



AGJENCIA PËR SHËRBIME MEDIATIKE
AUDIO DHE AUDIOVIZUELE



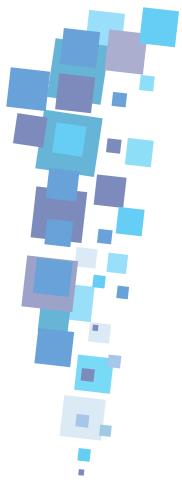
Doracak për njohje të dezinformative



Financuar nga
Bashkimi Evropian

Doracak për njohje të dezinformative

Shkupi, 2025



„Ky publikim është
përpunuar me ndihmën
e Bashkimit Evropian.
Përmbajtja e publikimit
është përgjegjësi vetëm e
Agjencisë për Shërbime
Mediatike Audio dhe
Audiovizuale dhe në
asnjë mënyrë nuk mund
të konsiderohet se
pasqyron qëndrimet e
Bashkimit Evropian.“



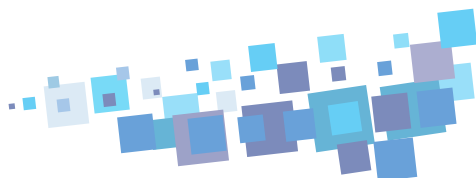
Pse edhe një doracak kushtuar dezinformatave?


Zhvillimi i shpejtë teknologjik dekadat e fundit e ndryshoi plotësisht mënyrën në të cilën njerëzit komunikojnë dhe qasen në informatat dhe mundësoi që lajmet dhe informatat të udhëtojnë nëpër botë vetëm për disa sekonda. Ky zhvillim siguroi shumë mundësi për njerëzimin, por edhe pasoja negative me të cilat duhet të përballemi, siç është përhapja e dezinformatave.

Fakti që jetojmë në një kohë të një vërshimi të dezinformatave është tashmë i njohur përgjithësisht – po aq i njohur sa shprehja “lajme të rreme”. Shprehja „çrregullim informatash“ është disi më pak e njohur, megjithëse në fakt është një shpjegim se pse shprehja „lajme të rreme“ nuk është një përshkrim mjaft i saktë i asaj që po përballemi, e që paraqet një përzierje e tre llojeve të informatave:

Keqinformimi (misinformation) është informatë që është e pasaktë, por nuk është krijuar me qëllim të keq. Mund të përfshijë edhe satirën nëse shikuesi/marrësi nuk e njeh atë dhe e përcjell duke besuar se është e vërtetë;

Dezinformata (desinformation) është informatë që është e rremë dhe e krijuar qëllimisht për të dëmtuar ndonjë person, grup, organizatë ose shtet. Përfshin edhe dekontekstualizimin e informatave të vërteta me qëllim për të shkaktuar dëm qëllimisht;





Informata qëllimkeqe (malinformation) është informatë e saktë, por që përdoret për të shkaktuar dëm. Për shembull, publikimi i bisedave private ose të dhënave ose vjedhja e identitetit të dikujt - fenomene të njohura edhe si „doksing“ (doxing)¹.

Pa marrë parasysh nëse i kemi të njohur nocionet, dimë që duhet të mbrohemi nga informatat e dëmshme. Prandaj në vitet e kaluara më shumë subjekte, edhe të huaja edhe vendore, kanë bërë përpjekje të krijojnë doracakë, udhëzues, publikime, qëllimi i të cilave është të na ndihmojnë t'i dallojmë informatat e dëmshme.

Mediat sociale u bënë mjet dominues për përhapjen e dezinformatave, por nuk janë imunë as ndaj mediave tradicionale. Për përmirësimin e rezistencës shoqërore të dezinformatave, nevojitet vetëdije më të madhe publike për përmasat e problemit, duke filluar nga të kuptuarit më të mirë të burimeve të dezinformatave dhe qëllimeve, mjeteve dhe qëllimeve pas dezinformatave, por edhe të vulnerabilitetit tonë personal (si dhe pse qytetarët, e ndonjëherë edhe komunitete të tëra, janë tërhequr nga narrativet dezinformuese).

Ndërtimi i rezistencës së dezinformatave, mes tjerash nënkupton edhe përmirësimin e edukimit mediatik të qytetarëve për t'i njohur dhe hedhur poshtë dezinformatat.

Por, ashtu siç demaskohen praktika të dëmshme informuese, ashtu paraqiten praktika të reja. Ja, prandaj ofrojmë edhe një doracak me të cilin përpiqemi më mënyrë të thjeshtë të potencojmë:

¹ Përshtatur sipas Claire Wardle, PhD and Hossein Derakhshan (2017), Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking, Council of Europe report DGI (2017)09, disponueshme përmes: <https://edoc.coe.int/en/media/7495-information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research-and-policy-making.html> dhe sipas En Katrin Ridell (2020) „Prapa perdes: Dezinformata në platforma për komunikim me mesazhe të shkurtra“, Fondacioni për liri “Fridrih Nauman”, disponueshme përmes: <https://www.freiheit.org/sites/default/files/2021-01/zad-spushteni-zavesi.pdf>

- Cilat janë mënyrat e thjeshta për të verifikuar nëse/ sa ndonjë lajm/informatë, fotografi, video është vërtetë;

-Si mund të shfrytëzohen pyetjet gazetareske – Kush?; Kur?; Ku?; Çfarë?; Si?; Pse?, (e, cilat në fakt paraqesin recetë për të shkruar tekst), për të zbuluar informatë të dëmshme; dhe

- Cilat janë teknikat për krijimin e dezinformatave.

