

## **Mbrojtja e fëmijëve nga përmbajtjet e dëmshme të transmetuara dhe edukimi mediatic**

**Arben Muka**

Në 4 vitet e fundit Autoriteti i Mediave Audiovizive, AMA, ka bërë pjesë të angazhimit të vet rregullativ në tregun e transmetimeve dhe edukimin mediatic. Kjo qasje ka ardhur natyrshëm, ka pasur shkaqe të qenësishme. Në çdo aktivitet të platformave ku aderojnë rregullatorët audiovizive nga vendet e BE-së apo vendet e rajonit, në takimet bilaterale me homologët në shtete të ndryshme, pjesë e agjendës së debatit ka qenë dhe edukimi mediatic.

Kuptimi sa më drejtë i përmbajtjeve audio dhe audiovizive, aftësia e ndjekësve për të mos qenë thjesht konsumator të produktit mediatic, por dhe kontributor konkret në debatet dhe përballjet publike sidomos përmes përfshirjes në mediat e reja, mbeten fokus për rregullatorët në angazhimin për edukimin mediatic të qytetarëve. Objektiv specifik është targetimi i nxënësve dhe studentëve duke influencuar që në kurrikulat e tyre në programet e mësimit dhe studimit të integrohen njohuri mbi edukimin mediatic, duke aplikuar trajtimin e set-eve tematike në lëndë të përafërta, ose duke konceptuar e zhvilluar lëndë të veçanta.

AMA e ka parë edukimin mediatic të lidhur ngushtë me një ndër prioritetet e saj kryesore: mbrojtjen e fëmijëve nga përmbajtjet e dëmshme audio e audiovizive, por dhe si pjesë të debatit për identifikimin e lajmeve të rreme ose të shtrembëruara, me evitimin e gjuhës së urrejtjes dhe diskriminimit etj. Kontributi shikohet nga njëra anë si investim për të kuptuarit drejt të përmbajtjeve të transmetuara, nga ana tjetër, për nxitjen e aftësisë të nxënësve dhe studentëve për të qenë proaktiv përmes të artikuluarit sa më të mirë në prezantimet publike ku trajtohen vendimmarrje në interes të komunitetit.

AMA nuk e shikon edukimin mediatic si stigmatizim të funksionalitetit të medias, nuk nënkupton ndonjë fushatë kundër medias, si bartëse vetëm të aspekteve negative. Përkundrazi, Autoriteti mbetet tek vlerësimi se media ka rol të pazëvendësueshëm në një shoqërinë demokratike, për informim, edukim dhe argëtim.

### *Shfrytëzimi i mekanizmit të partneritetit*

Shpjeguar fare shkurt, mekanizëm partneriteti për AMA-n është sinergjia që bën institucioni me organizata të shoqërisë civile, ose me subjekte publike a jopublike – nga ato që kanë në fokus të punës së tyre tregun mediatic. Autoriteti prej vitit 2015 mbështet projekte dhe programe që dedikohen mes të tjerave dhe tek përmirësimi i raportimit nga redaksitë e OSHMA-ve, të tilla si mbrojtja e fëmijëve, evitimi i gjuhës së urrejtjes dhe diskriminimit, reklamat dhe komunikimet tregtare, respektimi i standardit të shqipes së folur dhe të shkruar, barazia gjinore etj. Në këtë larmi temash është dhe komponenti i edukimit mediatic.

Fillesa konkrete ka qenë në vitin 2017, kur AMA mbështeti për herë të parë një projekt mbi edukimin mediatic, propozuar dhe realizuar nga Instituti Shqiptar i Medias, ISHM. Projekti u shtri në katër qarqe kryesore, Tiranë, Durrës, Shkodër dhe Elbasan. Sinergjia me ISHM-në ka kulmuar në maj të vitit 2019, me organizimin e konferencës ndërkombëtare në Tiranë,

“Fëmijët dhe edukimi mediatic”, e cila, në bosht, kishte dy aspekte: së pari, për të vlerësuar nivelin e mbrojtjes së fëmijëve në produktet audiovizive dhe si trajtohen problematikat e tyre, dhe së dyti, për ndikim në procesin e edukimit mediatic të gjenerata e re, temë e ndjeshme kjo ku janë të angazhuara dhe institucionet rregullatore të tregut audioviziv në vende të ndryshme. Konferenca ishte një hapësirë komunikimi dhe debati ku u përfshinë veç ekspertëve vendas e të huaj dhe përfaqësues nga OSHMA-të, nga Ministria e Arsimit, agjencitë publike që punojnë në sistemin parauniversitar dhe universitar etj.

Deri më tani janë 5 projekte të mbështetura nga AMA për edukimin mediatic, të cilët kanë pasur produkte konkrete, sondazhe me të rinjtë dhe gazetarët, forume ballafaqese mbi tiparet dhe problematikat e tregut mediatic, si dhe duke publikuar formate udhëzuesish, si një instrument për të zgjeruar numrin e atyre që marrin njohuri dhe aftësohen në këtë drejtim.

