

# Media si armë që të gjithë duan ta zotërojnë

Suela Alliu

Roli esencial i ofrimit të informacionit të besueshëm dhe të paanshëm, për qytetarin e interesin publik sa vjen e përballet me sfida.

Po punojmë në një sistem kaotik të medias dhe ajo çka po u afrohet shqiptarëve shpesh është një produkt ku dominon spektakli dhe sherret, një mënyrë (pa) vullnetshme për të tërhequr vëmendjen nga problemet ekonomiko – politiko- sociale të këtij vendi.

Teknologjia, dhe media digitale nga njëra anë solli një hov të madh. I dha mundësi gazetarit të marrë më shpejt informacionin, të ketë më shumë akses, ta konfirmojë dhe përcjellë lajmin më shpejt në redaksi si dhe ta përhapë më shpejt.

Nga ana tjetër e përballi gazetarin me një bombardim informacioni të gërshetuar me gabime, propagandë, keqinformim, informacion i njëanshëm i qëllimshëm nga zyrat e mediave te qeverive, partive dhe jo vetëm.

Në mediet tradicionale, si në televizione apo në ato pak gazeta që vijojnë të shtypen, redaksitë sa vijnë e tkurren, ndërkohë që redaksitë e medieve online përbëhen kryesisht nga gazetarë të cilëve u matet më shumë sasia se cilësia.

Redaksitë po përballen edhe me lëvizje të shpeshta të gazetarëve. Të rinjtë e diplomuar në Gazetari duan kohë për të plotësuar boshllëkun.

Ndërkohë, para se të hyjnë në redaksi tradicionale, këtyre të rinjve u afrohet një model i lajmit komercial, “i zhurmajës”, “politikës së sherrit” “showbizit”. U afrohet modeli i lajmit që konvertohet në të ardhura, lajmit të ndërthurur me opinion, e jo i lajmit që mbështetet tek faktet dhe argumenti gazetaresk.

E përballë këtij bombardimi me informacion, presionit të kohës, konkurrencës e redaksive të vogla, mundësia e selektimit, verifikimit dhe kalimit të informacionit nëpër filtrat e duhura sa vjen e bëhet më i vështirë.

## Çfarë po ndodh?

Profesori Paolo Mançini themeluesi i teorisë Mancini-Hallin për sistemet e medias, nuk e vendos Shqipërinë në asnjë prej tre modeleve që ai ka botuar në librin e tij - Modeli Pluralist i Polarizuar, Modeli Korporatist Demokratik, Modeli Liberal – por përmend një term të ri “hibrid”

*“Sistemi mediatik në Shqipëri është hibrid, si në shumë vende postkomuniste. Pse? Sepse është një miks mes polarizimit dhe komercializimit. Nivel i ulët profesionalizmi dhe klientelizmi. Të gjitha këto të miksuara me një tendencë të lartë drejt komercializimit”* analizonte profesor Mançini, në një nga orët e Akademisë së Medias organizuar nga Instituti i Medias në maj 2021.

Jetojmë në kohën kur politikanët, biznesmenët dhe mediet kanë të njëjtat armë në betejën për të fituar audiencë. Çdo politikan ka një facebook, ka në krah një portale online. Po kështu biznesmenët financojnë medie tradicionale apo janë pas portaleve online.

Në Shqipëri, në skenën mediatike ka afërsisht 45 televizione, 55 radio, rreth 800 portale on line, 11 mediaprint, 3 platforma dixhitale, dhe rreth 5100 punonjës.

*“Media dhe politika ecin bashkë. Ka profesionalizëm të dobët, shumë gazetarë janë politikanë dhe shumë politikanë janë gazetarë”* argumenton profesori i Universitetit të Perugias.

### Beteja për audiencë digitale

Në botën digitale beteja për audiencë bëhet kryesisht në facebook dhe instagram dy nga rrjetet sociale më të ndjekura nga shqiptarët, vijuar më pas dhe në platformën youtube.

Shpesh redaksitë “sakrifikojnë” standardet gazetareske për të qenë në gjëndje të ekzistojnë dhe të fitojnë popullaritet në botën digjitale.

