

# *Identiteti kulturor dhe roli i Transmetuesit Publik Shqiptar*

*Raimonda Nelku\**

## **Abstrakt**

Zhvillimi i identitetit kulturor kombëtar, varet nga disa faktorë. Një prej tyre kyç veçanërisht, në drejtim të rolit të transmetuesit publik në shoqëri, konsiderohen politikat e medias. Transmetuesi Publik Shqiptar, është një lojtar madhor në ndërtimin dhe forcimin e identitetit kulturor kombëtar. Roli dhe qëllimi i tij është i përcaktuar shumë mirë në Ligjin Audiovizual të Medias. Dekadat e fundit u shoqëruan me daljen dhe konkurrencën e stacioneve televizive private, ndërsa funksionet e transmetuesit publik shqiptar jo vetëm që nuk janë forcuar, por në të kundërtën, janë dobësuar. Ky studim do të fokusohet në identitetin kulturor kombëtar, si një nga parimet kryesore të Transmetuesit Publik Shqiptar. Se si ai është mbështetur siç është legjitimuar në Ligjin Audiovizual të Medias dhe si perceptohet nga publiku i vendit. Ai mbërrin në përfundimin se shteti përmes ushtrimit të pushtetit dhe kontrollit politik dhe ekonomik mbi transmetuesin publik shqiptar, ka dëmtuar dhe penguar përmbushjen e këtij parimi. Shtet-RTSH, mbeten de facto hallka të ngushta të një zinxhiri, që ende mban varur interesat publike.

**Fjalë kyçe:** *Identiteti Kulturor Kombëtar; Transmetues i Shërbimit Publik; Politikat e Medias; Ligji i Medias Audiovizuale*

## **Hyrje**

Ndërtimi i identitetit kulturor kombëtar në publik varet nga disa faktorë, ku midis të cilëve rol luajnë politikat e medias, veçanërisht në kuptimin e rëndësisë së televizionit publik në shoqëri. Transmetuesi Publik Shqiptar TVSH, konsiderohet si një aktor i rëndësishëm në ndërtimin dhe në forcimin e identitetit kulturor kombëtar. Ky rol përcaktohet për transmetuesit publik në ligj, ku përcaktohen edhe

---

\* *Raimonda Nelku (PhD Cand), Departamenti i i Gazetarisë dhe Komunikimit, Universiteti i Tiranës. Email: raimondanelku@gmail.com*

qëllimet e medias publike. Me daljen e televizioneve private, ky funksion i pazëvendësueshëm i transmetuesit publik shqiptar, jo vetëm që nuk është forcuar por duket se ka ardhur duke u zbehur.

Nga njëra anë presioni i pandërprerë i politikës së pavullnetshme për t'ia vënë transmetuesin në shërbim publikut, nga ana tjetër konkurrenca e transmetuesve privat, dhe trysnia klienteliste e politikës në favor të interesave private, ka çuar në një mungesë përgjegjësie ndaj transmetuesit publik shqiptar dhe detyrimit të tij. Për rrjedhojë kjo ka çuar në zbehjen deri në një zvetnim të një prej arsyeve të forta, përse një transmetues publik është i rëndësishëm sot, siç është parimi i ruajtjes dhe i forcimit të identitetit kombëtar.

Qëllimi i studimit është të evidentojë sa dhe si zë vend identiteti kulturor në Transmetuesin Publik Shqiptar, si një prej parimeve të Transmetuesit të Shërbimit Publik.

Si perceptohet identiteti kulturor kombëtar prej publikut përmes programeve.

Pyetjet kërkimore që shtrohen në këtë studim janë:

A është identitetit kulturor një parim relevant për transmetuesit publik sot dhe cili është kuptimi për të?

Ç'vend zë identiteti kulturor kombëtar në ligjin shqiptar të transmetimeve audiovizuale?

Si vjen identiteti kulturor përmes ekranit të Televizionit Publik Shqiptar?

Në këtë punim jemi fokusuar në përcaktimin e asaj që nënkuptohet me "transmetim të shërbimit publik" në raport me një prej parimeve kyçe që zë vend në transmetuesit publik siç është ai i kulturës dhe identitetit kombëtar.

