

# *Shoqëria e mediatizuar shqiptare*

*Vehbi Miftari & Donik Sallova\**

## **Abstrakti**

Objekt i këtij studimi është raporti i medias me audiencën në Shqipëri dhe në Kosovë. Më tej, ai synon t'i studiojë raportet e televizionit, si mjet i komunikimit masiv me opinionin publik, mbi të gjitha duke e vënuar tendencën që televizioni të shndërrohet në mjet të kontrollit, përkatësisht të ndikimit në krijimin e gjykimit të pavarur. Emisionet televizive të tipit "talk shoë", të pranishme në mediet televizive të Tiranës, do të trajtohen si emisione që shërbejnë në të njëjtën kohë edhe si fillimi i mbrojtjes publike për njerëzit e fuqishëm. Ky konstatim do të pasohet me përpjekjen për të dhënë përgjigje në pyetjet: a është tendenca për ta fituar "betejen publike" tendencë për t'ua imponuar audiencave "të vërtetën e pakontestueshme"? Cili është ndikimi medial në to dhe çfarë transformimi pësojnë mediet si rrjedhojë e mediatizimit të shoqërisë? Cila është marrëdhënia mes tyre dhe cili refuzimi a ndikimi reciprok? A e paraqet "spektakli shqiptar" gjendjen e tanishme të shoqërisë shqiptare, apo përbën shfaqje irealiste imazhesh të konstruara? Përtej kësaj, do të trajtohen mediet televizive në hapësirat tjera shqiptare, së bashku me ndikimin e tyre në krijimin e opinionit publik. Televizionet në Kosovë do të trajtohen si apatikë përse u përket "talk-show"-ëve e botës së spektaklit dhe të dominuara nga ngjyrimet politike, të cilat e mbisundojnë diskursin kulturor. Opinjonizmi televiziv përbën një karakteristikë tjetër të "spektaklit shqiptar" të cilin do ta trajtojë punimi. A përbën ai mekanizëm të medias për të "spektakëlzuar" opinionin publik, apo së bashku me medien përbëjnë instrument në dorë të "pushtetit" për ta kontrolluar e "konstruuar" shoqërinë? Do të analizohen dukuritë e veçanta, karakteristike për medien shqiptare të Shqipërisë (dhe ndikimit të saj në shoqëri), për t'u përballur e krahasuar me dukuritë e veçanta të medias në Kosovë (bashkë me ndikimet e saj). Do të trajtohen raportet e televizionit me opinionin publik në Shqipëri, ndërkohë që tendenca për "spektakëlzim" të shoqërisë përmes shfaqjes së gjykimeve publike do të jetë thelb i trajtimit. Në Kosovë do të hetohet kryesisht synimi për zhvillim të "medieve të kontrollueshme", përmes kontrollit të informacionit.

---

\* Dr. Vehbi Miftari, Universiteti AAB, Prishtinë, E-mail: [vehbi.miftari@aab-edu.net](mailto:vehbi.miftari@aab-edu.net);  
Msc. Donik Sallova, Universiteti AAB, e-mail: [donik.sallova@aab-edu.net](mailto:donik.sallova@aab-edu.net).

## ***Shoqëri politike / Medie (a)politike***

Ekziston një gjykim i përgjithshëm, jo rrallë i kontestueshëm, se mediet, sikur përfaqësimi politik, është produkt i kulturës së një shoqërie, dhe se tendenca për mbikëqyrje të opinionit të përgjithshëm u përket të gjitha medieve në transicion, sidomos atyre të komunikimit masiv, sikur është televizioni.

Meqë kultura mediale i përket shoqërisë, madje një shoqërie në tranzicion,<sup>1</sup> le ta shtrijmë pikënisjen për kërkimin në formë hamendësimi: A është televizioni, si medie e zhvilluar në hapësirat shqiptare përgjatë 20 vjetësh, pasqyrim i këtij realiteti dhe cili është roli i individit e cili i kolektivitetit në transformimin e vetëdijes dhe të gjykimit të lirë? A ekziston ndonjë tendencë e vetëshpallur për spektakëlzim në raportin e shqiptarëve me televizionin? Nëse po, cili është synimi i fundit i kësaj tendence dhe si është krijuar simbioza mes pritjes e gjykimit të pavarur dhe tendencës që përmes filtrave opinionistikë të arrihet në majën e “pushtetit të dritave” (shoqërisë së reklamave, në të cilën promovohet opinionioni i mbikëqyrur)?

Le ta nisim kërkimin tonë nga raporti që mediet në Shqipëri, Kosovë dhe gjetiu në hapësirat shqiptare, e ka me audiencën. Pikë së pari, le të konstatojmë se shoqëria shqiptare, gjithandej, pjesërisht e politizuar, ka prodhuar e derivuar medie politike, me tendencë spektakëlzimi deri në “parajsë dritash”, që nënkupton praninë pro forma të një vëllimi të domosdoshëm spektaklesh për t’i mundur e institucionalizuar synimet (e vegzat) politike.

---

<sup>1</sup> Meqë konteksti politik dhe social në Shqipëri në fillimvitet ‘90 ka qenë i ndryshëm nga ai në Kosovë, edhe pse në rrafshin fenomenologjik kultura shqiptare i nënkupton të dyja hapësirat, për çështje metode (për ta vënuar më mirë kontekstin e zhvillimit të medieve, si dhe raportin e ndërkomunikimit / ndërndikimit të tyre me opinionin publik), këtu do të trajtohen si kontekste mediale të ndryshme. Edhe në këtë rast, për sa të jetë e mundur do të theksohen tiparet e përbashkëta kulturore, duke i veçuar vetëm ndyrshueshmëritë ose përputhshmëritë që burojnë ose i përshtaten kontekstit medial.

Madje, meqë po flasim për kontekste të ndryshme mediale, të derivuara nga kontekste po kaq të ndryshme politike dhe sociale,<sup>2</sup> mund ta shpimë më tutje hamendësimin: A është zhvilluar njëtrajtshëm kjo tendencë, ta zëmë, në Shqipëri dhe në Kosovë? Sigurisht që jo, edhe ngaqë konteksti kulturor, social e politik, i ndryshëm në këto dy vende shqiptare, e ka përcaktuar edhe shkallën ose nivelin e pjesëmarrjes së individit, përkatësisht kolektivitetit në ndërtimin e medias televizive, përkatësisht në raportin e tyre me “shoqërinë e dritave”. Prandaj, sot flasim për kontekste të ndryshme mediale, kontekste të ndryshme kulturore dhe, mbi të gjitha, për zhvillim paksa paradoksal në raportet mes televizionit dhe qytetarit, i cili deri diku e nënkupton edhe raportin e individit me tendencën meidatike të “topitjes së masave”.