Nga ana tjetër figura qendrore të politikës në Shqipëri, po e përdorin facebook për të komunikuar direkt me popullin, për të shpërndarë dhe rritur pushtetin e tyre. Madje audienca dhe aktiviteti që ata kanë konsiderohet si njësi matëse e popullaritetit për fushata elektorale.

Pas kryeministrit, ministrave, apo politikanëve të njohur qofshin dhe në opozitë janë specialistë të medieve që dikur kanë qenë në anën e gazetarit dhe tani janë vendosur në anën e PR.

Kanë angazhuar njerëz që përdorin llogari falco për të krijuar përshtypjen se ai politikan ka një mbështetje të gjerë në publik apo për të ndërtuar një perceptim të orientuar se çfarë ndodh. Angazhojnë hakera për të sulmuar media online apo raportuar lajme në facebook të cilat u cënojnë interesat.

Ka raste kur dalin qëllimisht nga kornizat e “politikanit” duke publikuar video dhe foto që shpejt bëhen meme si truk për të fituar popullaritet.

Aktivitetet përcillen me regji qendrore, duke përcjellë si aktivitete live dhe mediet as nuk informohen dhe as nuk lejohen ti ndjekin vetë. Ndodh edhe që gazetarët të pengohen në kryerjen e detyrës së tyre për të informuar publikun e largohen me force.

Zyrat mediatike “hije” pas pushtetarëve apo politikanëve përmes whatsapp apo email dërgojnë në redaksi mesazhin e kontrolluar të qëruar dhe propagandistiko marketing. Më pas i përcillet publikut si një material i përgatitur nga redaksia mediatike.

Të pakta janë redaksitë të cilat selektojnë, qëmtojnë ose refuzojnë publikimin e këtij informacioni. Ata që nuk e bëjnë e gjejnë veten përballë sulmeve të pushtetit, politikës për njëanshmëri apo keqpërdorim nga pala tjetër.

*“Pjesa më e vështirë është të denoncosh shkeljet që janë bërë thuajse të përditshme të institucioneve. Shpesh herë funksionarë të lartë apo zyrtarë përpigën të censurojnë, frenojnë të ndërhyjnë për të transformuar dhe vonuar të vërtetën. Gazetarët shpesh duke tentuar të mbrojnë lajmin dhe informacionin janë futur edhe mes tenseve të mëdha duke rrezikuar dhe veten”* thotë Brahim Shima, drejtori i informacionit i RTV Ora.

## Intimidimi

Vihet re dhe tentativa e intimidimit të gazetarëve dhe autocensurë.

Politikanë dhe njerëz të veshur me pushtet pa drojë dhe hapur sulmojnë medien, shantazhojnë dhe intimidojnë gazetarë të cilët nuk bëjnë pyetjet “e porositura” apo që i vënë në vështirësi.

Raste flagrante janë ato me gazetarin e Ora News Isa Myzyraj i cili u shantazhua nga kryetari i bashkisë Erion Veliaj, dhe gazetarët Klevis Muka i TV A2, dhe gazetares së Syri TV Ambrozia Meta të cilët u pezulluan për disa muaj të marrin pjesë në konferencat për mediet e kryeministrit Rama.

Vendimi shkaktoi debat dhe reagime nga gazetarët dhe ndërkombëtarët, të cilët vunë në dukje cënimin e lirisë së medias, por kjo nuk ndikoi aspak që kryeministri të tërhiqte vendimin për “riedukimin” e dy gazetarëve.

## Epoka digjitale

Gazetarët sa vijnë e kuptojnë se jetojnë në një lloj despotie. Sa janë të rrezikuar nga qeveri autokratike aq dhe nga kompanitë e mëdha të teknologjisë të cilat i japin më shumë shtrirje kontentit me përmbajtje sensacionale përpara cilësorës.

Redaksitë e mediave online sa vijnë e po humbasin konceptin e redaksive me redaktorë të ftohtë, të saktë dhe me eksperiencë, ku lajmi kalohet përmes filtrave, përpunohet dhe pasqyrohet i saktë, i plotë, jo i cunguar.