Fillimisht të shqyrtojmë termin "shërbim i transmetimit publik" dhe si kuptohet ai sot. Le të shohim konceptin e identitetit kombëtar, sa relevant është ai sot dhe vlera e të nxiturit dhe të pasurit të një ndjenje të identitetit kombëtar përmes transmetuesit të shërbimit publik.

## ***Transmetuesi i Shërbimit Publik***

Koncepti i transmetimit të shërbimit publik përgjithësisht është rënë dakord që lindi nga vizioni i John Reith, Drejtori i Përgjithshëm i BBC-së. "Përkufizimi i transmetuesit si një nevojë publike, dhe i zhvillimit të tij si një shërbim kombëtar në interes të publikut u iniciua nga shteti. Por interpretimi i këtij përkufizimi, i përpjekjeve për të realizuar kuptimin e tij në zhvillimin e një transmetuesi të shërbimit të udhëhequr nga konsideratat për një shërbim kombëtar dhe interesi publik, erdhi mbi të gjitha nga John Reith, Drejtori Menaxhues i Kompanisë së Transmetimit Britanik nga 1923 në 1926, dhe i pari Drejtor i Përgjithshëm i Koorporatës së Transmetuesit Britanik nga 1927-1938".<sup>1</sup>

Ka një numër vështrimesh në vizionin Reithian mbi transmetimin e shërbimit publik. Transmetimi duhet të përdoret si një instrument për të ndriçuar. Kjo duhet të arrihet nëpërmjet ofrimit të argëtimit, informacionit dhe edukimit.<sup>2</sup> Transmetimet duhet të ruajnë në vëmendje tri të vërtetat: "paanshmërinë", "objektivitetin" dhe "balancën". Për Reith, një nga rolet e qendrore që transmetimi i shërbimit publik mund të përmbushë, është për të nxitur dhe për të zhvilluar një ndjenjë të identitetit kombëtar.<sup>3</sup>

Duke folur për transmetuesin e shërbimit publik, McQuail e formulon modelin e televizionit publik si një sistem që duhet të shërbejë interesit publik, duke arritur të plotësojë nevojat e rëndësishme të shoqërisë dhe të qytetarëve të saj për komunikimin e vendosur, sipas formës së

sistemit politik demokratik. Ndër qëllimet e transmetuesit të shërbimit publik ai rradhit:

---

<sup>1</sup> Paddy Scannell, *Public Service Broadcasting: The History Of A Concept*, Edituar nga Andrew Goodwin and Garry Whannel, *Understanding Television*, Taylor & Francis e-Library, (2005),11.

<sup>2</sup> Paddy Scannell, *Public Service Broadcasting: The History Of A Concept*, 13-14.

<sup>3</sup> Paddy Scannell, *Public Service Broadcasting: The History Of A Concept*, 13-29.

“Universalitetin e mbulimit gjeografik; Diversitetin në sigurimin e programeve për të gjitha shijet, interesat dhe nevojat si dhe një përputhje me gjithë spektrin e opinioneve dhe besimeve;

Të sigurojë transmetim për minoritet; Shqetësim për kulturën kombëtare, gjuhën dhe identitetin; T’i shërbejë nevojave të sistemit politik; Të sigurojë balancë dhe paanshmëri të informacionit në çështje ku ka konflikt; Të shqetësohet për kualitetin; Të vendosë interesat e publikut përball objektivave financiare”.<sup>4</sup>

McQuail vëren se efektiviteti i sistemit të shërbimit të interesit publik, varet edhe nga kushtet strukturale të organizatës. Për këtë organizata duhet të ketë një dokument të shkruar. Duhet të jetë e financuar në një masë të mirë nga publiku. Duhet të jetë e pavarur nga qeveria.

Nga vendosja e mekanizmave llogaridhënëse për shoqërinë dhe publikun e gjerë, ka tensione që e dobësojnë teorinë e transmetuesit publik sipas McQuail. Një prej sipas McQuail vjen si efekt nga konkurrenca ekstreme në tregun e globalizuar dhe rritja e varësisë mbi tregun për të siguruar të gjithë shërbimin publik, e cila dobëson pozicionin e transmetuesit publik në aspektin e mbështetjes politike që duhet të ketë përballë armiqve natural, dhe ka reduktuar kapacitetet për të konkuruar në terma të barabarta<sup>5</sup>. Por ai gjithashtu njihet si një prej pak mbrojtjeve, si një garant i diversitetit në media dhe gjithashtu si një instrument i politikës kulturore, ku tregu mediatic ka dështuar.