Doracaku është përpunuar në kuadër të Tuining projektit 20 IPA JN 01 23 “Përforcimi i kapaciteteve të Agjencisë për Shërbime Mediatike Audio dhe Audiovizuale dhe Servisit Radiodifuziv”, në bashkëpunim me Tomas Rtgeb, udhëheqës i njësisë Kompetenca mediatike, programi dhe hulumtimi të Institutit Shtetëror për Komunikime me Baden-Virmemberg, Republika Federative e Gjermanisë.





#Çfarë janë dezinformatat?

Dezinformatat nuk janë fenomen i ri, por problemi mori përmasë të re në epikën digjitale. Dezinformatat jo vetëm që janë informata të pasakta, por në formën e saj më të keqe, kanë për qëllim të mashtrorjës dhe të përhapen që të shkaktojnë dëm. Qëllimi i dezinformatave është ta hutojnë dhe manipulojnë publikun; ta tërheqin vëmendjen; t'i ndajnë dhe demoralizojnë komunitetet; si dhe të kontrollojnë narrativ – gjithë kjo për dobi financiare, politike ose ideologjike.

Mund të përhapen edhe nga aktorë shtetërorë edhe nga jostetërorë, dhe mund të ndikojnë mbi një gamë të gjerë të të drejtave të njeriut, siç janë shëndeti publik, mjedisi i sigurt, jetësor, e drejta e proceseve zgjedhore demokratike etj.

Për përhapjen e dezinformatave përdoren teknika të ndryshme për mashtrim dhe manipulim, që përfshijnë për shembull, manipulim të zërit dhe fotografisë (“dipfejk”), falsifikim të dokumenteve zyrtare, përdorim të softuerit të automatizuar të internetit (bote) për përhapjen dhe përforcimin e përmbajtjeve dhe debateve të shpërndara në mediat sociale, sulme troll të profileve të rrjeteve sociale, vjedhje të të dhënave, etj., të gjitha të dizajnuara për të ndikuar mbi emocionet tona dhe për ta megjulluar gjykimin tonë dhe vendimmarrjen.

Lufta me dezinformatat nuk duhet ta cenojë të drejtën tonë themelore të lirisë së të shprehurit, që gjithashtu, përfshin edhe gjuhën kritike. Prandaj duhet që gabimet e paqëllimshme, satirën, parodinë ose lajmet partiake të identifikuara qartë dhe komentet t'i dallojmë nga dezinformatat.

#Si t'i njohim dezinformatat


Njohuria si të identifikohen dezinformatat është me rëndësi kryesore për t'i parandaluar ato. Nëse hasni pretendim kontrovers, pa marrë parasysh nëse është online, në kutinë tuaj postare ose në mediat, hapi i parë është të parashtroni më shumë pyetje për të zbuluar se kush i krijon ose shtyn informatat dhe nëse ato përpiqen t'ju manipulojnë.

A do të kishit gëlltitur diçka me sytë e lidhura?

JO?



**Atëherë, mos lejoni t'ju shërbejnë
dezinformata!**



#Si të kontrollojmë lajme/informata?

Epoka digjitale mundëson që çdokush të krijojë përmbajtje mediatike. Së këndejmi, jo gjithmonë dimë se kush ka krijuar diçka, pse e ka bërë atë dhe nëse informata është e besueshme. Aftësia për të menduar në mënyrë kritike dhe për të vlerësuar nëse ndonjë përmbajtje është relevante, e vërtetë dhe e vlefshme për shpërndarje nënkupton parashtrim të një serie pyetjesh, siç janë:

- Kush e ka krijuar këtë përmbajtje?
- Pse është krijuar?
- Për kë është dedikuar mesazhi?
- A duhet t'i besojmë informatës?
- Si ndikon ky mesazh ndaj ndjenjave?

10


Prandaj në kërkim të së vërtetës, ndiqni hapat në vijim:

1 Kontrolloni burimin – Para së gjithash, shikoni faqen e internetit ku është publikuar lajmi.

Burimi i informacionit – Cili është burimi?

Nëse kemi në mendje se “Uji është më i pastër në burimin”, atëherë duhet të mendojmë se edhe informata gazetareske, përkatësisht përbërja e të dhënave që është shërbyer para nesh, doemos duhet të ketë burimin e saj.

Pyetja: “Cili është burimi?”, është sita e parë. Me atë sitë në masë të madhe qartësojmë:

- kush na ofron dhe çfarë na ofron, dhe
 - nëse mund t'i besojmë se nuk ka për qëllim të na dëmtojë, edhe po të jetë detë kohë e shpenzuar kot?
- 

2 **Kontrollojeni autorin** – Përpiquni të gjeni disa informata për autorin e tekstit nëse është cekur emri dhe shihni çfarë lajme ka publikuar më parë.

Impresum

Për të mësuar se cili është në fakt burimi (autorët/redaktorët), duhet ta kontrollojmë impresumin, i cili është vula e besimit në redaksinë gazetareske. Impresumi përbëhet nga të dhëna të disponueshme lehtësisht, të besueshme lidhur me atë se kush hyn në ekipin e autorëve që publikojnë në ndonjë medium të caktuar, dhe cilët janë redaktorët përgjegjës. Sipas Ligjit për media, publikimi i impresumit është detyrim i mediave.

3 **Kontrollojeni përmbajtjen** - Kushtoni vëmendje informatave që gjenden në tekstin. Nëse janë cekur përqindje, studime, numra ose analiza të caktuara, përpiquni t'i gjeni në faqen zyrtare të internetit të hulumtimeve.