Synimi për t’u (vetë)spektakëlzuar, si individ dhe si kolektivitet, si parakusht “rehabilitimi” dhe “pjesëmarrjeje” në trendet kulturore e politike të shoqërisë, në Shqipëri, pastaj roli i pavërejtshëm, indiferent madje, i audiencës në raport me tendencat e politizuara mediale në Kosovë, përbejnë skaje paradoksale në raportin e shqiptarëve me televizionin sot. Por, meqë teksti ynë nuk synon t’i trajtojë në veçanti marrëdhëniet e medias me audincën, madje as marrëdhëniet mes medias e marketingut, por para së gjithash mes medias si instrument politik e kulturor dhe instrumentalizimit medial të shoqërisë, “kanonizimi” i ekspozimit medial si parakusht për përfshirje në mas-inciativën e politizimit, përkatësisht dekulturizimit të kontrolluar medial e politik, do të jetë thelbësor.

---

<sup>2</sup> Nëse fillimvitet '90 në Shqipëri shënojnë fillimin e hapjes mediale, që nënkupton edhe hapjen e televizione të pavarura ose heqjen e vello ideologjike (sado, konsideruar nga shumëkush, i rimbulluar me vello politike) nga televizioni publik shqiptar, në Kosovë korriku i vitit 1990 shënon kohën kur nga qeveria e atëhershme serbe u mbyll Televizioni i Prishtinës, si dhe e vetmja gazetë e përditshme në gjuhën shqipe, “Rilindja”, duke krijuar terr informativ për shqiptarët. Vitet '90 shënojnë po kështu periudhën e informimit përmes mediesh alternative (Televizioni Shqiptar në Shqipëri, emisioni informativ pesëminutësh në “Radio Zagrebi”, në Kroaci, revista “Alternativa” në Slloveni etj., si dhe, më vonë, në fundvitet '90, gazetat e përditshme “Koha ditore” dhe “Kosova sot” në Kosovë.

Sikur dihet tashmë, në Shqipëri emisionet e tipit “talk shoë” përbëjnë koncept përmbajtësor të televizioneve. Televizionet kryesore realizojnë shoë-emisione të cilat transmetohen drejtpërsëdrejti (“live”), përmes të cilave synojnë spektakëlzimin e shoqërisë, ose pamundësinë e shqitjes së audiencës nga “prodhimi medial” e, rrjedhimisht, edhe faktin e heshtur të pajtimit për fuqinë kontrolluese të medieve në sjelljet e tyre, duke e paracaktuar varshmërinë e tyre nga mediet.

Por, nëse spektakëlzimi (kulturor, politik e social, krahas atij medial) është synim “per se” (i vetëvetishëm) i medieve (televizioneve, kryesisht) a mos, ndoshta, emisionet më të rëndësishme shërbejnë në të njëjtën kohë edhe si fillim i mbrojtjes publike për njerëzit e fuqishëm të politikës dhe, më tej, si përcaktim i instrumentit të vetëm përmes të cilit individ mund të trajtohet si pjesë e *shoqërisë së kulturëzuar medialisht*? A është tendenca për ta fituar “betejën publike” tendencë për t’ua imponuar audiencave “të vërtetën e pakontestueshme”, të cilën ata duhet ta pranojnë përmes paktit të pajtueshmërisë me tendencën e medieve për të shërbyer si instrument për “kulturëzim” politik, përmes “spektakëlzimit” medial? Cili është ndikimi medial në to dhe çfarë transformimi pësojnë mediet si rrjedhojë e mediatizimit të shoqërisë? Cila është marrëdhënia mes tyre dhe cili refuzimi a ndikimi reciprok?

Nëse aspekti më i rëndësishëm i këtyre “shoë-ekraneve” është lidhja që ata ndërtojnë me publikun dhe ndikimi që televizioni ka krijuar mbi publikun shqiptar, përfshirja në to pa ngurrim në emisionet “live” e njerëzve të thjeshtë, të pa ndonjë rëndësie publike, tregon për një tendencë “spektakëlzimi” të individit dhe shoqërisë shqiptare. Shumica e qytetarëve shqiptarë janë të gatshëm të marrin pjesë në një emision televiziv dhe të bëhen “pjesëmarrës” në ndërtimin e tij si “shoë” dhe spektakël, me çfarëdolloj roli në të, pavarësisht nëse ka ose jo lidhmëri (sado të vogël) me të si individ. Pra, përveç që “shoë”-media me emisione spektaklesh, sot përbën interesin kryesor të audiencës shqiptare, vetë audiencia është e hapur që ta bëjë publik identitetin e vet (nëse ai identitet mund të shquhet në morinë e *spektakleve kolektive*), pa ndonjë funksion publik, në këtë spektakël kolektiv të shoqërisë shqiptare.

Ky përkufizim, megjithë këtë, mbështet vetëm hapësirën mediale të Shqipërisë. Përtej kësaj, në hapësirat tjera shqiptare ndikimi i medieve është tjetërsoj. Në Kosovë, sikur u theksua në krye të tekstit, televizioni është apatik përse u përket “talk-shoë”-ëve e botës së spektaklit, kurse ngjyrimet politike e mbisundojnë *diskursin kulturor*. Rrjedhimisht, audienca nuk është e ndërlidhur me televizionin në kuptimin e kultivimit të parimeve qytetare ose kulturore dhe, rrjedhimisht, ajo nuk përbën pjesë të krijimit të një *kulture mediale*, por ajo nuk mund të quhet as pjesë e *tendencës spektakëlzuese*. Aty audienca është pothuajse e pandjeshme ndaj tyre, por edhe vetë televizionet, si produkt i *kulturës tradicionale mediale*, janë larg të shndërruarit në *mediume spektakëlzuese*. Kjo pandjeshmëri e prek edhe diskursin kulturor dhe refuzimin a mospranimin e tij, sa herë që ai mbështillet me “diskurs politik”. Kjo i ngjet sidomos televizionit publik, Televizionit të Kosovës, i cili, për ndryshim nga atmosfera mediatike në Shqipëri, në Kosovë ka ndikim dhe shikueshmëri relativisht të madhe. Edhe në këtë pikë hetohet një lloj *paradoksi mediatik e kulturor* në raportin e qytetarit (individit) shqiptar të Kosovës me televizionin. Pse ndodh një situatë e tillë, e skajëzuar në raporte audiencash mes dy qendrave kulturore e mediatiuke shqiptare? Cilët janë faktorët të cilët njeriun të thjeshtë e privat shqiptar e bëjnë kaq të hapur për publikun, në njërin anë, dhe krejtësisht të pandjeshëm në anën tjetër? Cilat janë paradokset dhe cilat skajet e raportit me televizionin në shoqërinë shqiptare? A është kjo vetëm një fazë tranzicionale zhvillimi e një shoqërie dikur krejtësisht të mbyllur, apo përbën natyrën e vërtetë të individit shqiptar? A ndryshojnë audiencat në Shqipëri nga ato në Kosovë (si edhe mediet)?