### **Ç’kuptojmë me Identitet Kombëtar ?**

“Një ndjenjë e një kombi në tërësinë e tij, e cila është e përfaqësuar nga traditat dalluese, kultura dhe gjuha”.<sup>6</sup>

Në një seri dokumentash mbi shërbimin e transmetuesit publik, UNESCO ka definuar parimet mbi të cilat ndërtohet një transmetues

---

<sup>4</sup> Denis McQuail, *McQuail’s Mass Communication Theory*; London: Sage Publication, 2005, (5th edition), 179-180.

<sup>5</sup> McQuail, *McQuail’s Mass Communication Theory*; London: Sage Publication, 2005, (5th edition), 181.

<sup>6</sup> Oxford Dictionary, <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/national-identity>

publik. Në pyetjen se çfarë programesh shpresojmë në një transmetuesi publik, një vend zë edhe identiteti kombëtar ?

Transmetimin publik, duhet të bëjë gjërat ndryshe. Duhet të shohi qëllimet të lidhura me misionin që ka: Mundësi që qytetarët të jenë të informuar në një shumëllojshmëri të subjekteve dhe për të fituar njohuri të reja, gjithmonë përmes programeve interesante dhe tërheqëse.<sup>7</sup>

Në varësi të vendit, misionet e veçanta mund t'i besohen transmetimin publik. Një mision i tillë, mjaft i shpeshtë, është për të forcuar identitetin kombëtar. Kjo duhet të bëhet me kujdes duke shmangur caktimin për transmetuesin publik të një një roli polemizuese që do të dëmtonte besueshmërinë e tij. Në dokumentin e UNESCO-s, mbi shërbimin e transmetimit publik, vërehet se: “ Forcimi i ndjenjës qytetare të përkatësisë, po – është ajo që duhet forcuar. Ndërsa propagandimi i një koncepti të veçantë të tepruar mbi identitetin, jo”.<sup>8</sup>

Më shumë se çdo programim tjetër transmetues, ai i transmetuesit publik duhet të jetë kombëtare në përmbajtje. Kjo nuk nënkupton përjashtimin e prodhimeve të huaja. Megjithatë, sipas rolit të tyre si një forum publik, “transmetuesit publikë duhet së pari të promovojnë shprehjen e ideve, të mendimeve dhe të vlerave aktuale në shoqërinë ku ato veprojnë”.<sup>9</sup> Kështu shikohet edhe përmbajtja që duhet të zërë vend në një ekran të transmetuesit publik. Me këtë kemi parasysh, se ajo që është e një rëndësie, është dhënia përparësi programeve kombëtare. Në disa vende, ka një tendencë për t'i kushtuar më shumë vëmendje origjinës së programeve se sa përmbajtjes së tyre. Ne duhet të mbrohemi kundër identifikimit të cilësisë me përmbajtjen kombëtare; pasi ato nuk janë gjithmonë sinonim!

Në televizion, tregu ndërkombëtar i programit është shumë më i zhvilluar. Në zhanret e caktuara, si fikson, është më e lirë për të blerë programe të huaja se sa për të prodhuar një program “in house”.

---

<sup>7</sup> Dave Atkinson, Marc Raboy, *Public Service Broadcasting*, UNESCO, <http://unesdoc.unesco.org/images/0010/001097/109746Eb.pdf>

<sup>8</sup> Dave Atkinson, Marc Raboy, *Public Service Broadcasting*, UNESCO, <http://unesdoc.unesco.org/images/0010/001097/109746Eb.pdf>

<sup>9</sup> Atkinson & Raboy, *Public Service Broadcasting*, UNESCO.

Megjithatë, transmetuesit publik duhet të pyesin veten nëse, këto drama ndërkombëtare janë thelbësore për programimin, ç'ka ajo dëshiron për të ofruar dhe në përputhje me misionin e saj. Apo ndoshta ato duhet të konsiderohen plotësuese.