Çfarë është njeri i zhveshur? Ky është ai çast i ngrirë, kur e pyet veten: “Çfarë ka në fund të pirunit?” – Uiliam Barouz. Pa atë pyetje, e cila të servuarën e zhvesh përmes nënpyetjeve: Kush? Kur? Ku? Çfarë? Si? Pse? – gëlltisim në mënyrë të padiskutueshme dez(informata)

За 28 дена ќе заборавите на болки во зглобовите или 'рбетот: гарантирани успеси со сигурни медицински тестови

Здраво,

Јас сум професор Николај Лутков, научник и специјалист по молекуларна биологија. На оваа страница, сакам да ви го претставам најголемото достигнување во мојот живот, за кое **би номиниран за Нобеловата награда**. Развив метод со кој секој може да ја елиминира болката, да ги обнови зглобовите и 'рбетот и да врати 100% подвижност за само 28 дена.



Доголку сакате, БЕЗ хемиски и неефикасни лекови:

- Се борите против болки во зглобовите и 'рбетот- забележете го олеснувањето веднаш штом ќе ја примените оваа метода;
- Реконструирајте ги и зајакнете ги зглобовите, тетивите, мускулите и 'рбетот за 87% за да функционираат како нови;
- 100% закрепнетото здравје и не плашете се од инвалидитет;
- Отстранете ја вкочанетоста на зглобовите и 'рбетот, вратете ја удобноста и флуидноста на движењето;



Јас сум супербаба!

Поради болките во колената и грбот, едвај одев. Алчиња, инјекции и третманите врз мене немаа ефект. Напротив, ми земаа само пари и енергија. И не знаев што да правам. За среќа, дознав за овој третман. Бидејќи ова откритие беше номинирано за Нобелова награда, не се двоумев. Јас сум толку олагодарна што го направив тоа! По првата терапија веќе забележав резултати. По околу еден месец **чувствувам како нова**. Одми на долги прошетки и се грижам за градината што ја засадив со мојот внук. Болката е минато. Ви благодарам!

★★★★★

Ангела,
73 години

- KUSH është “prof. Nikollaj Lutkov”?
- KUR ka qenë “i nominuar” për Çmimin Nobel“?
- KU gjendet “Instituti Qendror i Reumatologjisë“?
- ÇFARË është bari që e ofron?
- SI mjekon bari që e ofron?
- PSE bari i tij është më i mirë se barnat tjera?



Që të gëlltisim dezinformata, herën tjetër kur do të lexojmë ndonjë publikim, siç është kjo më lartë, t'u japim përgjigje këtyre nënpyetjeve që të shohim se informata është e rreme dhe në të përdoren, për shembull, **#EKSPERTË TË RREMË.**



Kush është: “prof. Nikollaj Llutkov“?

Në kërkuesin në internet shënojmë Nikollaj Llutkov dhe menjëherë do të shohim se biolog molekular nuk ekziston me këtë emër. Ndalemi me mausin mbi fotografinë e tij dhe e kontrollojmë autenticitetin e tij me ndihmën e mjeteve, siç është sqaruar më tutje në Doracakun. Për shembull, me Google lens, do të marrim link që çon në përmbajtjen e njëjtë në anglisht, ku ai është paraqitur si biolog molekular Luis Recio, si dhe link tjetër që çon te profili i Pinterest ku shkruan se kjo është fotografi nga Stenli Kjubrik.

Përgjigje: Nikolla Llutkov është askush.



Kur ka qenë: „i nominuar për Çmimin Nobel“

Njëjtë si përmes kërkuesit të internetit konstatuam se Nikollaj Llutkov nuk ekziston, do të konstatojmë dhe se asnjëherë nuk ka qenë i nominuar për Çmimin Nobel.

Përgjigje: Njerëzit joekzistues nuk mund të nominohen për Çmimin Nobel!





Ku gjendet: „Instituti Qendror i Reumatologjisë“

Kërkimi në internet do të na tregojë se – nga gjithë interneti, Instituti Qendror i Reumatologjisë përmendet vetëm në faqen e internetit <https://greattop-goods.press> që çon në reklamën e njëjtë.

Përgjigje: „Instituti Qendror i matologjisë“ nuk ekziston.



Çfarë është „bari “ që e ofron?

Nëse e lexojmë gjithë informacionin për “barin” do të shohim se në tekstin flitet shumë për tregimin emocional të “shkencëtarit” që ka dashur t’i ndihmojë nënës, por askush nuk ka informacion për përbërjen e atij bari, por pretendim të cekët se bëhet fjalë për përbërës natyrorë.

Përgjigje: Xheli që ofrohet nuk është bar, por mashtrim.



Si mjekon “bari” që e ofron?

Рекламата за „чудесниот лек“ никаде не објаснува како тој ја обновува ‘рскавицата. Дури, и признава дека ‘рскавичните клетки не се обновуваат. Ама сепак тврди дека „ги исклучува електричните импулси на болка на клеточно ниво“ и така „ги забрзува регенеративните процеси“. Ама нели ‘рскавицата не се обновува, или поинаку кажано не се регенерира?!

Përgjigje: Xheli që ofrohet nuk mjekon kërce të gërryer. Tregimi emocional për

birin i cili dëshiron t'i ndihmojë nënës është plot me gabime logjike dhe kundërthënie.



Pse “bari” i tij është më i mirë se barnat tjera?

Teksti nuk ka krahasim të qartë se preparati është më i mirë se tjerat! Ka vetëm pretendim se efikasiteti i tij “është dëshmuar pa kurrfarë dyshimi në qendrën gjermane për hulumtim në Dortmund” – por nuk tregon se cili është emri i saktë i asaj qendre. Nuk na jep link të faqes së internetit të qendrës. Nuk na jep link të hulumtimit që e ofron si “dëshmi”.