### ***Mediatizimi / “Spektakëlzimi” i individit shqiptar (Televizioni / Opinioni i mediatizuar publik)***

Zhvillimi i medias në Shqipëri, që nga fillimi i viteve ‘90, karakterizohet me ndjenjën e përbashkët të shqiptarëve për *europaizim* kulturor e medial. Rrjedhimisht, ajo është zhvilluar nën ndikimin e kulturës mediale perëndimore, kryesisht të vendeve fqinje (të Italisë, sidomos), e cila *spektakëlzimin* e shoqërisë e trajton si premisë për

*marketingun e masave*, ose ndikimin mbi kulturën mediale të audiencës e, përmes saj, edhe të kulturës politike e sociale. Pakti i krijimit të *varshmërisë politike* përmes *varshmërisë mediale* është synimi i fundit politik i medieve në një shoqëri të spektakëlzuar<sup>3</sup>. Debat i përhershëm (në televizionin) e politizuar në Shqipëri, një debat i përhershëm (në gjykimin tonë, josubstancial), prandaj, do të duhej orientuar në *ndikueshmërinë në sjellje*, më shumë se në përcaktimin politik të medias. Përcaktimi politik është raport i derivuar nga roli ndarës ndërmjet medias e marketingut dhe nuk përbën objekt kërkimi këtu.

Kosova, një kontekst paksa i ndryshëm (dhe i ndryshueshëm) politik e kulturor, për shkak të frymës tradicionale dhe kontekstit të saj, ka zhvilluar disa medie të pavarura që në vitet '90. Më vonë, në fillimvitet e para të shekullit XXI ajo ka njohur kryesisht dukurinë e krijimit të medieve të kontrolluara nga politika vendëse ose ndërkombëtare, përkatësisht nga biznesi! Paradoksale, apo jo?!

Sot, ajo ka një televizion publik të kontrollueshëm politikisht dhe "kontrollues" perceptimesh përmes emisioneve informative kryekreje politikisht të motivuara, pa tendencë spektakëlzimi, por *objektivizimi politik*, si dhe disa medie tjera të varura nga premisa të "ndërtimit me çdo kusht" të një shoqërie, në të cilën roli i medieve është i nevojshëm kulturalisht e politikisht. Ekziston një tendencë për krijimin e *fuqisë mediale të biznesit*, e cila domosdo do të rrisë ndikimin e medieve në jetën e individit, por kjo mund të ndodhë vetëm nëse paraprakisht roli mediatik nuk transformohet në koncept të ri, sikur do të analizohet më poshtë në këtë tekst.

Sidoqoftë, raporti i individit si qendër vepruese e gjykit të pavarur dhe spektaklit ndërndikues (medial / televiziv), në Shqipëri është zhvilluar duke anuar nga ky i fundit. Televizioni ka arritur ta realizojë synimin e vet, *institucionalizimin e spektaklit si mënyrë komunikimi* me audiencat, ndërkaq individit përnjëherësh e pa veten të shndërruar në *objekt spektakli*, pa arritur të "ngulitet" aty si subjekt i cili synon që përmes kësaj "publikësie" televizive t'i realizojë disa synime të caktuara në interes të tij dhe të grupit që e përfaqëson (at ëtë njerëzve të zakonshëm jopublikë). Ai sot ftohet në një spektakël

---

<sup>3</sup> Shih: Guy Debord, *Shoqëria e spektaklit* (Tiranë, Gaid Margot, 2009).

televizion, madje bëhet lehtësisht pjesë e tij, e realizon pjesën e tij “spektakëluese” sipas skenarit që i është caktuar dhe, në fund, krejtësisht i *instrumentalizuar* shndërrohet në “person mediatik”, por asnjëherë në “personalitet publik”, sepse pjesëmarrja e tij në televizion nuk paraqet pjesëmarrje në një arenë publike, në të cilën ai do ta shfaqte mendimin e tij mbi çështje të caktuara të shoqërisë, ose probleme të tjera të veçanta, por thjesht “pjesëmarrje” në to. Kësisoj, ai behët pjesë e një *arene spektakëluese*, në të cilën “luhet” një “lojë” e caktuar, e cila ka për synim argëtimin e audiencës që e sheh në ekran, ose rritjen e abonimit në ndonjë platformë televizive, në të cilën qytetari / individi thjesht e *simulon rolin e vetvetes* në mënyrë gati statike (pra, nuk vepron, por u nënshtrohet veprimeve spektakëluese ndaj tij).

Shkaqet e një disponueshmërie të tillë të individit shqiptar për t’u spektakëlzuar pa ndonjë funksion publik (përveç argëtimit të audiencës në dëm të dinjitetit privat të tij), duhet studiuar sipas *kriteresh sociologjike e antropologjike*.

Në Shqipëri periudha e gjatë e izolimit në sistemin komunist mund të ketë ndikuar në krijimin e vetëperceptimit të individit shqiptar si “i përhumbur”, ndërkaq periudha kaotike e tranzicionit (të pafund!), në të cilën ai mbetet sërish i porealizuar, me cilësi të dobët jetese, i papunë, me arsimim jocilësor, realtivisht i izoluar nga bota, i paintegruar me botën etj., ka ndikuar në fuqizimin e këtij vetëperceptimi të individit si “i përhumbur”. I ndodhur në gjendje “inekzistente”, individi shqiptar sikur ka pranuar që të shndërrohet në “qenie publike”, meqë si gjykues i pavarur nuk arrin të ekzistojë dhe ta ketë një funksion në shoqëri. Mbështetur në këtë fakt, mund të shpjegohen edhe dukuri të tjera, siç janë p.sh. *militantizmi partiak*, sipas të cilit “individi joekzistent shqiptar” në mungesë të vetëdijes për vetveten shkrihet në *identitetin dhe idetë kolektive* dhe bëhet i gatshëm që të bëjë çdo gjë që përkon me *mendimin e tjetërsuar*, pa qenë asnjëherë vetvetja<sup>4</sup>.

Në Kosovë, ndërkaq, raporti i individit me televizionin si arenë spektakli është i ndryshëm, në kuptimin që individi është më pak

---

<sup>4</sup>Shih: Vincent Descombes, *Vetja dhe Tjetri* (Tiranë, ISP & Dita 2000)

(shumë më pak) i disponuar të bëhet pjesë e spektaklit televiziv e medial, pikërisht sepse e refuzon tendencën për ta publikësuar<sup>5</sup> (e publikuar) identitetin e tij privat. Por, ky raport i individit me medien ngelet po ashtu i zhdrejtë, për shkak të tendencës se kësaj të fundit për ta manipuluar, e për pasojë edhe për ta instrumentalizuar politikisht e publik(ës)isht atë përmes *informimit / qëllimkeqinformimit*. Aty problemi i këtij raporti qëndron jo në tendencën e individit për t'u "publikësuar" a "spektakëlzuar", por pikërisht në synimin e politikës për ta mbajtur individin sa më larg publike (si e mirë e përbashkët).

