

# *Gjeografia e lajmit në median e shkruar sipas nivelit të lokalizuar!*

Zylyftar Bregu\*

## **Abstrakt**

Qëllimi i këtij punimi është vëzhgimi dhe analiza e gjeografisë së lajmeve në median e shkruar në Shqipëri. Gjashtë gazeta të përditshme të cilat përfaqësojnë katër tipe të ndryshme të medias së shkruar janë studiuar për 30 ditët e muajit prill 2015, mbi gjeografinë e lajmeve, sipas pesë niveleve hapësinore. Së pari, lajmi global-kontinental (Europa), së dyti ai regjional-ballkanik, së treti ai kombëtar, së katërti ai rajonal (qarku) e së fundi ai lokal. Analiza është realizuar në disa rrafshë njëherazi; Fillimisht është vëzhguar tematika e informacionit për secilin hapësirë gjeografike bazuar në strukturën e zakonshme të medias së shkruar shqiptare; aktualitet, politikë, ekonomi, social, art-kulturor, etj. Së dyti janë evidentuar gjinitë nëpërmjet të cilave përcillet informacioni (lajm, analizë/koment, reportazh, intervistë) dhe a përcaktohet zhanri varësisht nga vendi prej nga vjen informacioni. Së fundi është monitoruar autorësia e lajmeve për secilin nivel gjeografik prej nga raportohet.

Artikulli konstaton raportin mes informacionit bazuar nga koncepti hapësinor, arsyet e këtij raporti dhe specifikat e këtij raportimi.

Metodologjia e përdorur është ajo e matjes dhe analizës së produktit/informacionit në median e shkruar, sigurisht e mbështetur në literaturën teorike. Janë përzgjidhur disa të përditshme që publikohen në Tiranë; të përditshme që janë organet zyrtare të partive kryesore, përkatësisht “Zëri i Popullit” dhe “Rilindja Demokratike”. Dy media që deklarohen të pavarura, përkatësisht “55” dhe “Dita”, një e përditshme të qendrës “Panorama” si dhe një e përditshme që është zgjatim i disa aktiviteteve të tjera, gazeta “Mapo”.

Analiza është sasiore dhe cilësore.

**Fjalët kyçe;** *gjeografia e informacionit; lajm lokal, lajm kombëtar, lajm ndërkombëtar; burim.*

---

\* Zylyftar Bregu, PhD, Pedagog në Departamentin e Gazetarisë dhe Komunikimit, Universiteti i Tiranës, breguz@gmail.com

Punimi i mëposhtëm synon të vëzhgojë se cila është gjeografia e lajmit që publikohet në të përditshmet shqiptare, cilat janë zhanret me të cilat përcillet ky informacion si dhe autorësia e këtij informacioni. Hipoteza e punimit është të verifikojë, konfirmojë apo argumentojë mungesën e lajmit lokal, mbizotërimin e informacionit politik dhe gazetarisë anonime në të përditshmet shqiptare. Përfundimet e dala gjatë vërtetimit të hipotezës mund të jenë tregues edhe të arsyeve për braktisjen që audiencia i ka bërë medias së shkruar.

Metodologjia e përdorur është më së shumti analiza sasiore, bazuar në disa tregues cilësorë të gjashtë gazetave të përditshme shqiptare. Janë zgjedhur katër tipologji gazetash, të cilat janë analizuar për 30 ditët e muajit prill 2015.

“Panorama” është marrë me statusin e pranuar gjerësisht, si gazeta më e shitur për momentin në Shqipëri. Janë marrë organet zyrtare të dy partive kryesore në vend, “Zëri i Popullit”, organ i Partisë Socialiste të Shqipërisë, aktualisht në qeveri, si dhe “Rilinda Demokratike”, zëri zyrtar i Partisë Demokratike. Këto dy gazeta janë marrë në analizë, si media, të cilat nuk funksionojnë mirëfilli si biznese mediatike. Ato financohen nga partitë politike që i kanë. Më pas, janë marrë në shqyrtim dy gazeta të tjera, që deklarohen si të pavarura dhe i kushtojnë më shumë vëmendje analizës, “55”, dhe “Dita”. Së fundi, gazeta “Mapo”.

### ***Lajmi, zhanri që mbizotëron ende në median e shkruar!***

Afro një dekadë e gjysëm, pas revolucionit digjital që ka goditur më së shumti median, sidomos atë tradicionale, gazetat ende nuk kanë arritur të orjentojnë në “tekat” e audiencave të reja. “Të përditshmet s’mund të kënaqen më me dhënien e lajmeve të një ditë më parë”, thotë Eric Scherer.<sup>1</sup> Të përditshmet duhet të jenë të mbushura me analiza, komente, reportazhe dhe artikuj të thelluar ose investigativë,

