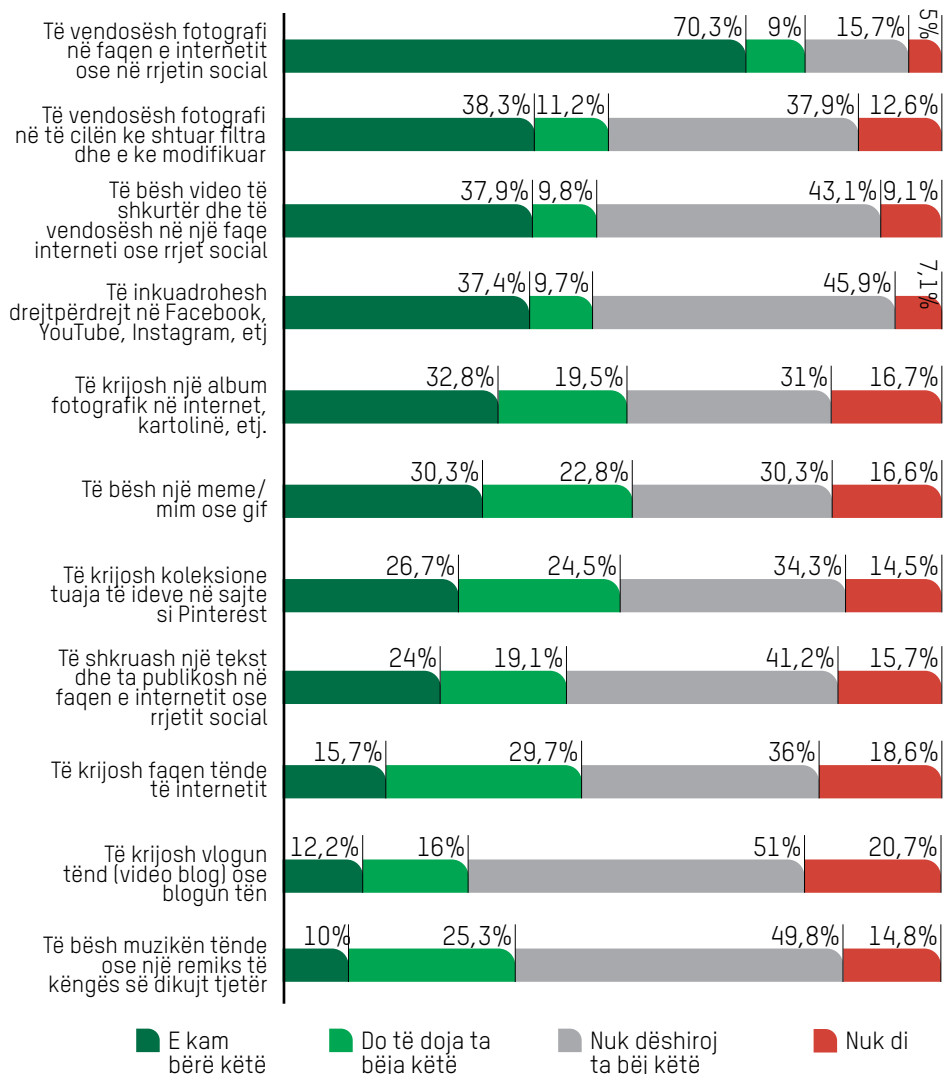


Anketat e meshkujve në përqindje më të madhe janë përfshirë drejtpërdrejtë në Facebook, YouTube, Instagram dhe të ngjashme në krahasim me

femrat e anketuara që kanë krijuar koleksionet e tyre me ide në faqet (Pinterest).

Foto 27.1.

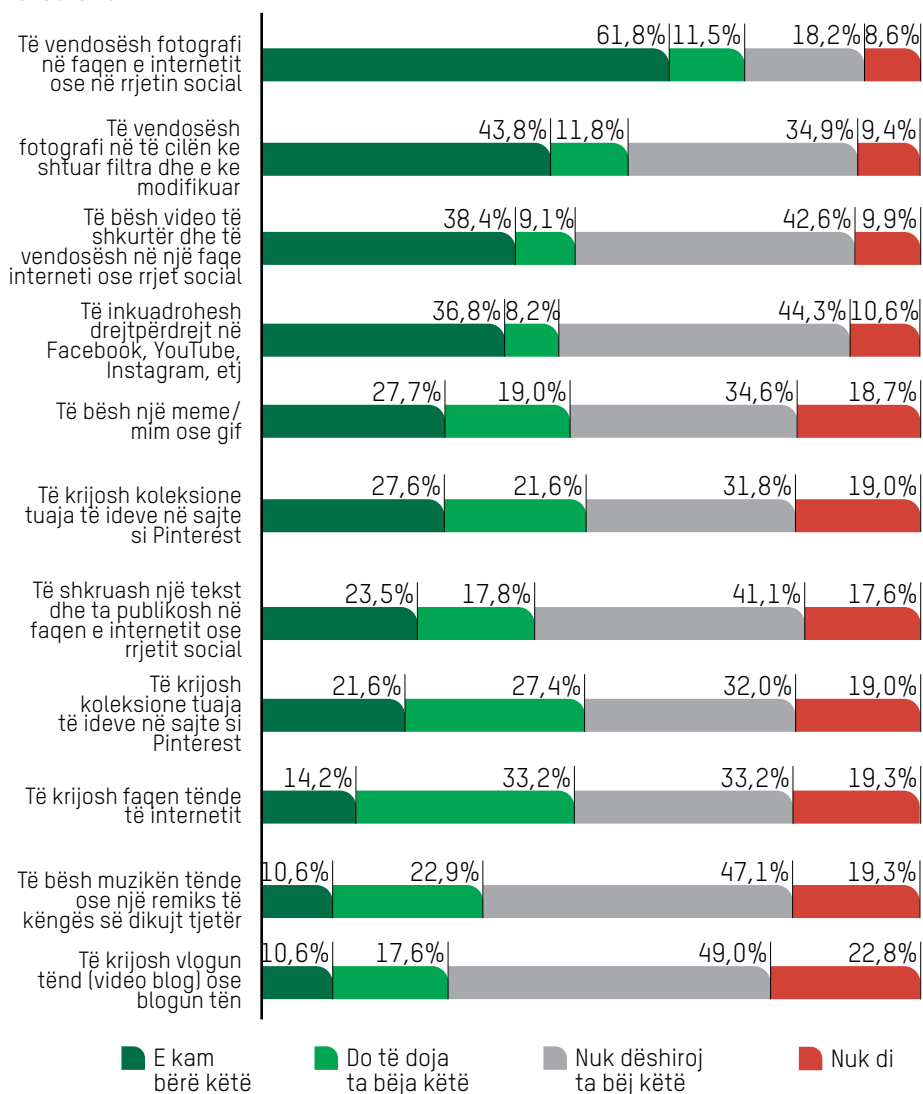
A i ke bërë, do të kishe dashur ose nuk do të kishe dashur t'i bësh secilin prej aktiviteteve vijuese në internet? Rezultate të kryqëzuara – Arsimi i gjimnazit



Në lidhje me këtë pyetje nuk janë vërejtur dallime të rëndësishme statistikore ndërmjet gjimnazit dhe arsimit profesional (Foto 27.1 dhe 27.2).

Foto 27.2.

A i ke bërë, do të kishe dashur ose nuk do të kishe dashur t'i bësh secilin prej aktiviteteve vijuese në internet? Rezultate të kryeqëzuara – Arsimi profesional

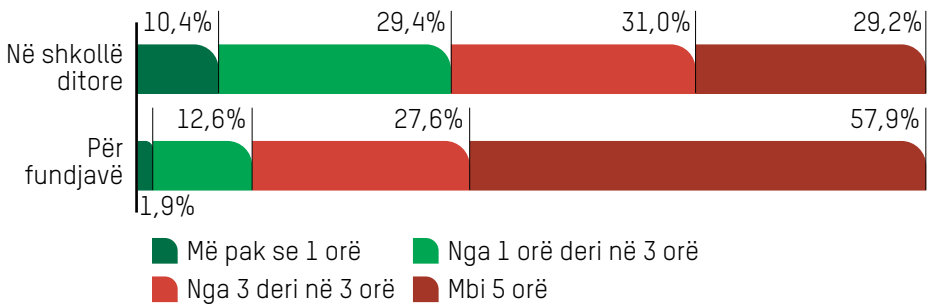


Një nga gjërat që kjo analizë donte të hulumtonte ishte lojërat. Katër nga dhjetë nxënës (39.8%) luajnë lojëra deri në 3 orë në ditë shkollore. Tre nga dhjetë (31%) luajnë lojëra nga 3 deri në 5 orë dhe po aq mbi 5 orë (29.2%). Situata është ndryshe gjatë

fundjavave kur 57.9% e të anketuarve kalojnë më shumë se 5 orë në ditë duke luajtur lojëra, 27.6% luajnë nga 3 deri në 5 orë, dhe rreth 15% e nxënësve luajnë lojëra deri në 3 orë (Foto 28).

Foto 28.

Nga sa orë në ditë luan lojëra?



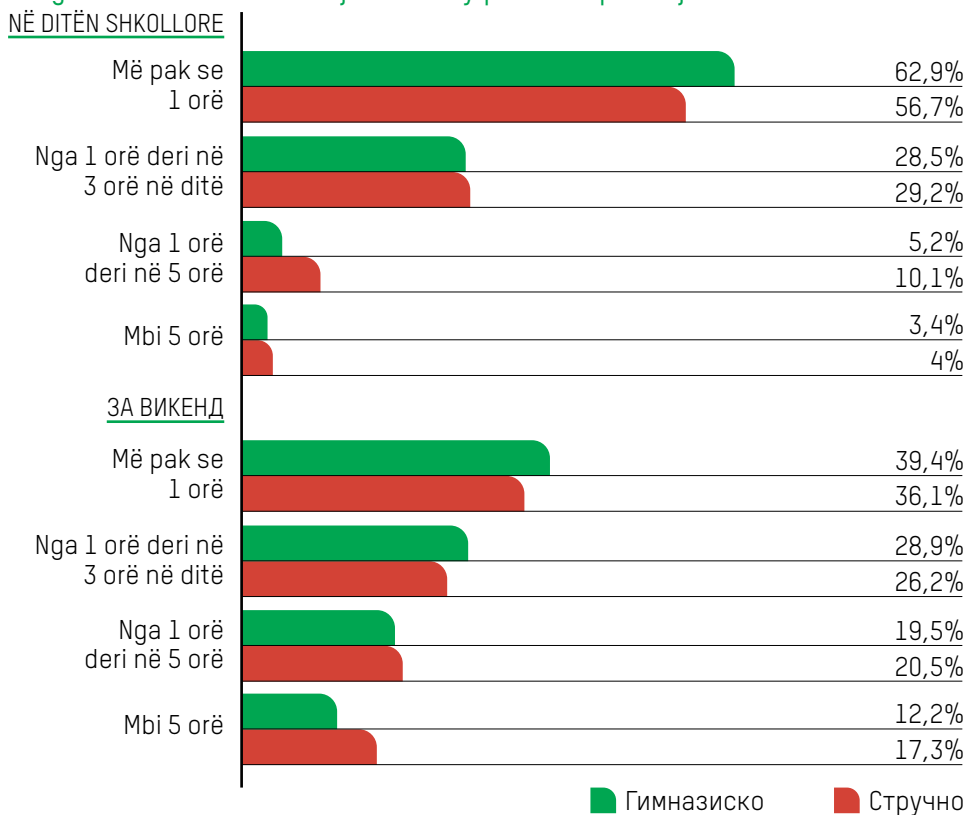
Në studim është vërejtur se nxënësit e arsimit profesional kalojnë më shumë kohë duke luajtur lojëra krahasuar me nxënësit e gjimnazit. Kjo dallim është më e dukshme gjatë

fundjavave, ku 17.3% e nxënësve të arsimit profesional kalojnë mbi 5 orë duke luajtur lojëra, krahasuar me 12.2% të nxënësve të gjimnazit (Foto 28.1).



Foto 28.1

Nga sa orë në ditë luan lojëra? Të kryqëzuara sipas llojit të arsimit



Pasi u përcaktua frekuenca e lojërave, ishte e rëndësishme të shihej edhe cilat lojëra tërheqin më shumë nxënës të shkollave të mesme (Foto 29). Prandaj, ata u pyetën se sa shpesh dhe çfarë lojëra luajnë. Në përgjigjet e tyre, ata kryesisht preferojnë lojërat me gjuajtje (FPS dhe TPS), të cilat i luajnë rregullisht gjithsej 38% - 20.5% çdo ditë dhe

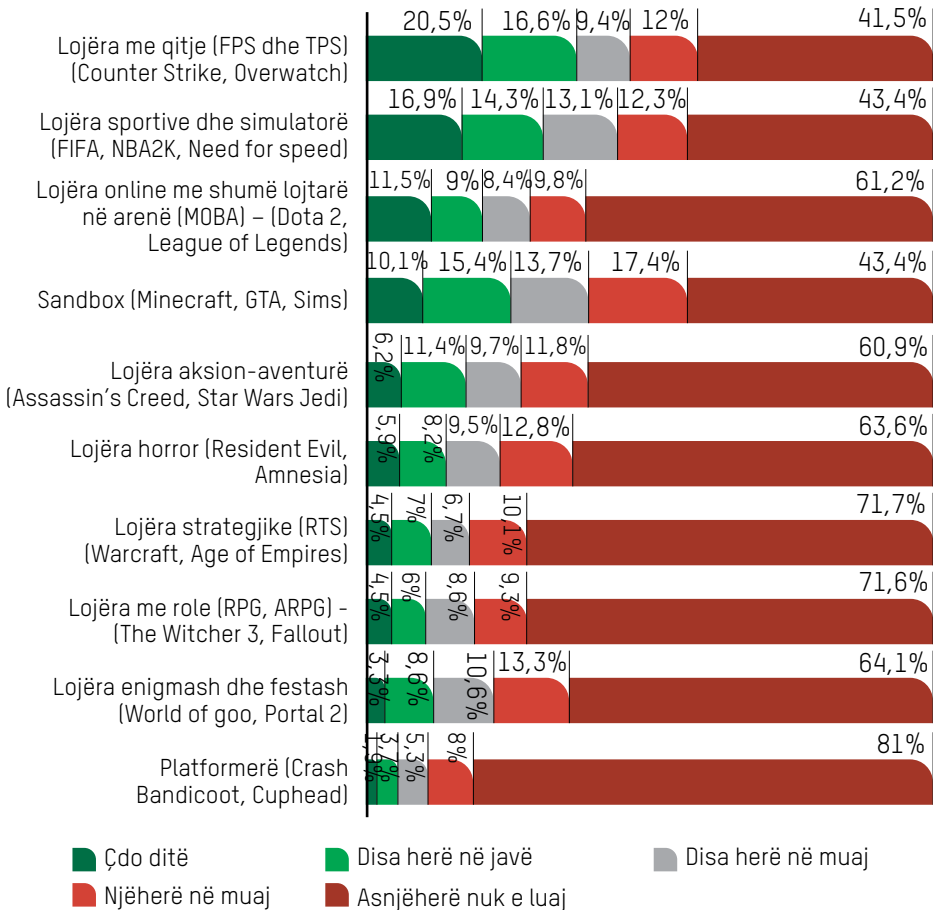
16.6% disa herë në javë, ndërsa nga ana tjetër, këto lojëra nuk i luajnë kurrë 41.5% e të anketuarve, dhe 12% një herë në muaj. Në vendin e dytë sipas intensitetit janë lojërat sportive dhe simulatorët, si FIFA, NBA2K, Need for Speed (16.9% i luajnë çdo ditë dhe 14.3% disa herë në javë), të cilat nuk i luajnë kurrë 43.4% (12.3% një herë në muaj).

Në vendin e tretë për nga frekuenca janë lojërat sandbox, si Minecraft, GTA, Sims, të cilat i luajnë një e katërta e të anketuarve (15.4% disa herë në javë dhe 10.1% çdo ditë), por as këto nuk i luajnë kurrë 43.4%, ndërsa 17.4% një herë në muaj. Lojërat online me shumë lojtarë në

arenë, si DOTA 2, League of Legends, janë të fundit që i luajnë rregullisht mbi një e pesta e nxënësve (11.5% çdo ditë dhe 9% disa herë në javë), por shumica dërrmuese nuk i luajnë – 61.2% kurrë dhe 9.8% - një herë në muaj.

Foto 29.

Sa shpesh luan lojëra?



Në lidhje me këtë pyetje nuk janë vërejtur dallime të rëndësishme statistikore ndërmjet gjimnazit dhe arsimit profesional, me përjashtim

të lojërave me krisma që janë më të pranishme te nxënësit e shkollave të mesme profesionale (Foto 29.1 dhe 29.2).

Foto 29.1.

Sa shpesh luaj lojëra? Rezultate të kryqëzuara– Arsimi i gjimnazit

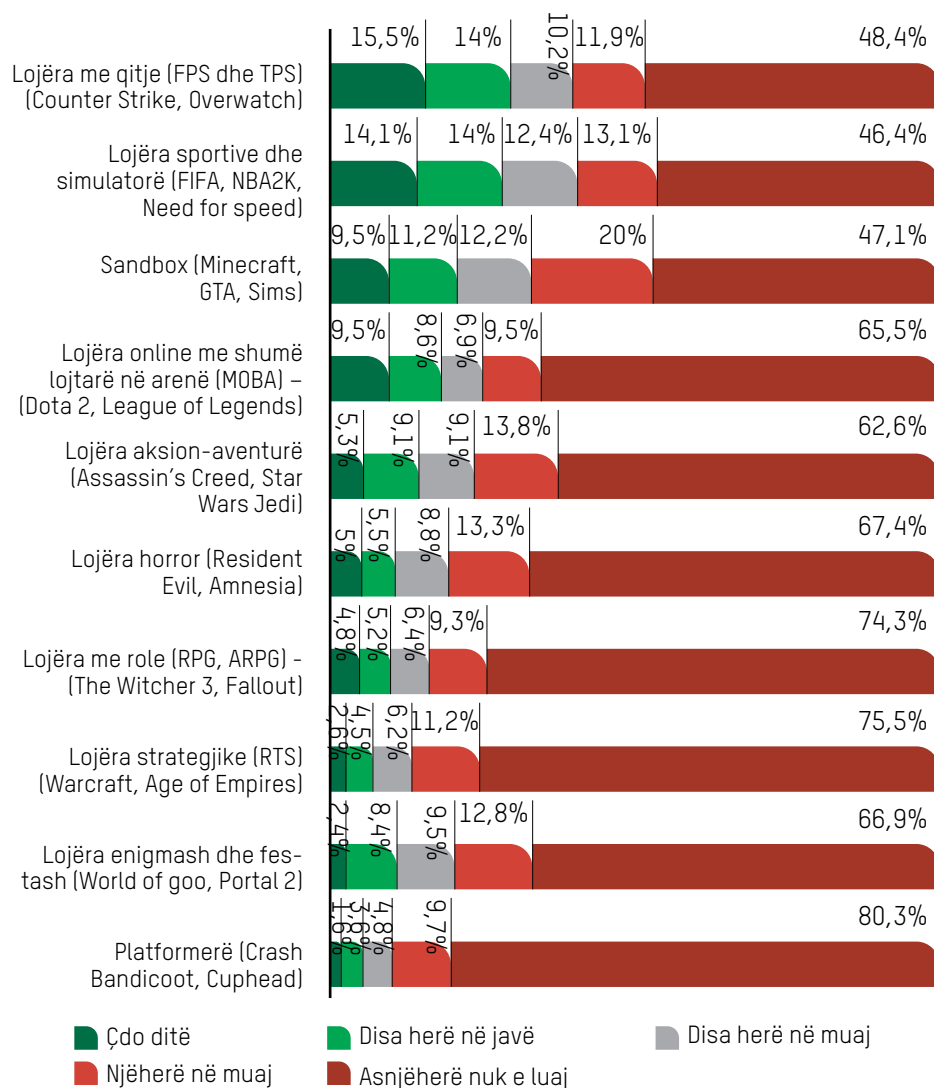
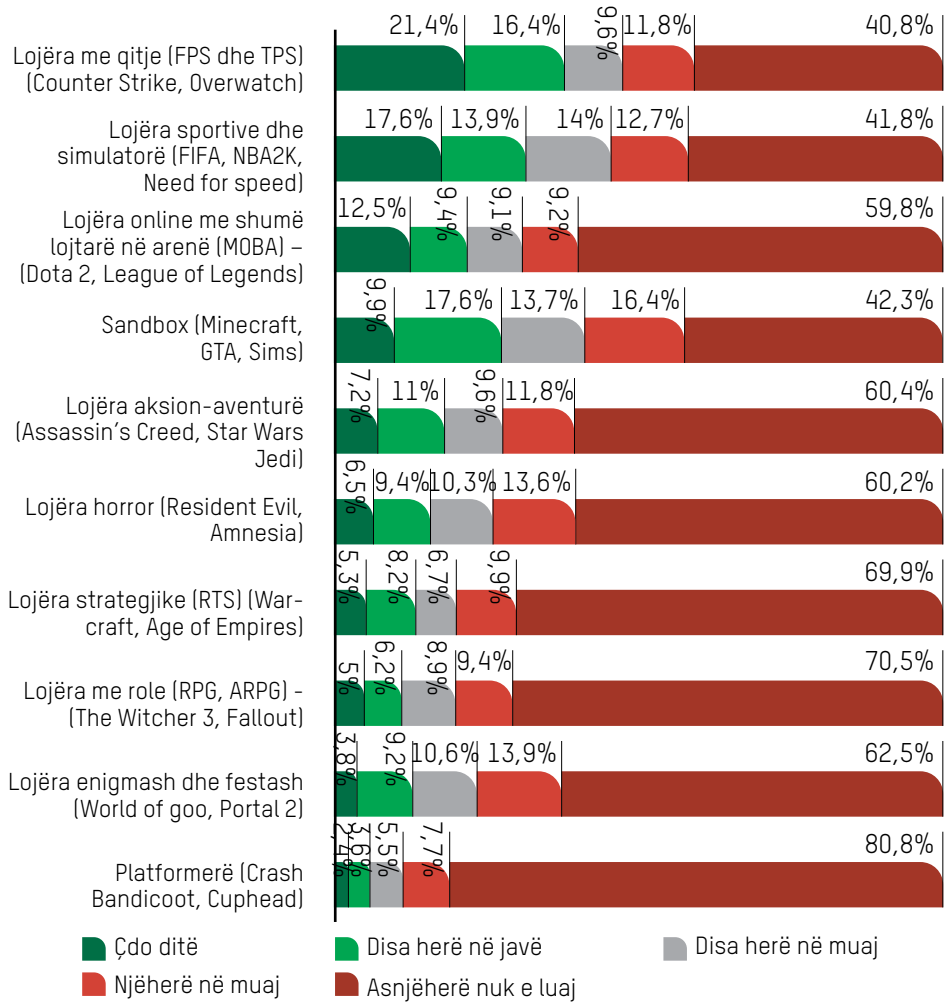


Foto 29.2.

Sa shpesh luaj lojëra? Rezultate të kryqëzuara– Arsimi profesional



Konstatimi i parë nga analizat e kryera në këtë segment është se pothuajse të gjithë nxënësit që morën pjesë në këtë studim përdorin një smartphone për të hyrë në internet. Krahasuar me shikimin e televizionit gjatë javës së

punës, nxënësit janë dukshëm më shumë dhe më gjatë në hapësirën e internetit. Kjo diferencë është edhe më e madhe gjatë fundjavave, kur një numër i madh i nxënësve (57.9%) përdorin aktivisht internetin për më

shumë se 5 orë gjatë ditës, dhe një përqindje e konsiderueshme janë ata që janë aktivisht online nga 3 deri në 5 orë në ditë (27.6%). Kur janë online, shumicën e kohës e kalojnë në rrjetet sociale (89% çdo ditë) dhe duke dëgjuar muzikë (72.6% çdo ditë). Aktivitetet e tjera për të cilat nxënësit shpesh përdorin internetin janë: hyrja në Skype, EhatsApp, Messenger, Telegram, kërkimi i informacionit të nevojshëm për shkollë, si dhe shikimi i programeve televizive, videove dhe filmave. Më shumë se gjysma e nxënësve (përkatesisht 62%) shikojnë videot e TikTok, pastaj videot e shkurtra (reels) në Instagram (46%), muzikë (39%) dhe videot e shkurtra (shorts) në YouTube (31%). Për të fituar një pasqyrë më të detajuar mbi ndikimin potencial pozitiv ose negativ të këtyre rrjeteve sociale, është e dëshirueshme që të hulumtohet më tej se çfarë përmbajtjesh janë videot që nxënësit shikojnë në TikTok, Instagram dhe YouTube. Kjo është veçanërisht e rëndësishme sepse në publik shpesh dëshmojmë që në TikTok shpesh postohen forma të ndryshme të sjelljeve të quajtura "sfida" për të mbledhur "pëlqime" për popullaritet, të cilat fëmijët dhe adoleshentët i imitojnë, dhe shpesh janë të rrezikshme dhe kërcënojnë

shëndetin dhe sigurinë e tyre. Një tjetër të dhënë që nuk përputhet me zhvillimin e qëndrimit kritik dhe mendimit tek disa nxënës është se pothuajse gjysma e tyre besojnë se përmbajtjet e publikuara në rrjetet sociale janë të vërteta (gjithsej 45.9%). Një shumicë e madhe e nxënësve (gjithsej 71.7%) besojnë se faqet e internetit me informacion për të mësuar janë të vërteta, si dhe që intelijenca artificiale gjeneron përmbajtje të vërtetë (gjithsej 45.7%). Në të kundërt, ekspertët publikë bien dakord që jo të gjitha faqet e internetit që përdoren si burime informacioni gjithmonë ofrojnë informacione të sakta dhe të vlefshme (p.sh. Ekipedia), si dhe që intelijenca artificiale ndonjëherë mund të gjenerojë përmbajtje me informacione të gabuara, prandaj gjithmonë duhet të verifikohen përpara se të përdoren.