Në këtë krahasim raportesh "individ-medie", Shqipëri-Kosovë, nuk do të thotë që në Shqipëri media është e pa-instrumentalizuara politikisht! Por, për ndryshim prej saj, në Kosovë synimi kryesor i medias nuk është spektakëlzimi i individit në funksion të programacionit televiziv, por instrumentalizimi i tij publik në funksion të interesave politike të partive politike në pushtet.

Ky refuzim i spektaklit nga individit - shqiptari i Kosovës dhe instrumentalizimi politik përmes "informimit" medial, të cilin pushteti ia imponon në vazhdimësi atij, përbën gjendje jonormale të një shoqërie europiane (ose që pretendon të jetë e tillë), shkaqet e së cilës mund të jenë të shumëta. Fakti që qytetari shqiptar i Kosovës ka qenë pjesëmarrës aktiv për gati dy dhjetëvjetësh në procesin e Lëvizjes për Liri, Pavarësi dhe Demokraci, mund ta bëjë atë më të interesuar për ta rigjetur e jetuar privaten / "intimen e humbur", duke qenë i përcaktuar paraprakisht për ta ndërtuar një jetë sa më pak publike (e aq më pak spektakëlzuese).

Ky, megjithatë, është vetëm njëri interpretim i këtij refuzimi ndaj spektaklit. Fakti që individit dhe "shoqëria" shqiptare në Kosovë është "inofrmuar" e ndikuar nga politika (përmes medias së kontrolluar publike dhe deri diku medias së ndikueshme private për shkak të prejardhjes së tyre donaciondhënëse), tregon se mosreagimi i shoqërisë ndaj zhvillimeve politike të cilat politika, përmes medias, ia paraqiste si të favorshme, por që në thelb ishin të dëmshme në procesin e realizimit të vullnetit të popullit të Kosovës për pavarësi

---

<sup>5</sup> Individit "i publikësuar" nuk kryen asnjë funksion publik, përveç që shëndrrohet në argëtues audiencash.



dhe shtet, mund të përbëjë premisë për kërkim të një interpretimi më ndryshe të kësaj çështjeje. Shembujt ilustrativë janë të shumtë. Të tilla janë, ta zëmë, kompromiset e shumta politike në raport me Serbinë, të cilat sot po e bëjnë jofunksional shtetin e Kosovës).

Si në rastin e parë kur individit është *i spektakëlzuar mediatikisht*, por pa ndonjë funksion në interes të publikut (në rastin e Shqipërisë), ashtu edhe në rastin tjetër kur “grykimi i pavarur” i individit ose i shoqërisë kontrollohet publikisht përmes medias (në rastin e Kosovës), vlerësojmë se media është shmangur (mbase paqëllimshëm) nga synimi thelbësor i saj: informimi i vërtetë dhe i paanshëm, si dhe nga “argëtimi” që nuk e cënon etikën dhe dinjitetin e individit ose të kolektivitetit.

### ***Ndikimi i televizionit në opinionin publik***

Sot, në hapësirat shqiptare, informimi dhe krijimi i opinionit mbi çështjet publike realizohet ende përmes medieeve, përkatësisht televizionit, edicioneve informative dhe emisioneve që emetohen në televizion. Për këtë arsye, ndikimi i televizionit në formësimin e gjyqimit të qytetarëve për çështjet publike dhe politike është shumë i madh (për raportin e televizionit dhe publikut në shoqëritë e sotme europiane flet edhe autori italian Zecchi, në librin e tij *Njeriu është çka ai sheh*)<sup>6</sup>. Partitë politike që synojnë ardhjen ose qëndrimin në pushtet, relacionin pozitiv me medien / televizionin e kanë shndërruar në praktikë thelbësore të të vepruarit politikisht. “Mbështetja” që një parti mund të ketë nga mediet mund të ndikojë që ajo të vijë ose të qëndrojë në pushtet, sikundër që “armiqësia” me mediet, ose me një pjesë të saj, mund ta çojë në opozitë një parti qeverisëse. E drejtë ose jo, ky ndikim i medias në opinionin publik tashmë është i dukshëm, madje ndër shqiptarë (në Shqipëri dhe Kosovë) ky lloj ndikimi është në rritje.

Derisa në Shqipëri media është politikartikuluese, e ndarë në dy skaje politike, pro të majtës dhe pro të djathtës, me shkallë të

---

<sup>6</sup> Shih: Stefano Zecchi, *Njeriu është çka ai sheh – Televizioni dhe Publiku* (Tiranë, Shekulli, 2006).

ndryshme të anshmërisë dhe të ndikimit, në Kosovë media, sidomos ajo televizive, ka qenë vazhdimisht kundër të djathtës dhe pro të majtës (asaj që njihet si ish-establishtet politik i UÇK-së, e cila pas luftës formoi parti politike dhe sot është në pushtet). Për shkak të dominimit ideologjik, politik e financiar mbi transmetuesin publik, RTK-në, ai mbetet sot e kësaj dite i mbështjellë me vel të pastër politik. Për shkak të origjinës themelndikuese të donacioneve, disa medie tjera janë të krijuara “për ta realizuar synimin e shoqërisë së hapur ose shoqërisë multientike. Për shkak të ndikueshmërisë së drejtpërdrejtë të politikës qeverisëse mbi mediet përmes parasë publike, të tjera medie në Kosovë mbesin të varura financiarisht (prandaj edhe politikisht) nga qeveria. Natyrisht, në këtë gjysmëerrësirë, ka medie, sikur është grupi “Koha”, i cili, megjithatë, e ka tejkaluar pjesërisht varshmërinë ideologjike dhe financiare në interes të sferës publike.

Kësisoj, në Shqipëri ndikimi i opinionit është më i vështirë në kuptimin e mundësisë së njërit krah të medias (thënë kushtimisht) për të pasur monopolin e ndikimit, në Kosovë faktikisht Radioja dhe Televizioni Publik i Kosovës ka qenë i kontrolluar që nga themelimi dhe kontrollohet edhe sot e kësaj dite nga partia që sot është në pushtet, PDK-ja, ose nga strukturat e saj parapolitike. Duke qenë se RTK-ja ka shtrirje të gjerë tokësore dhe satelitore dhe shikueshmëri relativisht të madhe në Kosovë, edhe mundësia që përmes saj të ndikohet / manipulohet opinionin publik është shumë më e madhe sesa përmes televizioneve të tjera, të cilat pretendojnë “paanshmëri”. Madje, Ligji për RTK-në, i miratuar vetëm së fundi në Kuvendin e Kosovës, më shumë për shkak të presionit ndërkombëtar sesa si imanencës ligjbërëse në Kosovë, shpreh qartë tendencën e partisë në pushtet për ta mbajtur atë në vazhdimësi nën kontroll.