---

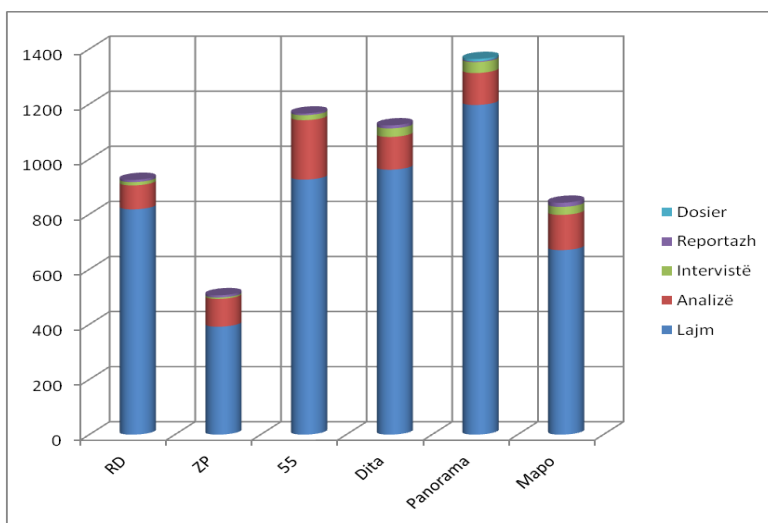
<sup>1</sup> Scherer.Eric, *A na duhen më gazetarët*, Tiranë, Papirus, 2012, fq.82

zhanre që deri tani kanë qenë “pronë” e gazetave apo revistave të përjavshme.

Mirëpo nga monitorimi i të përditshmeve shqiptare konstaton se “lajmi informativ”, newsi vazhdon të mbushë hapësirat e faqeve të tyre. Ai është produkti kryesor që i ofrohet audiencës, 12-24 orë pasi ka ndodhur. Edhe pse audiencia “tag”-ohet nga newsi në ccdo moment të ditës, qoftë nëpërmjet televizioneve informative, të paktën katër syresh të tillë janë në transmetim 24/7 në Tiranë, apo nga sitet online, disa prej të cilave, site të vetë gazetave të shkruara.

Nëpër gazeta mungon raporti investigativ, mungon reportazhi. Fotografia ka mbetur si një element forme në një faqe, ajo është më së shumti ilustrative dhe në fare pak raste, foto e ditës, foto e lajmit, foto informative. Nëpër faqet e të përditshmeve shqiptare, nuk gjendet grafiku ilustrues, etj.

Më poshtë kemi grafikun mbi zhanret që gjenden në gjashtë të përditshmet e monitoruara.



*Grafiku nr.1. Mbi zhanret e lëvruara në gjashtë gazetave të monitoruara!*

Të përditshmet shqiptare, duket se ende nuk e kanë kuptuar se njerëzit nuk do t'i blejnë gazetave për të lexuar lajmet e së djeshmes.

Analiza mbi “lajmin” shkon edhe më tej, duke vëzhguar dhe ndarë edhe tematikën e informacionit, për të cilin raportojnë të përditshmet e përzgjedhura për këtë artikull.

Është i dukshëm, që në të gjitha gazetata e monitoruara mbizotëron lajmi politik. Madje, thuajse në të gjitha të përditshmet lajmi politik në hapësirë, është më i madh, ose në rastin më të mirë i barabartë më shumë e të gjitha lajmeve me tematika të tjera në gazete (me lajmin mbi krimin ‘kronika e zezë’, mbi ekonominë, zhvillimet sociale, kulturën, botën apo ngjarjet sportive). Mundet që mbizotërimi i lajmit politik përgjatë periudhës së monitorimit të ketë edhe një arsye shtesë. Muaji prill ishte pragu i fillimit zyrtar të fushatës elektorale, për zgjedhjet lokale të 21 qershorit 2015<sup>2</sup>, por në praktikën e partive politike fushata nis dy muaj, madje ndonjëherë më pare se dy muaj, se sa data zyrtare e fillimit të saj.

Pavarësisht “inflacionit” të lajmeve politike në të përditshmet shqiptare, cilësia e raportimit është shumë larg standardeve profesionale, e akoma më larg karakteristikave të gazetarisë publike. Në mjaft raste shkrimet në të përditshmet janë informacione të shtresës së parë, që bazohen në njoftimet për shtyp, deklaratat apo kronikat televizive, që gjithashtu janë të përgatitura nga studiot e montazhit të partive politike.

Kjo është vetëm njëra pjesë e simbiozës mes gazetarisë dhe medias në Shqipëri. Pjesa tjetër është fiks ashtu siç e përshkruan Jamieson, 22 vite më parë, “Në skemën strategjike kandidatët shihen si performues, reporterët si kritike teatralë, audience si spektatorë. Qëllimi i performuesit është të ‘fitojë’, votat e elektoratit, që të projektohet në performancë në sondazhe. Sondazhet përcaktojnë nëse kandidati do të caktohet në rolin e favoritit apo të humbësit, nëse kandidati do të përshkruhet si arritës i qëllimeve, ose si në përpjekje për ti arritur ato, dhe përcaktojnë po ashtu se si do të interpretohen aktivitetet e inskenuara apo të painskenuara të kandidatit. Në skemën strategjike