Përbëhen kryesisht nga gazetarë të rinj të cilëve u matet sasia më shumë sesa cilësia. Këta të fundit për hir të klikimit, apo të gjendur nën presion për të mbajtur punën e përballuar fluksin anashkalojnë elementet kryesore të lajmit. Shpesh ‘me dashje’ ose ‘pa’ bëhen ‘karrem’ për të shpërndarë propagandën apo keqinformimin e një kahje politike apo interesi tjetër.

Një trend i ri tepër shqetësues është fakti se numërohen me gishta redaksitë online që kanë staf gazetarësh në terren të cilët ndjekin zhvillimet dhe përcjellin informacionin në redaksi. Lajmi bëhet nga zyra dhe gazetarët për një mijë e një arsye po braktisin deontologjinë profesionale. ‘Kopjo dhe ngjit’.

Profesor Paolo Mancini vë në dukje edhe dy karakteristika të sistemit mediatik në Shqipëri: Fragmentarizimi miksuar me një tendencë të lartë drejt komercializimit.

“Çfarë do të thotë:

*"Ju keni një media që është themeluar të bëjë para në një farë mënyre. Të konkurojë në sistemin mediatik. Komercializimi sjell një lloj medieje që është shumë e orientuar drejt spektaklit, dramatizimit dhe personalizim të politikës dhe shumë fusha të tjera të shoqërisë, biznesit etj. Media synon të shikojë luftë dhe përleshje kudo si në politikë por dhe në shumë fusha të tjera, sepse lufta në përgjithësi është shumë emocionale dhe mund të tërheqë lexues dhe shikues më shumë”* argumenton profesor Mancini.

Ndërkohë Instituti Reuters për Studimin e Gazetarisë në raportin vjetor (2021) të Lajmeve Dixhitale vuri në dukje se edhe më shumë njerëz po konsumojnë më pak lajme, ndërsa ka rënë dhe besimi se në një lajm thuhet e vërteta.

*“Një numër i madh njerëzish e shohin median si subjekt i ndikimit të padrejtë politik dhe vetëm një pakicë e vogël beson se shumica e redaksive vendosin atë që është më e mira për shoqërinë përpara interesit të tyre komercial”*, shkruante drejtori i Institutit Reuters Rasmus Kleis Nielsen për raportin.

Të rinjtë po i qasen gjithnjë e më shumë lajmeve përmes platformave të tilla si TikTok dhe kanë një lidhje më të dobët me mediat e njohura. Raporti vë re se ka rënë dhe numri i njerëzve që paguajnë për të marrë lajme.

Gazetarët dashje apo pa, duket se po e dorëzojnë “pushtetin” në duart e teknologjisë dhe të autokracisë. E nëse media nuk e parashihet rrezikun dhe nuk do të pozicionohet qartë pa frikë pa ekuivok si pushteti katërt atëherë shoqëria dhe demokracia do të humbasë shumë dhe gazetaria e lirë do të jetë drejt zhdukjes.



*Projekti rajonal ‘PËRBALLJE: Përpjekje e shoqërisë civile për të konsoliduar lirinë e medias dhe për të luftuar dezinformimin dhe propagandën e urrejtjes në Ballkanin Perëndimor dhe Turqi.’ zbatohet me mbështetjen financiare të Bashkimit Europian nga organizatat partnere [SEENPM](#), [Instituti Shqiptar i Medias](#), [Mediacentar Sarajevo](#), [Kosovo 2.0](#), [Instituti Malazez i Medias](#), [Instituti Maqedonas për Median](#), [Shkolla e Gazetarisë e Novi Sad](#), [Insittuti i Pages](#) dhe [Bianet](#).*

*Ky artikull u realizua me mbështetjen financiare të Bashkimit Europian. Përmbajtja e tij është përgjegjësia e vetme e autorit dhe jo domosdoshmërisht pasqyron pikëpamjet e Bashkimit Europian.*