Tregu medial, megjithatë, nuk mund të trajtohet vetëm brenda këtyre dy qendrave mediale e kulturore, pa e hetuar ndërvarshmërinë që ato kanë në njërin, përkatësisht në hapësirën tjetër.

Cili është, pra, ndikimi që mediet në Shqipëri, të cilat e shfaqin haptas tendencën për spektakëlzim të individit, e kanë në Kosovë dhe anasjelltas: cili është ndikimi i medieve “frenuese”, të vetëkontrollueshme (sidomos ajo publike) në Kosovë e kanë në audiencën a audiencat qytetare në Shqipëri? A ka një ndikim reciprok,

përmes të cilit do të krijohej “baraspesha e gjykimeve” ose mesi i artë i të perceptuarit të rolit të individit në shoqëri, apo ndikimi peshon kryesisht nga njëri krah, duke e kthyer audiencën e përgjithshme shqiptare në një shoqëri të spektaklit ose të (vetë)kontrollueshmërisë politike?

Ky hamendësim na shtyn drejt analizimit të asaj që ne e quajmë “shprishje” e *tendencës spektakëlzuese*, përkatësisht, opinionkrijuese sipas përmasave politike, mes dy audiencave, si dhe kërkimit të rezulteteve të ndërndikimit ose, së paku, ndërkomunikimit medial mes Tiranës e Prishtinës.

Le ta ofrojmë një shembull, përmes të cilit duam ta sqarojmë më tej pikëkërkimin tonë. Sikundër dihet, mediet / televizionet në Shqipëri kanë audiencë mjaftë të gjerë në Kosovë, për ndryshim nga mediet e Kosovës të cilat pothuaj se nuk shikohen fare në Shqipëri (edhe kjo pikë referimi për tendencën spektakëlzuese, në njërën anë, dhe të vetëkontrollueshme politikisht përmes “informimit” politik, në anën tjetër). Por, pavarësisht “pëlqyeshmërisë” dhe shtrirjes që mediet e Shqipërisë e kanë në Kosovë, synimi i tyre për shtrirje të ndikimit (kontrollimit) të audiencës është i shpërputhshëm, madje edhe mes televizioneve të së njëjtës shtëpi mediale, ndonjëherë. Pavarësisht faktit që, ta zëmë, “Top Channel” është shumë kritik ndaj qeverisë së kryeministrit Berisha dhe përkrahëse (le të na lejohet që ta themi këtë kushtimisht) e udhëheqësit socialist, Edi Ramës, popullariteti i Berishës në Kosovë është pakrahasimisht më i madh se ai i z. Rama (nëse z. Rama ka ndonjë lloj popullariteti në Kosovë!). Ndërkohë që shikueshmëria dhe besueshmëria ndaj informacionit të bartur nga ky medium është relativisht e gjerë! Ky lloj paradoksi mund të shpjegohet vetëm përmes faktorëve sociologjikë dhe socio-politikë, të cilët nuk janë, megjithatë, thelbi i këtij kërkimi.

Ose, rasti i përkundërt: megjithëse televizioni “Klan” është mbështetës i hapur i z. Berisha dhe kritikues i ashpër i z. Rama, audienca e këtij televizioni në Kosovë është pakrahasueshmërisht më e vogël në raport me televizionin “Top Channel”!!

Sikur vërehet lehtësisht, audienca në Kosovë e ka bërë ndarjen e qartë ndërmjet cilësisë së programit ose nivelit të argëtimit - në njërën anë, dhe informimit anues të televizioneve shqiptare - në anën tjetër.

Një tjetër rast interesant paraqet televizioni “binjak” i tv “Klan”-it në Kosovë, televizionit “Klan Kosova”, i cili si për nga cilsia programore, por edhe për nga politikat redaksionale dallon qartazi nga bërthama e tij në Tiranë. Derisa televizioni “Klan” në Tiranë, siç e thamë, është mbështetur i së djathtës në Shqipëri, “Klan Kosova” dhe bartësit (vartësit) e tij kryesorë, njihen si mbështetës të pakursyer të së majtës në Kosovë, pra qeverisjes aktuale të Thaçit. Në këtë gjendje të pafund paradoksi, pyetja që mund të lindë është: A është politikë e televizionit “Klan” që t’i mbështesë partitë që janë në pushtet, apo e djathta në Shqipëri ndihet më e afërt me të majtën në Kosovë?! Apo, ndoshta, mediet private në Kosovë janë të shtrënguara të përkrahin gjithnjë dhe pakursim partinë qeverisëse (madje, pa e kursyer as profesionalizmin e nëpërkëmbur politikisht)?! Po mjaftohemi me gjykimin se kjo përbën një anomali të theksuar në relacionin mediatik, të cilin po e shqyrtojmë këtu.

Një gjendje e tillë, e zyrtë në dukje, e bojatisur dyngjyrësh: me të bardhën ndaj të zezës, e cila pastaj shndërrohet në betejë të së zezës ndaj së bardhës – në Shqipëri, dhe të së zezës ndaj së paqenës – në Kosovë, bëhet skajshmërisht më e dukshme nëse analizohen raportet praktike të qytetarit / individit me mediet. Televizionet në Shqipëri, të cilat, po e rinëvizojmë, e synojnë “shtetin e dritave” duke e tjetërsuar ose moslejuar zhvillimin e individit e të gjykimit të pavarur medial e politik, duke e mbajtur atë “nën hijen e spektaklit”, duke ia kujtuar atij vazhdimisht spektrin dyngjyrësh zi-e-bardh; televizioni në Kosovë, ndërkaq, në mungesë spektri, synon që ta kontrollojë individin me gjuhë të drejtpërdrejtë dhe jo të tërthortë, pra duke mos synuar “shtet dritash”, për shkak të refuzimit të spektakëlzimit të individit, por duke ia shitur atij “të vërtetën” politike si produkt raportesh mediale. Në të dy rastet, individi, si dhe gjykimi i tij i pavarur, mbeten peng i anonimitetit të krijuar për shkak të efektit prozhmues të dritave – në Shqipëri, ose për shkak të indiferentizimit kulturor, të prodhuar nga media politike – në Kosovë. Në të dy rastet, madje, gjykimi i pavarur përkon me hapësirën e dramës individuale, por nuk ngrihet në nivel të përgjegjësisë individuale ndaj kulturës së individit a të shoqërisë. I duhet “spektakëlzimi” që ta trajtojë qenien e vet të barabartë në një “shtet dritash”, ose “indiferentizëm i plotë

publik” që ta trajtojë qenien e vet të humbur në një shoqëri të kontrollueshme informativisht. Të dyja këto gjendje e mbajnë atë larg kufirit të poshtëm të të qenit qenie aktive politike (“zoon” aristotelian), e cila gjykimin e pavarur nuk e ndërton si pjesë të nënshtrimit të qenies ndaj tendencave mediale, por në raport me profesionalitetin e tyre, të cilit ia kundërvë kulturën personale dhe vizionin për harmoninë kulturore kolektive.