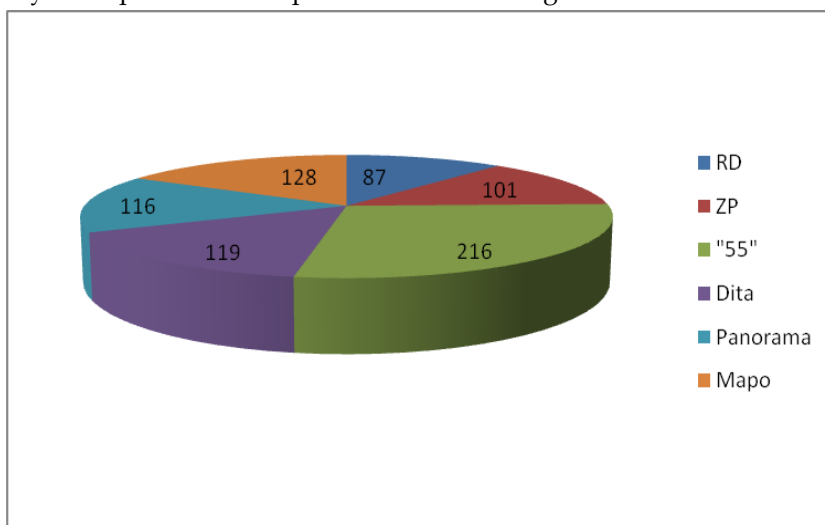
---

<sup>2</sup> Sipas Neni 77 të Kodit zgjedhor të Republikës së Shqipërisë, Fushata zgjedhore fillon 30 ditë para datës së zgjedhjeve dhe përfundon 24 orë parë datës së zgjedhjeve. Ligji, Nr.10 019, datë 29.12.2008, Fletore Zyrtare. Nr.189, fq.9305.

kandidatët nuk flasin për zgjidhjen e problemeve, por për ‘strategjitë’ e ‘çështjeve’. Gjuha e skemës strategjike është ajo e sportit dhe e luftës”.<sup>3</sup>

Pas lajmit politik, në faqet e të përditshmeve, vijnë njoftimet e policisë mbi ngjarjet e kronikës së zezë. Të përditshmet ngjajnë në këtë mënyrë me buletinet policore. Këto të fundit, vlerën më të madhe në gazetë e kanë vetëm tek zgjerimi i hartës së informacionit, e cila në mungesë të tyre do të dukej shumë më e kufizuar.

Pas, lajmit në faqet e të përditshmeve lexuesit do të mund të gjejnë zhanret e mendimit, (opinione, komente dhe analiza), të cilat janë kryesisht për zhvillimet politike vendase dhe globale.



*Grafiku nr.2. Numri i zhanreve të mendimit në gazetatat e monitoruara*

Në lidhje me analizën është për tu evidentuar fakti që të përditshmet publikojnë opinione, komente dhe analiza pa autor. Numrin më të madh të këtyre zhanreve të mendimit, anonime e ka gazeta “55” e cila ka publikuar 25 artikuj të tillë pa autorë. Pas saj, vjen gazeta “Rilindja Demokratike”, më 15 të tillë dhe në vendin e tretë renditet gazeta “Dita” më 11 të tillë. E përditshmjja “Panorama” nuk ka asnjë koment, analizë apo opinion pa autorësi. Gazeta “55” ka

<sup>3</sup> Jameson, K.H. The subversive effects of a focus on strategy in news coverage of presidential campaigns’, 1993.

edhe numrin më të madh të zhanreve analitike të marrë nga një media tjetër, plot 58 artikuj të publikuar përgjatë muajin prill 2015.

Në vend të tretë vjen zhanri i intervistës. Është interesant fakti se numri i intervistave që janë marrë nga mediat e tjera, është thujse i njëjtë në të gjitha gazetatat e monitoruara. Kështu, dy gazetatat politike kanë numër të njëjtë të intervistura të marra nga mediat e tjera, duke ju njohur këtyre mediave autorësinë e intervistës. Gazetat “Mapo” dhe “Panorama”, gjithashtu kanë numër të njëjtë të intervistave të huazuara nga mediat e tjera, nga 8 secila. Gazeta “Dita” ka vetëm një më pak, pra 7 dhe numrin më të pakët të intervistave të marrë nga mediat e tjera e ka gazeta “55”, vetëm 4. Mirëpo kjo gazetë, (55), bashkë me gazetën “Mapo”, kanë numrin më të madh të intervistave pa autor, nga 8 secila. Numrin më të vogël të intervistave pa autor e ka gazeta “Panorama” dhe zëri zyrtar i Partisë Demokratike, “RD”, nga katër secila. Ndërsa gazeta “Dita”, ka pesë intervista pa autor. Intervista pa autor është rezultat i dy rrethanave; së pari intervista mund të jetë marrë nga një media tjetër, por nuk është evidentuar autorësia e medias tjetër, së dyti auto-intervista.

Ndërkohë që numrin më të madh të intervistave në tërësi, si dhe të intervistave të kryera nga gazetarët e ka gazeta “Panorama”. Kjo e përditshme përgjatë 30 ditëve të muajit prill ka gjithësej 39 intervista, nga të cilat 25 të realizuara nga gazetarët e saj.

Zhanri më i rrallë në faqet e të përditshmeve është reportazhi. Numrin më të madh të reportazheve e ka gazeta “Mapo”, e cila ka gjithësej 15 reportazhe, ose çdo dy ditë një të tillë në faqet e saj. Por, vetëm 30 përqind të tyre ka realizuar nga gazetarët e saj, 7 reportazhe i ka marrë nga mediat e tjera, dhe 4 të tjerë figurojnë pa autorë. Ndërsa numrin më të pakët të reportazheve përgjatë muajit prill e ka gazeta “Panorama”.