Përgjigje: Preparati nuk është bar, veçanërisht jo për përtëritje të “kërcit në kyçet. Gjithë teksti është një mashtrim i zakonshëm qëllimi i të cilit është të vidhen nga 1200 denarë nga sa më shumë njerëz

4 Mos u besoni titujve - Shumë herë në rrjetet sociale do të shohim lajm me titull bombastik, që thjeshtë na ka tërhequr të klikojmë dhe ta shohim pjesën e mbetur të tekstit. Megjithatë, kur e kemi hapur, jemi bindur se teksti është krejtësisht i kundërt ose nuk ka asnjë lidhje me titullin. Ky është një prej shembujve më të shpeshtë të plasimit të lajmeve të rreme, ndërsa qëllimi është të ketë më shumë klikime dhe shikime. Prandaj, asnjëherë mos i besoni vetëm titullit dhe lexojeni detyrimisht pjesën tjetër të tekstit që të mos merrni konkluzion të gabuar.



Titulli:

„AKSIONI I MADH: Shumë njerëz përfunduan pas grilave“



АКТУЕЛНО

AKSION I MADH: Shumë njerëz përfunduan pas grilave

16

Në tekstin që qëndron pas titullit, vërehet se nuk ekziston kurrfarë aksioni të madh siç pretendohet në titullin – teksti është përpilim i më shumë ngjarjeve ditore të cilat Ministria e Punëve të Brendshme i shpërndan me mediat në bazë ditore. Në rastin konkret bëhet fjalë për ngjarjet ditore nga 20.09.2024, dhe në tekstin, disa prej tyre që janë të ndryshme dhe të palidhura, janë shpërndarë me publikun përmes tekstit me titull joshës, klikbejt.

Link nga verifikimi i fakteve:

<https://vistinomer.mk/klikbejt-naslov-dezinformira-zanavodna-golema-akcija-na-policijata/>

5 Reagim emocional – Nëse lajmi ju shkakton reagim emocional, NDALUNI dhe MENDONI para se ta shpërndani. Lajmet/informacionet e rreme insistojnë që te publiku të zgjojnë emocione dhe të nxisin reagim instiktiv.

6 Të jemi të vetëdijshëm edhe për anshmërinë tonë - Lajmet e rreme zakonisht përpiqen t'i përforcojnë paragjykimet.


7 Mbështetje ekspertësh – Nëse teksti që e keni lexuar duket joadekuat ose nuk është përcjellë në mënyrë adekuate, mund të verifikoni se çfarë mendojnë për çështjen ekspertët e fushës, ose verifikoni nëse teksti është analizuar nga verifikuesit e fakteve që i zbulojnë dezinformatat dhe publikojnë recensione me informacione të sakta.

Në fund: mendoni mirë nëse do ta ndani informatën

Nëse verifikimi tregon se përmbajtja është dez-informatë – MOS E SHPËRNDANI, POR SHËNONI SE BËHET FJALË PËR DEZINFORMATË. Çdo rrjet social jep mundësi të tillë.

Kur shpërndani, ragoni, klikoni ose në mënyrë tjetër merreni me dezinformata në rrjetet sociale, madje edhe për t'i zbuluar, u tregoni algoritmeve të rrjeteve se përmbajtja është e njohur dhe i inkurajoni ta përhapin më tutje.





Me dezinformatat do të merremi nëse të gjithë jemi përgjegjës për veprimet tona dhe kemi qasje kritike ndaj pranimit dhe përcjelljes së informatave edhe offline edhe online.

#Si të verifikojmë fotografi dhe video?

Fotografitë dhe videot e rreme si dhe përdorimi i fotografive dhe videove reale jashtë kontekstit të tyre, veçanërisht mediave digjitale, bëhen përditshmëri e jona. Shumë shpesh dezinformatat dhe manipulimet bazohen në fotografitë dhe videot ose në përpunimin e tyre me teknologjinë për inteligjencën artificiale (IA). Me fjalë të tjera, sa më shokuese, më e pazakonte dhe më emocionale është përcjellë lajmi, aq më të mëdha janë shanset që fotografia që është përdorur të jetë në fakt e rreme. Gjithashtu, një prej llojeve më të shpeshta të manipulimit bëhet duke paraqitur video/fotografi reale jashtë kontekstit të tyre, sepse me siguri do t'u besojmë dezinformatave të cilat në vetvete përmbajnë përmbajtje reale.

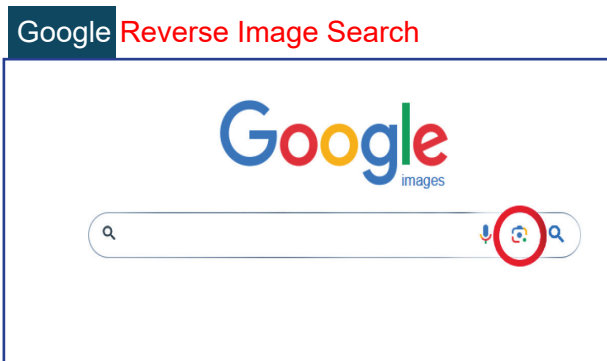
Ekzistojnë më shumë mënyra dhe teknika për verifikim të fotografive dhe videove online. Disa prej tyre mund t'i gjejmë në internet, ndërsa filtra të caktuara gjenden tek ne – në vetëdijen dhe aftësinë tonë për “lexim” kritik të përmbajtjeve.