Ndoshta më interesante në këtë segment janë qëndrimet e nxënësve në lidhje me sjelljen e tyre në internet. Pasqyra e detajuar e përgjigjeve është dhënë më sipër, përpara tabelave përkatëse. Nxënësit kalojnë shumë kohë edhe duke luajtur lojëra, kështu që 39.8% luajnë lojëra deri në 3 orë, 31% luajnë nga 3 deri në 5 orë

dhe pothuajse po aq gjatë mbi 5 orë në ditët e shkollës. Gjatë fundjavave, një përqindje e madhe e nxënësve (gjithsej 85.5%) luajnë për më shumë se 3 orë në ditë (57.9% mbi 5 orë!). Nëse këtyre të dhënave u shtohen gjetjet e mëparshme për kohën e kaluar në rrjetet sociale dhe përpara televizorit gjatë fundjavave (dhe gjatë javës së punës), bëhet shumë shqetësues niveli i lartë i ekranizimit dhe ekspozimit të nxënësve ndaj përmbajtjeve mediatike që shpesh nuk janë për qëllime edukative. Kjo padyshim ndikon në zhvillimin e tyre të përgjithshëm dhe përputhet me emrin me të cilin këto breza të reja quhen në botë – indigjenë digjitalë (digital natives). Fakti që ata janë kaq shpesh dhe intensivisht në hapësirën e internetit, nuk nënkupton automatikisht se dinë gjithçka për komunikimin dixhital dhe se kanë zhvilluar literaturën mediatike (siç sugjerojnë disa nga gjetjet e këtij studimi të komentuar më sipër).

3.2.

Rrjetet sociale

Rrjetet sociale formojnë vazhdimisht ndërveprimet midis nxënësve. Ata i përdorin për të ndarë përvoja dhe për të formuar qëndrime. Platformat e mediave sociale janë bërë pjesë integrale e strukturës së shoqërisë moderne, duke formuar komunikimin, shpërndarjen e informacionit dhe ndërveprimet sociale. Edhe pse këto rrjete krijojnë mundësi për lidhje, ato gjithashtu paraqesin sfida për privatësinë dhe sigurinë.

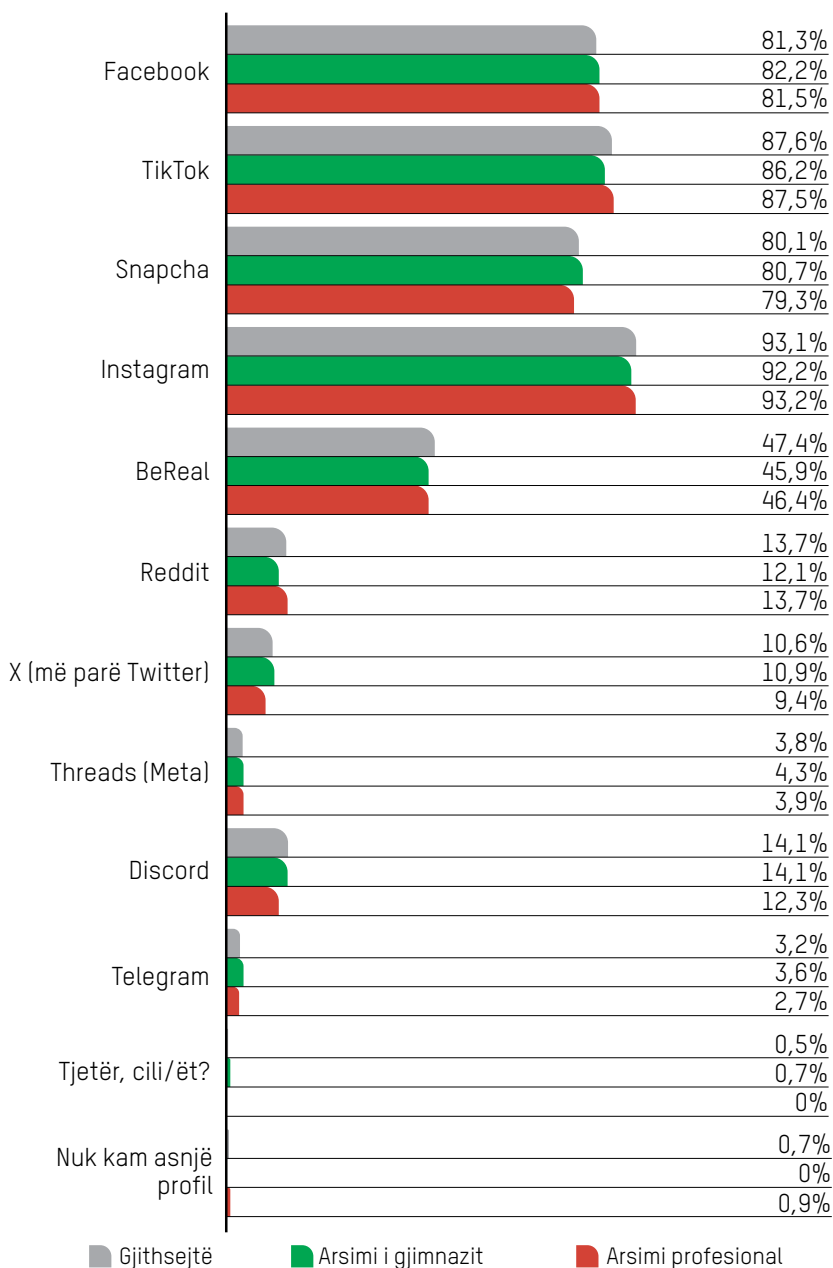
Në pyetjen e parë të këtij grupi, një përqindje e lartë e nxënësve të anketuar kanë përgjigjur se kanë profile në rrjetet sociale të njohura. Në vend të parë është Instagrami me 93.1%, në vend të dytë TikTok me 87.6% dhe në vend të tretë Facebooku me 81.3%. Tetë nga dhjetë nxënës (80.1%) përdorin edhe Snapchat-in.

Në lidhje me këtë pyetje nuk janë vërejtur dallime të rëndësishme statistikore ndërmjet gjimnazit dhe arsimit profesional (Foto 30).

Foto 30.

Në cilin rrjet social ke faqe ose profil?

Janë të mundshëm më shumë përgjigje (ka aplikacion/profil)



Në pyetjen e mëparshme ishte e mundur të jepen më shumë përgjigje sepse qëllimi ishte të shihej se cilat rrjete nxënësit përdorin përgjithësisht. Më pas ishte e nevojshme të hetohet cila rrjet sociale përdorin më shpesh (Foto 31). Përgjigjet e tyre treguan se në vendin e parë përsëri është Instagrami, që përdoret më shpesh nga 46.9%, dhe TikTok është në vendin e dytë

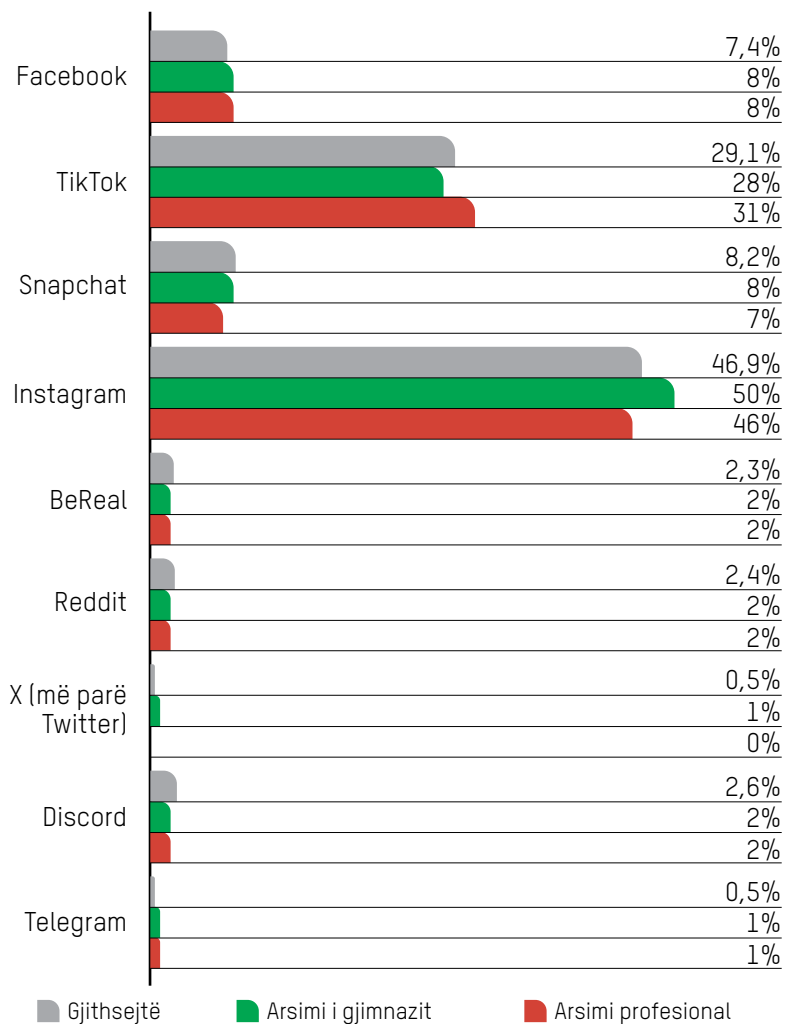
me 29.1%. Dallimi me përgjigjet e mëparshme vërehet te rrjeti i tretë më i përdorur - në vendin e tretë nxënësit rendisin Snapchat me 8.2%, ndërsa Facebook ka përdorim më të vogël me 7.4%.

Në lidhje me këtë pyetje nuk janë vërejtur dallime të rëndësishme statistikore ndërmjet gjimnazit dhe arsimit profesional.



Foto 31.

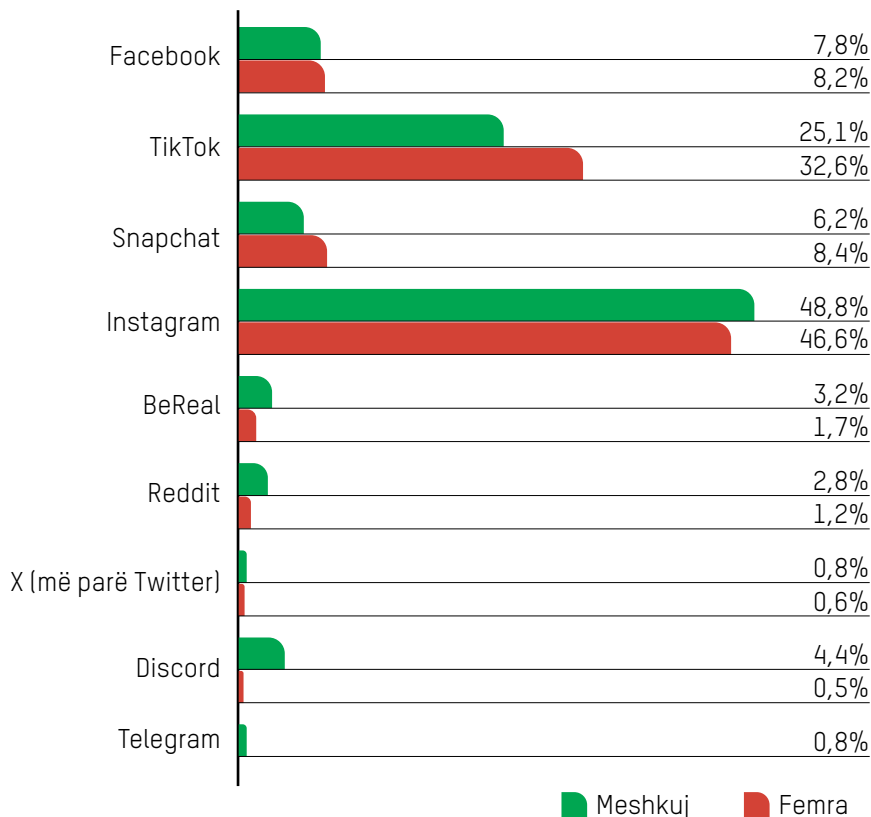
Cilin rrjet social e përdor më shpesh?



Vajzat në përqindje më të madhe e përdorin rrjetin social TikTok në krahasim me djemtë (Fotografia 31.1).

Foto 31.1.

Cilin rrjet social e përdor më shpesh? Rezultate të kryeqëzuara sipas gjinisë



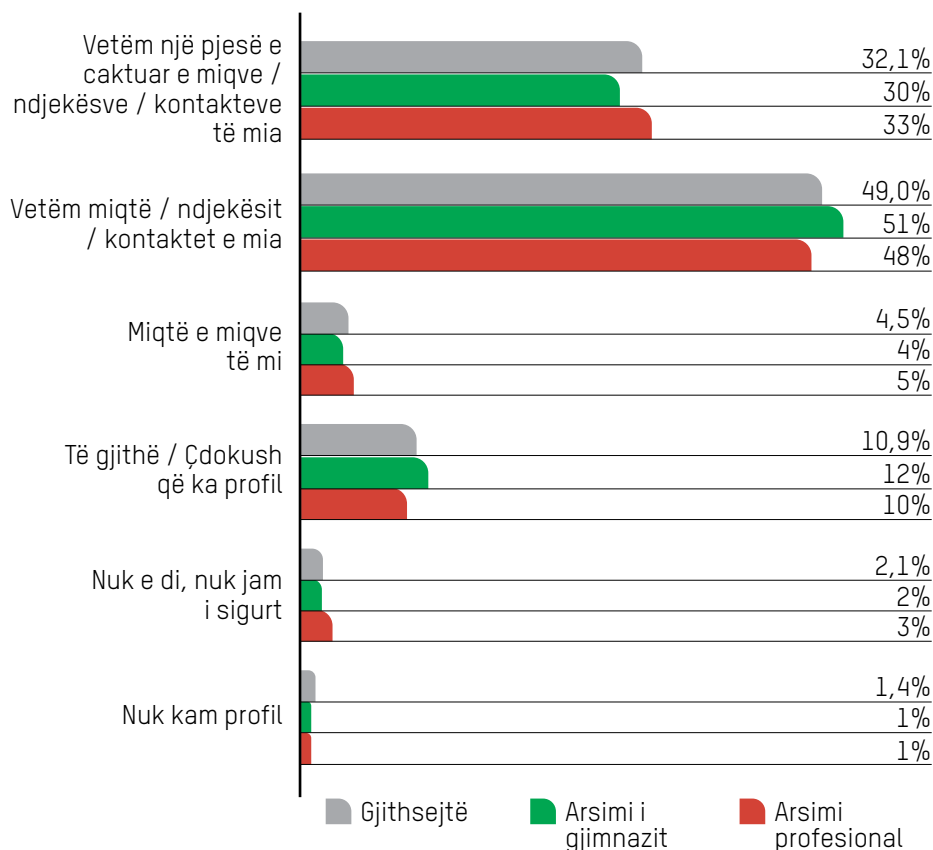
Në pyetjen: “Kush mund ta shohë faqen ose profilin tuaj në aplikacionin që përdorni më shumë”, shumica e nxënësve (49%) deklaruan se profili i tyre mund të shihet vetëm nga miqtë/ndjekësit/kontaktet e tyre. Rreth 32.1% u përgjigjën se profili i tyre mund të shihet vetëm nga një pjesë e miqve/ndjekësve/kontakteve të

tyre. Një përqindje e vogël (10.9%) e lënë profilin e tyre të hapur për të gjithë.

Në lidhje me këtë pyetje nuk janë vërejtur dallime të rëndësishme statistikore ndërmjet gjimnazit dhe arsimit profesional (Foto 32).

Foto 32.

Kush mund ta shikojë faqen ose profilin tënd në aplikacionin që e përdor më shpesh?

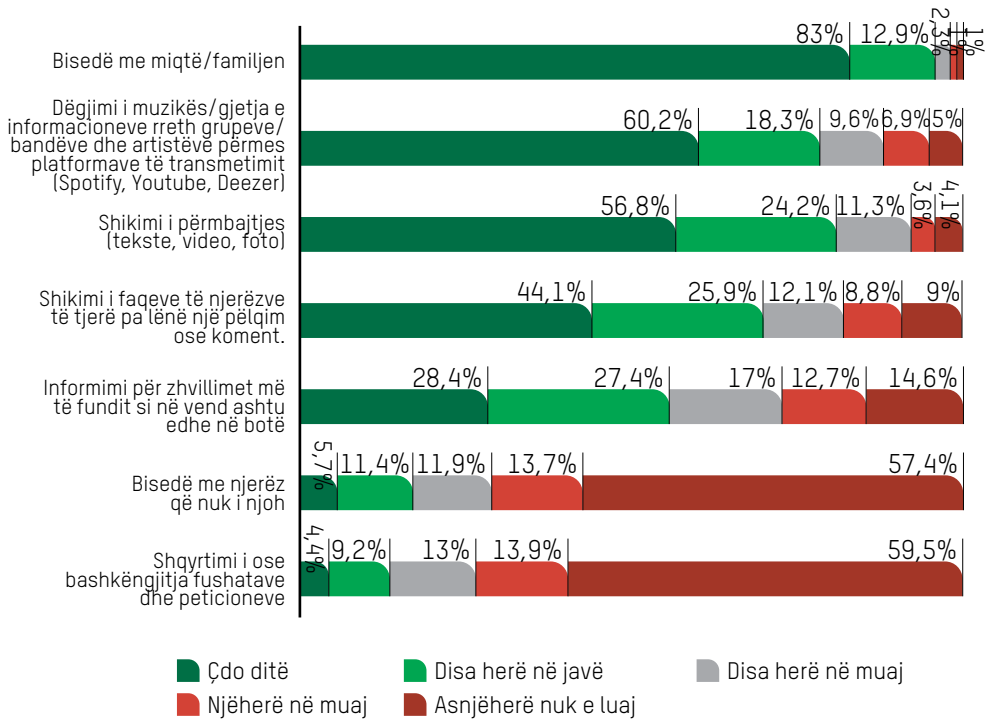


Sa i përket aktiviteteve në rrjetet sociale, të përmendura më poshtë në grafikun (Foto 33), një shumicë dërrmuese (83%) janë përgjigjur se çdo ditë bisedojnë me miq/familje përmes rrjeteve sociale, ndërsa më shumë se gjysma (60.2%) kanë përgjigjur se dëgjojnë muzikë/marrin

informacion për grupe dhe artistë përmes platformave të transmetimit. Rreth 56.8% kanë thënë se shfletojnë përmbajtje (tekste, video, fotografi) në rrjetet sociale. Katër nga dhjetë të anketuar (44.1%) çdo ditë shfletojnë faqet e njerëzve të tjerë pa lënë pëlqim ose koment.

Foto 33.

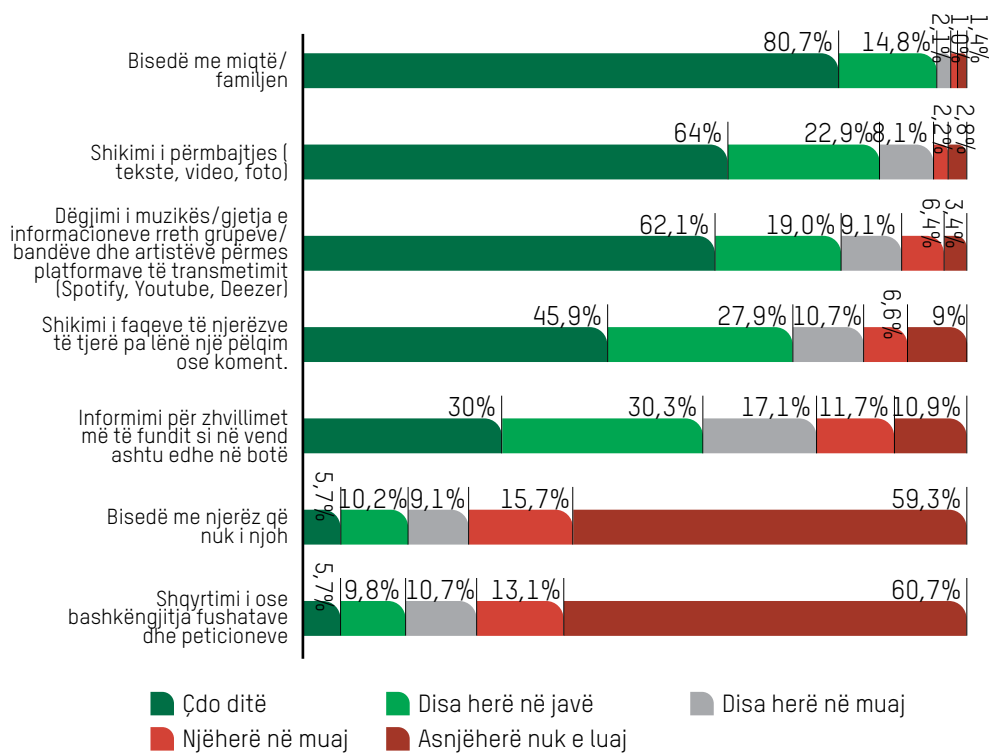
Sa shpesh i bën aktivitetet në vijim në rrjetet sociale?



Për dy çështje përgjigjet janë kryesisht negative: gjashtë nga dhjetë të anketuar (59.5%) kurrë nuk kanë shfletuar ose nuk janë bashkuar në fushata dhe peticione, dhe 57.4% kurrë nuk kanë biseduar me njerëz që nuk i njohin përmes rrjeteve sociale.

Foto 33.1.

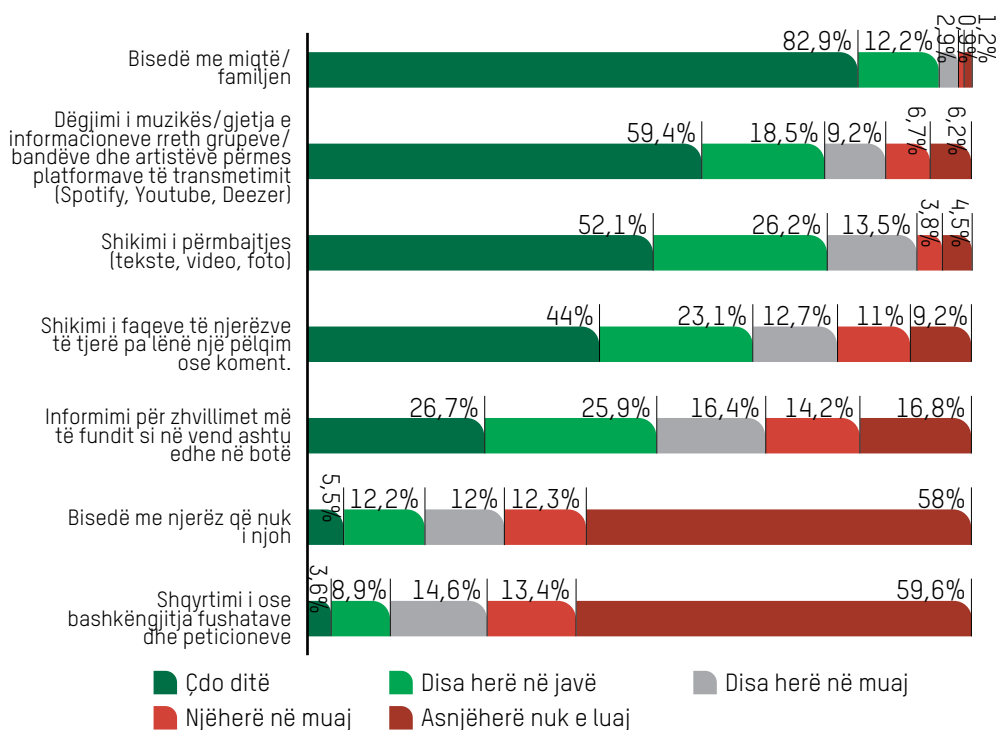
Sa shpesh i bën aktivitetet në vijim në rrjetet sociale? Rezultaste të kryqëzuara – Arsimi i gjimnazit



Nuk vërehen dallime të dukshme statistikore ndërmjet arsimit të gjimnazit dhe profesional (Fotografia 33.1 dhe 33.2).

Foto 33.2.