### ***Gazetaria anonime!?***

Kurba e mosbesimit ndaj medias tradicionale ka njohur rritje të vazhdueshme, por shpejtësia e rritjes është shtuar së fundmi vitet e fundit. Gati gjysma e amerikaneve (46 %) thonë se lajmet mbi ngjarjet kombëtare apo shtetërore i marrin së pari nga faqet onlinë. Sitet

onlinë, lënë shumë mbrapa tashmë televizionin, i cili përdoret nga 25 përqind e amerikanëve, radios, që përdoret nga 14 përqind dhe gazetave që përdoren vetëm nga 12 përqind e amerikanëve për tu informuar.<sup>4</sup>

Për Eric Scherer shkaqet e rritjes së mosbesimit janë të shumta. “Publiku e sheh mirë tashmë përmes internetit mungesën e serioziteve të ekskulziviteteve dhe ndonjëherë të ekspertizave, ai vë re se lajmet që vijnë më së shpeshti nga agjensitë e shtypit, ose komunikatat për shtyp, janë kati kudo, po ato, ai dëshpërohet për varfërinë, mungesën e guximit dhe vijueshmërisë në pyetjet që u drejtohen të mëdhënjeve të kësaj bote. Shumëfishimi i burimeve anonime “të paautorizuara”, “të sigurta”, “të afërta”, “në rrethin e”, etj, nuk ndikojnë aspak, ashtu siç ndikojnë edhe opinionet e maskuara pas formulave të turbullta “disa mendojnë se...” dhe e zmadhon ndjesinë e largësisë.

Cunamit dixhital që ju shtua edhe kriza ekonomike çoi në rrudhjen e redaksive dhe shkrutimin e mjaft vendeve të punës për reporter. Kjo situatë çoi në sfidën e detyruar “të bësh më shumë me më pak”. Por, media tradicionale deri tani e ka humbur këtë sfidë.

Edhe pse nuk ka studime të qarta për numrin e personelit të shkurtuar së fundmi nga redaksitë e të përditshmeve shqiptare, ky tashmë është një fenomen i dukshëm. Pos reduktimit të redaksive, gazetarët përballen edhe me parregullsinë në pagesat e pagave. “Në 23 gazetat e përditshme socio-politike të vendit vetëm në 4 prej tyre respektohen dhënia e pagave korrekte në kohë dhe ato janë Panorama, Gazeta Shqiptare, Shqiptarja.com, Shqip. Në 19 gazetat e tjera vonesat janë të përhershme dhe gjithashtu edhe ikjet e gazetarëve nga puna pa përfituar shpërblimet e punës së kryer”, deklaroi në datën 3 maj 2015, në ditën ndërkombëtare të shtypit, Aleksandër Çipa, kryetar i Unionit të Gazetarve Shqiptarë.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> We Media/Zogby Poll: Who will lead us to a better future? (Parë për herë të fundit më 04/07/2015). <http://wemedia.com/2009/02/25/betterfuturesurvey/>

<sup>5</sup> Marrë nga <https://www.facebook.com/UnioniIGazetarveShqiptare>

Ka gjasë, që fenomeni i reduktimit të redaksive të jetë më i theksuar se sa në SHBA apo vende të tjera. “Në SHBA në pak më shumë se 15 vjet janë zhdukur një e katërta deri një e treta e personelit të redaksive të gazetave të përditshme! <sup>6</sup> E njëjta shifër edhe në Britaninë e madhe.

Gazeta “Rilindja Demokratike” që publikohet gjashtë ditë në javë, ka të paktën 24 faqe çdo ditë. Sepse në fundjavë mundet ti shtohen disa faqe të tjera. Por, shkrimet nënshkruhen nga tre gazetarë të saj.<sup>7</sup> Një raport sfillitës nëse llogarit kontributin që duhet të mbajë secili prej gazetarve për gazetën. Të tre këta gazetarë kanë nënshkruar 193 shkrime përgjatë gjithë muajit prill. Por, kjo shifër është më pak se 30 përqind të artikujve të publikuar, krahasuar më 717 artikuj të tjerë anonimë të publikuar në faqet e gazetës “RD”.

Gati në të njëjtën situatë jemi edhe me të përditshmen tjetër politike, “Zëri i Popullit”. Edhe në këtë gazetë, nga monitorimi rezultojnë 3 gazetarë, të cilët përgjatë muajit prill kanë nënshkruar 74 artikuj, kundrejt 348 artikujve të tjerë anonimë.

Raportin më të zhdrejtë midis artikujve anonimë dhe me autorë e ka gazeta “55” e cila ka vetëm 9 artikuj të nënshkruar nga gazetarët. Dhe 895 artikuj të tjerë janë pa autor.

E pas kësaj vjen gazeta “Mapo”, e cila në totalin prej 851 artikuj përgjatë gjithë muajit prill, ka vetëm 73 artikuj me autorë, 631 artikuj të tjerë janë anonim, 88 artikuj të tjerë janë marrë nga mediat e tjera dhe 59 artikuj, që kryesisht janë analiza, komente dhe opinione janë nënshkruar nga bashkëpunëtorët.