Mjetet online për verifikim të fotografive dhe videove mund të na japin të dhëna për atë nëse përmbajtja është e vërtetë, kur dhe prej kujt është krijuar si dhe cilat janë vendet tjera ku është përdorur. Me rritjen dhe avan-

cimin e cilësisë së përmbajtjeve të rreme mediatike, rritet në vazhdimësi edhe numri edhe formati i këtyre mjeteve, por megjithatë disa prej mjeteve më të njohura për të këtë dedikim janë: [Google Reverse Image Search](#), [Tineye](#), [Bing](#) dhe [Illuminarty](#) për verifikim të fotografive, si dhe ekstenzioni [InVid](#) që punon në [Google Chrome](#) për verifikim të videove. Më poshtë prezantojmë mënyra të thjeshta për përdorimin e tyre.

Para përdorimit të këtyre mjeteve, nevojitet të dimë se nuk ekziston mjet i përkryer, prandaj duhet të bëjmë më shumë kërkime duke përdorur mjete të ndryshme dhe të përmbahemi nga shpërndarja nëse nuk jemi të sigurt në besueshmërinë e fotografisë ose videos

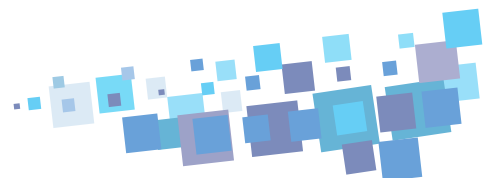
Mjete për verifikim të fotografive

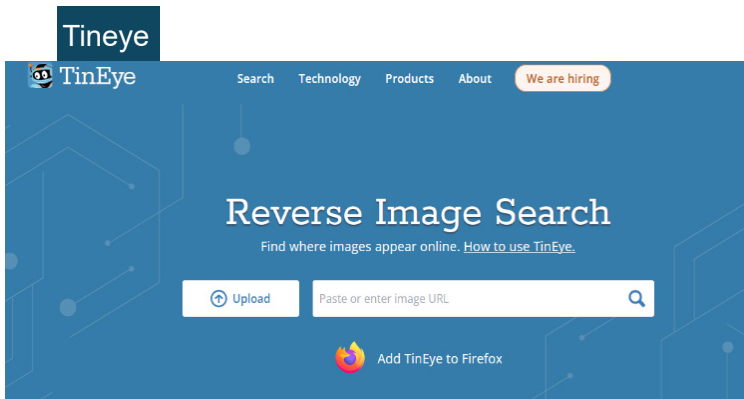


Hapi 1: Shkoni në adresën <https://images.google.com/>

Hapi 2: Klikoni në ikonën e rrethuar me të kuqe në fotografinë

Hapi 3: Vendosni fotografinë të cilën doni ta verifikoni (ose linkun e fotografisë) dhe klikoni Kërkoni (Search)

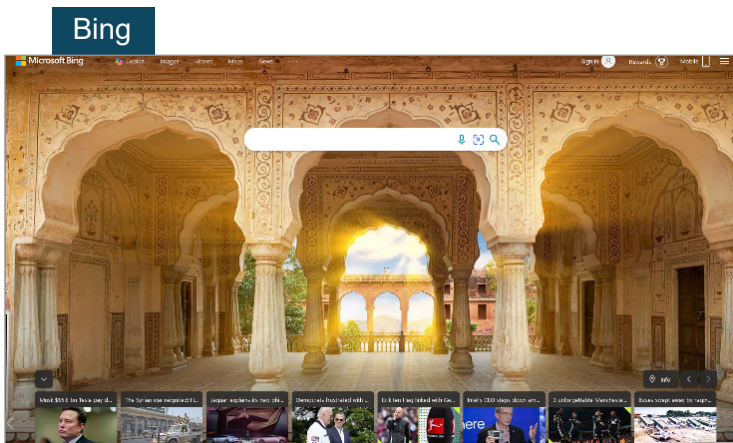




Hapi 1: Shkoni në adresën <https://tineye.com/>

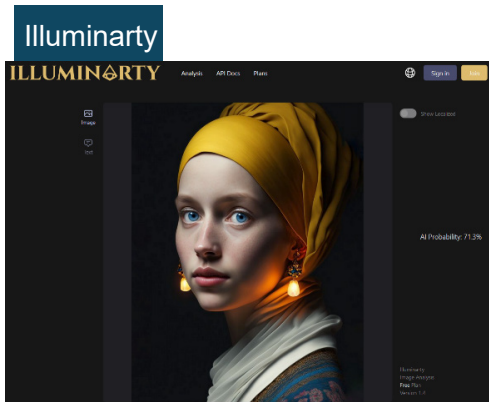
Hapi 2: Vendosni fotografinë të cilën doni ta verifikoni (ose linkun e fotografisë) dhe klikoni Kërkoni (Search)

20



Hapi 1: Shkoni në adresën <https://www.bing.com/>

Hapi 2: Vendosni fotografinë të cilën doni ta verifikoni



Hapi 1: Shkoni në adresën <https://app.illuminarty.ai/>

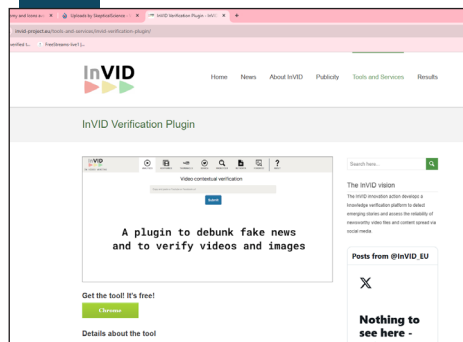
Hapi 2: Vendosni fotografinë të cilën doni ta verifikoni (ose linkun e fotografisë) dhe klikoni Kërkoni (Search)