Sa shpesh i bën aktivitetet në vijim në rrjetet sociale? Rezultaste të kryqëzuara – Arsimi profesional



Seti tjetër i qëndrimeve është kryesisht i lidhur me rreziqet e rrjeteve sociale (Foto 34). Shtatë nga dhjetë të anketuar pajtohen me qëndrimin se dikush mund të pretendojë se është në moshën e

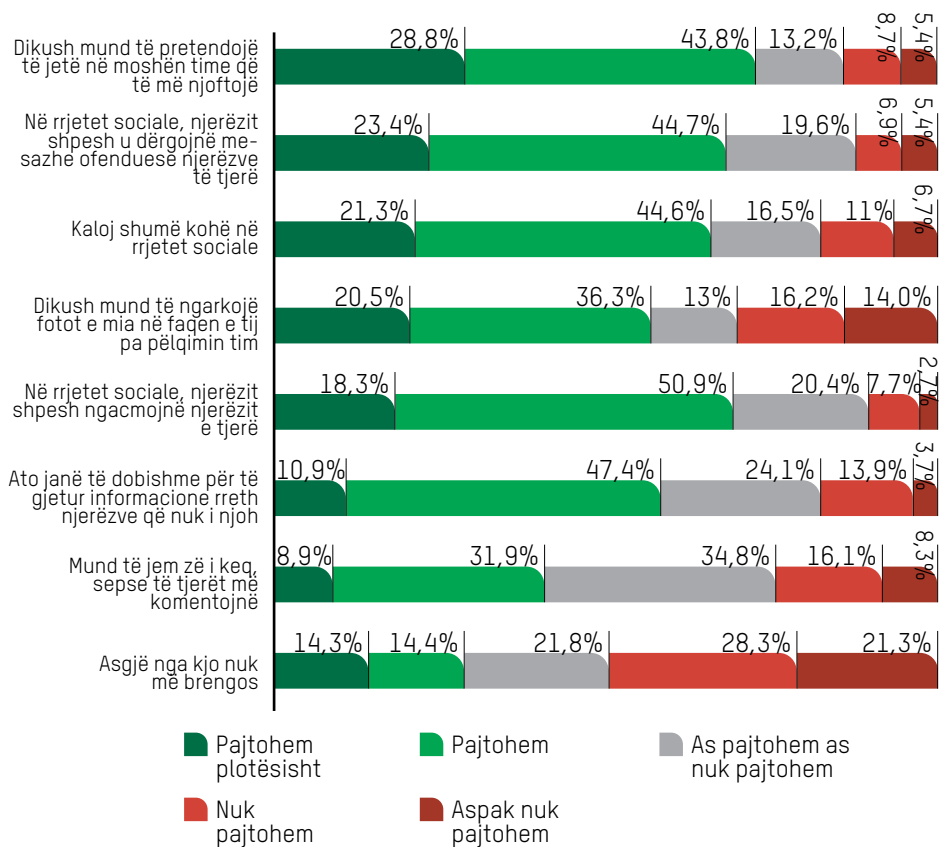
tyre për t'u njohur me ta (plotësisht pajtohen 28.8%, pajtohen 43.8%). Një shumicë e konsiderueshme, 69.2% e nxënësve, mendojnë se në rrjetet sociale njerëzit shpesh shqetësojnë të tjerët (plotësisht pajtohen 18.3%,

pajtohen 50.9%). Më shumë se dy të tretat e nxënësve (68.1%) pajtohen se në rrjetet sociale njerëzit shpesh dërgojnë mesazhe ofenduese për të tjerët (plotësisht pajtohen 23.4%, pajtohen 44.7%). Dy të tretat (65.9%) ndjejnë se kalojnë shumë kohë në rrjetet sociale (plotësisht pajtohen

21.3%, pajtohen 44.6%). Gjithashtu, më shumë se gjysma e nxënësve (58.3%) i konsiderojnë rrjetet sociale të dobishme për gjetjen e informacionit për njerëz të panjohur (plotësisht pajtohen 10.9%, pajtohen 47.4%).

Foto 34.

Në cilën shkallë pajtohesh ose nuk pajtohesh me qëndrimet në vijim në lidhje me rrjetet sociale?

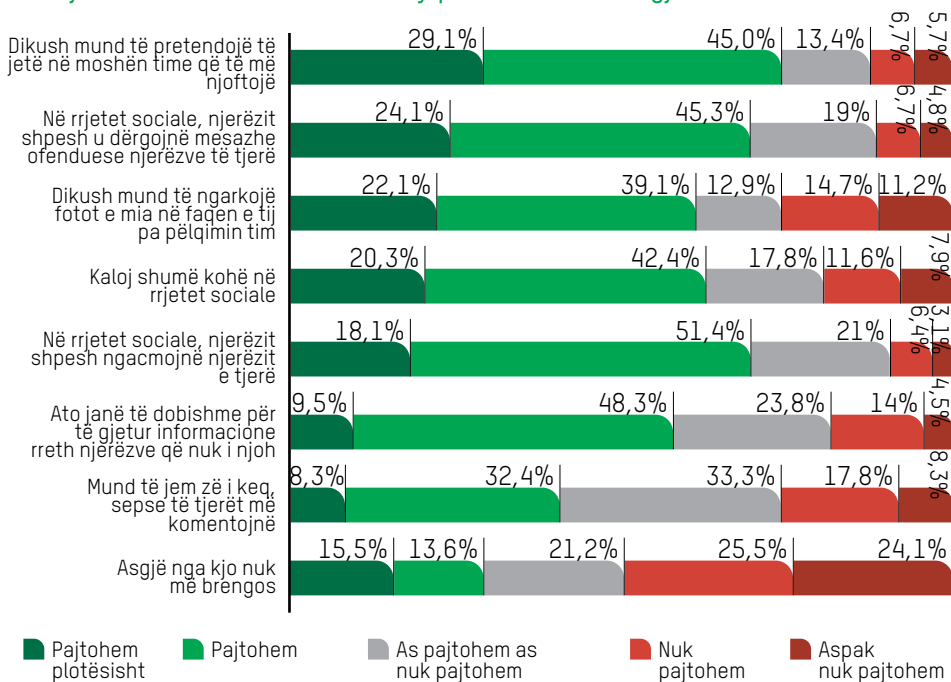


Qëndrimet interesante janë nëse ata mund të kenë një reputacion të keq sepse të tjerët komentojnë për ta – diçka nën një të tretën pajtohen me këtë (31.9%), dhe diçka mbi një të tretën (34.8%) nuk kanë një qëndrim të formuar. Ajo që duhet të merret në konsideratë është se 28.7% e nxënësve nuk shqetësohen nga asnjë prej gjërave të përmendura. Një përqindje e lartë prej 30.2% nuk pajtohen me pohimin se dikush

mund të postojë fotografitë e tyre në profilin e vet pa pëlqimin e tyre, ndërsa 13% janë neutralë për këtë. Këto të dhëna tregojnë se një numër jo i vogël i nxënësve kanë njohuri të pamjaftueshme për rreziqet e abuzimit të të dhënave personale nga predatori kibernetik dhe shkeljeve të sigurisë në hapësirën e internetit, ose janë të pa interesuar për këtë temë.

Foto 34.1.

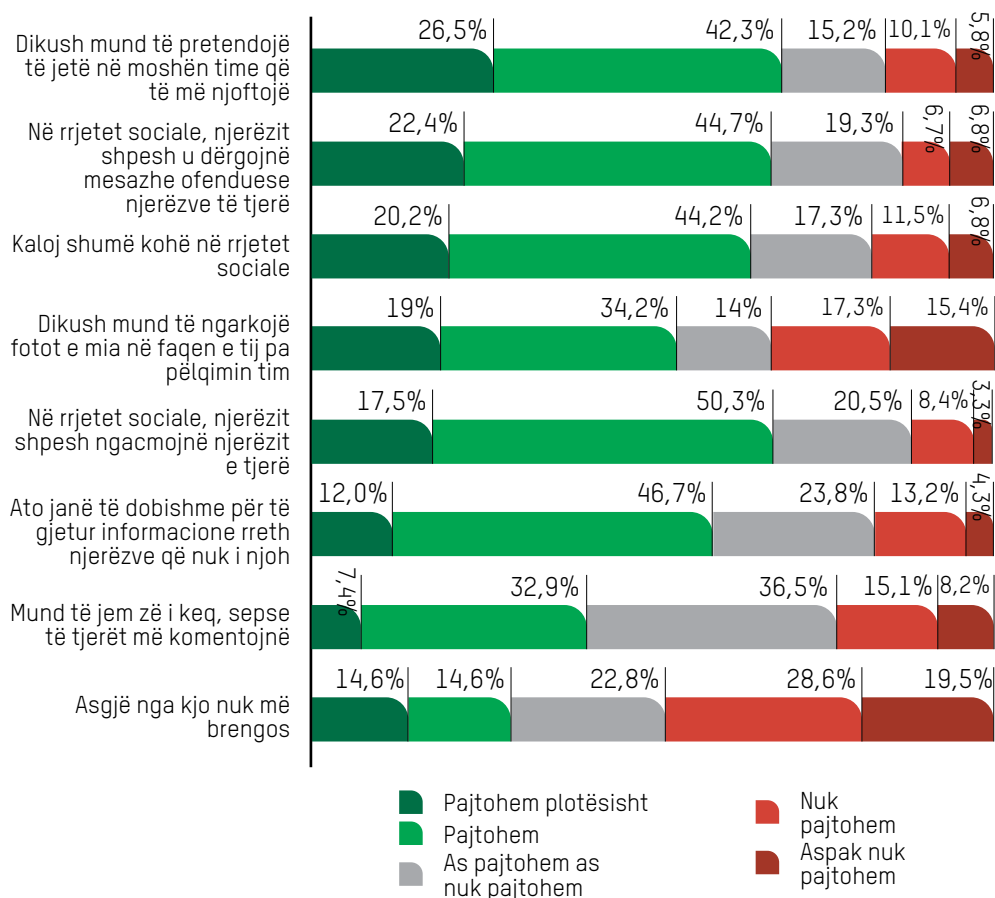
Në cilën shkallë pajtohesh ose nuk pajtohesh me qëndrimet në vijim në lidhje me rrjetet sociale? Rezultate të kryqëzuara – Arsimi i gjimnazit



Me këtë pyetje nuk janë vërejtur dallime statistikore ndërmjet arsimit të gjimnazit dhe arsimit profesional (Fotografia 34.1 dhe 34.2).

Foto 34.2.

BNë cilën shkallë pajtohesh ose nuk pajtohesh me qëndrimet në vijim në lidhje me rrjetet sociale? Rezultate të kryqëzuara – Arsimi profesional



Kur bëhet fjalë për ndarjen e informacionit personal në internet (Foto 35), shumica dërrmuese e nxënësve ndajnë fotografi nga pushimet e tyre – gjithsej 82%, nga të cilët 41.5% e bëjnë këtë pa problem dhe 39.8% pas reflektimit. Shumë afër për nga frekuenca është ndarja e fotografive nga daljet me miqtë - gjithsej 80%, nga të cilët 48.8% i ndajnë pa menduar, dhe 35.9% do të mendonin, por megjithatë do t'i ndanin. Një shumicë dërrmuese (88.3%) e nxënësve kurrë nuk do të ndanin adresat e tyre të shtëpisë, dhe përqindje të ngjashme janë vërejtur edhe për informacione të tjera personale si adresat e email-it (81.6%) dhe numrat e telefonit celular (82.5%). Një numër i madh – 70.1% nuk do të ndanin as informacion për mënyrën se si ndihen. Megjithatë, 63.3% do të ndanin fotografi të

familjes së tyre ose **të anëtarëve të tjerë të mitur të familjes** (21.9% do të ndanin pa problem, ndërsa 41.4% do të mendonin, por megjithatë do të ndanin), ndërsa 36.7% kurrë nuk do ta bënin këtë. Duke pasur parasysh apelin e shpeshtë të ekspertëve për sigurinë kibernetike që të mos postohen fotografi të fëmijëve dhe të miturve në rrjetet sociale për shkak të një sërë rreziqesh që lidhen me ndjekjen, ndjekjen e vendndodhjes, njohjen e fytyrës, abuzimin me fotografitë personale, gjetjen e vendndodhjes së shkollës ku fëmija ndjek mësimin etj., me këtë sjellje potencialisht rrezikohet siguria e anëtarëve të mitur të familjes.

Të anketuarit meshkuj (20%) në përqindje më të madhe do të ndanin pa problem informacione publike për atë që bëjnë krahasuar me femrat (12%).



Foto 35.

Çfarë nga kjo do të kisha ndarë në internet publikisht,
që të tjerët të mund ta shohin?

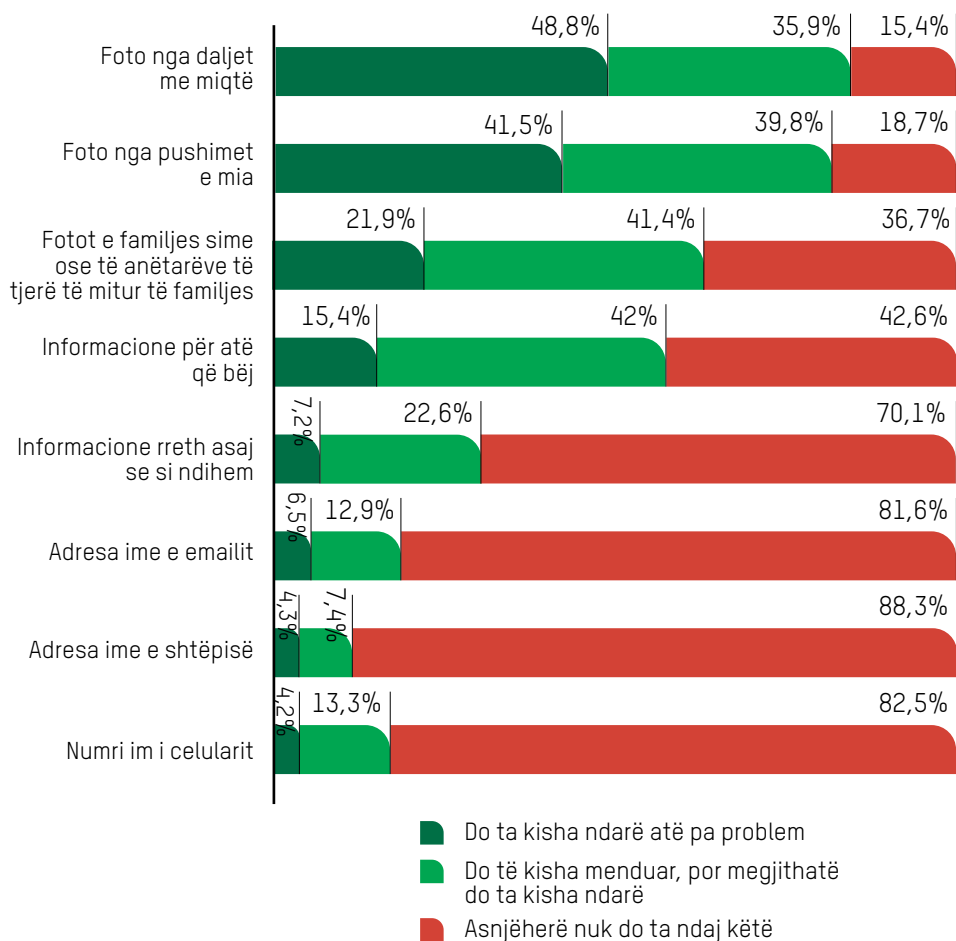
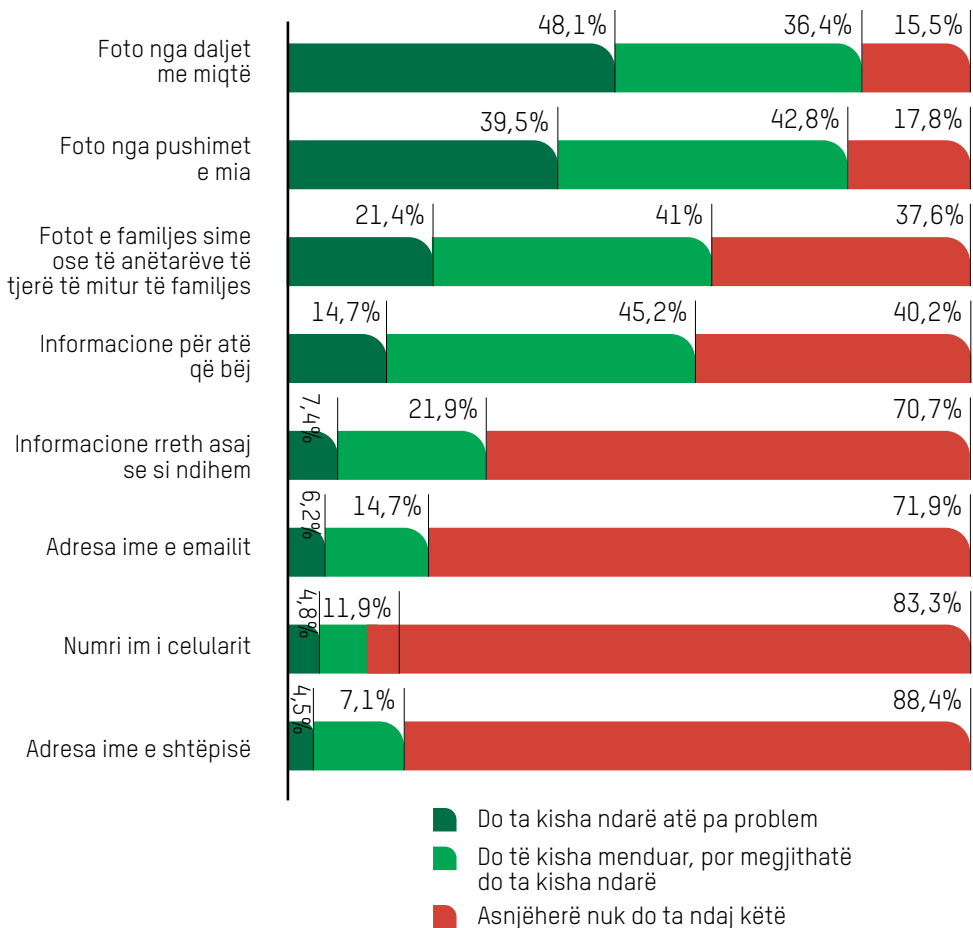


Foto 35.1.

ËÇfarë nga kjo do të kisha ndarë në internet publikisht,
që të tjerët të mund ta shohin?

Rezultate të kryqëzuara – Arsimi i gjimnazit

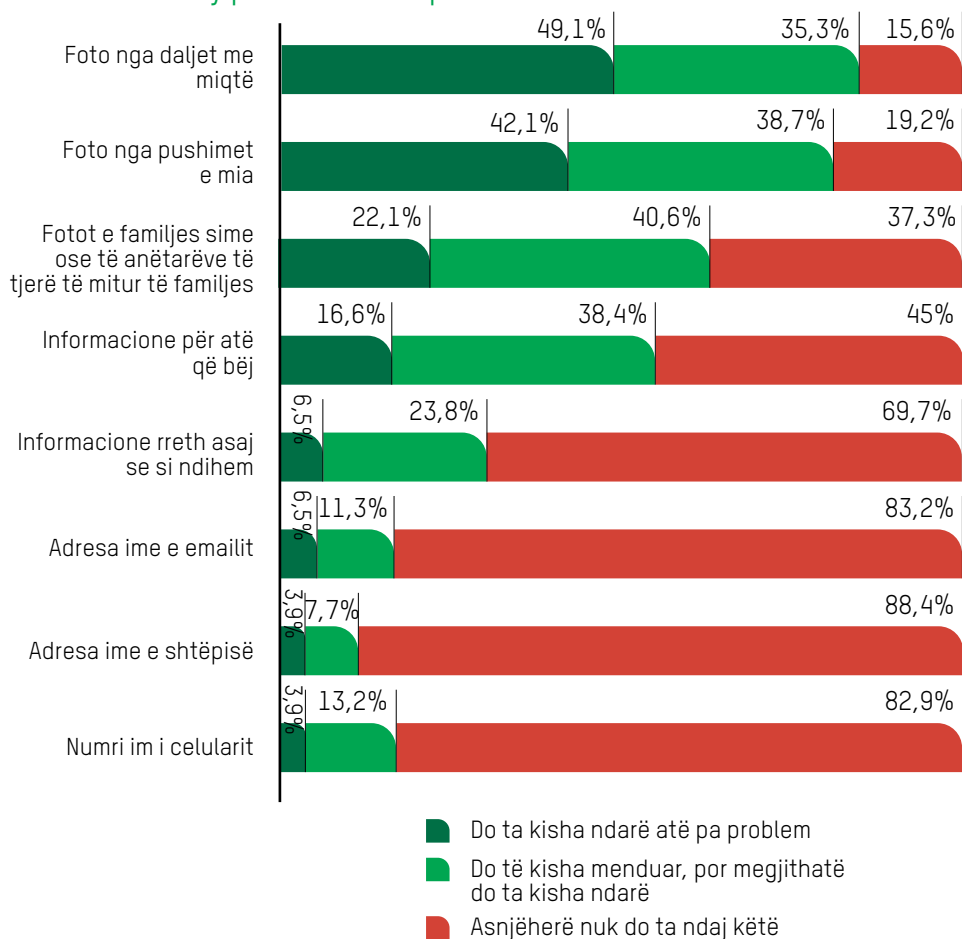


Lidhur me këtë çështje nuk janë vërejtur dallime të dukshme statistikore ndërmjet arsimit të gjimnazit dhe arsimit profesional (Fotografia 35.1 dhe 35.2).

Foto 35.2.

Çfarë nga kjo do të kisha ndarë në internet publikisht, që të tjerët të mund ta shohin?

Rezultate të kryqëzuara – Arsimi profesional



Përdorimi i rrjeteve sociale nuk do të ishte i plotë nëse nxënësit nuk do të pyeteshin nëse ndjekin influencerë dhe blogerë dhe cilët janë ata. Pothuajse 60% (Foto 36) janë përgjigjur se ndjekin influencerë/blogerë. Nga këta, numri më i madh prej tyre (27.6%) nuk kanë veçuar një

person që e ndjekin më shumë (Tabela 3). Ata që e kanë bërë këtë, në vendin e parë kanë veçuar YouTuber-in serb Baka Prase¹⁶ (3.7%), në vendin e dytë YouTuber-in maqedonas Stefan Lazarov (2.7%) dhe në vendin e tretë YouTuber-in amerikan MrBeast¹⁷ (2.6%).

Foto 36.

A ndjek në rrjetet tua sociale influencer(e)ë/e dhe bloger(e)ë/e?

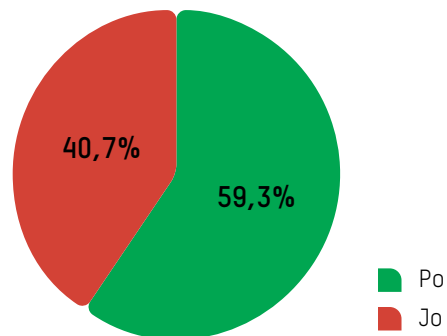


Tabela 3.

Theksoni emrat e të dy influencerëve/eve dhe ose blogerëve/eve përmbajtjet e të cilave i ndjek më së shumti? Top 10

Baka Prase	3,7%
Stefan Llazarov	2,7%
Mr. Beast	2,6%
Anja Blla	1,9%
Kristiano Ronaldo	1,6%
Roberto Navali	1,4%
Kajli Xhener	1,1%
Ana Llazareviq	1,0%
Lea Stankoviç	1,0%
Kendall Xhener	0,9%
Pa përgjigje	27,6%

¹⁶ Jutjuber serb, personalitet interneti, raper, gejmer, aktor dhe zbavitës.

¹⁷ Jutjuber amerikan – biznes-filantrop

Kur bëhet fjalë për reagimin e nxënësve të klasave të para dhe të dyta të shkollave të mesme kur përballen me përmbajtje negative në internet, shumica e nxënësve (55.5%) janë përgjigjur se do t'i injoronin/nuk do të reagonin (Foto 37). Në vendin e dytë, 50.2% e të anketuarve janë përgjigjur se do ta bllokonin personin që i ka postuar ato, 47.6% e të anketuarve janë përgjigjur se do të ndalonin së ndjekuri personin që ka postuar një përmbajtje të tillë, 34%

do ta ndanin përmbajtjen me miqtë për të treguar se nuk është në rregull, ndërsa 23.1% do ta raportonin te ofruesi i rrjetit social. Opsionet e tjera për reagim të mundshëm do të zgjidheshin nga më pak se një e pesta e të anketuarve, me vetëm 1.6% që janë përgjigjur se nuk e dinë se çfarë do të bënin.