A është, prandaj, spektakli ose manipulimi publik (lexo: inertësia politike), masë për krijimin e gjykimit të pavarur? Më tej, a janë këto premisa shkallë kritike, në të cilat do të mund të mbështeteshim për të gjykuar drejt për nxitshmërinë e opinionit publik? Besojmë se jo. Të dyja gjendjet flasin për opinion publik ende të kontrollueshëm, i cili praninë e domosdoshme e trajton si mundësi, por atë ia përshtat formës së imponuar, madje duke e këputur perin e ndërveprimit me të, ose duke qenë krejtësisht inert, por prapë krejtësisht joveprues, ndaj tij. Gjykimi i tij i pavarur ruhet si i tillë deri në pikën e përshtatjes, ose pikëprekjes me formën e imponuar nga televizioni. Përtej saj, gjykimi i tij është i paragjykuar nga hapësira e lejueshme e pjesëmarrjes. E, ky përkushtim për përshtatje ndaj formës, në mediet e Shqipërisë, ose i mungesës së plotë të raporteve me të, në Kosovë, nënkupton *tjetërsim të lirisë së mendimit të pavarur dhe, rrjedhimisht, mungesë të opinionit publik* i cili do të ishte *gjykues i pavarur dhe, rrjedhimisht, do të kishte një lloj peshe të vërejtshme në krijimin e mendimit publik.*

Kësisoj, *gjykimi i opinionit shndërrohet në gjykim për opinionin.* Në një shoqëri në ndryshim, kur masa totalitare ruhet si kujtesë, gjykimi për opinionin e ngushton skajshmërisht shumë hapësirën vepruese, duke e tjetërsuar atë në hapësirë konformuese, në të cilën gjykimi i pavarur, tashmë i përshtatur në formë, shihet si vegzë ndërlihdheje me shoqërinë dhe me disponueshmërinë publike për *viktimizim të hapësirës individuale krijuese.* Inertësia në gjykim, e përkundërt me elitat, por e shtrirë në hapësirat debatuese publike, i vë në krizë edhe ato.

## ***Mediatizimi / Politika me mediet***

Pikërisht për shkak se koncepti i televizionit dhe i produktit të tij medial në Shqipëri është ndërtuar në formën e spektakleve, në të cilat “argëtimi” pa e përfillur etikën qytetare / publike përbën synimin kryesor të tyre, edhe debati publik politik, parlamentar, mediatik e televiziv konceptohet dhe ndërtohet në të njëjtën formë, pra në formë të *spektaklit politik*, që pavarësisht “egërsisë” debatuese, shihet si atraktiv dhe, pothuajse, argëtues për audiencën televizive shqiptare. Shpeshherë debatet stërkeqen dhe e lejojnë si “mjet loje” fyerjen personale ndërmjet debatuesve, e kjo ndikon që televizionet ndonjëherë ta vënë theksin pikërisht përmbi to, duke e anashkalluar krejtësisht e pjesërisht thelbin a substancën e debateve publike a politike. Ky lejim dhe përligjja e këtyre “mjeteve” në debatet publike e ka një synim joetik: përmes kësaj loje ato duan që ta zgjerojnë “hapësirën e dritave publike” e cila, qoftë edhe tërthorazi, vlerësojnë se u ndihmon atyre (televizioneve) që t’i zgjerojnë audiencat televizive!! Pastaj, edhe vetë tendenca e televizioneve për të nxitur debate të tilla duket sikur është e qëllimshme, ndryshe vetë media do të duhej të vihej në krye të përpjekjeve për ta ndryshuar një qasje të tillë të diskutimit publik. Pse?! A është ky *diskursi dominant* i gjithë shoqërisë shqiptare, apo debatet politike televizive janë shndërruar tashmë në “teatër” për argëtim masash?!

Në të vërtetë, një nga aspektet që mund të jetë ndikues në këtë lloj diskursi të përfaqësuesve politikë nëpër debatet publike e televizive është synimi i tyre për ta dëshmuar sa më shumë “besnikërinë” e tyre ndaj eksponentëve politikë, të cilët konsiderohen si portë për realizimin e ambicies së tyre. Sa më *doktrinar / indoktrinues* dhe agresiv e refuzues ndaj argumenteve të kundërshtarit politik të jetë përfqësuesi i caktuar politik, aq më me simpati do të shihet roli i tij politik.

Një tendencë e tillë e përplasjes në debatet televizive ka filluar të përhapet edhe në Kosovë, pikërisht sepse televizionet e Shqipërisë janë mjaftë të shtrira dhe të shikuara edhe këtu. Mirëpo, për ndryshim nga televizionet në Shqipëri, në emisionet televizive në Kosovë, debatet janë shumë më pak dinamike e agresive, rrjedhimisht edhe

shumë më pak polemizuese dhe qarkulluese idesh. A është kjo shenjë e emancipimit dhe e kulturimit të politikanëve të Kosovës apo shoqëria akoma nuk është mjaftueshëm e hapur dhe e lirë për t'i diskutuar të gjitha problemet me të cilat ballafaqohet? Një studim empirik – krahasues mbase do t'i qartësonte këto raporte.

### ***Opinionit (i projektuar) i televizionit / Fuqia “elektorale” e opinionistëve***

Pasoja “logjike” në këtë rrjedhë është synimi i televizionit / medias për ta projektuar opinionin dhe për t'ia imponuar atë publikut, pra për ta ndërshtënë të vërtetën e vet si gjendje faktike / reale. Kështu, televizioni / media si opinionkrijuese mbi zhvillimet e përgjithshme shoqërore pretendon të ushtrojë ndikimin e vet edhe në përcaktimin e qasjeve dhe kaheve të politikës në raport me këto zhvillime. Nëse media do t'i përfaqësonte interesat e opinionit publik në këtë tendencë të saj, pra sikur ajo të ishte një mekanizëm ndikues i publikut dhe i shoqërisë civile në strukturat shtetërore/politike, kjo mbase edhe do të mund të ishte e drejtë dhe legjitime. Madje, shembuj të tillë të medias së pavarur të cilat e bartin këtë gjykim në interes të publikut gjenden në botën përendimore e liberal-demokratike. Por, në rastet e Shqipërisë dhe të Kosovës, roli i medias në projektimin / krijimin e opinionit paraqet një tendencë tjetër të *instrumentalizimit social e politik* të audiencës (si individ dhe si kolektivitet).