Ndërsa numrin më të vogël të artikujve anonimë e ka gazeta “Panorama”. Në numrin e përgjithshëm të lajmeve të botuara, 281 janë nënshkruar nga një gazetar. Ndërsa 790 nuk kanë autorësi. <sup>8</sup>

Përndryshe të tjerave, “Panorama” është e vetmja gazetë që ka edhe korespondentë në thujtje të gjitha qendrat e prefekturave në Shqipëri, madje edhe në disa prej qyteteve më të vogla. Kështu

---

<sup>6</sup> Scherer, Eric. *A na duhen më gazetarët*, Tiranë, Papirus 2012. fq.98

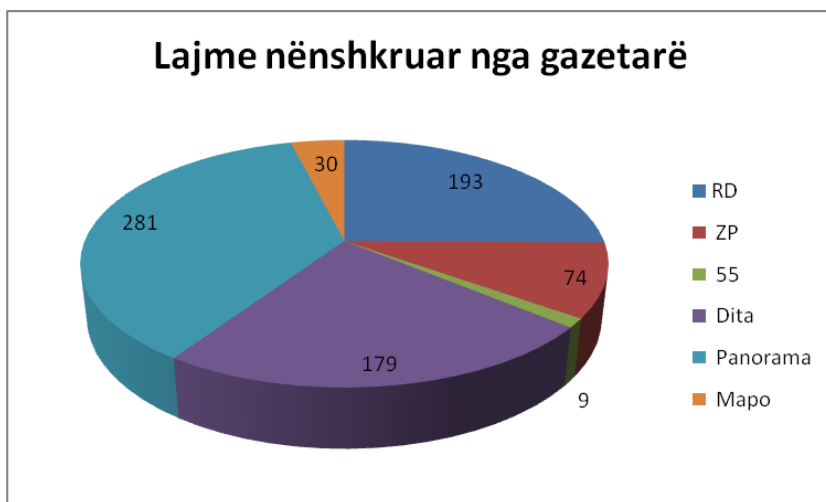
<sup>7</sup> Gazetarët që nënshkruajnë artikujt e gazetës “RD”, janë Rexhep Shahu, Entela Vrapit dhe Arben Shahini.

<sup>8</sup> Numrin më të madh të artikujve pa autor në këtë gazetë e zënë lajmet nga bota dhe rajoni si dhe lajmet sportive.

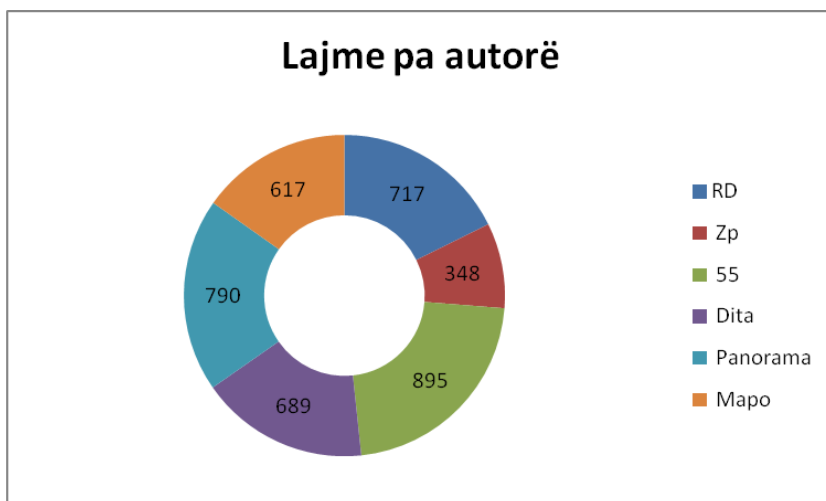


korespondentët kanë nënshkruar 123 artikuj që vijnë nga rrethet. Megjithëse një pjesë e konsiderueshme e këtyre shkrimeve janë njoftime të shkurtëra për ngjarjet e kronikës së zezë që ndodhin anë e kënd vendit.

Dy grafiqet e mëposhtme tregojnë më së miri, raportin e shkrimeve me autorë dhe të artikujve anonimë tek të gjitha gazetat e monitoruara.



*Grafiku nr.3. Numri i lajmeve të nënshkruara nga autorë gazetarë*



*Grafiku nr.4. Numri i lajmeve pa autorë*

## *Gjeografia e cunuar e informacionit.*

Pjesë e monitorimit të 6 të përditshmeve ka qenë gjeografia e informacionit të raportuar, duke ndarë pesë hapësira të ndryshme të vendndodhjes ose zhvillimit të ngjarjes së raportuar. Kështu, fillimisht janë lajmet nga bota, ose evropa. Së dyti, lajme që kanë ndodhur rreth e qark rajonit ballkanik. Hapësira e tretë lidhet me lajmet që kanë ndodhur në Tiranë, por që kryesisht kanë karakter kombëtar. Në vend të katërt janë lajmet që janë raportuar nga 11 qendrat e prefekturave nëpër Shqipëri. Dhe në vend të fundit është lajmi lokal, informacioni mbi ngjarjet nëpër qendrat e vogla në Shqipëri.