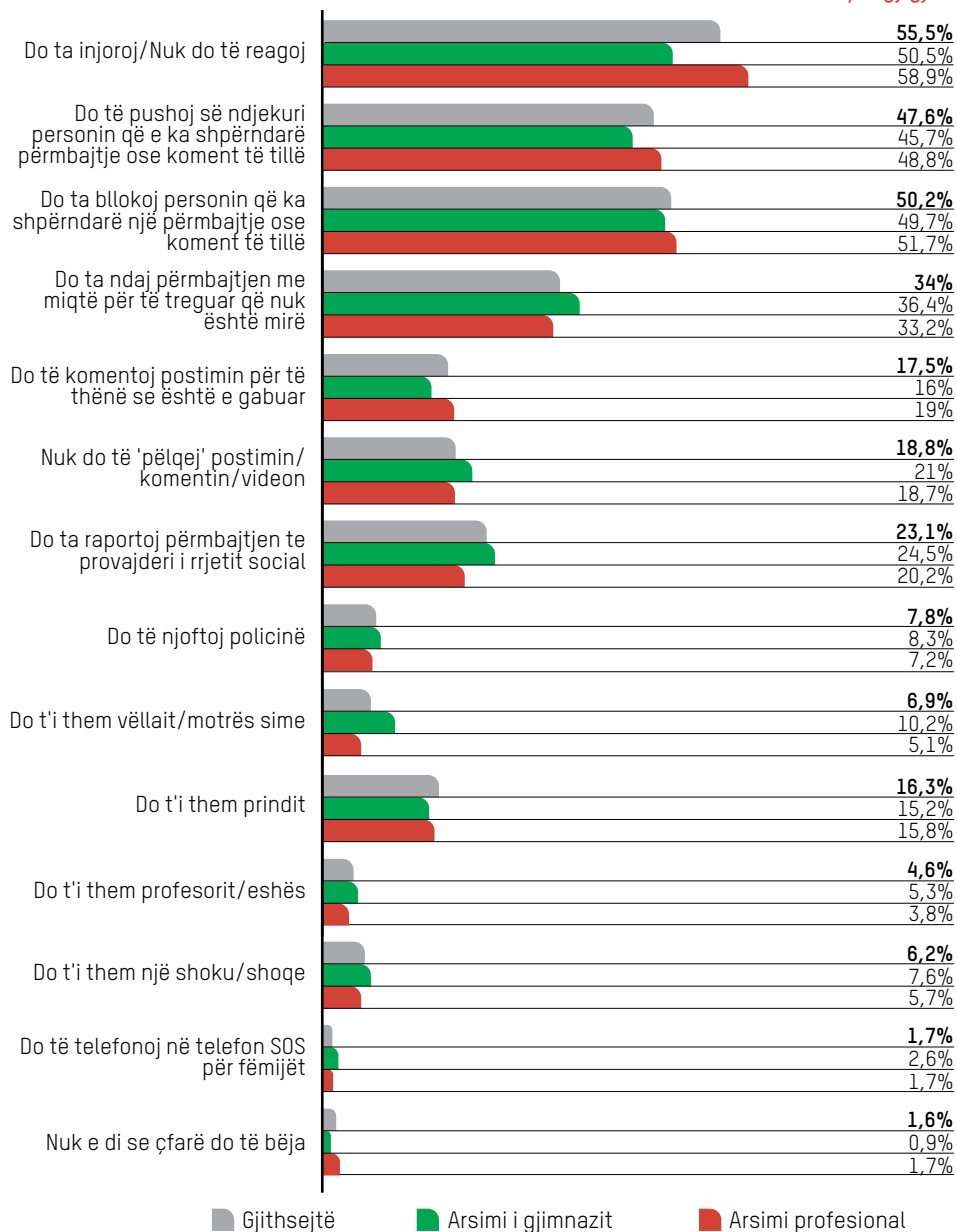
Në lidhje me këtë pyetje nuk janë vërejtur dallime të rëndësishme statistikore ndërmjet gjimnazit dhe arsimit profesional.



Foto 37.

Çfarë do të bësh nëse në internet sheh diçka që konsideron se është shqetësuese, e pahijshme, ofenduese, që mund të shkaktojë dëm ose të ndikojë negativisht?

Janë të mundshëm deri në tre përgjigje



Në lidhje me informacionet që kanë marrë për të qenë të sigurt në internet (Foto 38), një numër i konsiderueshëm (81.6%) kanë treguar se kanë marrë këshilla për sigurinë në internet nga prindërit. Rreth 40% e nxënësve kanë marrë këshilla nga një anëtar tjetër i familjes, dhenga mësuesit në shkollë – 36.9%. Një përqindje më e vogël (29.8%) e nxënësve kanë marrë informacion nga miqtë.

Në dy nga opsionet, ka diçka më shumë përgjigje nga nxënësit e gjimnazeve sesa nga nxënësit e shkollave profesionale – nxënësit e gjimnazeve më shpesh kanë marrë informacion për sigurinë në internet nga një anëtar tjetër i familjes dhe nga një mësues në shkollë, krahasuar me bashkëmoshatarët e tyre nga shkollat e mesme profesionale.

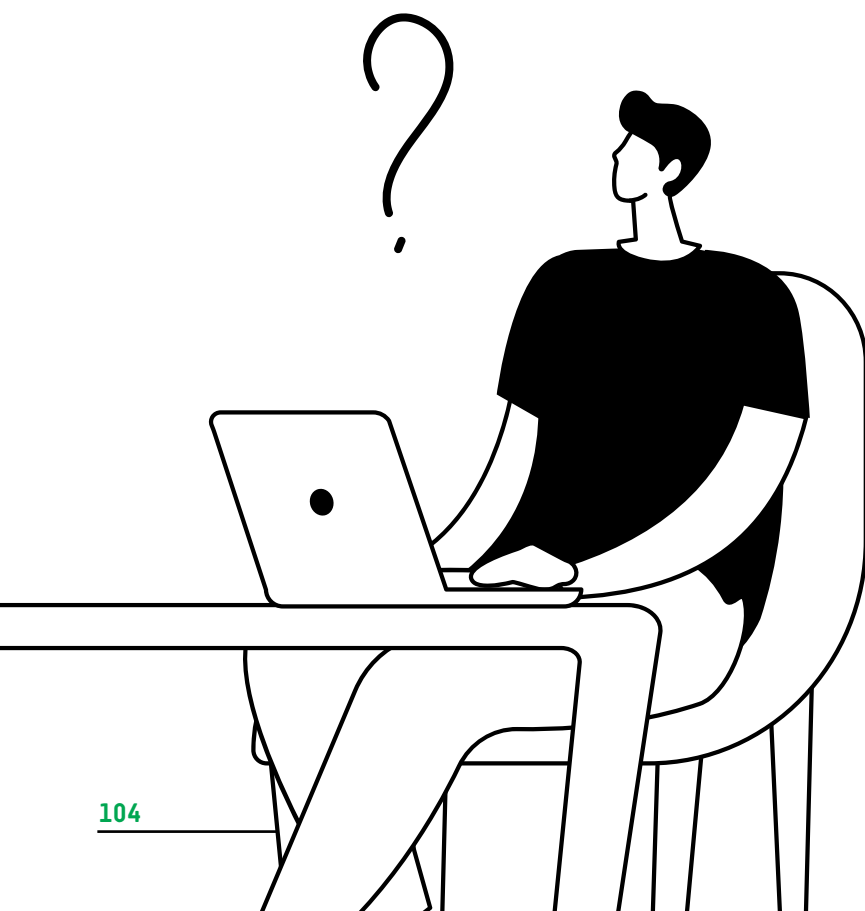
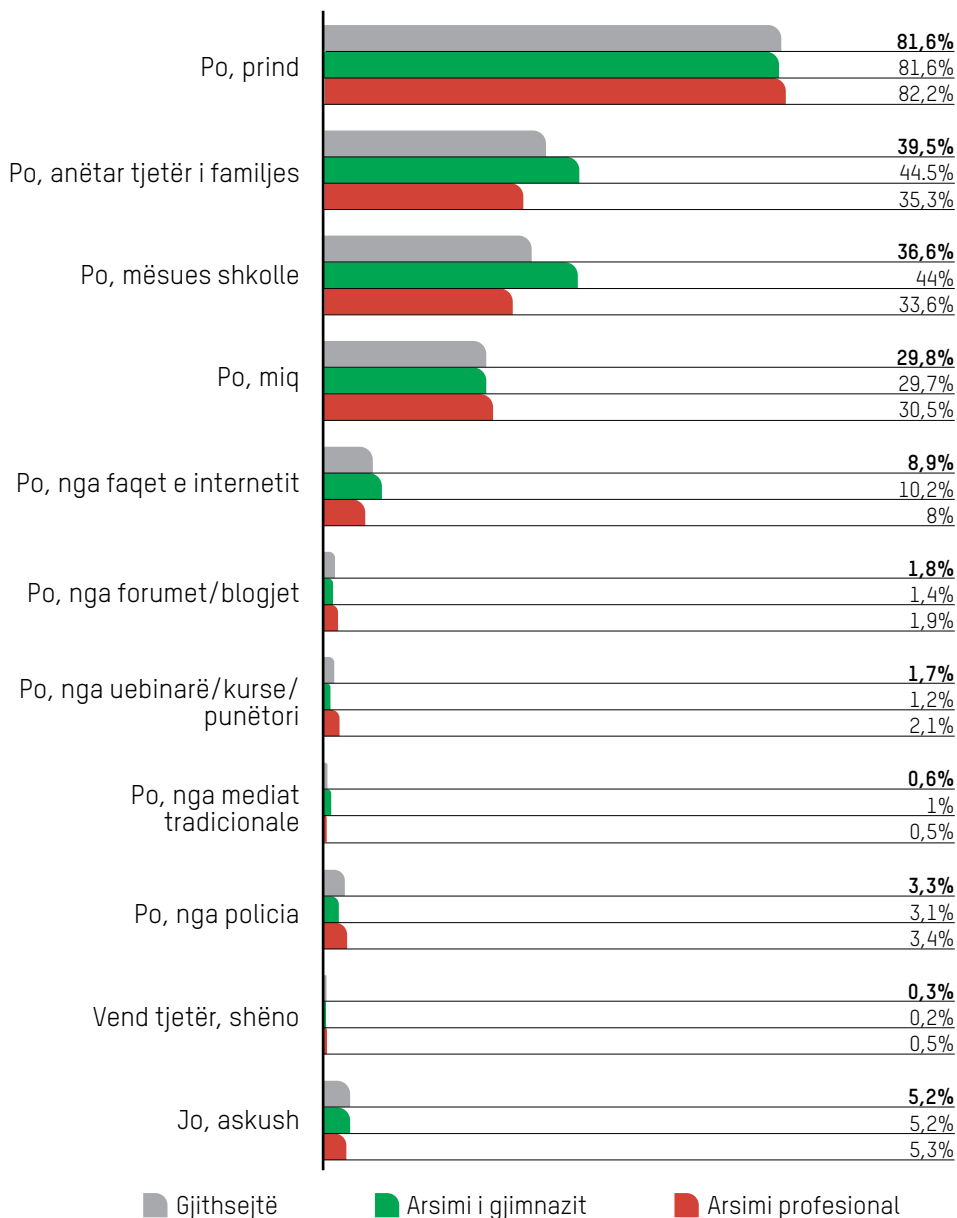


Foto 38.

A të ka dhënë dikush informacione ose këshill për atë si të jesh i/e sigurt derisa je në internet?

Janë të mundshëm më shumë përgjigje



Vajzat në përqindje më të lartë janë shprehur se kanë marrë informacion ose këshilla nga prindërit për të qenë

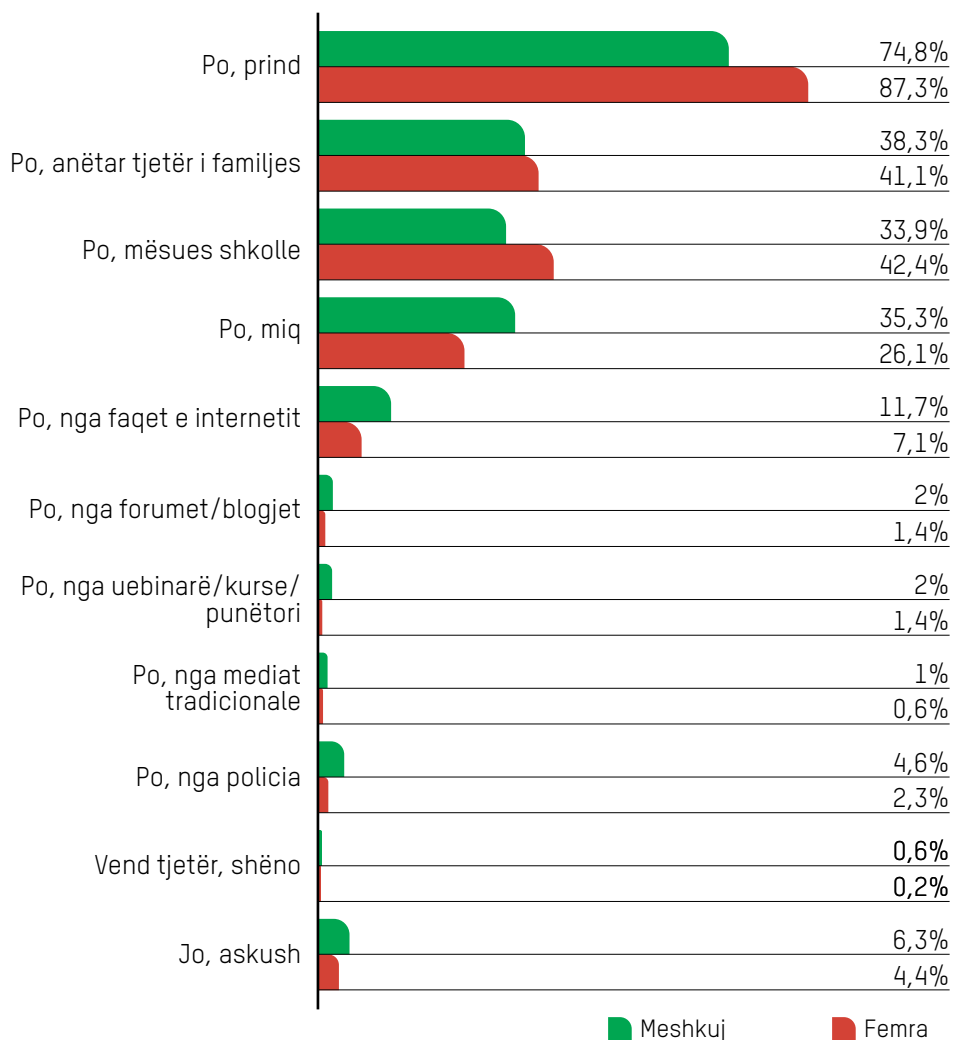
të sigurt ndërkohë që janë në internet krahasuar me djemtë (Foto 38.1).

Foto 38.1.

A të ka dhënë dikush informacione ose këshill për atë si të jesh i/e sigurt derisa je në internet?

Janë të mundshëm më shumë përgjigje

Rezultate të kryqëzuara sipas gjinisë



Analiza e përdorimit të rrjeteve sociale nga nxënësit e shkollave të mesme zbulon se ato tashmë janë një pjesë integrale e jetës së tyre të përditshme. Pothuajse të gjithë nxënësit në hulumtim kanë profile në rrjetet sociale të njohura, ndër të cilat kryeson Instagrami (93.1%), pasuar nga TikTok (87.6%), pastaj Facebook (81.3%) dhe Snapchat (80.1%). Prania masive e rrjeteve sociale të njohura mes nxënësve është e pritshme, por gjithashtu flet për rëndësinë që këto platforma kanë në komunikimin, socializimin dhe qasjen e tyre në informacione. Rezultati që tregon se shumica e nxënësve janë përgjithësisht të kujdesshëm se kush mund t'i ndjekë dhe t'i shohë/hapë profilet e tyre tregon për një vetëdije të pranishme për privatësinë dhe sigurinë në internet. Në këtë linjë, një përqindje e madhe (gjithsej 72.6%) janë të vetëdijshëm se dikush mund të pretendojë se është bashkëmoshatar për t'u njohur me ta. Diçka më pak (69.2%) mendojnë se në rrjetet sociale njerëzit shpesh ngacmojnë të tjerët, si dhe se në rrjetet sociale njerëzit shpesh dërgojnë mesazhe fyese (68.1%).

Dy të tretat e nxënësve janë vetëkritikë dhe të vetëdijshëm se kalojnë shumë kohë në rrjetet

sociale, por nga të dhënat e marra duket se kjo nuk është një motivues i mjaftueshëm për të ndryshuar sjelljen e tyre duke reduktuar kohën e kaluar online dhe duke fokusuar vëmendjen e tyre në diçka tjetër. Një të dhënë indikative është se 28.7% e nxënësve nuk shqetësohen për asgjë nga të përmendurat dhe se 30.2% nuk pajtohen me pohimin se dikush mund të publikojë fotot e tyre në profilin e tij pa pëlqimin e tyre. Një përqindje më e madhe (63.3%) do të ndanin fotografi nga familja e tyre ose nga anëtarë të tjerë të mitur të familjes. Të dhënat e tilla tregojnë se një numër i konsiderueshëm nxënësish ose nuk kanë njohuri të mjaftueshme për rreziqet e keqpërdorimit të të dhënave personale nga predatorët kibernetikë dhe shkeljet e sigurisë në hapësirën e internetit, ose mendojnë se atyre nuk mund t'u ndodhë diçka e tillë, ose janë plotësisht të pa interesuar për këto tema.

Shumica e madhe në rrjetet sociale ndan foto nga pushimet e tyre, nga daljet me miqtë, por gjithashtu asnjëherë nuk do të ndanin adresat e tyre shtëpiake, adresat e e-mail-it dhe numrat e telefonit. Një numër i madh nuk do të ndanin as informacione për ndjenjat e tyre. Nxënësit në përqindje më të madhe

do të ndanin publikisht informacione për atë që bëjnë, krahasuar me vajzat. Kur bëhet fjalë për përballjen me përmbajtje negative në internet, përqindja më e madhe e atyre që raportojnë se do t'i injorojnë ose do të bllokojnë personin që e ka ndarë atë përmbajtje është e lartë. Në këtë kontekst, një të dhënë inkurajuese është që vetëm 1.6% nuk dinë çfarë të bëjnë në një situatë të tillë. Roli i prindërve në këshillimin e nxënësve për të ruajtur sigurinë në hapësirën e internetit është shumë i madh, siç shihet nga përqindja e lartë (81.6%) e përgjigjeve që tregojnë pikërisht ata si burimin kryesor të informacionit. Kjo është më e shprehur tek vajzat. Pasojnë një anëtar tjetër i familjes, mësuesit dhe bashkëmoshatarët. Tek nxënësit e gjimnazeve, informacionet për sigurinë në internet në shumicën e rasteve kanë ardhur nga një anëtar tjetër i familjes dhe nga një mësues në shkollë, krahasuar me nxënësit e shkollave të mesme profesionale.

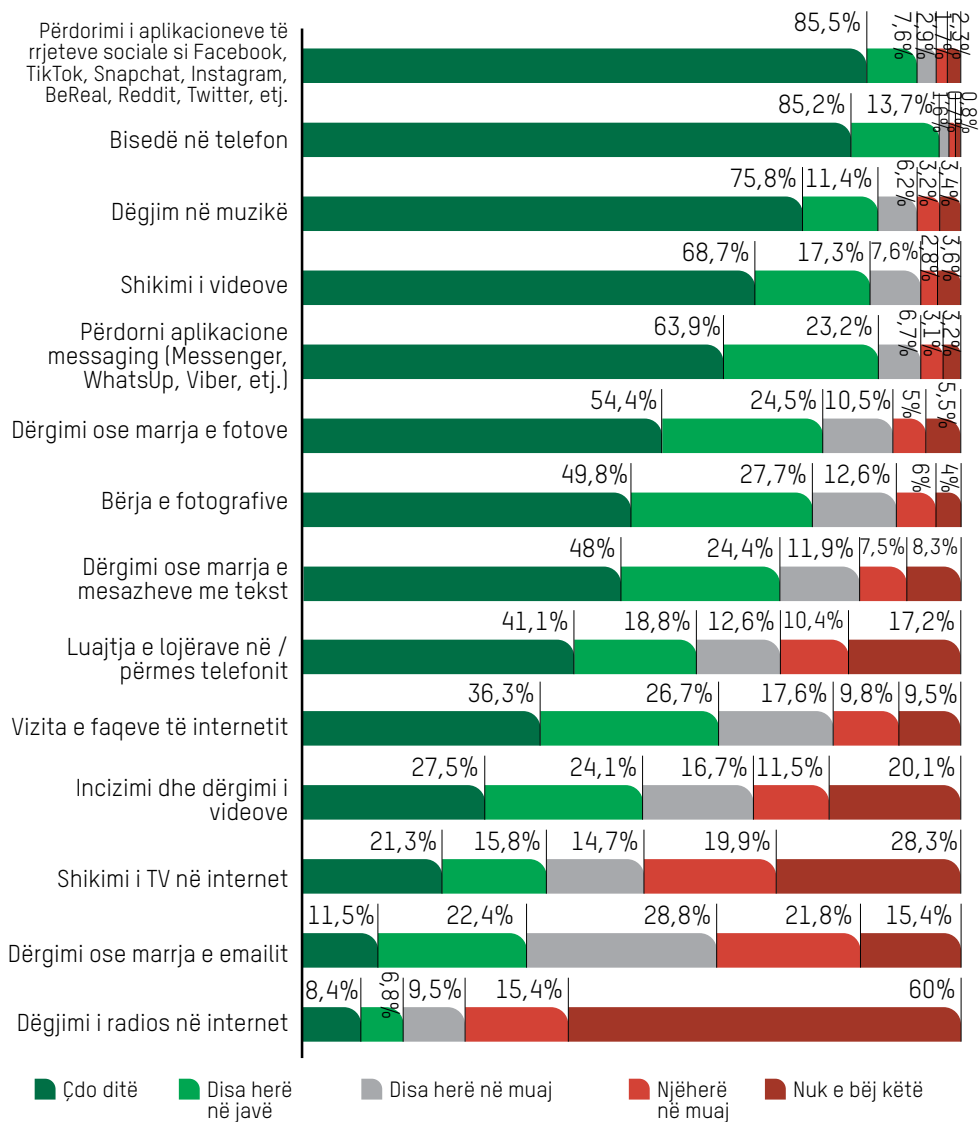
4.

Telefoni celular

Në botën moderne dixhitale, bëhet e qartë se telefonat celularë nuk janë vetëm pajisje teknologjike, por edhe pjesë thelbësore e jetës së përditshme të nxënësve në arsimin e mesëm. Prandaj, ishte e nevojshme të përcaktohej se cilat janë aktivitetet për të cilat nxënësit përdorin telefonat e tyre celularë dhe sa shpesh (Foto 39). Shumica e madhe (85.5%) e tyre përdorin aplikacionet e rrjeteve sociale çdo ditë. Është interesante se bisedat telefonike – qëllimi origjinal i telefonit, si aktivitet i përditshëm renditet në vendin e dytë – 83.3% e nxënësve e kanë shënuar këtë si diçka që e bëjnë çdo ditë në telefon, që është padyshim shumica, dhe duhet të shtohen edhe 13.7% e të anketuarve që e bëjnë këtë disa herë në javë. Në vendin e tretë, nxënësit kanë përmendur dëgjimin e muzikës nëpërmjet telefonit, me një përqindje të lartë që e bëjnë këtë çdo ditë (75.8%). Shtatë nga dhjetë nxënës (68.7%) shikojnë video përmes telefonit celular çdo ditë, dhe më pas vjen përdorimi i aplikacioneve për mesazhe të drejtpërdrejta (63.9%).

Foto 39.

Sa shpesh i bën aktivitetet në vijim në celularin e tij?