Hapi 3: Ky mjet IA do t'ju tregojë nëse dhe në çfarë përqindje fotografia është gjeneruar nga IA

Mjeti për verifikim të videove

21

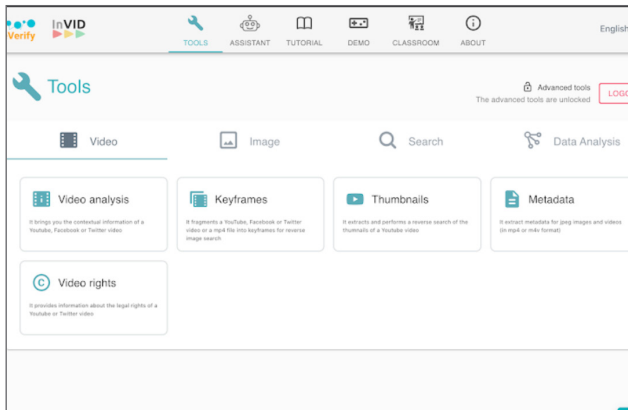
InVID ekstension për 3a Google Chrome



Hapi 1: Nga kërkuesi juaj Google Chrome shkoni në adresën <https://www.invid-project.eu/tools-and-services/invid-verification-plugin/>



Hapi 2: Instaloni ekstensionin InVid



Hapi 3: Në opsionin „Mjete “ (Tools) zgjidhni mjetin „Video analizë“ (Video analysis)

Hapi 4: Vendosni linkun nga videoja të cilën dëshironi ta verifikoni

22

Truke bonus

Nëse doni të kontrolloni nëse ndonjë video e caktuar është e vërtetë ose të mësoni më shumë për të dhënat për atë se ku është përdorur ose prej kujt është krijuar, bëni Screen shot (nxirrni fotografi nga ekrani) nga videoja, dhe vendoseni në ndonjërin prej mjeteve për verifikim.

Gjithashtu, mund ta përdorni mjetin IA [ChatGPT](#) 3për më shumë informacione për fotografitë dhe videot.*

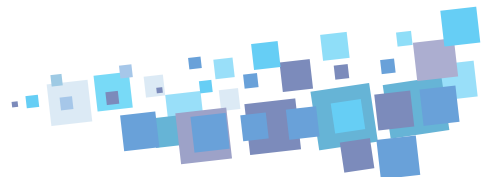
#Si të vërejmë „Dipfejk“?


Nocioni “dipfejk” është krijuar me kombinimin e fjalëve “mësim i thellë” (ang. Deep learning) dhe “e rreme” (ang. Fake). Bëhet fjalë për falsifikime digjitale, të cilat mund t'i imitojnë dukuritë dhe lëvizjet e vërteta me precizitet të madh. Ato përfshijnë fotografi, video dhe tinguj, të krijuara me inteligjencën artificiale (IA), që paraqesin diçka që në realitet nuk ekziston ose ngjarje që asnjëherë nuk kanë ndodhur. Prandaj, verifikimi i fotografive dhe videove të cilat i hasim në përditshmërinë u bë e domosdoshme gjatë krijimit dhe/ose leximit të lajmeve.

Gjatë verifikimit, përveç mjeteve për verifikim të fotografive dhe videove të përshkruara më lartë, nevojitet të mbështetemi edhe në aftësitë tona për të menduarit kritik dhe perceptim, përkatësisht në vetëdijen dhe aftësinë tonë për “lexim” kritik të përmbajtjeve.

Atë që mund ta bëjmë në shikim të parë është të t'u kushtojmë vëmendje detajeve në vijim dhe të pyesim vetveten:

- A është vërtet kjo e mundur?
- A na duket diçka e çuditshme në fotografinë/videon?
 - Veshja (për shembull, uniforma e policëve)
 - Koha (për shembull, stina e vitit)
 - Emrat e rrugëve
 - Gjuha dhe përdorimi i alfabeteve (cirilik/latin)
 - Mjedisi/ndërtesat/arkitektura



- 
- A paraqiten probleme të caktuara me tingullin e videove?
 - A është relevant burimi prej të cilit rrjedh përmbajtja?
 - A ndryshohet cilësia e fotografisë/videos?
 - A janë shkurtuar videot në mënyrë të pazakonshme?
 - Çfarë është gjuha që përdoret në videon? A vërejmë dialekte dhe theksa?
 - A vërejmë hije dhe reflektime të çuditshme?
 - A vërejmë lëvizje të çuditshme të buzëve gjatë të folurit në videon?

Truke bonus

24

- Gjeni versionin tjetër në fotografinë ose videon për krahasim.
- Shikojeni videon fotografi pas fotografie për të vërejtur nëse ka parregullsi, për shembull, nëse nga kuadri në kuadër ndryshohen vathët ose syzet, nëse personi ka veshë, hundë ose formë të çuditshme të dhëmbëve, flokëve, mjekrës ose gishtave.

#Si të bëjmë profile të rreme në rrjetet sociale?

Shumica sot i përdorin rrjetet sociale për marrje të informacioneve, njohje të njerëzve të rinj dhe shpërndarje të ideve. Por, ato gjithashtu, kanë futur edhe mashtrime të

shumta, për të cilat ekzistojnë më shumë shkaqe:

Fillimisht, thjesht kanë një numër shumë të madh të përdoruesve.

Së dyti, ato shihen si vazhdim i jetës reale dhe mundësi për lidhje më të lehtë.