Në strukturën e të përditshmeve shqiptare lajmeve që vijnë jashtë territorit të shqipërisë i kushtohet kryesisht një faqe, por herë herë edhe dy faqe, që emërtohen “Bota”, “Ndërkombëtare”, apo “Rajon dhe Botë”. Zakonisht lajmet nga jashtë territorit shqiptar janë në pjesën e fundit të gazetës.

Kjo rubrikë më shumë duket si një rudiment se sa si vlerë e shtuar e mënyrës së informacionit që të përditshmet e shkrura ja ofrojnë publikut. Ky konkluzion arrihet, nëse shikon mënyrën dhe metodologjinë e përzgjedhjes së lajmeve ndërkombëtare. Të përditshmet e Tiranës, duket se nuk shqetësohen për përgjigjet e pyetjeve se si ti rrëfejnë lajmet ndërkombëtare, mbi bazën e çfarë specializimi dhe për çfarë audience.

Pa shkuar tek pyetjet e mësipërme nuk ka ende një metodologji, se çfarë do të konsiderohet ndërkombëtare dhe çfarë kombëtare. Kjo dilemë bëhet më e domosdoshme për tu zgjidhur, nëse mbajmë parasysh se Republika e Shqipërisë, rrethohet nga bashkëkombas, të vendosur nëpër shtete të tjera.

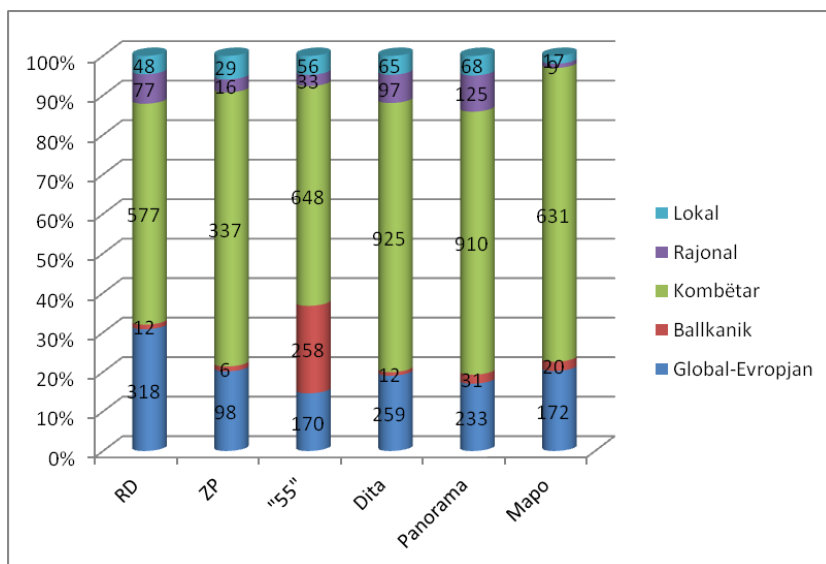
Fakti është se asnjë nga gazetat e përditshme shqiptare që janë monitoruar nuk kanë korespondent të rregullt jashtë kufijve shtetërore të Republikës së Shqipërisë. Burimet e informacionit mbi ngjarjet jashtë territorit shtetëror shqiptar janë kryesisht sitet zyrtare të agjensive informative (mediave ndërkombëtare).

Por, për lehtësi, komoditet dhe ulje të kostove lajmet mbi hapësirën ndërkombëtare merren nga agjensitë informative ndërkombëtare, që

kanë faqe të tyre në gjuhën shqipe, të tilla si Zëri i Amerikës. Këto arsye, pra mungesa e korsepodentëve, vëmendja e pakët e mediave ndërkombëtare për ngjarjet në vendet e ballkanit si dhe niveli i ulët i raportimit nga mediat vendase, janë disa nga rrethanat ose arsyet e “bojkotit” që mediat shqiptare i bëjnë zhvillimeve në vendet fqinje.

Siç duket nga monitorimi, “Zëri i Popullit”,<sup>9</sup> organi zyrtar i Partisë Socialiste, partia që ka mazhorancën e qeverisjes së majtë në Shqipëri përgjatë 30 ditëve të muajit prill 2015 ka publikuar 98 lajme mbi ngjarje të zhvilluara në të gjithë botën, përjashtuar territorin ballkanik dhe shqipërinë.

Ndërsa “Rilindja Demokratike”, organi zyrtar i Partisë Demokratike, tashmë në opozitë gjatë ditëve të monituruara ka publikuar 318 artikuj mbi ngjarjet që kanë ndodhur nëpër botë, sigurisht duke përjashtuar lajmet që kanë ndodhur në rajonin e ballkanit dhe në Shqipëri.



<sup>9</sup> “Zëri i Popullit”, gjatë muajit prill 2015 ka publikuar 15 numra. Gazeta, rregullisht nxjerr vetëm 5 numra në javë, duke mos dalë në treg ditën e dielë dhe të hënë. Por, herë herë, gazeta nuk del në treg edhe ditë të tjera të javës, duke e bërë periodicitetin e saj të çrregullt.