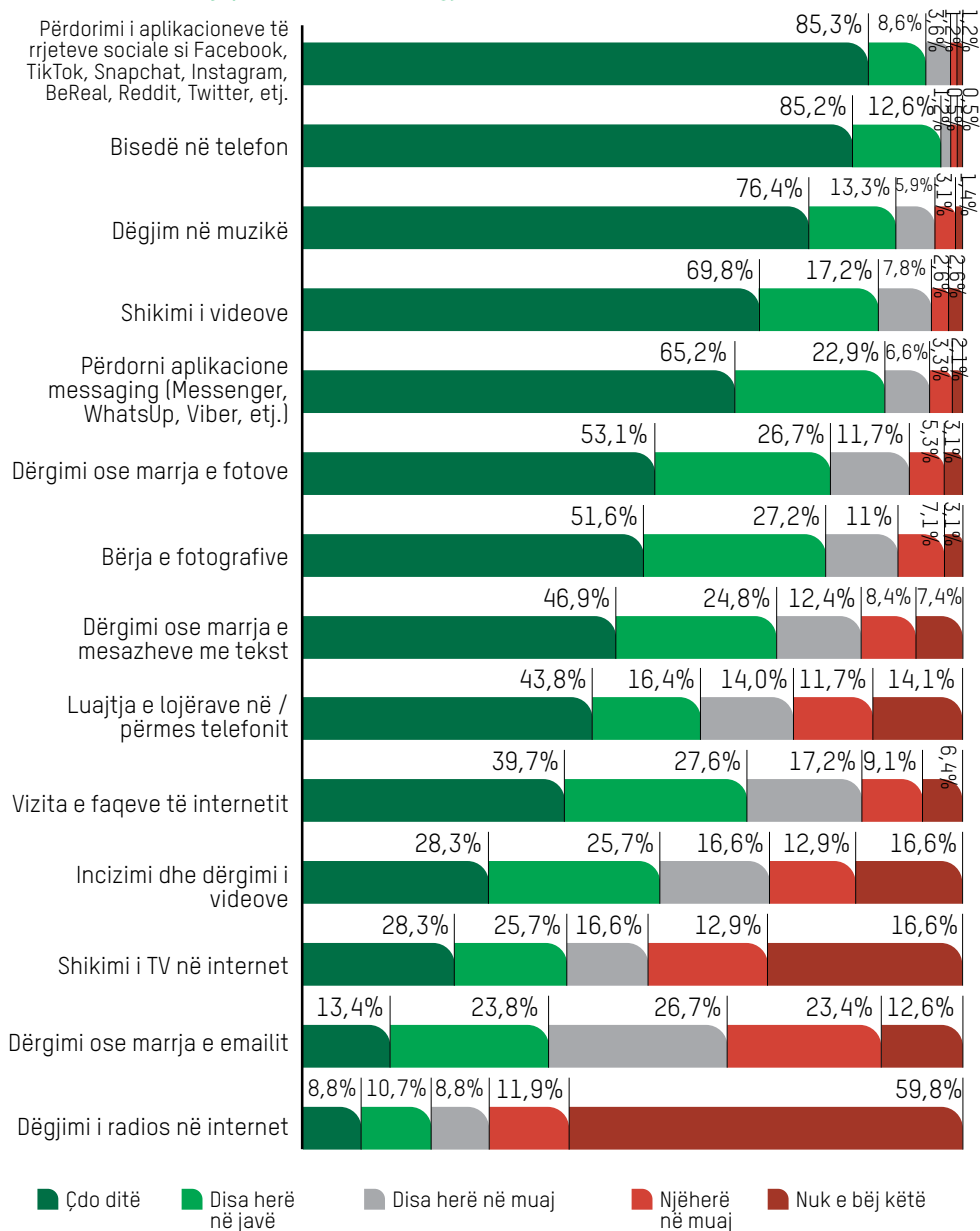
Telefoni celular shpesh përdoret edhe për fotografim/ndarje fotografish. Kështu, 54.4% e nxënësve dërgojnë ose marrin fotografi çdo ditë, dhe 24.5% e bëjnë këtë disa herë në javë, ndërsa 49.8% fotografohen çdo ditë, dhe 27.7% disa herë në javë. Telefonat përdoren shpesh edhe për mesazhe SMS – 48% çdo ditë dhe 24.4% disa herë në javë; si dhe për lojëra – 41.1% luajnë çdo ditë, dhe 18.8% disa herë në javë. Një përqindje e ngjashme e atyre që shpesh shkojnë në faqet e internetit përmes telefonit – gjithsej 63%, nga të cilët 36.3% çdo ditë, dhe 26.7% disa herë në javë. Më shumë se gjysma (gjithsej 52%) përdorin shpesh telefonin celular për të regjistruar dhe dërguar video – 27.5% çdo ditë, dhe 24.1% disa herë në javë.



Foto 39.1.

Sa shpesh i bën aktivitetet në vijim në celularin e tij?

Rezultate të kryqëzuara – Arsim i gjimnazit

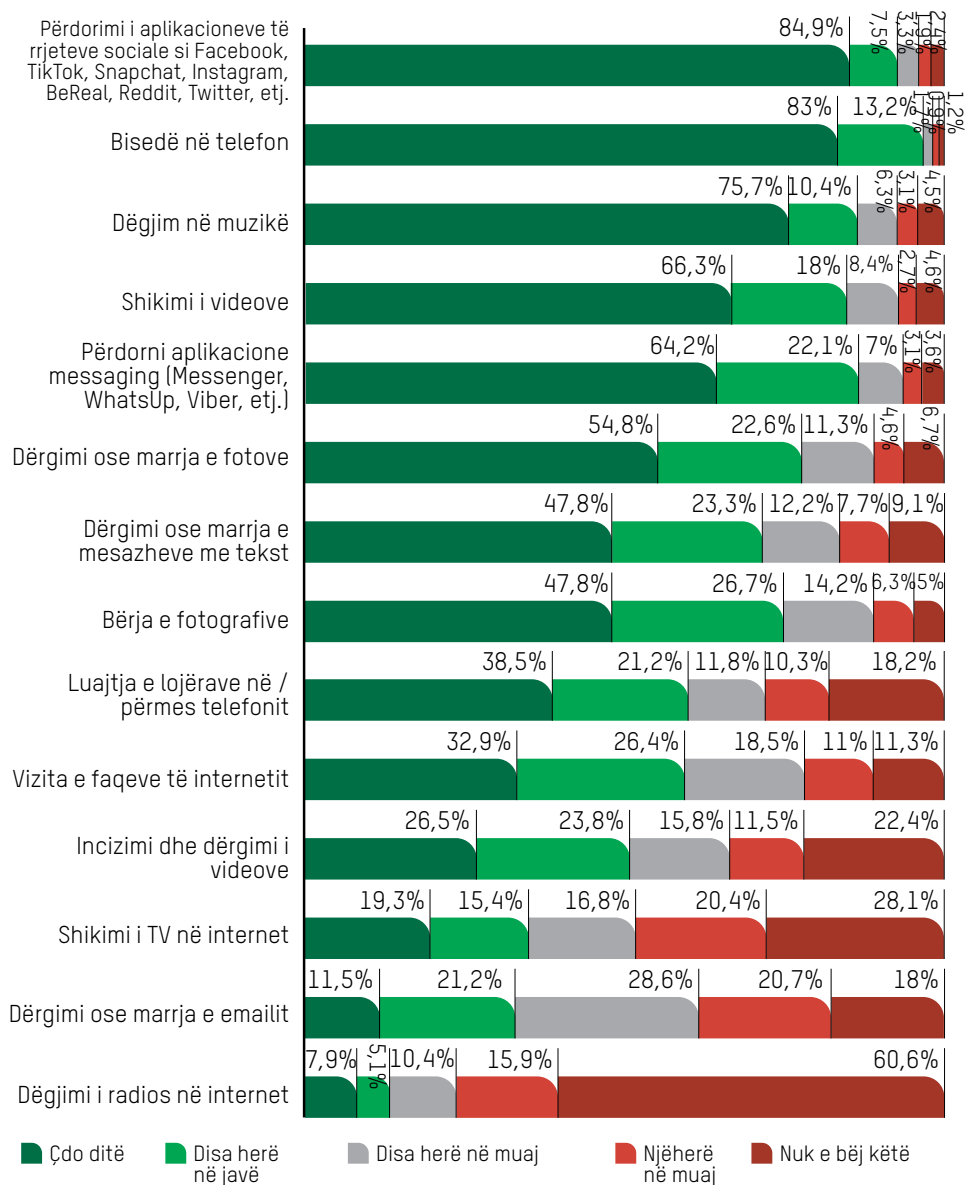


Lidhur me këtë çështje nuk janë gjimnazit dhe arsimit profesional
vërejtur dallime të dukshme (Fotografia 39.1 dhe 39.2).
statistikore ndërmjet arsimit të

Foto 39.2.

Sa shpesh i bën aktivitetet në vijim në celularin e tij?

Rezultate të kryqëzuara – Arsim profesional



Sic është konstatuar edhe në segmentet e mëparshme, pothuajse të gjithë nxënësit që marrin pjesë në këtë studim kanë një telefon celular. Shumica e madhe e tyre i përdorin telefonat për të hyrë në rrjetet sociale, për të biseduar, për të dëgjuar muzikë, si dhe për të fotografuar/ ndarë fotografi, për të regjistruar dhe dërguar video. Do të ishte interesante të hulumtohej më thellë përmbajtja e videove që ata dërgojnë dhe marrin, sepse, megjithëse teknologjia ofron shumë përfitime, në rastet e ngacmimit kibernetik, është pikërisht kjo teknologji që përdoret për të dërguar mesazhe, video ose fotografi që mund të përfshijnë përmbajtje provokuese/ të dhunshme ose të jenë komprometuese për qëllim frikësimi, shantazhi dhe kërcënimi.

5.

Informata të përgjithshme dhe shfrytëzimi i pajisjeve elektronike

Në temën e fundit të studimit, fokusi është vënë në aktivitetet që do t'u mungonin më shumë nxënësve nëse nuk do të mund t'i bënin për një javë, si dhe në përdorimin e llojeve të ndryshme të pajisjeve elektronike.

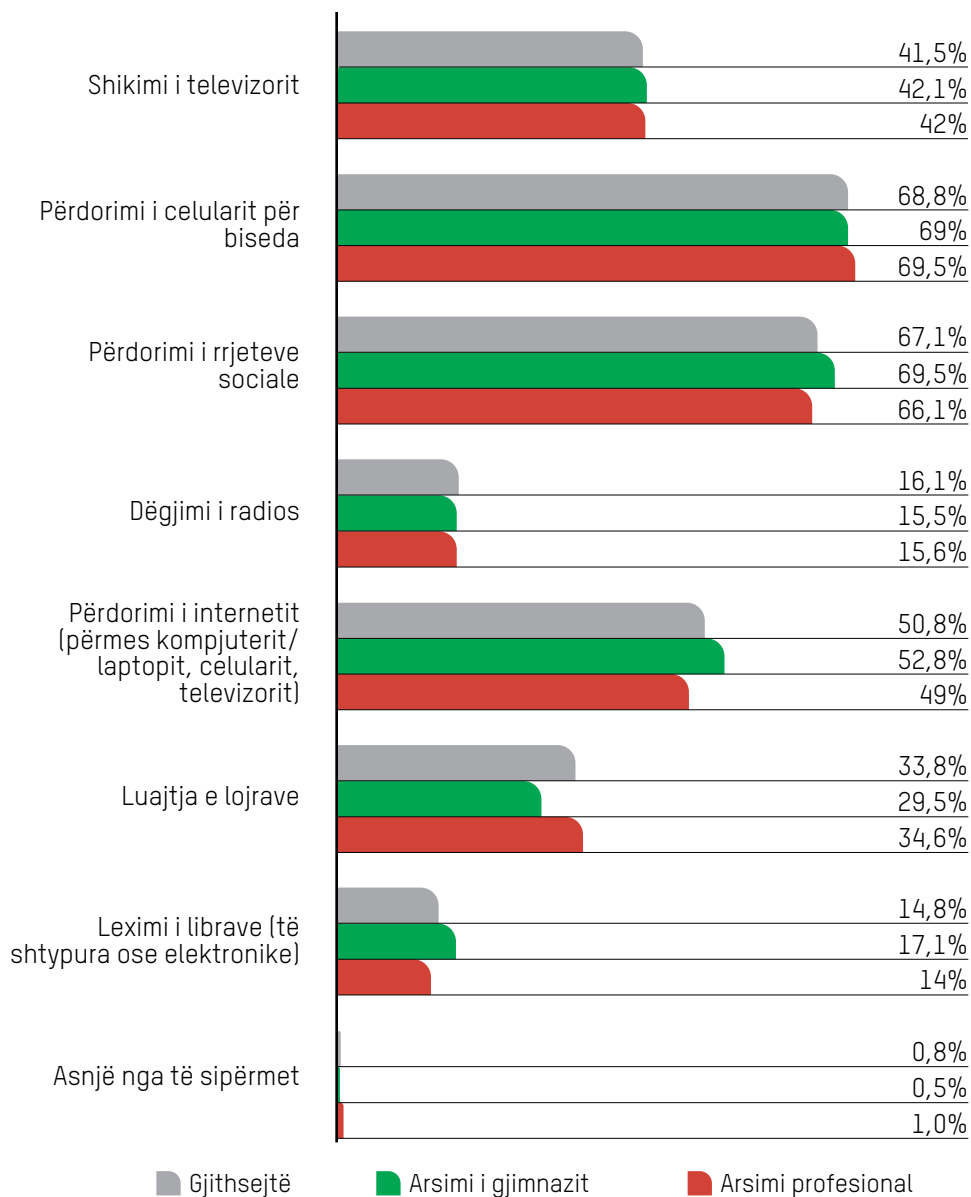
Nga aktivitetet që do t'u mungonin më shumë (Foto 40), nxënësit në vend të parë kanë përmendur telefonin celular për biseda (68.8%) dhe përdorimin e rrjeteve sociale (67.1%), ndërsa gjysma e nxënësve do t'u mungonte edhe përdorimi i internetit (50.8%). Një përqindje e konsiderueshme e përgjigjeve tregojnë edhe se do t'u mungonte shikimi i televizionit – 41.5% dhe lojërat – 33.8%.

Në lidhje me këtë pyetje, nuk janë vërejtur dallime të rëndësishme statistikore ndërmjet arsimit të përgjithshëm dhe atij profesional.

Foto 40.

Cilat prej aktiviteteve të cekura më së shumti do të kishin munguar të cilat nuk do t'i kishe mundur t'i bëje gjatë një jave?

Janë të mundshëm deri në tre përgjigje

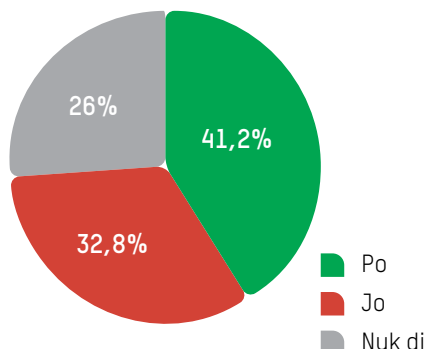


Në lidhje me pyetjen se a kanë marrë informacion nga shkolla për mënyrën e përdorimit të mediave dhe për kuptimin e përmbajtjeve mediatike, katër nga dhjetë nxënës (41.2%)

mendojnë se marrin mjaftueshëm informacion në shkollë, ndërsa 32.8% nuk pajtohen me këtë, dhe 26% nuk janë të sigurt (Foto 41).

Foto 41.

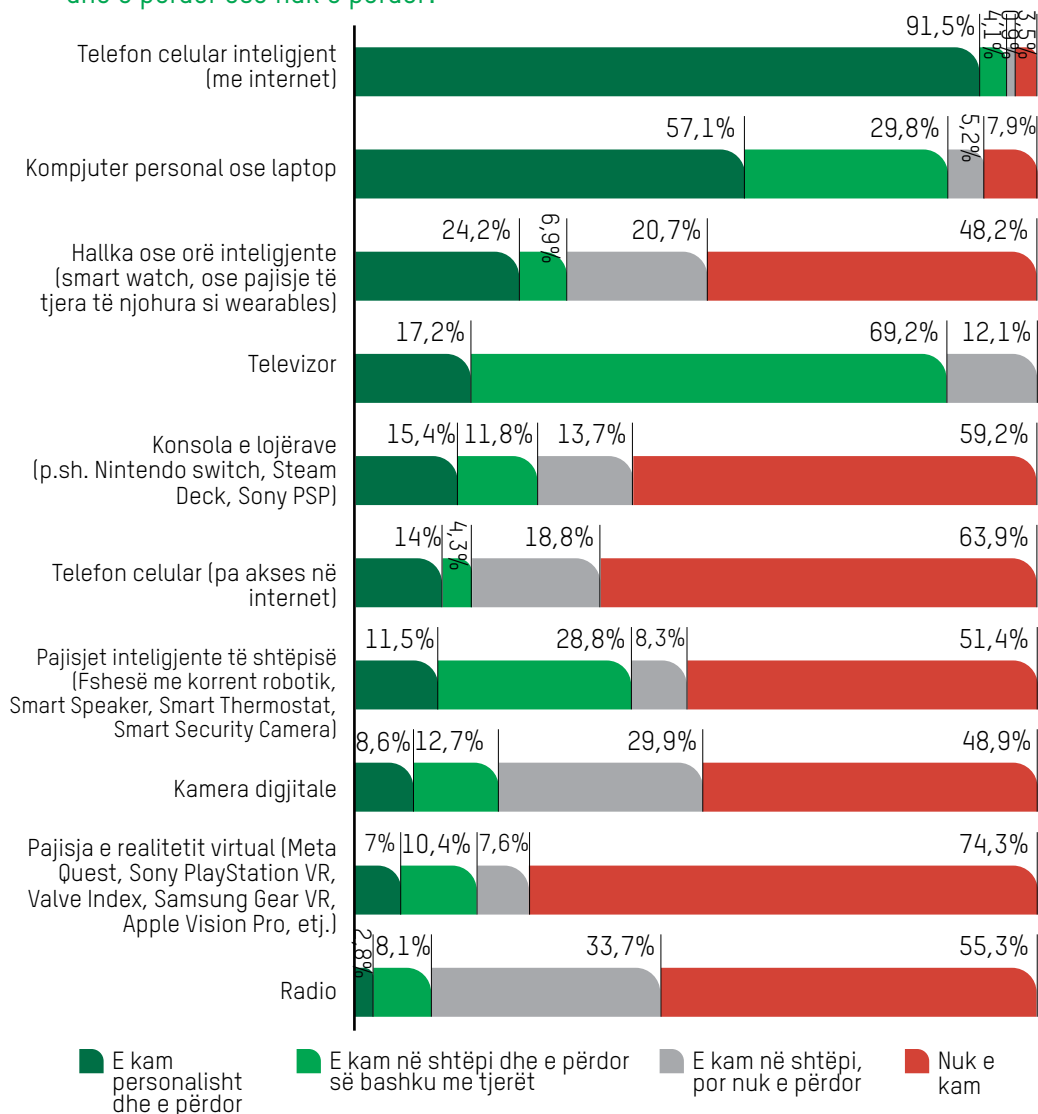
A merrni në shkollë informacione të mjaftueshme për përdorim të mediave dhe për atë se çfarë në fakt do të thonë përmbajtjet mediatike?



Në pyetjen e fundit që ka të bëjë me zotërimin e pajisjeve elektronike, të dhënat tregojnë një nivel të lartë të zotërimit dhe përdorimit të telefonave të mençur nga nxënësit (91.5%). Për më tepër, një numër i konsiderueshëm nxënësish (57.1%) kanë dhe përdorin kompjuterë personalë ose laptopë, ndërsa 29.8% të tjerë përdorin kompjuterin ose laptopin e shtëpisë (Foto 42). Shumica e nxënësve në shtëpinë e tyre nuk kanë pajisje për realitet virtual (74.3%), diçka më pak se dy të tretat (63.9%) nuk kanë telefon celular pa qasje në internet, dhe pastaj konzola për lojëra – 59.2%.

Foto 42.

Cilën pajisje elektronike e llojeve të ndryshme e ke në shtëpi dhe e përdor ose nuk e përdor?



Një informacion interesant është se 55.3% e të anketuarve nuk kanë radio, një e treta (33.7%) e kanë në

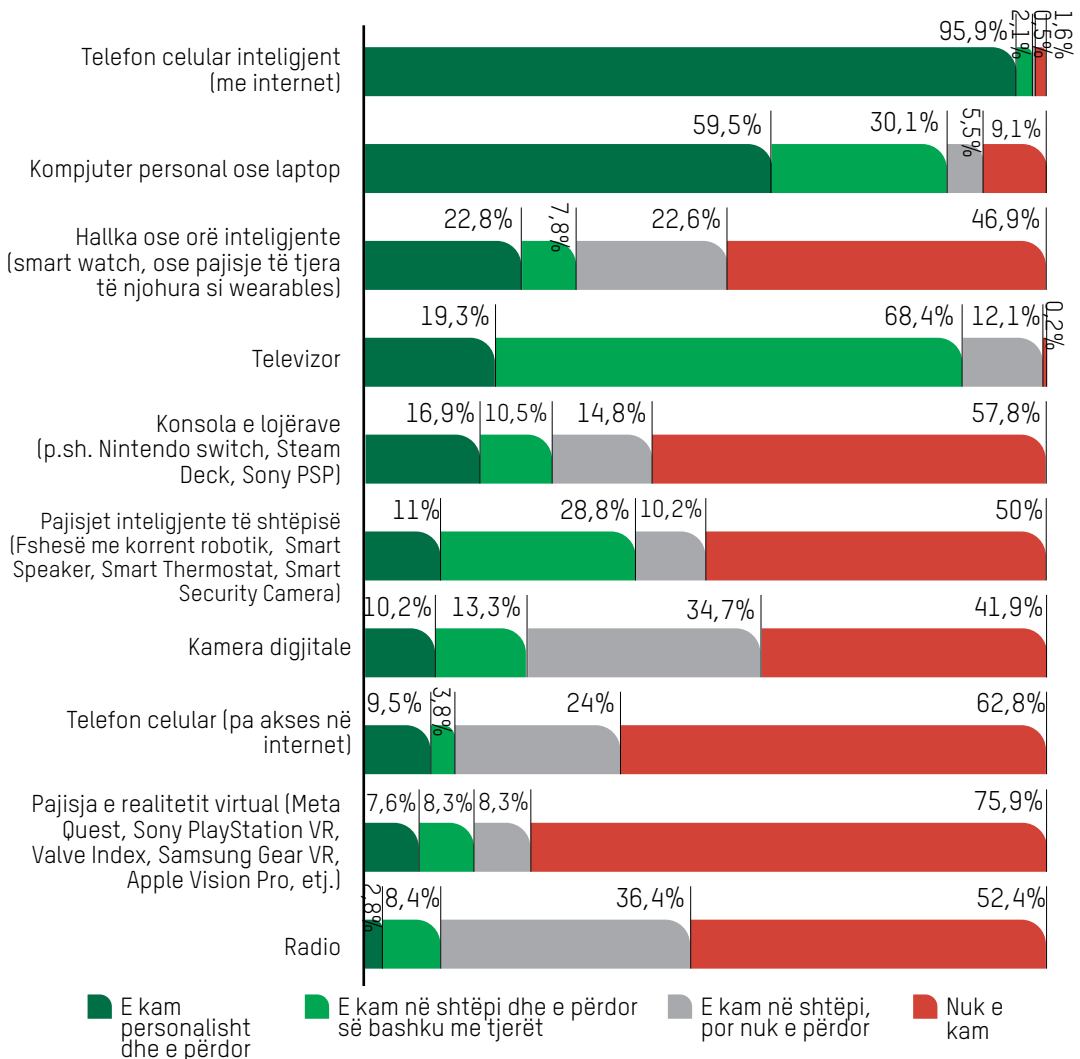
shtëpi, por nuk e përdorin, dhe vetëm gjithsej 10.9% e përdorin, pavarësisht nëse pajisja është e tyre personale

ose e shtëpisë. Gjithashtu, gjysma (51.4%) nuk kanë pajisje për shtëpi të mençur, por 41% i kanë – më pak nga këto janë personale (11.5%), ndërsa

më shumë i kanë në shtëpi (28.8%). Rreth gjysma (48.9%) gjithashtu nuk kanë kamera dixhitale (si pajisje të veçantë, jo në telefonin celular.)

Foto 42.1.

Cilën pajisje elektronike e llojeve të ndryshme e ke në shtëpi dhe e përdor ose nuk e përdor? Rezultate të kryqëzuara – Arsimi i gjimnazit

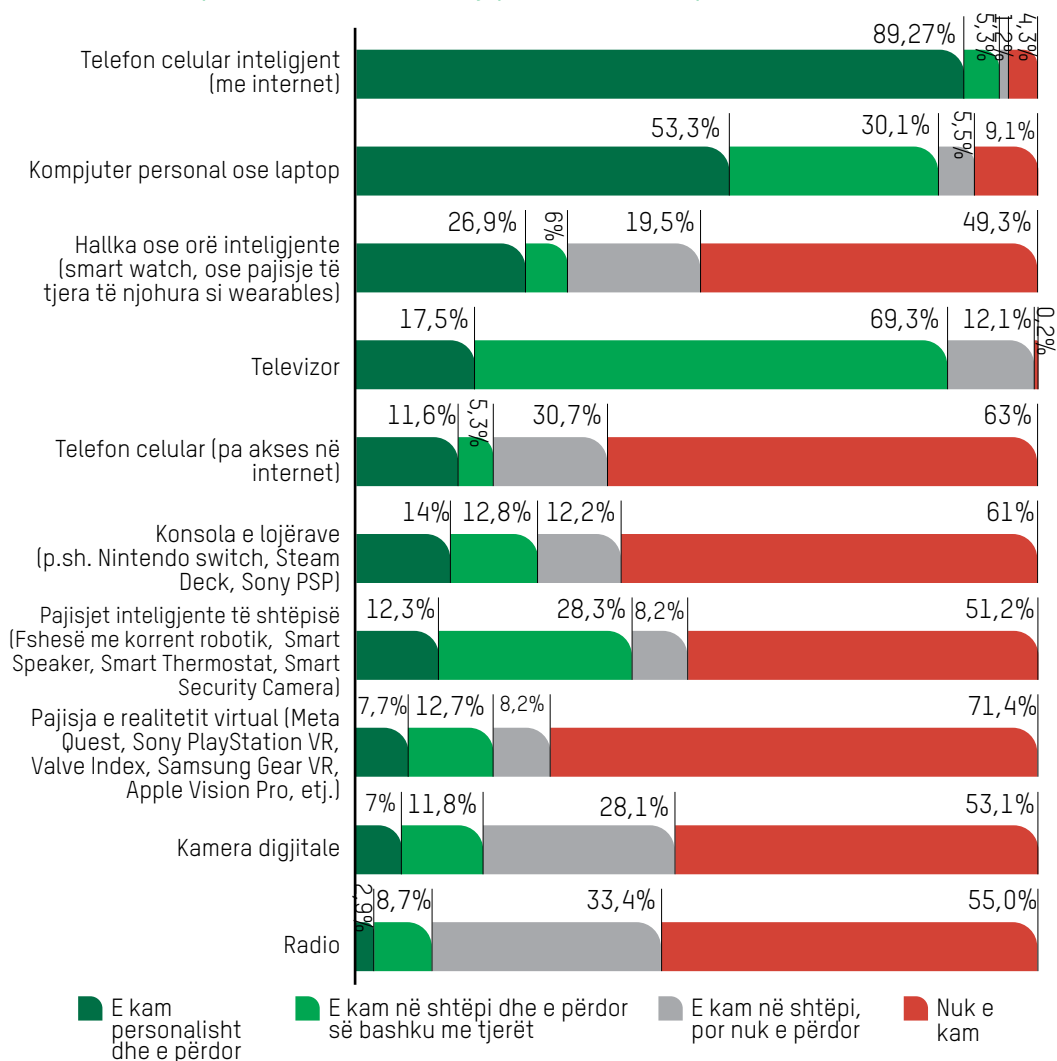


Në lidhje me këtë pyetje, me përjashtim të zotërimit të një telefoni të mençur personal – i cili është më i pranishëm tek nxënësit nga arsimi gjimnazial, nuk janë vërejtur

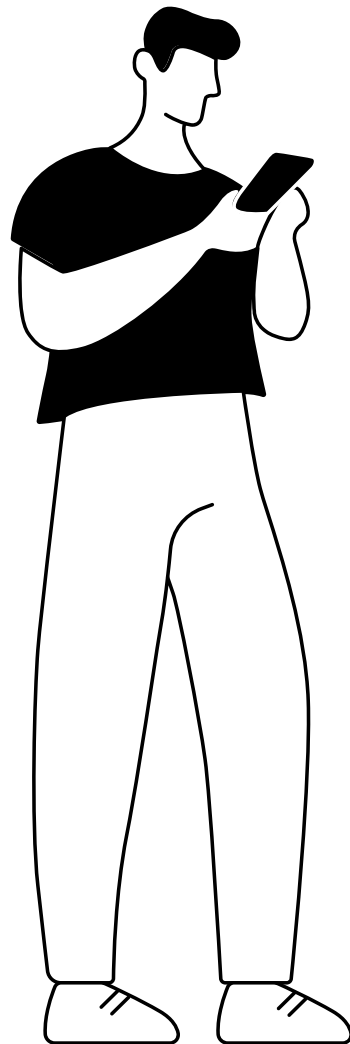
dallime të rëndësishme statistikore në lidhje me llojet e tjera të pajisjeve elektronike ndërmjet nxënësve nga arsimi gjimnazial dhe profesional (Foto 42.1 dhe 42.2).