### *Edukimi mediatic ndër prioritetet e strategjisë trevjeçare*

AMA ka qenë mikpritëse dhe e disa forumeve me grupet e interesit, me përfaqësues nga redaksitë e OSHMA-ve, nga Ministria e Arsimit dhe agjenci publike të specializuara, nga Departamenti i Gazetarisë dhe Komunikimit në Universitetin e Tiranës, nga shoqëria civile etj. Forumet janë investuar te mbrojtja e fëmijëve nga përmbajtjet e dëmshme audio e audiovizive, por dhe duke evidentuar rolin e institucioneve publike dhe jopublike arsimore për trajtimin e çështjeve të edukimit mediatic; për kombinimin e njohurive teorike me aftësimin teknologjik; për nevojën e nismave vetërregulluese të redaksive gazetareske, për të evituar lajmet e pavërteta dhe ato të shtrembëruara.

Ndër aspektet që janë trajtuar në forume ka qenë dhe fakti se edukimin mediatic duhet ta vendosim në fokus jo vetëm me fëmijët por edhe me vetë median. Në median audiovizive transmetohen më së shumti kronika për fëmijët problematikë dhe shumë pak kronika pozitive për këtë kategori, gjë që sjell demotivim tek brezi i ri. Është inkurajues fakti se ekzistojnë disa platforma rinore, ku nxënësit dhe studentët gjejnë gjithmonë e më shumë veten të komunikojnë me njëri-tjetrin, për të mos rënë pre e bullizmit në mediat sociale.

Duke u investuar tek ambicia që edukimi mediatic të jetë pjesë e kurrikulës për nxënësit dhe studentët shqiptarë. Por dhe duke krijuar hapësira në programacionin e OSHMA-ve ku të trajtohen këto tema, në mënyrë të veçantë duke depërtuar në kohën televizive të Transmetuesit Publik. Sikundër ka dalë dhe nga forumet që janë zhvilluar nga AMA, në buqetën programore të RTSH-së, kanali “RTSH Shkollë” është identifikuar nga ekspertët si mjaft i përshtatshëm për të organizuar emisione në formate të ndryshme ndërvepruese që kanë në qendër edukimin mediatic të fëmijëve dhe të rinjve.

Në dobi të procesit, kanë rëndësi të dorës së parë trajnimet e mësuesve, ku nga Ministria e Arsimit dhe agjencitë përgjegjëse do të futet edhe moduli i edukimi mediatic, i huazuar nga manuali i UNESCO-s. Impakti i pritshëm është se nxënësi i edukuar mediaticisht, gjithashtu do të kërkojë cilësi nga media.

Angazhimi i AMA-s me këtë temë sensitive ka nxitur kryerjen e një hapi tjetër konkret: përfshirjen e edukimit mediatic në Planin Strategjik të veprimit 2021-2023 për institucionin. Duke iu larguar statusit të spontanitetit dhe trajtimit si sfond të problematikave, por planifikimit dhe kryerjes periodikisht të aktiviteteve, të vënies në lëvizje të mekanizmit të

partneritetit dhe deri tek mundësia e përmirësimit të akteve nënligjore në favor të proaktivitetit në përballimin e sfidave të së ardhmes.

### *Bashkëpunimi ndërinstytucional*

As duke rënë në paternalizëm, as duke qëndruar mënjanë, AMA beson tek efektiviteti i akordeve ndërinstytucionale, aty ku bashkohen forcat e mendimit dhe ekspertizës, për ta vendosur edukimin mediatik në shtratin e duhur, për të mbështetur strategji që sigurojnë qëndrueshmëri në zgjidhjen graduale të problemeve.

Duke aderuar në grupin e punës mbi hartimin dhe zbatimin e një strategjie kombëtare mbi edukimin mediatik, iniciuar nga ISHM-ja, AMA do të mbetet kontributore aktive në agjendën e grupit, duke u bërë pjesë e diskutimeve dhe propozimeve, por dhe në realizimin e aktiviteteve komplementare me pjesëmarrje të redaksive të OSHMA-ve por dhe ndjekësve të përmbajtjeve të transmetuara, si dhe ekspertëve të fushës.

Shqipëria ka mbetur prapa në investimet për edukimin mediatik, por kjo nuk mund të na demotivojë, apo të na vendosi në pozitat e shpenzimit të energjive të kota për shkaqet e shkaktarët. Duke pasur modele eksperiencash nga vendet e BE-së, por dhe nga fqinjët në rajon, sinergjia mes aktorëve të koordinuar do të krijojë një shtrojë të sigurt, mbi të cilën vijnë organikisht dhe gradualisht efektet pozitive.



*Kjo rubrikë është prodhuar me ndihmën financiare të Bashkimit Europian. Përgjegjësia e vetme për përmbajtjen e këtij dokumenti është e Institutit Shqiptar të Medias dhe në asnjë rrethanë nuk mund të konsiderohet se reflekton pozicionin e Bashkimit Europian.*



*The regional program “Media for Citizens – Citizens for the media: Strengthening the Capacity of NGOs for the Development of Media and Information Literacy in the Western Balkans” is implemented with the support of the European Union by partner organizations Mediacentar Sarajevo, Albanian Media Institute, Macedonian Institute for Media, Montenegrin Media Institute, Novi Sad School of Journalism, Peace Institute, SEENPM .*