Kështu, media në Shqipëri, por edhe në Kosovë, ka përzgjedhur një kastë opinionistësh, të cilët me dijen e tyre të (pa)varur paraqesin gjykime të shumëllojshme (për ide, tema e dukuri nga më të ndryshmet, duke i shndërruar ata në opinionistë “të gjithëdijsëm”), duke ndikuar kështu në krijimin e opinionit publik. Synimi i televizioneve, përmes këtyre “opinion-emisioneve” si “shoë-opinione” është që, duke qenë në supremaci si burim informimi për qytetarët, ato (televizionet) ta paracaktjnë edhe vullnetin politik të audiencës së tyre, e cila asisojesh projektohet si trupë potenciale votuese. Vendosja e politikanëve përballë opinionistëve gjatë periudhës së fushatave elektorale, si edhe në cilëndo periudhë tjetër, ua ka konstruktuar këtyre të fundit imazhin e “neutralëve” dhe

“tagrin” e gjykimit. Një përballje përfundimtare në njërën nga arenat opinioniste televizive mund të jetë thelbësore për fatin elektoral dhe politik të një lideri që synon fitore në zgjedhje. Jo rrallë, krejt kjo mund të jetë një improvizim, siç ka të ngjarë të ketë qenë disaherësh në Shqipëri dhe sidomos në Kosovë, ku opinionistët të cilët janë të thirrur të artikulojnë mendim të pavarur, e vartësojnë mendimin e tyre nga kastat politike të cilave u shërbejnë.

Ka, megjithë këtë, raste që media ka arritur që këtë opinion ta bartë në gjykim të përgjithshëm të opinionit publik. Të paktën një herë televizionet në Shqipëri dhe në Kosovë, si projektuese të opinionit publik, kanë arritur që të ndikojnë në krijimin e opinionit mbisundues publik për zhvillimet politike, për nevojën e domosdoshme dhe të pashmangshme për ndryshime politike në qeverisje. Rasti i parë është ai i vitit 2005, në Shqipëri. Në atë kohë mediet i intensifikuan kritikata ndaj qeverisjes së atëhershme të socialistëve duke mos lënë edhe më të voglin lëshim dhe skandal pa e paraqitur dhe duke i dhënë qartazi hapësirë alternativës politike të së djathtës. Pavarësisht vërtetësisë së nevojës për ndryshim dhe rotacion pushteti në vitin 2005, televizionet shqiptare (por edhe mediet e shkruara) e kishin rreshtuar veten në anën e opozitës (përveç Radios dhe Televizionit Shqipar). Duam ta nënvizojmë një të dhënë: nëse më 2005 socialistët ishin të diskredituar në qeverisje, media, njësoj si opozita, i paraqiste / propagandonte ata si totalisht të diskredituar. Një vërtetim i heshtur profesional mund të nxjerrë në pah një tendencë të ngjashme për ndikim të medias në zhvillimet e ardhshme elektorale edhe tani, por tash kundër të djathtës dhe pro të majtës, por gjithsesi jo e njëjlojtë me atë vitin 2005.

Në Kosovë, në vjeshtën e vitit 2007, pak para shpalljes së pavarësisë dhe pas vdekjes së kryetarit historik të Kosovës, dr. Ibrahim Rugovës ( më 21 janar 2006), media televizive (dhe e shkruar) arriti ta krijonte / impononte një lloj opinionin në publikut se tashmë ka ardhur koha që të ndodhë rotacioni politik dhe që Lidhja Demokratike e Kosovës (LDK), e cila e kishte udhëhequr Lëvizjen për shtetin e Kosovës nga fundvitet '80 deri në fundvitet '90, duhej të kalonte në opozitë dhe Kosovën drejt “cakut përfundimtar” duhej ta çonte Partia Demokratike e Kosovës (PDK)! Në fakt, siç e kemi thënë



edhe më lart, duke qenë vazhdimisht e njëanshme (në favor të partisë që po vinte në pushtet), ideja e një projekcioni të tillë të opinionit kishte ekzistuar qysh herët, por ajo u bë e realizueshme pas pajtueshmërisë edhe të faktorëve të tjerë (joelektoralë), siç mund të ishte lehtësisht një pjesë e faktorit ndërkombëtar në Kosovë, i cili kërkonte partnerë për imponimin e kompromiseve të tjera, të përkundërta me aspiratat e shqiptarëve (sikur janë, ta zëmë, hyrja në bisedime pa parime të përcaktuara, ose anashkalimi i parimeve të palëkundshme, vënë në kohën e Rugovës). Sot kjo medie, e gjendur mes kurdhës e çekanit, ase Skilës e Karibdës, është e shtrënguar që t'i relativizojë kompromiset në raport me Serbinë dhe përmes informimit të kontrolluar dhe propagandimit të "opinionistëve" proqeveritarë, ta imponojë opinionin se shteti i Kosovës po shkon drejt "konsolidimit të pavarësisë", sikur kjo të ishte arritshmëri dhe jo fund logjik i një procesi (të stërzgatur)!

Përfundimisht, këto raste dëshmojnë se, si në Shqipëri ashtu edhe në Kosovë, nuk është arritur të krijohen "kushte mediatike" për ndikim të mirëfilltë në krijimin e opinionit të pavarur, të cilit do t'i referohej audiencia televizive / elektorati potencial. Në kërkim të hapësirave të jashtëvartësisë nga media në të cilën paraqiten, opinionkrijuesit seriozë përballen me sfidën e "mbytjes së zërit të tyre" ose të shndërrimit të lehtësishtëm në persona po aq anues sa edhe vetë mediumi i cili i ekspozon ata ndaj publikut të gjerë, gjykimi i të cilëve përkon në nivel pritjesh me atë që televizioni e ka formësuar si mjet dhe strategji krijimi të gjykimit kolektiv. A ka kufij të prerë mes pritjes së audincës, gjykimit të pavarur e profesional dhe mundësisë së pjesëmarrjes në një debat televiziv pavarësisht mendimit profesional, të formësuar paraprakisht, pra i cili mund të mos përkojë me "pritjet" që televizioni si mjet publik, i ka në raport me ta? A është e mundur, prandaj, një performancë "rebele" e ndonjë opinionisti, i cili nuk i ka parasysh audiencat e televizionit, apo kjo përfundimisht paraqet vetëm një "lojë" në një skenë të kontrolluar?!