Foto 42.2.

Cilën pajisje elektronike e llojeve të ndryshme e ke në shtëpi dhe e përdor ose nuk e përdor? Rezultate të kryqëzuara – Arsimi profesional



Përgjigjet në pyetjen se cilat aktivitete do t'u mungonin më shumë janë në përputhje me të dhënat për zotërimin e telefonave celularë dhe frekuencën e përdorimit të tyre (91.5%). Prandaj, është e pritshme që ato të mungojnë më shumë (për biseda, përdorim të rrjeteve sociale, internet, shikim televiziv dhe lojëra). Gjithashtu, shumica e nxënësve kanë në dispozicion pajisje të tjera elektronike, siç është kompjuteri personal ose i shtëpisë dhe laptopi. Një gjetje veçanërisht e rëndësishme është se 41.2% mendojnë se marrin mjaftueshëm informacione në shkollë për përdorimin e mediave dhe për atë se çfarë do të thotë përmbajtja mediatike, por gjithashtu 32.8% nuk pajtohen me këtë dhe 26% nuk janë të sigurt. Kjo është një tregues i rëndësishëm se këtyre temave duhet t'u kushtohet më shumë vëmendje në kuadër të mësimin në arsimin e mesëm.





Konkluzionet
e hulumtimit

Telefoni

Interneti

Rrjetet
sociale

Rekomandime

Konkluzionet e hulumtimit

Telefonat celularë (të mençur) janë pajisjet më të përdorura mes nxënësve. Hulumtimi konfirmoi se telefonat celularë kanë një ndikim të konsiderueshëm në jetën e përditshme të nxënësve të shkollave të mesme, me një përdorim të lartë të pajisjeve për biseda telefonike, aplikacione të rrjeteve sociale dhe përdorim të përgjithshëm të internetit.

Megjithëse, sipas të dhënave, ekziston një ndërgjegjësim i konsiderueshëm për rolin/influencën që algoritmet kanë mbi informacionet/përmbajtjet që ata ndeshin online, gjetja e rëndësishme është se 41.2% e nxënësve mendojnë se marrin mjaftueshëm informacione në shkollë për përdorimin e mediave dhe për atë se çfarë do të thotë përmbajtja mediatike, por 32.8% nuk pajtohen dhe 26% nuk janë të sigurt për këtë. Kjo është një tregues i rëndësishëm se këtyre temave duhet t'u kushtohet më shumë vëmendje në kuadër të mësimi në arsimin e mesëm.

Përveç arsimit formal, roli i prindërve dhe mësuesve si burime informacioni për përdorimin e sigurt

të internetit është gjithashtu shumë i rëndësishëm. Ndikimi i prindërve në këshillimin e fëmijëve se si të ruajnë sigurinë në hapësirën e internetit është i madh, gjë që shihet nga përqindja e lartë (81.6%) e përgjigjeve që i përmendin ata si burimin kryesor të informacionit. Në radhë të dytë janë anëtarët e tjerë të familjes, mësuesit dhe shokët. Nxënësit e gjimnazeve, në një numër më të madh rastesh, kanë marrë informacion për sigurinë në internet nga anëtarët e tjerë të familjes dhe nga mësuesit e shkollës, krahasuar me nxënësit nga shkollat e mesme profesionale. Këto të dhëna theksojnë gjithashtu nevojën për dialog të vazhdueshëm dhe bashkëpunim të përgjegjshëm midis shkollave, familjeve dhe komunitetit në përgjithësi për të siguruar që të rinjtë të jenë të pajisur me aftësitë e nevojshme për përdorimin e sigurt dhe të përgjegjshëm të teknologjive dixhitale.

Analiza e mendimit kritik dhe e shkollimit mediatik tek nxënësit e shkollave të mesme zbulon një nivel të caktuar të ndërgjegjësimi dhe njohurive ndërmjet nxënësve në lidhje me privatësinë dhe sigurinë dixhitale. Një shumicë e madhe e nxënësve (87.2%) kanë përgjigjur se janë të gatshëm të ndërmarrin

kontrolle paraprake para se t'u japin aplikacioneve qasje në të dhënat e tyre personale dhe kjo është një tregues për një shkallë të caktuar të kuptimit të rreziqeve të mundshme që sjell interneti dhe për rëndësinë e mbrojtjes së privatësisë së tyre. Megjithatë, kur merren parasysh përgjigjet e nxënësve në disa nga setet e tjera të pyetjeve, përshtypja është ndryshe. Inkonsistenca midis dijes se çfarë duhet/nuk duhet të bëhet (deklarative) dhe sjelljes së nxënësve në realitet është e dukshme edhe nga përgjigjet e bllokut të pyetjeve për përdorimin e rrjeteve sociale (p.sh. Instagram, TikTok, Snapchat etj.) dhe popullariteti i tyre në këtë grupmoshë. Prandaj, përqindjet e larta të përmendura më parë prej 87.2% duhet të merren me rezervë, pasi ka shumë të ngjarë të lidhen me prirjen për të dhënë përgjigje të dëshiruara socialisht. Në të vërtetë, ka shumë të ngjarë që përqindja e atyre nxënësve që nuk i kushtojnë shumë vëmendje se cilat të dhëna personale aplikacioni mund të ketë qasje është më e madhe, por e instalojnë për arsye të ndryshme (p.sh. sepse është popullore, shumica e shokëve e përdorin, rrit dukshmërinë dhe popullaritetin e tyre mes shokëve etj.).

Një nga sfidat më të rëndësishme që zbuloi kjo hulumtim është mungesa e aftësive të nxënësve për verifikimin e informacionit dhe përmbajtjeve në internet, veçanërisht për teknikat dhe mjetet për kontrollimin e origjinës së fotove të postuara në internet. Për më tepër, megjithëse shumica e nxënësve kanë një kuptim bazë për dallimet midis dezinformimit dhe keqinformimit, megjithatë janë të nevojshme njohuri dhe aftësi më të thelluara për të identifikuar dhe kuptuar këto dukuri në praktikë, veçanërisht në internet ku ata kalojnë çdo ditë një kohë të konsiderueshme.

Nxënësit kanë një kuptim të përgjithshëm për format e ndryshme të reklamimit mediatik, duke përfshirë vendosjen e produkteve në programe, megjithëse ekziston një ndryshim në perceptimet midis nxënësve nga lloje të ndryshme shkollash. Gjithashtu, përgjigjet ndaj pyetjeve që lidhen me reagimet e tyre ndaj informacionit tronditës tregojnë se shumica e nxënësve do të bënin një verifikim të besueshmërisë së informacionit para se të reagonin. Megjithatë, fakti që një pjesë e konsiderueshme do të ndante një postim të tillë me miqtë e tyre tregon nevojën për edukim më të madh për përdorimin e

përgjegjshëm të rrjeteve sociale dhe pasojat e mundshme të ndarjes së përmbajtjeve sensacionale.

Megjithëse ka një përqindje të lartë nxënësish që kanë identifikuar përgjigjet e sakta dhe të gabuara për deklaratat e ofruara në lidhje me rrjetet sociale, një numër jo i vogël nxënësish qasjnë në mënyrë shqetësuese naive (ose të pa interesuar) ndaj rrjeteve sociale dhe mediave, gjë që përsëri tregon nevojën për të fituar njohuri shtesë dhe për të forcuar qëndrimin e tyre kritik dhe për të rritur shkallën e alfabetizmit dixhital dhe mediatik.

Përfundimisht, është e rëndësishme të theksohet se nxënësit besojnë, ose pajtohen me pohimin se njerëzit kanë tendencë të kërkojnë informacione që konfirmojnë bindjet e tyre. Kjo tregon një ekspozim të mundshëm ndaj efektit të dhomës së jehonës¹⁸ – një mjedis ku njerëzit ekspozohen vetëm ndaj mendimeve ose informacionit

që mbështet ose përforcon pikëpamjet e tyre ekzistuese, pa u përballur me perspektiva/gjetje të ndryshme dhe/ose të kundërta. Ky efekt është veçanërisht i theksuar në rrjetet sociale dhe platformat e internetit, ku algoritmet shpesh filtrojnë informacionet që u shfaqen përdoruesve – një moment për të cilin shumica e nxënësve janë të vetëdijshëm. Ajo që është kritike për nxënësit është kuptimi i implikimeve të këtij efekti, ku përmbajtjet rrotullohen në një rreth të mbyllur, pa ekspozim të rëndësishëm ndaj pikëpamjeve të ndryshme ose të kundërta, gjë që në fund mund të rezultojë në formimin e një mendimi përmes “shervimit” të informacionit nga algoritmet.

Televizioni

Perceptimet dhe sjelljet e nxënësve të shkollave të mesme ndaj televizionit tregojnë se ai ende luan një rol të rëndësishëm në jetën e tyre,

¹⁸ Sipas përkufizimit nga Fjalori për edukim mediatik, eko-dhoma është një gjendje që krijohet nën ndikimin e algoritmeve të programuara nga kompjuteri që përcaktojnë informacionin që marrim. Ky proces është i lidhur ngushtë me aktivitetet tona online, kërkimet në internet dhe është një lloj personalizimi i automatizuar i informacioneve. “Eko-dhoma” konceptualisht paraqet një flluskë informacioni që tregon një sistem të mbyllur komunikimi informacioni që mund të parandalojë që përdoruesi i përmbajtjes mediatike të ekspozohet ndaj disa këndvështrimeve të ndryshme për të njëjtën temë. Në këtë mënyrë forcohen bindjet dhe qëndrimet personale (<https://recnik.medium.edu.mk/termin/eho-komora/>).

edhe pse mënyra se si e përdorin dhe e përfjethëjnë atë po ndryshon gradualisht. Analiza e perceptimeve dhe sjelljeve të nxënësve të shkollave të mesme ndaj televizionit si medium zbulon trende dhe ndryshime të rëndësishme në mënyrën se si të rinjtë e përfjethëjnë dhe e përdorin këtë burim tradicional të informacionit dhe argëtimit. Kjo reflektohet kryesisht në rezultatet e hulumtimit, ku një numër i konsiderueshëm nxënësish (23%) e konsiderojnë mundësinë e shikimit të programeve sipas kërkesës si kuptimin kryesor të termit “shikim televizioni”.

Nxënësit shikojnë televizion çdo ditë (edhe pse më pak gjatë ditëve të punës), dhe kohëzgjatja e shikimit rritet gjatë fundjavave, kur 28.8% shikojnë televizion për më shumë se 3 orë në ditë. Në vendin e parë nxënësit shikojnë ndeshje sportive (38.5%), më pas filma artistikë (36.5%) dhe më pas emisione humoristike (33.3%). Sipas pjesës më të madhe të tyre, në televizion ka shumë reklama, lajme dhe emisione debati dhe nuk ka programe të mjaftueshme që u pëlqejnë. Kurbëhet fjalë për programet dokumentare në TV, nxënësit në përgjithësi mendojnë se ato tregojnë faktet e sakta për ngjarjet.

Qëndrim të ngjashëm kanë edhe për lajmet/ditarët në TV. Vlerësimet janë të ndara rreth prania e tepërt e programeve me dhunë, kështu që përafërsisht njësoj janë ata që nuk pajtohen me këtë pretendim dhe ata që kanë një qëndrim neutral. Një numër më i vogël nxënësish pajtohen se në TV ka shumë programe të tilla. Përgjigjet janë pothuajse të ndara në mënyrë të barabartë në lidhje me qëndrimin se në jetë ka shumë ngjarje të rëndësishme pozitive, por në lajmet në TV raportohen vetëm ato negative. Në lidhje me shfaqjet reale që transmetohen në televizion, një përqindje jo e vogël (27.6%) mendojnë se ato i tregojnë ngjarjet ashtu siç janë, ndërsa për 36.5% nuk është kështu. Qëndrim neutral për këtë çështje kanë 39.9% e nxënësve. Këto gjetje bëhen më treguese kur analizohen së bashku me përdorimin e internetit dhe rrjeteve sociale.

Interneti

Krahasuar me shikimin e televizionit gjatë javës së punës, nxënësit kalojnë ndjeshëm më shumë dhe më gjatë kohë në hapësirën e internetit. Kjo diferencë është edhe më e madhe gjatë fundjavave, kur një pjesë e madhe e nxënësve (57.9%) përdorin aktivisht internetin për më shumë

se 5 orë në ditë, dhe nuk është përqindje e vogël as e atyre që janë aktivisht online nga 3 deri në 5 orë në ditë (27.6%). Kur janë online, kohën e kalojnë kryesisht në rrjete sociale (89% çdo ditë) dhe në dëgjimin e muzikës (72.6% çdo ditë). Aktivitetet e tjera për të cilat nxënësit shpesh përdorin internetin janë: përdorimi i Skype, ËhatsApp, Messenger, Telegram, kërkimi i të dhënave të nevojshme për shkollë, si dhe shikimi i programeve televizive, videove dhe filmave. Shumica e nxënësve (62.8%) nuk dëgjojnë kurrë radio në internet.

Më shumë se gjysma e nxënësve (saktësisht 62%) shikojnë video në TikTok, më pas video të shkurtra (reels) në Instagram (46%), muzikë (39%) dhe video të shkurtra (shorts) në YouTube (31%). Një pjesë më e vogël e nxënësve tregojnë skepticizëm ndaj vërtetësisë së përmbajtjeve të postuara në rrjetet sociale. Ndryshe nga ata, pothuajse gjysma e nxënësve mendojnë se përmbajtjet janë të vërteta (plotësisht të vërteta 3.3%, pjesërisht të vërteta 42.6%). Për të marrë një pamje më të detajuar të ndikimit potencial pozitiv ose negativ të rrjeteve sociale të përmendura, është e nevojshme të hulumtohet më tej se çfarë përmbajtjesh kanë videot

dhe postimet që nxënësit shikojnë përmes këtyre aplikacioneve.

Sa i përket aktiviteteve që nxënësit duan ose nuk duan të bëjnë në internet, shumica e nxënësve (64.1%) kanë postuar fotografi në një faqe interneti ose në një rrjet social, 41.6% kanë postuar një foto ku kanë shtuar filtra dhe e kanë redaktuar atë (11.3% shtesë do të donin ta bënin këtë), ndërsa 37.1% nuk do të donin ta bënin këtë. Një video të shkurtër nuk do të donin ta bënin dhe ta postonin në një faqe interneti/rrjet social 40.8%, por 38% e kanë bërë këtë, dhe 9.6% të tjerë do të donin ta bënin. E njëjta situatë është edhe me daljen në transmetim të drejtpërdrejtë në Facebook, YouTube, Instagram etj. - rreth 44.5% nuk do të donin ta bënin këtë, por 37.1% e kanë bërë, dhe 8.7% do të donin ta bënin. Gjithashtu, 40.7% nuk do të donin të shkruanin një tekst dhe ta postonin në një faqe interneti/rrjet social, por 23.8% e kanë bërë tashmë dhe 19% do të donin ta bënin. Gjithsej 49.5% ose tashmë kanë bërë meme ose gif (29.6%) ose do të donin ta bënin këtë (19.9%), ndërsa 32.4% nuk do të donin ta bënin këtë dhe 18.1% kanë deklaruar se nuk e dinë nëse do të donin apo nuk do të donin të bënin meme ose gif.

Qëndrimet e nxënësve ndaj internetit tregojnë se ata ndihen rehat duke e përdorur atë si një mjet për mësim dhe argëtim, edhe pse ekzistojnë disa shqetësime për sigurinë dhe privatësinë në internet. Shumë prej tyre besojnë se kanë njohuritë e nevojshme për të qëndruar të sigurt online, por megjithatë ka një pjesë të konsiderueshme që shpreh pasiguri ose mungesë të këtyre njohurive. Është interesante se, megjithëse nxënësit në numër të madh marrin pjesë në aktivitete të ndryshme online, ekziston një skepticizëm i theksuar ndaj efekteve pozitive të rrjeteve sociale në shëndetin e tyre mendor dhe aftësitë sociale, me një pjesë të konsiderueshme që beson se komunikimi në internet nuk është zëvendësim për marrëdhëniet ndërpersonale reale.

Nxënësit kalojnë shumë kohë edhe duke luajtur lojëra. Në përgjigjet e tyre, ata në vend të parë rendisin lojërat me gjuajtje (FPS dhe TPS) që i luajnë rregullisht gjithsej 38% - 20.5% çdo ditë dhe 16.6% disa herë në javë, por përkundër kësaj, këto lojëra kurrë nuk i luajnë 41.5% e të anketuarve, dhe 12% një herë në muaj. Në vendin e dytë për nga intensiteti janë lojërat sportive dhe simulatorët, si FIFA,

NBA2K, Need for Speed (16.9% i luajnë çdo ditë, dhe 14.3% disa herë në javë), që kurrë nuk i luajnë 43.4% (12.3% një herë në muaj).

Sa i përket frekuencës, në ditë shkollore, 39.8% e nxënësve luajnë lojëra deri në 3 orë, 31% luajnë nga 3 deri në 5 orë dhe pothuajse telefon e aq shumë për më shumë se 5 orë (29.2%). Gjatë fundjavave, një përqindje e madhe e nxënësve (gjithsej 85.5%) luajnë për më shumë se 3 orë në ditë (57.9% për më shumë se 5 orë). Nëse këtyre të dhënave u shtohen gjetjet e mëparshme për kohën e kaluar në rrjetet sociale dhe para televizorit gjatë fundjavave (dhe gjatë javës së punës), bëhet shumë shqetësuese niveli i ekranizimit dhe ekspozimit të nxënësve ndaj përmbajtjeve mediatike që shpesh nuk janë për qëllime edukative. Fakti që nxënësit janë kaq frekuentues dhe intensivisht në hapësirën e internetit, megjithatë, nuk nënkupton automatikisht se ata dinë gjithçka për komunikimin dixhital dhe se kanë zhvilluar aftësi të larta mediatike.

Rrjetet sociale

Analiza e përdorimit të rrjeteve sociale nga nxënësit e shkollave të mesme zbulon se ato janë tashmë një pjesë integrale e jetës së tyre

të përditshme. Pothuajse të gjithë nxënës të këtij studimi kanë profile në rrjetet sociale të njohura, ku në krye është Instagrami (93.1%), ndjekur nga TikTok (87.6%), Facebook (81.3%) dhe Snapchat (80.1%). Prania masive në rrjetet sociale të njohura midis nxënësve është e pritshme, por gjithashtu tregon rëndësinë që kanë këto platforma në komunikimin e tyre, socializimin dhe qasjen në informacion. Rezultati që tregon se shumica e nxënësve janë përgjithësisht të kujdesshëm për atë që mund t'i ndjekë dhe të shohë/aksesojë profilet e tyre, tregon për një ndërgjegjësim ekzistues për privatësinë dhe sigurinë në internet. Në këtë kontekst, një përqindje e lartë (72.6%) janë të vetëdijshëm se dikush mund të pretendojë se është një bashkëmoshatar për t'u njohur me ta. Një përqindje pak më e ulët (69.2%) besojnë se në rrjetet sociale njerëzit shpesh shqetësojnë të tjerët, dhe 68.1% mendojnë se njerëzit shpesh dërgojnë mesazhe fyese (68.1%). Është interesante të vërehet se, ndërsa dy të tretat e nxënësve janë vetëkritikë dhe të vetëdijshëm se kalojnë shumë kohë në rrjetet sociale, nga të dhënat e marra duket se kjo nuk është një motivues i mjaftueshëm për të ndryshuar

sjelljen e tyre duke reduktuar kohën e kaluar online dhe duke fokusuar vëmendjen e tyre në diçka tjetër. Kjo thekson edhe më shumë nevojën për edukim të përforcuar dhe rritje të ndërgjegjësimin për përdorimin e sigurt dhe të moderuar të këtyre platformave.

Shpërndarja e fotografive personale dhe momenteve të përditshme është një aktivitet thelbësor në rrjetet sociale për shumë nxënës, gjë që nënvizon aspektin e tyre social. Shumica e madhe në rrjetet sociale ndan foto nga pushimet e tyre, nga daljet me miqtë, por gjithashtu asnjëherë nuk do të ndanin adresat e tyre të kontaktit, adresat e-mail-it dhe numrat e telefonit. Një numër i madh nuk do të ndanin as informacione për ndjenjat e tyre. Krahasuar me vajzat, djemtë në përqindje më të madhe do të ndanin publikisht informacione për atë që bëjnë.

Përgjigjet e nxënësve në lidhje me përballjen me përmbajtje negative në internet tregojnë se përveç injorimit si reagimi më i zakonshëm, ata do t'i përgjigjeshin këtyre përmbajtjeve duke bllokuar përdoruesit ose duke ndaluar ndjekjen e personit që ka shpërndarë përmbajtjen. Kjo është disi inkurajuese, sepse tregon

se nxënësit nuk janë plotësisht indiferentë ndaj negativiteteve që mund të hasin në internet.

Rekomandime

1. Krijimi i një kornize për aftësimin mediatik për arsimin e mesëm**, siç ekziston për arsimin fillor, për të siguruar vazhdimësinë në zhvillimin e mendimit kritik dhe përmirësimin e aftësive mediatike në të dy sistemet arsimore. Kjo kornizë duhet të marrë parasysh njohuritë paraprake të nxënësve, karakteristikat zhvillimore të kësaj periudhe të moshës, nivelin e zhvillimit të tyre njohës dhe socio-emocional, njohuritë më të fundit për strategjitë e zhvillimit të mendimit kritik, si dhe krijimin e aktiviteteve mësimore që nxisin aftësi specifike për përmirësimin e aftësive mediatike të nxënësve.

2. Duke pasur parasysh ekspozimin e lartë të nxënësve ndaj rrjeteve sociale dhe njohuritë e pamjaftueshme për mënyrat e verifikimit nëse një fotografi është e rreme, përqindjen relativisht të lartë të atyre që nuk i lexojnë kushtet e përdorimit përpara se të instalojnë një aplikacion, përqindjen e

pamjaftueshme të njohjes së gjuhës së urrejtjes, besimin në vërtetësinë e informacioneve të marra nga media të ndryshme etj., është e nevojshme të futen përmbajtje shtesë (ligjërata, trajnime) për sigurinë kibernetike me qëllim reduktimin e rreziqeve nga format e ndryshme të keqpërdorimit të të dhënave personale dhe privatësisë, dhunës online etj. Kjo është edhe më e rëndësishme sepse, për shembull, një përqindje e lartë e nxënësve postojnë fotografi të tyre (nga pushimet, daljet me miqtë, nga familjet e tyre) në internet, dhe një nga rregullat themelore është që çdo gjë që postohet një herë në internet, mbetet atje përgjithmonë (edhe kur fshihet). Prandaj, është thelbësore që ata të kuptojnë vërtetë rrezikun nga përdorimi i papërshtatshëm ose i pandërgjegjshëm i internetit (jo vetëm ta dinë në mënyrë deklarative) dhe edhe më shumë – si të mbrohen në mënyrë efektive ndërkohë që janë online (në kuptimin e një përqindje të plotë të nxënësve, dhe jo vetëm një përqindje e caktuar e tyre, siç mund të vërehet në disa nga përgjigjet në këtë studim).