*Grafiku 5. Shpërndarja e lajmit në gazetat e monitoruara gjatë muajit prill 2015*

Media shqiptare duket se kanë refuzuar ose kanë dështuar në shfrytëzimin e hapësirës politike mbarë shqiptare të krijuar dekadën e fundit në rajon, duke e konvertuar këtë hapësirë politike në zgjerimin e kufijëve të tregut. Jo vetëm që asnjë gazetë shqiptare nuk tregëtohet në Prishtinë, Tetovë, Shkup apo Podgoricë, por ende asnjë gazetë shqiptare nuk ka korespondentin e saj në këto kryeqendra shqiptare.<sup>10</sup> Edhe sikur, të mos bëhet fjalë për hapësira shtetërore që banohen tërësisht ose kryesisht me shqiptarë, vetëm me statusin e fqinjit, intensiteti i informacionit për dhe nga këto vende do të duhej të ishte më i madh.

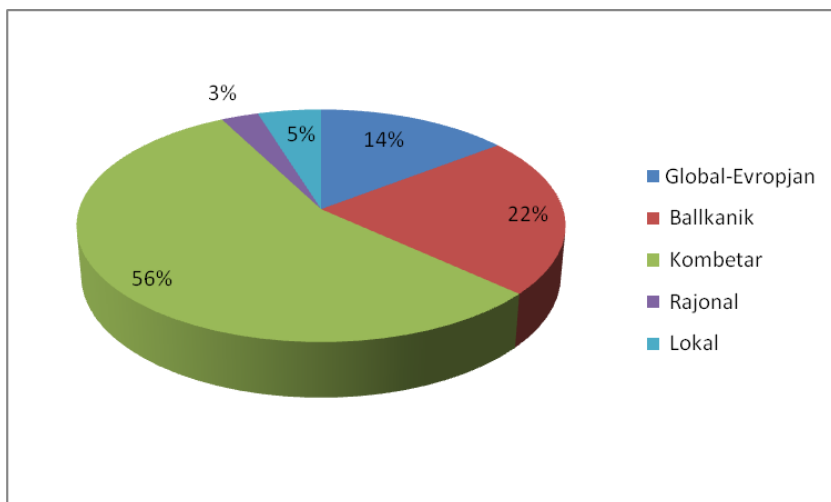
Por, në të përditshmet e monitoruara, fenomen që shtrihet në të gjithë median e shkruar, madje në median në tërësi në Shqipëri, konstatohet dukshëm mungesa e informacioneve mbi rajonin e Ballkanit.

Shifrat e lajmeve nga rajoni i Ballkanit, tregojnë se publiku shqiptar informohet pak ose aspak nga hapësirat ku jetojnë bashkëkombasit e tij.

Ndër të përditshmet e monitoruara, gazeta me numrin më të madh të lajmeve nga rajoni, duke mos mbetur vetëm tek lajmet politike, por duke i dhënë nja hapësirë edhe lajmeve kulturore, analizave etj, është gazeta "55".

---

<sup>10</sup> Shqipëri kufizohet me Kosovën, që cilësohet si shteti i dytë shqiptar në rajon, me Republikën e Maqedonisë, ku ka rreth 30 % shqiptarë më Malin e Zi, ku gjithashtu ka një minoritet shqiptar.



*Grafiku nr. 6. Shpërndarja e lajmit në gazetën "55"*

Ndërsa numrin më të pakët të lajmeve nga Ballkani e ka gazeta "Zëri i popullit". Për 30 ditët e monitoruara të muajit prill, kjo gazetë ka publikuar vetëm 6 lajme. Këtu përfshihen vetëm disa nga lajmet për zhvillimet që ndodhën në Maqedoni.

Një indiferencë e pashpjegueshme, për zërin zyrtar të partisë që qeveris Shqipërinë.

Edhe kjo dukuri ka arsytet dhe pasojat e saj! Së pari, mediat shqiptare, edhe në vendet ku jetojnë shqiptarë në rajon, nuk kanë "rekrutuar" gazetarë vendas në rolin e korsepodentit. Në këto rrethana, lajmet mbi shtetet fqinjë merren në dy rrugë. Së pari nga agjensitë ndërkombëtare, të cilat për shkak të peshës që kanë vendet e rajonit i kushtojnë vëmendje ta pakët këtyre vendeve, përjashtuar rasteve të konflikteve ndëretnike.

Rruga tjetër, nga e cila mund të merret, informacioni janë mediat shqiptare vendase. Por, sipas drejtuesëve të medias në Tiranë, raportimi i kolegëve të tyre shqiptarë në vendet fqinjë është shumë larg standardeve gjuhësore dhe profesionale. Kjo është një pengesë për të marrë e publikuar në median e Tiranës artikuj të përgatitur nga kolëget në rajon.

Një arsye tjetër e “bojkotit” që media e Tiranës i bën zhvillimeve në rajon, madje edhe zhvillimeve ndër shqiptarë është “indiferenca” e publikut në Shqipëri për këto zhvillime.

Në një shkrim të para dy viteve, midis të tjerave kam konstatuar se një ndër arsyet e këtij fenomeni ka të bëjë me izolimin e secilës prej shoqërive në rajon, në mënyrë dëshpëruese, edhe të shoqërive shqiptare.

Por, kjo mungesë informacioni për dhe mbi shoqëritë shqiptare në rajon pengon dukshëm, qëllimin për integrimin e vendeve të rajonit në përgjithësi dhe shfrytëzimin e hapësirës mbarëshqiptare si një treg i përbashkët mediatik, e më pas ekonomik.