## ***Opinionizmi spektakëlzues si trampolinë politike***

Përveç shërbimit që kasta e opinionistëve ua kryen pushtetit dhe partive politike në Shqipëri dhe në Kosovë (më shumë në Kosovë dhe më pak në Shqipëri), në të shumtën e rasteve, për një periudhë të shkurtër ky “lloj i opinionistit” përfundon në të njëjtën lozhë politike me ata që i kishte “mirë-gjykuar” gjatë periudhës kur jepte “opinionë të pavarura” në publik! Po e ofrojmë një shembull: Në Kosovë, para çdo fushate politike, PDK-ja e promovon “gardën” e opinionistëve, të cilëve, si kundërvlerë për gjykimet politike, ua shpërndan nga një post zëvendësministri ose deputeti!!! Po ta analizoni sot përbërjen e qeverisë, përkatësisht të Kuvendit të Kosovës, do të shihni *përfaqësues medial-politikë*, të cilët janë aty pa asnjë mbështetje votuesish (vetëm ndikimi i vendimmarrësve mbi votuesit militantë ua paravendos fatin!).

Edhe debati për Kodin e shumëpërfolur Penal, i cili i përmbante dy nene (nenin 37 dhe 38) të diksutushëm për kufizimin e lirisë së shprehjes, nxori në shesh shpërputhjen mes profesionit dhe afrive politike të gazetarëve, sikundër që e nxori në shesh edhe demagogjinë me të cilën sponsoruesi i kodit, ministri i Drejtësisë, i cili një herë i ftonte deputetët që ta votonin dhe herën tjetër thërriste për mosaprovim të tyre nga kryetarja e vendit (!!!). Të parët, gazetarët u akuzuan se flenë nën çarçaf qeveritarësh,<sup>7</sup> ndërsa të dytët (qeveria) s’patën nevojë të akuzoheshin fare, ngaqë tashmë gazetarët, shumica syresh, e kishin përfilluar ‘dialogun’ politik me qeverinë dhe demagogjinë e ministrit duhej ta trumbetonin si akt të paralajmëruar moral!

Ky fenomen tregon që “shoqëritë shqiptare”, si në Shqipëri ashtu edhe në Kosovë, akoma nuk kanë arritur, as në nivel mediesh e as në atë të opinionistëve, ta ndërtojnë “kulturën e interesit të publikut”, në të cilën personalitete publike jopolitike marrin përsipër që në periudha të caktuara, periodike a të rregullta, ta mbrojnë dhe promovojnë interesin e publikut, pa synuar promovimin personal

---

<sup>7</sup> Debat i organizuar nga universiteti AAB, në Ditën Ndërkombëtare të Medieve.

publik e politik. Ndërkohë që parimi i “aktivizmit” të shoqërisë civile nuk është marrja e pushtetit politik/qeverisë, por ndikueshmëria në përmirësimin e tij.

Janë të shumtë ata opinionistë të cilët e kanë ndryshuar qëndrimin e tyre kritik ndaj politikës në momentin që politika ka ndërtuar raporte të caktuara (bashkëpunuese) me ta (ta zëmë, një pjesë e opinionistëve kanë përfunduar si këshilltarë politikë apo deputetë të partive politike qeverisëse). Po kështu, janë të shumtë opinionistët të cilët për shkak të acarimit të marrëdhënieve (a interesave) personale me politikanë të caktuar, e shfrytëzojnë hapësirën publike për të sulmuar pa bazë këta politikanë, duke ndjellë urrejtje edhe te votuesi i cili nuk e njih “historinë e relacioneve në mes palëve”. E dhimbshme është se pikërisht media/televizioni është instrumenti ose mekanizmi i cili u jep hapësirë këtyre opinionistëve pa kredibilitet profesional (dhe moral) që ta ushtrojnë ndikimin e tyre personal mbi opinionin dhe votuesit për hesap të kampit politik që vetë media e mbështet.

Kështu, opinionistët televizivë shqiptarë në masën më të madhe janë të *instrumentalizuar*, por edhe *instrumentalizues*. Ata u shërbejnë interesave të konjunkturave të caktuara politike përmes *valëve instrumentalizuese të medias*, ndërkaq duke e bërë rolin e gjykuesit publik ata po ashtu synojnë ndërtimin e profilit të tyre publik në funksion të karrierave të ardhshme politike dhe vetëm rrallë e tek përqendrohen në interesin e mirëfilltë të publikut. Duket që edhe fati i shumë “analistëve” e “opinionistëve” është i ngjashëm me fatin e shumë “aktivistëve” të shoqërisë civile, të cilët pasi morën fondet e shumta për fuqizimin e aktivizmit qytetar, shpejt u shndërruan në parti politike, duke asimiluar po kaq shpejt edhe sjelljen politike “kundër” së cilës ishin angazhuar! Se a është ky “virtyt” edhe i qytetarit shqiptar, apo është vetëm ves i organizmave tanë civilë e politikë, mbetet hamendësim që kërkon të shqyrtohet e të debatohet gjatë brenda shoqërive shqiptare në Shqipëri e Kosovë.

A do të lirohen televizionet nga tendencat kontrolluese dhe a do ta stimulojnë gjykimin e lirë?

Problemi i tendencës së medias për ta kontrolluar gjykimin publik, si dhe për të ndikuar në opinionin publik, e, përmes tij, për ta rritur qasjen në vendimmarrjen politike, nuk përbën problem që lidhet

vetëm me medien në veçanti. Ky, në të vërtetë, është problem që reflekton një gamë më të gjerë problemesh që shoqëritë shqiptare (në Shqipëri e në Kosovë) i kanë në përpjekjet e tyre për ndërtimin e një sistemi politik e shoqëror mbi parimet e *lirisë* dhe të *demokracisë*. Janë një sërë faktorësh dhe segmentesh të këtyre shoqërive që duhet të *reformohen* mbi bazën e këtyre parimeve liberal-demokratike, që do t'i prinin (ç)lirimit të medias/televizionit nga tendenca e saj kontrolluese. Në radhë të parë, është *shoqëria civile* ajo që duhet të riformësohet në shoqëritë shqiptare. Si në Shqipëri, ashtu edhe në Kosovë, shoqëria civile nuk ka arritur të ndërtojë profilin e saj si përfaqësuese e interesave të publikut, e cila “luftën” e saj me qeverinë do ta zhvillonte duke u mbështetur në parimet e interesit publik, dhe jo duke u shndërruar – qoftë edhe pavetëdijshëm - në “trampolinë” të individëve të kësaj “shoqërie” për t’u qasur në lojën e pushtetit politik.

### ***Bibliografia:***

- Debord, Guy. *Shoqëria e Spektaklit*, Tiranë: Gaid Margot, 2009  
Desombes, Vincent. *Vetja dhe Tjetri*, Tiranë: ISP & Dita 2000, 2008  
Zecchi, Stefano. *Njeriu është çka ai sheh*, Tiranë: Shekulli, 2006