Së treti, teknologjia ua lehtëson mashtruesve të krijojnë profile të rreme dhe të përhapin informacione të gabuara.

Nëse nuk jemi të sigurt nëse është i vërtet mesazhi ose informacioni nga rrjeti social, më mirë është ta kontrollojmë burimin e tij.

Treguesit në vijim mund të na ndihmojnë të vlerësojmë nëse kemi të bëjmë me profil të rremë, bot ose troll.

Të verifikojmë

- A përkon adresa „URL“ me emrin e profilit.

Të verifikojmë

- A është autentike fotografia e profilit me ndihmën e metodës së “kërkimit të anasjelltë”

Të verifikojmë

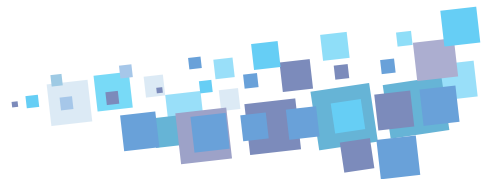
- Sa është numri i ndjekësve, miqve dhe përmbajtjeve të publikuara.


Të verifikojmë

- DA** mirëmban personi edhe profile tjera në rrjetet sociale?

Të verifikojmë

- Të shikojmë çfarë publikon, ku, kur dhe sa shpesh?





#Abetare për teknikat e dezinformatave

Njëra prej shkathtësive kryesore në procesin e vlerësimit kritik të porosive është njohja e teknikave për krijim të dezinformatave.

Në demaskimin e këtyre teknikave kanë punuar më shumë individë dhe grupe, por përpunimi i tyre në Doracakun bazohet në Taksonominë (përkatësisht, klasifikimi dhe kategorizimi) i përpunuar në kuadër të grupit “Shkenca skeptike²” (ang. Sceptical Science) themeluar nga Xhon Kuk³ në vitin 2007. Bëhet fjalë për një grup më të madh të shkencëtarëve pikënisja e të cilit ka qenë – t’i zbulojnë dezinformatat për ndryshimet klimatike dhe t’i përgënjeshtrojnë duke përdorur fakte shkencore. Ndërkaq, kanë ardhur në konkluzion se në fushatat dezinformuese për një sërë temash shkencore, pa marrë parasysh nëse janë në pyetje ndryshimet klimatike, evolucioni, korona ose virusi HIV, më së shpeshti përdoren teknikat e njëjta për dezinformim, që kanë të bëjnë me më shumë aspekte të të menduarit kritik, dhe lidhen në kornizën themelore prej pesë grupeve: PROFESIONISTË TË RREMË (Fake Experts), PALOGJIKSHMËRI (Logical Fallacies), PRITJE TË GJËRAVE TË PAMUNDURA (Impossible Expectations), PËRZGJEDHJE (Cherry Picking) dhe TEORI KONSPIRATIVE (Conspiracy Theories). Secili prej këtyre pesë grupeve, më tutje ndahen në teknika më specifike

² Më shumë informacione për Skeptical Science, Taksonominë, si dhe ikonat dhe sqarimet për teknikat e ndryshme për dezinformim janë të disponueshme në: https://skepticalscience.com/Fallacy-Taxonomy-Icons-available-Wikimedia.html?fbclid=IwAR1zx_vJO_UBPW_pj4RyG0c6qLf4SGh9n1STj1SrBmbkCibHaeK5K2rwCHE

³ Profesor asistent në Qendrën për Komunikime në lidhje me ndryshimet klimatike të Universitetit Xhorxh Mejson në ShBA

Në maj 2020, për herë të parë është publikuar një pasqyrë e sistematizuar (“Afishë – FLICC”⁴) e teknikave, e cila është rezultat i bashkëpunimit të suksesshëm ndërmjet “Skeptical Science” dhe partnerit të tyre gjerman faqja e internetit “Klimafakten”. Pasqyra paraqet përpjekje për të siguruar informacione të disponueshme për të menduarit kritik, të cilat janë joshës për publikun më të gjerë. Ikonat dhe sqarimet e secilës prej teknikave janë përpunuar në tabelën më poshtë.



Profesionistët e rremë – prezantohen si autorë në sferën e caktuar, ndërsa nuk kanë kualifikime profesionale. Shpesh përdoren që të krijojnë përshtypje të mbështetjes për pretendime të pazabaja dhe të pavlefshme shkencërisht.



Trup i rremë profesional

Citimi i një numri të madh joprofesionistësh që të krijohet përshtypje kinse ekziston një qëndrim i pranuar përgjithësisht për një temë të caktuar



Pakicë e ekzagjeruar

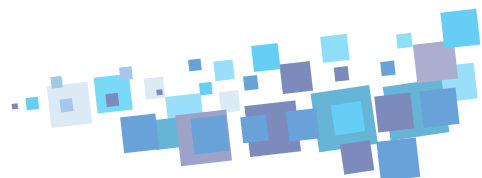
Dyshim jokritik, joprofessional në konsensusin shkencor kështu që lartësohet pakica e shkencëtarëve vetëm sepse kanë qëndrim të kundërt.



Debat i rremë

Prezantimi i një përzierjeje të të dhënave (pseudo) shkencore reciprokisht të kundërta, që të krijohet një përshtypje se kinse ekziston një debat i nxehtë aktual.