3. Duke marrë parasysh përdorimin gjithnjë e më të shpeshtë të inteligjencës artificiale nga brezi i ri,

i cili në një përqindje të lartë zotëron smartphone (sipas të dhënave nga ky studim), është e nevojshme të organizohet një cikël ligjëratash me ekspertë të fushës (p.sh. profesorë universitarë nga FINKI), gjatë orëve të mësimit dhe/ose mësimit të informatikës, të cilat do t'i njohin ata me anët pozitive dhe negative të inteligjencës artificiale dhe me mënyrat më efektive për përdorimin e saj, para së gjithash për qëllime edukative. Kjo është e rëndësishme sepse, siç tregojnë disa nga rezultatet, një shumicë e madhe e nxënësve (gjithsej 71.7%) besojnë se faqet e internetit me informacion për të mësuar janë të vërteta, si dhe që inteligjenca artificiale gjeneron përmbajtje të vërtetë (gjithsej 45.7%). Në praktikë, kjo nuk është gjithmonë e vërtetë.

4. Përfshirja e prindërve në aktivitetet e përshkrjuara në pikën 2 dhe 3 është thelbësore, pasi nxënësit i identifikojnë ata si burimet kryesore të informacionit për mbrojtjen në hapësirën e internetit. Edhe mësuesit duhet të përfshihen në këto ligjërata/trajtime, sepse ata janë në kontakt të përditshëm me nxënësit dhe duhet të posedojnë njohuri dhe aftësi të mjaftueshme për të zhvilluar

mendimin kritik, për të përmirësuar aftësitë mediatike të nxënësve dhe për të rritur ndërgjegjësimin për ruajtjen e sigurisë së të dhënave personale në internet dhe ngjashëm.

5. Nevojitet thellimi i njohurive për rregullativën mediatike tek nxënësit, që mund të arrihet përmes përfshirjes së personave kompetentë në aktivitete mësimore ose përmes organizimit të punëtorive me tema konkrete lidhur me rregullimin mediatik, ku nxënësit punojnë në grupe nën mbikëqyrjen e mentorëve kompetentë.

6. Aftësimi mediatik dhe informativ është i lidhur ngushtë me gamën më të gjerë të kompetencave digjitale, për të cilat është e nevojshme të krijohet një kornizë si për nxënësit, ashtu edhe për stafin mësimor. Duke pasur parasysh se nxënësit posedojnë aftësi të zhvilluara dixhitale, është e nevojshme të fokusohemi në përmirësimin e kuptimit kritik të përmbajtjeve që ata hasin në rrjetet sociale dhe përdorimin e avancuar të internetit. Për këtë qëllim, mund të organizohen hackathon-e me tema të ndryshme relevante, ku përmes bashkëpunimit dhe aktiviteteve në grup, nxënësit do të mësojnë nga

njëri-tjetri, me ndihmën e mentorëve të tyre, dhe do të krijojnë zgjidhje inovative për temat e interesit.

7. Nxitja e zhvillimit të mendimit kritik (të lidhur ngushtë me arsimimin mediatik) te nxënësit në shkollat e mesme duhet të ndjekë linjat zhvillimore të operacioneve formale dhe formave të mendimit kompleks, si mendimi kombinatorik, probabilitistik, eksperimental, formal-konceptual dhe hipotetiko-deduktiv. Është e nevojshme të krijohen aktivitete që lejojnë nxënësit të reflektojnë mbi idetë e tyre, të krahasojnë ide të ndryshme, të vlerësojnë vlefshmërinë e tyre dhe të bëjnë zgjedhjen më të mirë ndër ato që kanë në dispozicion. Kjo do të thellojë kuptimin e ideve të tyre dhe do të rrisë aftësinë për të artikuluar bindjet dhe mendimet personale. Mendimi kritik gjithashtu mund të zhvillohet përmes zgjidhjes së situatave problematike praktike, ku nxënësit do të duhet të zgjedhin argumentet më të forta dhe të rezonojnë logjikisht për të arritur zgjidhjen më të mirë të mundshme. Gjithashtu, është e nevojshme të përdoret sa më shumë njohuria funksionale (jo vetëm faktografike), e cila arrihet përmes hulumtimeve, prezantimeve të gjetjeve, provave

dhe shpjegimeve për idenë që po hulumtohet, duke bërë pyetje të hapura në diskutime që lejojnë adoleshentët të shprehin mendimet e tyre dhe të përqendrohen më shumë në mendimin e përgjigjeve para se t'i japin ato, në vend që të japin përgjigjen e saktë për pyetjen e bërë.







Karakteristikat krye demografike të
të intervistuarve nga ekzemplari

Lista e shkollave të mesme sipas gjuhës
mësimore dhe rajoneve statistikore

[6]

ANEKSI I - Demografia

Tabela 4.

Karakteristikat kyçe demografike të të intervistuarve nga ekzemplari

Të dhëna demografike	N=884	Gjimnazit (Baza 580)	Profesional (Baza 584)
Lloji i shkollës			
Gjimnaz	33,9%		
Profesional	66,1%		
Në cilin vit mëson?			
Viti i parë	50,3%	49,3%	51,0%
Viti i dytë	49,7%	50,7%	49,0%
Gjinia			
Mashkullore	44,3%	41,6%	45,0%
Femërore	55,7%	58,4%	55,0%
Në cilën gjuhë mëson?			
Maqedonase	65,5%	67,1%	66,3%
Shqipe	31,1%	29,5%	30,5%
Turke	3,4%	3,4%	3,3%
Mosha			
14 vjet	5,7%	5,9%	5,8%
15 vjet	48,5%	46,6%	49,3%
16 vjet	44,9%	47,1%	43,8%
17 vjet	0,9%	0,5%	1,0%

Në cilën gjuhë flisni në shtëpi?

Maqedonase	63,1%	66,2%	63,0%
Shqipe	31,0%	29,3%	30,5%
Turke	5,1%	4,0%	5,5%
Rome	0,0%	0,2%	0,0%
Vllehe	0,1%	0,2%	0,2%
Serbe	0,2%	0,2%	0,2%
Boshnjake	0,5%	0,0%	0,7%
Tjetër	0,0%	0,0%	0,0%

Rajoni statistikor

Shkupit	31,4%	34,7%	28,1%
Verilindor	9,3%	14,3%	4,3%
Pollogut	10,7%	6,9%	14,6%
Pellagonisë	7,5%	8,6%	6,3%
Juglindor	7,4%	3,8%	11,0%
Jugperëndimor	17,4%	17,2%	17,6%
Lindor	8,6%	7,8%	9,4%
Vardarit	7,7%	6,7%	8,7%

Tabela 5.
**Lista e shkollave të mesme sipas gjuhës mësimore
dhe rajoneve statistikore**

	Rajoni	Komuna/ Qyteti i Shkupit	Shkolla e mesme	Të intervistuar (pjesmarrës)	
	Mësim në gjuhën maqedonase			Viti I	Viti II
1	Shkupit	Qyteti i Shkupit	SHMQSH Gjim. „Nikolla Karev“	28	28
2	Shkupit	Qyteti i Shkupit	SHMQSH „Georgi Dimitrov“	25	26
3	Shkupit	Qyteti i Shkupit	SHSHKF „Metodija Mitevski Brico“	14	13
4	Verilindor	Kumanovë	SHMK Gjim. „Goce Dellçev“	20	24
5	Vardarit	Sv.Nikollë	SHMK „Koço Racin“	8	8
6	Vardarit	Kavadar	SHMK Gjim. „Dobri Daskallov“	11	11
7	Lindor	Shtip	SHMK „Sllavço Stojmenski“	14	13
8	Lindor	Dellçevë	SHMK „Metodi M. Brico“	10	8
9	Jugperëndimor	Strumicë	SHMK „Jane Sandanski“	10	12
10	Pellagonisë	Manastir	SHMK Gjim. „Josip Broj Tito“	21	19

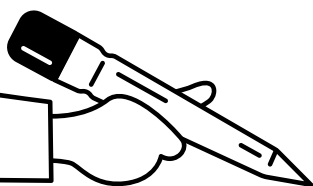
11	Pellagonisë	Prilep	SHMK Gjinnazi „Mirçe Acev“	16	18
12	Jugperëndimor	Ohër	SHMK „Shën. Klimenti i Ohrit“	13	17
				190	197

	Rajoni	Komuna/ Qyteti i Shkupit	Shkolla e mesme	Të intervistuar (pjesmarrës)	
	Mësim në gjuhën shqipe			Viti I	Viti II
1	Shkupit	Qyteti i Shkupit	SHMQSH Gjim. „Zef Lush Marku“	21	26
2	Pollogut	Tetovë	SHMK Gjim. „Kirill Pejçinoviç“	20	20
3	Jugperëndimor	Kërçovë	SHMK „Drita“	6	7
4	Jugperëndimor	Strugë	SHMK Gjim. „Dr. Ibrahim Temo“	7	7
5	Pellagonisë	Dollnen	SHMK Gjinnazi „Преродба - Rilindja“	8	8
6	Verilindor	Kumanovë	SHMK Gjim. „Sami Frashëri“	10	11
7	Verilindor	Likovë	SHMK „Ismet Jashari“	8	8
				80	87

	Rajoni	Komuna/ Qyteti i Shkupit	Shkolla e mesme	Të intervistuar (pjesmarrës)	
	Настава на турски јазик			Viti I	Viti II
1	Shkupit	Qyteti i Shkupit	SHMQSH Gjim. „Josip Broz Tito“	10	10

Vërejtje: Ekzemplarët janë krijuar sipas përfshirjes procentuale të nxënësve të regjistruar në vitin e dytë dhe të tretë në shkollat e mesme të gjimnazit dhe ato profesionale në vend, si dhe përfaqësinë procentuale të nxënësve në tri gjuhët arsimore (maqedonisht, shqip dhe turqisht). Ka një dallim të nxënësit me mësim në gjuhën turke, respektivisht një numër më të madh të intervistuarve, sepse përfaqësimi i tyre procentual nuk mjafton për të nxjerrë të dhëna kualitative. Nuk ka dallime nga ekzemplari i dizajnuar për nevojat e hulumtimit dhe përfshirjes së shkollave gjatë realizimit të anketës.





[7]

ANEKSI II - Pyetësor anketues

Të dhënat

Mendimi
kritik

Televizioni

Interneti

Telefoni
celular

Informata të
përgjithshme

PROJEKTI HULUMTUES:

Arsimimi mediatik te nxënësit e vitit të parë dhe të dytë të arsimit të mesëm

Nxënës i dashur,

Ky hulumtim që realizohet nga Agjencia për Shërbime Mediatike Audio dhe Audiovizuale dhe projekti “Të rinjtë mendojnë”, duhet të na ndihmojë që të mësojmë se si nxënësit e vitit të parë dhe të dytë të arsimit të mesëm përdorin llojet e ndryshme të mediave dhe çfarë mendojnë për to. Kjo anketë është anonime, që nënkupton se të gjitha përgjigjet e dhëna mbesin të fshehta dhe identiteti yt nuk paraqitet askund. Mendimi yt do të shfrytëzohet për të planifikuar aktivitetet për inkuadrimin e arsimimit mediatik dhe mendimit kritik në arsimin formal dhe joformal, si dhe për mbrojtjen e të rinjve nga përmbajtja e dëmshme në shërbimet audiovizuale që i marrin përmes TV ose online.

Në këtë hulumtim na intereson mendimi yt andaj përpiku sa të mundesh që përgjigjet e tua të jenë më afër asaj që e mendon ose bën në mënyrë objektive. Për ta plotësuar këtë anketë nevojiten **rreth 30 minuta**.

Të faleminderit

(Plotëson anketuesi)

Lloji i shkollimit:

A. Gjimnaz

B. Profesional

1. TË DHËNAT

Udhëzim:

Pyetjeve nga 1 deri te 5, e rrethon numrin para përgjigjes tënde.

I. Sa vjet i ke?

1. 14
2. 15
3. 16
4. 17

II. Në cilin vit mëson?

1. Viti i parë
2. Viti i dytë

III. Gjinia

1. Mashkullore
2. Femërore
3. Refuzon të përgjigjet

IV. Në cilën gjuhë mëson?

1. Maqedonase
2. Shqipe
3. Turke

V. Në cilën gjuhë flisni në shtëpi?

1. Maqedonase
2. Shqipe
3. Turke
4. Rome
5. Vllehe
6. Serbe
7. Boshnjake
8. Tjetër (shkruaje cilën):

VI. Cilën pajisje elektronike nga llojet e dhëna e ke në shtëpi dhe se a e shfrytëzon apo jo?

Udhëzim:

Zgjedh një përgjigje prej secilës RRADHË ashtu që në KOLONËN me përgjigjen tënde do ta rrethosh numrin përkatës. Numri 1 shënon “e kam dhe e shfrytëzoj personalisht”, 2 shënon “e kam në shtëpi dhe e shfrytëzoj me të tjerët”, 3 “e kam në shtëpi por nuk e shfrytëzoj” dhe 4 “nuk e kam”.

Pajisjet elektronike	E kam dhe e shfrytëzoj personalisht	E kam dhe e shfrytëzoj me të tjerët	E kam në shtëpi, por nuk e shfrytëzoj	Nuk e kam
1. Televizor	1	2	3	4
2. Kompjuter personal ose laptop	1	2	3	4
3. Telefon celular smart (me internet)	1	2	3	4
4. Telefon celular (pa qasje në internet)	1	2	3	4
5. Konzolë për lojëra (p.sh. nintendo sēitch, steam deck, sony psp)	1	2	3	4
6. Radio	1	2	3	4
7. Kamerë digjitale	1	2	3	4
8. Orë ose hallka smart (smart ēatch, ose pajisje të tjera të njohura edhe si ēēarables)	1	2	3	4
9. Pajisje për shtëpi smart (fshesē robot, Smart Speaker, Smart Thermostat, Smart Security Camera)	1	2	3	4
10. Pajisje për realitet virtual (Meta Quest, Sony PlayStation VR, Valve Index, Samsung Gear VR, Apple Vision Pro etj.)	1	2	3	4

2. MENDIMI KRITIK

1. Përnjëherë vëren shumë fotografi nga persona më të moshuar në risitë e tua të mediave sociale, e më pas kuptojnë se miqtë e tyre kanë shfrytëzuar aplikacione si FaceApp me qëllim që fytyrat e tyre të duken si më të moshuar. Këto aplikacione kërkojnë qasje deri te kamera ose të shënoni të dhëna personale. A do t'u mundësoni qasje këtyre aplikacioneve ndaj të dhënave, fotografive dhe videove tuaja?

Udhëzim: *Zgjidh një përgjigje duke e rrethuar numrin në kolonën me përgjigjen tënde.*

Po, menjëherë pa u menduar.	1
Fillimisht do të kontrolloj se në të cilat të dhëna do të ketë qasje aplikacioni e më pas të mendoj nëse do ta instaloj.	2
Mendoj se nuk ekziston kurrfarë rreziku dhe do ti jap qasje aplikacionit	3

2. Kohën e fundit, në rrjetet sociale shikon lajme dhe postime vetëm prej ndonjërit nga shokët.. Pse mendon se është ashtu?

Udhëzim: *Zgjidh një përgjigje duke e rrethuar numrin në kolonën me përgjigjen tënde.*

Sepse janë shumë aktivë në rrjetet sociale.	1
Rrjetet sociale e dijnë se postimet e kujt më pëlqejnë dhe cilët i komentoj, andaj edhe më shpesh mi tregojnë postimet e tyre.	2
Supozoj se të tjerët thjeshtë nuk i kam miq në rrjetet sociale ose unë nuk i ndjekë ata në moment të caktuar.	3

3. 3. Miku/mikja jote të ka dërguar link me porosi “Obobo, nuk mund ta paramendoj se ti mund ta bësh këtë. Ka edhe fotografi madje. Cili është reagimi yt?

Udhëzim: *Zgjidh një përgjigje duke e rrethuar numrin në kolonën me përgjigjen tënde.*

Dikush më ndjek! Duhet menjëherë të klikoj në këto fotografi!	1
Do të vendos ngjitës në kamerën e llaptopit dhe telefonit tim që të mbrohem.	2
Duhet që fillimisht të kontrolloj me mikun/en time para se të klikoj linkun.	3
Sigurisht është ndonjë shaka, do të klikoj në linkun që ta shoh.	4

4. A je i/e njoftuar me disa nga teknikat dhe mjetet për kontrollimin e prejardhjes së fotografisë së publikuar në internet?

Udhëzim: *Rretho numrin para përgjigjes tënde.*

- Po
- Jo

10.1.Nëse përgjigjate është PO, theksome cilat: _____

5. A konsideron se është e domosdoshme që të lexohen politikat (Terms of reference) para se të regjistrohesh në ndonjë rrjet social ose aplikacion?

Udhëzim: *Zgjidh një përgjigje duke e rrethuar numrin në kolonën me përgjigjen tënde.*

Nuk kam kohë për atë. Automatikisht pajtohem me rregullat pa i lexuar, sikur gjithë të tjerët.	1
Gjithmonë i lexoj këto rregulla. Më mirë të di se për çfarë po regjistrohem.	2
Pse të humb kohë me atë, kur edhe ashtu nuk mund ti ndryshoj.	3

6. Titulli: „SHOKUESE: Shikoni se çka ndodhi mbrëmë në Shkup...a jeni gati! (VIDEO) është shembull për:

Udhëzim: *Zgjidh një përgjigje duke e rrethuar numrin në kolonën me përgjigjen tënde.*

Informimi objektiv.	1
Mendimi i dikujt.	2
Titulli – karrem pwr klikime.	3
Nuk e di.	4

7. Cili nga elementet mund të potencojë se profili i mediave sociale/online mund të jet bot ose troll:

Udhëzim: *Zgjidh një ose më shumë përgjigje duke e rrethuar numrin në kolonën me përgjigjen tënde.*

Emri i përdoruesit përmban shumë simbole speciale, shkronja të mëdha dhe numra.	1
Fotoja e profilit duket si aktor filmi.	2
Profili nuk përmban të dhëna personale	3
Ka numër të madh të ndjekësve, e pazakontë për një profil të ri.	4
Gjithçka të cekur më lartë	5
Asgjë nga të larpërmendurat	6
Nuk e di sa çka është boti	7
Nuk e di sa çka është trolli	8

8. **Насловот:** „Tifozët protestonin në Shkup para ndeshjes futbollistike: T’i vrasim “qentë “!” është shembull për:

Udhëzim: *Zgjidh një përgjigje duke e rrethuar numrin në kolonën me përgjigjen tënde.*

Raportim nga një ngjarje sportive.	1
Përdorim i gjuhës së urrejtjes.	2
Lajme të rrejshme.	3
Nuk jam i/e sigurt.	4

9. **Është me rëndësi që të dijmë se cilët janë pronarët e medimeve, sepse?**

Udhëzim: *Zgjidh një përgjigje duke e rrethuar numrin në kolonën me përgjigjen tënde.*

Pronësia mund të ndikojë në informatat që mediat vendosin ti transmetojnë.	1
Ajo na tregon se cilët janë njerëzit më të pasur në shtet.	2
Mendoj se pronësia nuk ka kurrfarë ndikimi ndaj përmbajtjes Mediatiqe. Gazetarët janë ata që vendosin.	3
Nuk jam i/e sigurt	4

10. **Në media mund të hasim shumë fakte, por edhe mendime të dikujt. Sipas teje, cilët prej shembujve të mëposhtëm janë fakte?**

Udhëzim: *Rretho numrin para kolonës të secilit shembull që mendon se është fakt.*

Kafeja braziliane është më e mirë se sa Kafeja keniane	1
Demokracia është forma më e mirë për sundim.	2
Lufta e Dytë Botërore përfundoi në vitin 1945.	3
Qeni është miku më i mirë i njeriut.	4
Toka është planeti i tretë më afër Tokës.	5
Maqedonasit janë shumë mikpritës dhe duarshlirë.	6

11. Cila përgjigje më së miri sqaron se çka është dezinformata:

Udhëzim: *Zgjidh një përgjigje duke e rrethuar numrin në kolonën me përgjigjen tënde.*

Informata e pasaktë e shpërndarë pa qëllim për të dëmtuar.	1
Informata e pasaktë me qëllim që të dëmtojë dikë ose që të gënjejë.	2
Informata e saktë, por e shpërndarë me qëllim që ta dëmtojë dikë.	3

12. Cila përgjigje më së miri sqaron se çka është misinofrmata (informata e gabuar):

Udhëzim: *Zgjidh një përgjigje duke e rrethuar numrin në kolonën me përgjigjen tënde.*

Informata e pasaktë e shpërndarë pa qëllim për të dëmtuar.	1
Informata e pasaktë me qëllim që të dëmtojë dikë ose që të gënjejë.	2
Informata e saktë, por e shpërndarë me qëllim që ta dëmtojë dikë.	3

13. Cilat nga këto përmbajtje Mediatike kanë për qëllim që të na bindin për diçka:

Udhëzim: *Zgjidh një ose më tepër përgjigje duke e rrethuar numrin në kolonën me përgjigjen tënde.*

Kolumna	1
Propaganda.	2
Reklama.	3
Të gjitha që janë cekur më lartë.	4
Asgjë nga ato që janë cekur më lartë.	5

14. Nëse në rrjetet sociale has ndonjë publikim që është shokues ose të hidhëron, shqetëson ose nervozon, ti:

Udhëzim: *Zgjidh një përgjigje duke e rrethuar numrin në kolonën me përgjigjen tënde.*

Menjëherë do ta ndash me të tjerët në rrjete sociale.	1
Do t'ua dërgosh vetëm atyre që i ke miq.	2
Do ta largosh nga ekrani, qetësohesh dhe do ta kontrollosh vërtetësinë e informatës.	3

15. Plasimi i produkteve, si formë e reklamimit mediatik, ndodh kur:

Udhëzim: *Zgjidh një përgjigje duke e rrethuar numrin në kolonën me përgjigjen tënde.*

Shikuesit janë ftuar të blejnë ndonjë produkt me paraqitje gjatë programit të drejtpërdrejtë televiziv.	1
Brende ose produkte të caktuara spikaten për publikun gjatë emetimit të programit, duke i pozicionuar që të përfshihen nga kamera.	2
Kompanitë i shesin produktet e tyre në panair dhe i ftojnë mediat që të mbulojnë ngjarjen.	3

16. Sipas teje, cka është e saktë ose pasaktë në lidhje me rrjetet sociale?

Udhëzim: *Zgjidh një përgjigje të saktë ose pasaktë nga secili rend.*

	E saktë	E pasaktë
Nëse shpërndajmë dicka online, ajo nuk mund të ketë pasoja në jetën reale.	1	2
Njerëzit shpesh kërkojnë informata të atilla që janë në përputhje me bindjet dhe qëndrimet e tyre.	1	2
Për mënyrën se si arrijnë deri te ne informata në rrjete sociale, më së shpeshti vendos algoritmi.	1	2
Gazetarët kanë Kodin Etik sipas të cilit udhëhiqen.	1	2
Nëse informata është publikuar në TV ajo nënkupton se me siguri është e vërtetë.	1	2

3. TELEVISIONI

17. Çka nënkupton ti me „shikimin e televizorit“?

Udhëzim: *Zgjidh një përgjigje duke e rrethuar numrin në kolonën me përgjigjen tënde*

Opsioni	
1. Shikoj TV kanale në televizor në momentin kur emtohen	1
2. Shikoj TV kanale në kompjutor ose tablet në momentin kur emtohen	2
3. Shikoj TV kanale në telefon celular në momentin kur emtohen	3
4. Shikoj Netflix, HBO Go, Amazon Prime Video, Shoëtime dhe programe të tjera me kërkesë në televizor	4
5. Shikoj Netflix, HBO Go, Amazon Prime Video, Shoëtime programe të tjera me kërkesë në kompjutor ose tablet	5
6. Shikoj Netflix, HBO Go, Amazon Prime Video, Shoëtime programe të tjera me kërkesë në telefon celular	6

18. Mesatarisht, sa orë në ditë shikon programe televizive?

Udhëzim: *Në secilën pyetje në tabelë mund të japësh vetëm një përgjigje, duke e rrethuar numrin në kolonën me përgjigjen tënde.*

Kjdes, pyetja në rendin e parë ka të bëjë vetëm për ditët e shkollës gjatë javës, kurse në rendin e dytë për ditët gjatë vikendit.

Ditë	Më pak se një orë	1 deri 3 orë në ditë	3 deri në 5 orë	Mbi 5 orë
Gjatë ditëve të shkollës	1	2	3	4
Gjatë vikendit	1	2	3	4

19. Çka shikon më shumë në televizion?

Udhëzim: Zgjidh deri në tri përgjigje në atë mënyrë që në kolonën e parë do të rrethosh zgjedhjen e parë, në kolonën e dytë zgjedhjen e dytë, dhe në të tretën, zgjedhjen e tretë.