Lajmi kombëtar zë pjesën më të madhe të raportimit. Për tematikën e tij u fol në pjesën e parë të artikullit, e cila është kryesisht politike.

Informacioni rajonal zë pak hapësirë në faqet e të përditshmeve. Ky informacion ka më së paku dy tiparë të rëndësishme. Karakteristika e parë është se informacioni mbi rajonet është kryesisht mbi lajmet e kronikës së zezë, ngjarjet “hard”. Së dyti, janë informacionet që kanë si burim, zyrat e institucioneve. Nga rajonet mungojnë artikujt problematikë, ata investigativë apo reportazhet, mbi ekonominë, jetën sociale, kulturore etj.

Mungesa e lajmit rajonal është pasojë edhe e mungesës së korespondentëve të paktën të mediave të monitoruara, përveç gazetës “Panorama”.

Në nivele më të ulëta është pasqyrimi i lajmit lokal. Lajmi lokal, arrin të raportohet shkurt në të përditshmet, vetëm për ngjarjet kriminale.

Gjeografia e informacionit, për të cilin informojnë të përditshmet e shkruara të Tiranës, cungohet edhe më tepër nëse kujtojmë se mediat e shkruara nuk shkruajnë për jetën në zonat rurale, për fshatin shqiptar. Madje, gazetatat nuk tregëtohen, nuk shpërndahen në fshat. Është e paqartë për të vendosur, se cili është shkaku dhe cila pasoja për këtë situatë.

Pas gjithë kësaj problematike duket qartë se të përditshmet shqiptare janë larg misionëve të reja të vendosura për këtë tip medie. Pas kësaj panorama mbi zhanret e lëvruara në të përditshmet e

shkruara në Tiranë, duket se argumenti i prof Eric Scherer përputhet më së miri në këtë situatë. “S’është interneti ai që i vret gazetatat, por përmbajtjet e tyre ta dala mode, që nuk janë më në harmoni më botën e sotme”, thotë Scherer.<sup>11</sup>

Fillimi i krizës së medias së shkruar, viti 2007, një vit para nisjes së krizës ekonomike, viti 2008, është fakti më bindës, që rrënimi i medias së shkruar nuk ishte pasojë e ekonomisë. Kriza e medias ka qenë pasojë e krizës së brendshme të sistemit. Kriza ekonomike, mund të ketë qenë “goditja fatale” për përsheptimin e rrënimin të perandorisë së medias klasike.

### ***Përfundime***

Mediat shqiptare vazhdojnë të këbëngulin për të merituar vëmendjen e audiencës nëpërmjet “neës”-in, lajmit, ndërkohë që lajmi nuk është më “monopoli” i tyre.

Së dyti, brenda kategorisë së lajmit, lajmi politik zë pjesën më të madhe të informacionit. Përveç, problemeve të tjera, raportimi i lajmit politik është larg standardeve të një gazetarie publike.

Në median e shkruar shqiptare, informacioni ka si burim institucionet qendrore administrative dhe politike në Tiranë. Gjeografia e lajmit fokusohet vetëm në kryeqytet. Raportimi nga të gjitha rajonet e vendit është vetëm i karakterit policor.

Informacioni kryesisht ka qasje institucionale, burim janë institucionale, dhe jo humane mungojnë historitë njerëzore!

Vetëm njëra prej gazetave të monitoruara “Panorama” ka korespondent përtej Tiranës. Asnjëra prej gazetave nuk përdor “të dërguar”-it e posacëm në zona të tjera. Pra, lajmet bëhen **në** dhe **nga** Tirana.

Informacioni **për** dhe **mbi** fqinjët në ballkan, përkatësisht Kosovë, Maqedoni, Mal i zi, është thujse zero në median e shkruar që publikohet në Shqipëri. Kjo veç të tjerave është tregues i komunikimit midis shoqërive shqiptare të vendosura në këto shtete.

---

<sup>11</sup> Eric Scherer, A na duhen më gazetarët, Tiranë, Papirus 2012, fq.84

Jemi duke përjetuar median anonime. Shumica e artikujve janë pa autorë. Kjo tregon, së pari rrudhjen e redaksive të të përditshmëve që publikohen në Tiranë. Së dyti, tregon gazetarinë që mbetet në shtresën e parë të informacionit, gazetaria që është “zëdhënëse e zëdhënësve” të institucioneve. Gazetaria që mbështetet në deklaratat dhe njoftimet për shtyp.

## ***Bibliografia***

Colombo, Furio. *Lajmet e fundit mbi gazetarinë*. Agim Doksani. Tiranë: Instituti Shqiptar i medias. 2007

Scherer, Eric. *A na duhen më gazetarët*. Tomi Nakuçi. Tiranë: Papirus. 2012.

Kuhn, Raymond. Neveu, Eric. *Gazetaria politike*. Maklen Misha. Tiranë: Instituti Shqiptar i medias. (m.d)/(s.d)

“Zëri i Popullit”, 1-30 prill 2015

“Rilindja Demokratike”, 1-30 prill 2015

“55”, 1-30 prill 2015

“Panorama”, 1-30 prill 2015

“Mapo”, 1-30 prill 2015

“Dita”, 1-30 prill 2015

<http://wemedia.com/2009/02/25/betterfuturesurvey/> (Parë për herë të fundit më 04/07/2015)