⁴ Afishja - FLICC (akronim prej shkronjave të para të emrave angleze të grupeve teknike - Fake Experts, Logical Fallacies, Impossible Expectations, Cherry Picking и Conspiracy Theories) është e disponueshme në: <https://www.klimafakten.de/kommunikation/f-l-i-c-c-most-common-disinformation-tricks-science-deniers>





PALOGJIKSHMËRI – Parregullsi në rrjedhën logjike, devijime mendimesh që rezultojnë me konkluzion të gabuar, me paragjykim ose qëndrim joracional, më i nënshtruar ndaj njëfarë përshtypjeje, sesa që është i bazuar në arsyetim racional

Sulm ndaj personalitetit „Ad Hominem“



Shpesh i quajtur edhe – Atentat ndaj karakterit: Sulmohet kundërshtari si personalitet (pamja e tij fizike dhe/ose morali i tij), e jo atë që e thotë (idetë, qëndrimet dhe argumentet e tij).

Shpesh e përdor edhe maksimën: “Argument i fuqisë kundrejt fuqisë së argumentit.”



Prezantim i rremë

Prezantim i gabuar i një situatë ose pozite të caktuar të kundërshtarit.



Paqartësi

Përdorimi i nocioneve ose frazave të pacaktuara, që të shkaktohet hutë, konfuzion, mashtrim.



Thjeshtim i tepruar

Banalizimi i ndonjë gjendjeje ose situatë e cila është e bazuar mbi përvoja, të dhëna dhe prova të ndërlikuara.



Krahasim i rremë

Paragjykim se nëse dy – gjëra/shembuj/situata – janë të ngjashme, atëherë mund të shpërfillen dallimet ndërmjet tyre.



Karrem

Si karremi për peshkim – e zhvendos vëmendjen nga esenca, dhe mashtron, - dhe bën lajka dhe e verbëron publikun me anekdota, me të dhëna konfuzë dhe të parëndësishme.



Tatëpjetë rrëshqitëse

Supozim i pabazë se diçka, ndonjë shkak i caktuar, do të çojë në një sërë ngjarjesh të kobshme, katastrofale.



PRITJA E GJËRAVE TË PAMUNDURA – vendosja e standardeve joreale, të paarrishme sipas të cilave diçka duhet të dëshmohet, ndërsa qëllimi është që më së shpeshti të relativizohen dhe të hidhen poshtë konstatimet shkencore ekzistuese

Zhvendosja e objektivit



Ndryshimi jokonsekuent dhe i vazhdueshëm i kriterëve, madje edhe pasi është argumentuar mjaftueshëm dhe dorëzuar në mënyrë adekuate prova për ndonjë rezultat i cili është kërkuar fillimisht.



PËRZGJEDHJE - Palogjikshmëri që është rezultat i përzgjedhjes së anshme në aspekt të të dhënave, provave, informacioneve dhe pikëpamjeve, e orientuar drejt ndonjë interesi egoist, të njëanshëm. Shpërfillje e qëllimshme e aspekteve kundërtëne. Përfshin edhe manipulim me statistikën ose prezantimin e të dhënave jashtë kontekstit.

Anekdotë



Shfrytëzimi i përvojës personale ose të huaj si udhërrëfyes nëpër situata dhe gjendje, në vend të argumenteve racionale ose të bazuara në prova.



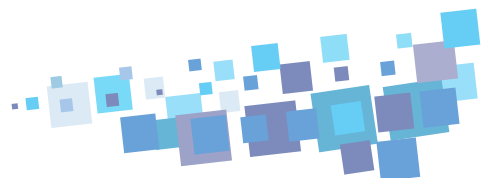
Përgjithësim i pavullnetshëm

Qëndrim, konkluzion kokëfortë i nxjerrë me shpërfillje të thjeshtë të provave relevante.

Citim jashtë kontekstit dhe citim i rremë



Citim i deklaratës së dikujt i nxjerrë nga konteksti fillestar, citimi dhe shënimi i deklaratave që nuk janë thënë aspak – askund dhe asnjëherë.





TEORI KONSPIRATIVE – qëndrime dhe pretendime të ndërlikuara të pabaza se ngjarje, situata ose gjendje të rëndësishme për njerëzimin me rezultat të qëllimshëm nga plane qëllimkëqija të grupeve sekrete me ndikim



Contradictory

Qëndrim i nxjerrë nga prova, pretendime, ide të cilat e përjashtojnë njëra-tjetrën.



Overriding Suspicion

Paragjykim se çfarëdo prove e kundërt është gjithmonë e anshme ose e rreme.



Nefarious Intent

Akuzë ndaj shkencëtarëve dhe ekspertëve se kanë motive të fshehura, të liga.



Something Must Be Wrong

Hedhja poshtë e provës, vetëm për shkak të dyshimit të vazhdueshëm se në të ka ndonjë lëshim (të ligë) të qëllimshëm.



Persecuted Victim

Vetëparaqitje si viktimë e persekutimit shoqëror/politik, që të refuzohet kritika ose faj.



Immune to Evidence

Mekanizëm i konspiracionistëve, me të cilën hidhen poshtë në mënyrë të pabazë të gjitha provat që bien në kundërshtim me pretendimet e tyre.



Re-interpreting Randomness

Marrja e rastësive si prova për gjoja ligësi të menduar.

Taksonomia, përkatësisht klasifikimi dhe kategorizimi i teknikave për dezinformim nuk është tërësi përfundimtare dhe e mbyllur sepse, fatkeqësisht, vazhdimisht paraqiten teknika të reja. Prandaj, ky është një koleksion që është vazhdimisht në rritje i teknikave të zbuluara që vazhdon të zhvillohet dhe plotësohet duke përcaktuar veçori të reja të theksuara.



MK 20 IPA JH 01 23
**“Forcimi i kapaciteteve të Agjencisë
për Shërbime Mediatike Audio dhe Audiovizuale
dhe Shërbimit Radidifuziv Publik”**