Përmbajtjet	Zgjedhja e parë	Zgjedhja e dytë	Zgjedhja e tretë
1 Lajme	1	1	1
2 Seriale humoristike	2	2	2
3 Emisione dokumentare	3	3	3
4 Emisione muzikore	4	4	4
5 Emisione për fëmijë	5	5	5
6 Emisione arsimore	6	6	6
7 Emisione të gatimit	7	7	7
8 Filma vizatimor	8	8	8
9 Filma artistik	9	9	9
10 Filma serial	10	10	10
11 Gara sportive	11	11	11
12 TV emisione reale (reality shoë)	12	12	12
13 Emisione për shëndetin	13	13	13
14 Reklama	14	14	14
15 Diçka tjetër, shkruaj çfarë:	15	15	15
16 Nuk shikoj televizion	16		

20. Në shkallën prej 1-5 në cilën shkallë pajtohesh ose nuk pajtohesh me qëndrimet si më poshtë?

Udhëzim: Zgjidh nga një përgjigje prej secilit REND ashtu që në KOLONËN e përgjigjës tënde do ta rrethosh numrin përkatës. Numri 1 nënkupton „Aspak nuk pajtohem“, 2 shënon „Nuk pajtohem“, 3 „As nuk pajtohem e as që pajtohem“, 4 nënkuton „Pajtohem“ dhe 5 „Tërësisht pajtohem“.

QËNDRIME	Aspak nuk pajtohem	Nuk pajtohem	As nuk pajtohem e as që pajtohem	Pajtohem	Tërësisht Pajtohem
1. TV emisionet reale (siç janë: „I mbijetuar/Survivor“, „I zhveshur dhe i frikësuar/Naked and Afraid“, „Shkuesi/Perfect Match/Love is Blind“ etj.) nuk i paraqesin ngjarjet ashtu siç janë.	1	2	3	4	5
2. TV programet dokumentare (siç janë: emisionet për botën e kafshëve, për planetin Tokë, etj.), i prezantojnë faktet për ngjarjet.	1	2	3	4	5
3. TV lajmet (siç është ditari) i prezantojnë faktet për ngjarjet.	1	2	3	4	5
4. Në jetë ka shumë ngjarje të rëndësishme pozitive, por lajmet TV raportojnë vetëm për ato negativet.	1	2	3	4	5
5. Në TV ka tepër reklama.	1	2	3	4	5
6. Në TV ka tepër programe me dhunë.	1	2	3	4	5
7. Në TV nuk ka mjaft programe që më pëlqejnë.	1	2	3	4	5
8. Në TV ka tepër lajme dhe emisione debatuese.	1	2	3	4	5

4. INTERNETI

21. Me cka më së shpeshti shkon/kyqesh në internet?

Udhëzim: *Zgjidh një përgjigje duke e rrethuar numrin në kolonën me përgjigjen tënde.*

Lloji i pajisjeve elektronike	
Telefon i mençur	1
Kompjutor ose laptop personal	2
Tablet	3
Televizor	4
Konzolë për lojëra	5
Diçka tjetër. Çka?	6

22. Mesatarisht, sa orë në ditë shfrytëzon internetin?

Udhëzim: *Në secilën pyetje në tabelë mund të japësh vetëm një përgjigje, duke e rrethuar numrin në kolonën me përgjigjen tënde.*

Kjdes, pyetja në rendin e parë ka të bëjë vetëm për ditët e shkollës gjatë javës, kurse në rendin e dytë për ditët gjatë vikendit.

Ditë	Më pak se një orë	1 deri 3 orë në ditë	3 deri në 5 orë	Mbi 5 orë
Gjatë ditëve të shkollës	1	2	3	4
Gjatë vikendit	1	2	3	4

23. Në tabelë janë dhënë aktivitetet që mund të bëhen përmes internetit. Shëno se sa shpesh e praktikon ndonjërin prej tyre:

Udhëzim: Zgjidh nga një përgjigje prej secilit REND ashtu që në KOLONËN e përgjigjës tënde do ta rrethosh numrin përkatës. Numri 1 nënkupton „Çdo ditë“, 2 shënon „Disa herë në javë“, 3 „Disa herë në muaj“, 4 është „Një herë në muaj“ dhe 5 „Asnjëherë“.

Aktivitetet	1. Çdo ditë	2. Disa herë në javë	3. Disa herë në muaj	4. Një herë në muaj	5. Asnjëherë
1. Dërgimin ose marrjen e e-postës	1	2	3	4	5
2. Qasje në aplikacione, përmes rrjeteve sociale (Fejsbuk, Tok Tok Snepçet, Instagram, BiRil, reddit, Tviter, etj.)	1	2	3	4	5
3. Kërkeimi i informatave për mësim shkollorë	1	2	3	4	5
4. Shfrytëzimi i Skajp, Viber, Vacap, Mesinxher, Telegram, etj.	1	2	3	4	5
5. Dëgjimi i radios në internet	1	2	3	4	5
6. Leximi ose marrja e informatave për ngjarje ditore nga ueb faqet	1	2	3	4	5
7. Dëgjimi i muzikës online	1	2	3	4	5
8. Marrja e muzikës	1	2	3	4	5
9. Shikimi i programeve televizive, videos, filmave online	1	2	3	4	5
10. Marrja e programeve televizive, videos, filmave	1	2	3	4	5
11. Shikimi në ueb faqe ose blog/ vlog	1	2	3	4	5

Aktivitetet	1. Çdo ditë	2. Disa herë në javë	3. Disa herë në muaj	4. Një herë në muaj	5. Asnjëherë
12. Vendosjen e përmbajtjes që vetë e keni krijuar (foto, video, statute)	1	2	3	4	5
13. Kërkimi i shpalljeve dhe informatave për produkte dhe shërbime	1	2	3	4	5
14. Blerja përmes internetit	1	2	3	4	5
15. Marrja e softuerit	1	2	3	4	5
16. Shfrytëzimin e inteligjencës artificiale (Çet-Xhi-Pi-Ti, Gugë bard, etj.)	1	2	3	4	5

24. Sa shpesh luan lojëra?

Udhëzim: *Zgjidh nga një përgjigje prej secilit REND ashtu që në KOLONËN e përgjigjës tënde do ta rrethosh numrin përkatës. Numri 1 nënkupton „Çdo ditë”, 2 shënon „Disa herë në javë”, 3 „Disa herë në muaj”, 4 është „Një herë në muaj” dhe 5 „Asnjëherë”.*

Lloje të lojërave	1. Çdo ditë	2. Disa herë në javë	3. Disa herë në muaj	4. Një herë në muaj	5. Asnjëherë
1. Sandbox (Minecraft, GTA, Sims)	1	2	3	4	5
2. Lojëra straregjike (RTS) (Warcraft, Age of Empires)	1	2	3	4	5
3. Lojëra me gjuahjte (FPS dhe TPS) (Counter Strike, Overëatch)	1	2	3	4	5



4. Onlajn multi pleer lojëra në arenë (MOBA) – (Dota 2, League of Legends)	1	2	3	4	5
5. Lojëra me role (RPG, ARPG) – (The Witcher 3, Fallout)	1	2	3	4	5
6. Lojëra sportive dhe (FIFA, NBA2K, Need for speed)	1	2	3	4	5
7. Gjëgjexa dhe lojëra argëtuese (World of goo, Portal 2)	1	2	3	4	5
8. Lojëra aksion-aventurë (Assassin's Creed, Star Wars Jedi)	1	2	3	4	5
9. Lojëra horror (Resident Evil, Amnesia)	1	2	3	4	5
10. Platforma (Crash Bandicoot, Cuphead)	1	2	3	4	5

25. Nëse luan lojëra, nga sa orë në ditë i luan ato?

Udhëzim: Në secilën pyetje në tabelë mund të japësh vetëm një përgjigje, duke e rrethuar numrin në kolonën me përgjigjen tënde.

Kjdes, pyetja në rendin e parë ka të bëjë vetëm për ditët e shkollës gjatë javës, kurse në rendin e dytë për ditët gjatë vikendit.

Ditë	Më pak se një orë	1 deri 3 orë në ditë	3 deri në 5 orë	Mbi 5 orë
Gjatë ditëve të shkollës	1	2	3	4
Gjatë vikendit	1	2	3	4

26. Çfarë përmbajtjesh shikon më së shumti në internet (në rrjetet sociale ose në ueb faqe)?

Udhëzim: *Zgjidh deri në tri përgjigje në atë mënyrë që në kolonën e parë do të rrethosh zgjidhjen e parë, në kolonën e dytë zgjedhjen e dytë, dhe në të tretën, zgjedhjen e tretë.*

Përmbajtjet	Zgjedhja e parë	Zgjedhja e dytë	Zgjedhja e tretë
Video të shkurta (shorts) në Jutub	1	1	1
Video të shkurta (rills) në Instagram	2	2	2
Video të shkurta (rills) në Fejsbuk	3	3	3
Tik Tok video	4	4	4
Video educative për natyrën, gjeografinë, historinë	5	5	5
Sport	6	6	6
Jetë të shëndoshë	7	7	7
Muzikë	8	8	8
Video qesharake	9	9	9
Incidente/fatkeqësi/katastrofa	10	10	10
Bukuri dhe modë	11	11	11
Video me dhunë, përmbajtje ushtarkae	12	12	12
Filma (aksion, komedi, horror)	13	13	13
Filma serik	14	14	14
Filma të animuar	15	15	15
Lajme	16	16	16
Ushqim, gatim	17	17	17
Reklama	18	18	18
Tjetër, çfarë? (shëno)	19		

27. Në shkallën 1-5, sa mendon se janë të vërteta përmbajtjet e publikuara në:

Udhëzim: Zgjidh nga një përgjigje prej secilit REND ashtu që në KOLONËN e përgjigjës tënde do ta rrethosh numrin përkatës. Numri 1 shënon „Aspak nuk janë të vërteta“, 2 shënon „Deri diku të vërteta“, 3 „As të vërteta e as të pavërteta“, 4 është „Deri diku të vërteta“ dhe 5 „Tërësisht të vërteta“.

Përmbajtje të publikuara në:	Aspak nuk janë të vërteta	Deri diku të vërteta	As të vërteta e as të pavërteta	Deri diku të vërteta	Tërësisht të vërteta	Nuk i ndjek
1. Rrjete sociale si Fejsbuku, Tik Toku, Snepçeti, Instagrami, BilRil, Redit, Tuiteri, etj.	1	2	3	4	5	6
2. Ueb faqe me informata për mësim dhe për shkollë	1	2	3	4	5	6
3. Në ueb faqe me informata për ngjarjet ditore	1	2	3	4	5	6
4. Blog/vlog	1	2	3	4	5	6
5. Inteligjenca artificiale (Çet Xhi-Pi-Ti, Gugl Bard, etj.)	1	2	3	4	5	6

28. Në shkallën 1-5, sa pajtohesh ose nuk pajtohesh me këto qëndrime?

Udhëzim: Zgjidh nga një përgjigje prej secilit REND ashtu që në KOLONËN e përgjigjës tënde do ta rrethosh numrin përkatës. Numri 1 nënkupton „Aspak nuk pajtohem“, 2 shënon „Nuk pajtohem“, 3 „As nuk pajtohem e as që pajtohem“, 4 nënkuton „Pajtohem“ dhe 5 „Tërësisht pajtohem“.

QËNDRIME	Aspak nuk pajtohem	Nuk pajtohem	As nuk pajtohem e as që pajtohem	Pajtohem	Tërësisht Pajtohem
1. Më lehtë e kam të bisedoj në internet se sa drejtpërdrejt	1	2	3	4	5
2. Biseda në internet është shumë më interesante se sa ajo në jetën reale.	1	2	3	4	5
3. Në internet është më lehtë t'i fshehësh informatat për vete se sa në jetën reale.	1	2	3	4	5
4. Në internet është COOL të jesh joserioz dhe i paturpshëm.	1	2	3	4	5
5. Në internet është më lehtë të flasës për gjëra private.	1	2	3	4	5
6. E di si duhet të jem i/e sigurt kur surforj në internet.	1	2	3	4	5
7. Në internet ndjej vetëbesim më të madh se sa në jetën reale.	1	2	3	4	5
8. Shumë më lehtë gjindem në internet.	1	2	3	4	5



QËNDRIME	Aspak nuk pajtohem	Nuk pajtohem	As nuk pajtohem e as që pajtohem	Pajtohem	Tërsisht Pajtohem
9. Në rrjetet sociale ndjehem më mirë (nuk mendoj për problemet dhe streset)	1	2	3	4	5
10. Rrjetet sociale janë zëvendësim i kontakteve shoqërore	1	2	3	4	5
11. Rrjetet sociale më ndihmojnë të zgjidhi probleme personale.	1	2	3	4	5
12. Përmes rrjeteve sociale fitoj njohuri dhe shkathtësi të reja.	1	2	3	4	5
13. Rrjetet sociale i shfrytëzoj për të krijuar mendim personal.	1	2	3	4	5
14. Në rrjete sociale tregoj ose bëj punë që asnjëherë nuk do t'i bëja në jetë.	1	2	3	4	5
15. Rrjetet sociale ndikojnë negativisht ndaj meje.	1	2	3	4	5

29. Në tabelën më poshtë ka disa aktivitete që mund të bëhen në internet. Përgjigju për secilën nëse e ke bërë, do të doje ta bëje ose nuk do të doje që ta bëje në tabelë?

Udhëzim: *Zgjidh një përgjigje duke e rrethuar numrin në kolonën me përgjigjen tënde.*

Aktivitetet	E kam bërë këtë	Do ta bëjë këtë	Nuk do të doja ta bëjë këtë	Nuk e di
1. Të bësh një video të shkurtë dhe ta vendosësh atë në ueb-faqe ose në rrjete sociale	1	2	3	4
2. Të inkuadrohesh drejtpërdrejtë në Fejsbuk, Jutjub, Instagram, etj.	1	2	3	4
3. Të pososh fotografi në ueb faqe ose rrjete sociale	1	2	3	4
4. Të postosh fotografi në të cilat ke shtuar filtra dhe i ke rregulluar	1	2	3	4
5. Të krijosh foto-albuk online, kartela për ditëlindje, etj.	1	2	3	4
6. Të bësh meme/mim ose gif	1	2	3	4
7. Të shkruash tekst dhe ta publikosh në ueb-faqen e rrjetit social	1	2	3	4
8. Të krijosh muzikën tënde ose remiks të një tjetre	1	2	3	4
9. Të krijosh koleksione tua për ide të faqeve sikur Pinteresti	1	2	3	4
10. Të krijosh ueb faqen tënde	1	2	3	4
11. Të krijosh blog personal (video blog) ose blog	1	2	3	4

30. Në cilin rrjet social ke faqe ose profil?

Udhëzim: Rretho numrin e të gjitha aplikacioneve ku ke profil/akaunt. Më pas në kolonën e dytë shëno aplikacionin që e shfrytëzon më së shpeshti.

	Kam aplikacon/profil	Më së shpeshti e shfrytëzoj (rretho vetëm një përgjigje)
Fejsbuk	1	1
Tik Tok	2	2
Snepçet	3	3
Instagram	4	4
BirRil	5	5
Redit	6	6
X (Tuiteri i mëparshëm)	7	7
Threads (Meta)	8	8
Discord	9	9
Telegram	10	10
Tjera/ cilën/cilat?	11	
Nuk kam asnjë profil	12	

31. Kush mund ta shoh faqen tënde ose profilin e aplikacionit që më së shumti e shfrytëzon?

Udhëzim: *Zgjidh një përgjigje duke e rrethuar numrin në kolonën me përgjigjen tënde.*

Vetëm një pjesë e caktuar e miqve/ndjekësve/kontakteve	1
Vetëm miqt/ndjekësit/kontaktet	2
Miq e miqve të mi	3
Të gjithë/Kushdo që ka një profil	4
Nuk e di, nuk jam i/e sigurt	5
Nuk kam profil	6

32. Sa shpesh i bën në rrjetet sociale, aktivitetet si më poshtë?

Udhëzim: *Zgjidh nga një përgjigje prej secilit REND ashtu që në KOLONËN e përgjigjës tënde do ta rrethosh numrin përkatës. Numri 1 nënkupton „Çdo ditë“, 2 shënon „Disa herë në javë“, 3 „Disa herë në muaj“, 4 është „Një herë në muaj“ dhe 5 „Asnjëherë“.*

Aktivitetet	1. Çdo ditë	2. Disa herë në javë	3. Disa herë në muaj	4. Një herë në muaj	5. Asnjëherë
1. Bisedë me miq/familjen	1	2	3	4	5
2. Bisedë me njerëz që nuk i njoh	1	2	3	4	5
3. Shikimin e përmbajtjeve (teksteve, videove, fotografive)	1	2	3	4	5
4. Shikimi i faqeve të njerëzve të tjerë pa bërë like ose koment.	1	2	3	4	5



5. Dëgjimi i muzikës/informata të reja për grupe/bende dhe artistë përmes platformave striming(Spotify, Youtube, Deezer)	1	2	3	4	5
6. Shikimi ose kycja në fushata dhe peticione	1	2	3	4	5
7. Informim për ngjarjet më të reja nga vendi dhe bota	1	2	3	4	5

33. Në shkallën 1-5, sa pajtohesh ose nuk pajtohesh me këto qëndrime në lidhje me rrjetet sociale?

Udhëzim: Zgjidh nga një përgjigje prej secilit REND ashtu që në KOLONËN e përgjigjës tënde do ta rrethosh numrin përkatës. Numri 1 nënkupton „Aspak nuk pajtohem“, 2 shënon „Nuk pajtohem“, 3 „As nuk pajtohem e as që pajtohem“, 4 nënkupton „Pajtohem“ dhe 5 „Tërsisht pajtohem“.

QËNDRIME	Aspak nuk pajtohem	Nuk pajtohem	As nuk pajtohem e as që pajtohem	Pajtohem	Tërsisht Pajtohem
1. Kaloj tepër kohë në rrjetet sociale	1	2	3	4	5
2. Janë të dobishme për të gjetur informata për njerëz që nuk i njoh	1	2	3	4	5
3. Në rrjetet sociale njerëzit shpesh shqetësojnë të tjerët	1	2	3	4	5
4. Nuk mund të flas keq sepse të tjerët komentojnë për mua	1	2	3	4	5

QËNDRIME	Aspak nuk pajtohem	Nuk pajtohem	As nuk pajtohem e as që pajtohem	Pajtohem	Tërsisht Pajtohem
5. Dikush mund të shtiret si moshatar i im për t'u njoftuar me mua	1	2	3	4	5
6. Dikush mund të postoj fotografi nga unë në faqen e tyre pa pëlqimin tim.	1	2	3	4	5
7. Në rrjetet sociale njerëzit shpesh dërgojnë porosi ofenduese ndaj të tjerëve	1	2	3	4	5
8. Asgjë nga këto nuk më brengos	1	2	3	4	5

34. Cilën nga këto do ta ndaje publikisht në internet, për ta parë të tjerët?

Udhëzim: *Zgjidh një përgjigje duke e rrethuar numrin në kolonën me përgjigjen tënde.*

	Do ta ndaja pa problem	Do të hamendesha, por prap do ta ndaja	Kurrë sdo ta ndaja atë
1. Informata për atë se çfarë bëj	1	2	3
2. Informata për atë se si ndjehem	1	2	3
3. Fotografi nga pushimet e mia	1	2	3



4. Fotografi nga familja ime dhe anëtarë të mitur të familjes sime	1	2	3
5. Fotografi nga takimet me miqt	1	2	3
6. Adresën time të shtëpisë	1	2	3
7. Adresën time të e-postës	1	2	3
8. Numrin e celularit tim	1	2	3

35. A ndjek në rrjetet tua sociale influencerë/et dhe bloggerë/et?

Udhëzim: *Rretho numrin para përgjigjes tënde.*

1. Po
2. Jo

36. Nëse paraprakisht je përgjigjur me P0, thekso emrat e dy prej influencerë/eve dhe bloggerë/eve që më së shumti ua ndjek përmbajtjet?

7. _____

8. _____

37. Çka do të bësh nëse sheh në internet diçka për të cilën konsideron se është brengosëse, e pacipë, ofenduese, dhe që mund të dëmtojë dikë ose do të ndikojë negativisht?

Udhëzim: *Zgjidh deri në tri përgjigje në atë mënyrë që në kolonën e parë do të rrethosh zgjedhjen e parë, në kolonën e dytë zgjedhjen e dytë, dhe në të tretën, zgjedhjen e tretë.*

	Zgjedhja e parë	Zgjedhja e dytë	Zgjedhja e tretë
1. Do ta injoroj/Nuk do të reagoj	1	1	1
2. Nuk do ta ndjek personin që ka shpërndarë atë përmbajtje ose koment.	2	2	2
3. Do ta bllokoj personin që e ka shpërndarë atë përmbajtje ose koment	3	3	3
4. Do ta shpërndajë përmbajtjen me miqt që të the se kjo nuk është në rregull	4	4	4
5. Do të komentoj në postimin duke thënë se ajo është gabim	5	5	5
6. Nuk do të vendos "like" në postimin/komentin/videon	6	6	6
7. Do ta raportoj përmbajtjen te provajderi i rrjetit social (report)	7	7	7
8. Do ta njoftoj policinë	8	8	8
9. Do t'i tregoj vëllaut/motrës	9	9	9
10. Do t'i tregoj prindit	10	10	10
11. Do t'i tregoj profesorit/reshës	11	11	11
12. Do t'i tregoj mikut/kes	12	12	12



13. Do të lajmërohem në SOS telefonin për fëmijë	13	13	13
14. Nuk di se cfarë do të bëja	14	14	14
15. Dicka tjetër, cfarë?	15		

38. A të ka dhënë dikush informata ose këshillë për atë se si të jesh i/e sigurt deri sa je në internet?

Udhëzim: *Mund të zgjedhës më shumë përgjigje, rretho numrat e përgjigjeve që të përshtaten.*

Po, prindi	1
Po, një anëtarë tjetër i familjes	2
Po, mësuesi/ja në shkollë	3
Po, miqtë	4
Po, nga ueb faqet	5
Po, nga forume, bllogje	6
Po, nga vebinarë/kurse/punëtori	7
Po, nga mediat tradicionale	8
Po, nga policia	9
Diku tjetër, shëno	10
Jo, askush	11

5. TELEFONI CELULAR

39. Sa shpesh i bën këto aktivitete në telefonin tënd celular

Udhëzim: *Zgjidh nga një përgjigje prej secilit REND ashtu që në KOLONËN e përgjigjës tënde do ta rrethosh numrin përkatës. Numri 1 nënkupton „Çdo ditë”, 2 shënon „Disa herë në javë”, 3 „Disa herë në muaj”, 4 është „Një herë në muaj” dhe 5 „Asnjëherë”.*

Aktivitetet	1. Çdo ditë	2. Disa herë në javë	3. Disa herë në muaj	4. Një herë në muaj	5. Asnjëherë
1. Bisedë me telefon	1	2	3	4	5
2. Dërgimin ose pranimin e SMS porosive	1	2	3	4	5
3. Dërgimin ose pranimin e e-postës	1	2	3	4	5
4. Dërgimin ose pranimin e fotografive	1	2	3	4	5
5. Dëgjimin e muzikës	1	2	3	4	5
6. Lojëra/përmes telefonit	1	2	3	4	5
7. Vizitën e ueb faqeve	1	2	3	4	5
8. Fotografi	1	2	3	4	5
9. Shfrytëzimin e aplikacioneve në rrjetet sociale, siç janë, Fejsbuk, Tik Tok, Snepçet, Instagram, BitRil, Redit, Tuitet, etj.	1	2	3	4	5
10. Përdorimin e aplikacioneve messaging (Messenger, Vacap, Viber, etj.)	1	2	3	4	5
11. Shikimin e videove	1	2	3	4	5
12. Inicizimin dhe dërgimin e videove	1	2	3	4	5
13. Shikimin e TV në internet	1	2	3	4	5
14. Dëgjimin e radios në internet	1	2	3	4	5

6. INFORMATA TË PËRGJITHSHME

40. Cilat tri aktivitete të mëposhtme më së shumti do të mungonin nëse nuk do t'i bëje gjatë një jave?

Udhëzim: *Zgjidh deri në tri përgjigje në atë mënyrë që në kolonën e parë do të rrethosh zgjedhjen e parë, në kolonën e dytë zgjedhjen e dytë, dhe në të tretën, zgjedhjen e tretë*

Aktivitete	Zgjedhja e parë	Zgjedhja e dytë	Zgjedhja e tretë
Shikimi i televizionit	1	1	1
Shfrytëzimi i telefonit celular për bisedë	2	2	2
Shfrytëzimi i rrjeteve sociale	3	3	3
Dëgjimi i radios	4	4	4
Shfrytëzimi i internetit (përmes kompjuterit/laptopit, telefonit celular, TV)	5	5	5
Luajtja e lojërave	6	6	6
Leximi i librave (botime ose elektronike)	7	7	7
Asnjë prej këtyre	8	8	8
Tjetër, çfarë?	9		

41. A merrni informata të mjaftueshme në shkollë për shfrytëzimin e mediave dhe për atë se çfarë në fakt janë përmbytjet mediatike?

Udhëzim: *Rretho numrin para përgjigjesd tënde.*

- Po
- Jo
- Nuk edi

Të Falendërojmë për përgjigjet e anketës.