### ***Identiteti Kombëtar në Transmetuesin Publik***

Identiteti kombëtar në transmetimin publik sot shihet sipas Monroe Price edhe në një model pluralist, që vjen përmes diversitetit. Monroe Price: vë në dukje se një model i mbrojtjes së identitetit kombëtar është zhvillimi i një pluralizmi të mbrojtur nga shteti, "një kuptim të tyre e gjejmë në vendet e Europës dhe në shoqëritë e tranzicionit të ri në të cilat grupet etnike dhe fetare janë të mbrojtura përmes kërkesave eksplicite ligjore"<sup>10</sup>.

Price vëren se legjislati dhe strukturat në media kontribuojnë "në nxitjen dhe makinerinë për një identitet më të sigurt dhe të qëndrueshëm kombëtar,..një identitet që i jep pakicave etnike fetare dhe politike, ndjenjën që sistemi i ofron atyre: zë dhe njohje"<sup>11</sup>.

Sipas Price: Pronësia dhe përqëndrimi i medias kthehet në një problem për pluralitetin. Prandaj shërbimi i transmetimit publik mund të luajë një rol në kundërvënien të pasojave të strukturës së pronësisë së medias komerciale.

Transmetuesit e shërbimit publik, në njohjen e marrëdhënies së veçantë në kuptimin e identitetit kombëtar, mund të kundërshtojnë imperializmin e medias, që lehtësohet nga mediat komerciale. Bëhet fjalë për programe të huaja, që mediat komerciale kanë tendencë t'i blejnë për arsye të kostos së ulët, në dëm të produksioneve "in house" vendase pra, që duhet të kenë një dallueshmëri dhe të rezonojnë kulturën e vendit.

Kjo mund të vendoset nëpërmjet ofrimit të më shumë përmbajtjeve të prodhuara "in house", si dhe duke ndjekur drejtimin "kujdes për të gjitha interesat dhe shijet". Duke patur udhëzime të cilat çlirojnë

---

<sup>10</sup> Monroe E. Price, *Television, The Public Sphere and National Identity*, Oxford University Press, (1996), 40-49.

<sup>11</sup> Price, *Television, The Public Sphere and National Identity*, 40-49.

krijuesit e programeve, transmetuesit lejojnë krijuesit e programit për të eksploruar lirisht shoqërinë në të cilin ata veprojnë, duke i kujtuar audiencës, në një mënyrë kritike, natyrën e identitetit dhe të kulturës së tyre. Në një botë gjithnjë e më të globalizuar, vetë shoqëria bëhet më heterogjene.

Reagimi i mediave komerciale do të jetë aty për të siguruar konsumin individual. Megjithatë, ndërsa ky proces do të kujdeset për qëllime fitimprurëse të zërë segmente të tregut, jo domosdoshmërisht do të sigurojë një kuptim më të gjerë të një shoqërie pluraliste. Ndërsa Monroe Price, vëren se "globalizmi mund të jetë i mirëpritur për qeveritë autoritare, pikërisht sepse ai gërryen sferën publike të brendshëm ...duke lëmuar shërbimet globale ...të cilat hollojnë zërat konkurruese politike në vend, sa më shumë që ata të dobësojnë zërin e kontrolluar të vetë shtetit"<sup>12</sup>.

### ***Transmetuesi Publik Shqiptar dhe vendi që zë identiteti kulturor në ligjin mbi median audiovizuale.***

Në fillim të vitit 2013, Kuvendi i Shqipërisë arriti të kalojë ligjin e Medias për Transmetuesit Audiovizivë. Presioni i ndërkombëtarëve edhe këtë radhë na dha një ligj korrek në dukje, të harmonizuar me Direktivat e Shërbimit të Medias Audiovizuale të Parlamentit Europian dhe Këshillit të Bashkimit Europian.

Por në thelbin e vet procesi, nuk bart vullnetin për një ligj që do të emanciponte transmetimet audiovizuale të medias në vend. Ai jo vetëm që nuk bëhet garant i një cilësie shërbimi të transmetimit për publikun, por përkundrazi përmes një zinxhiri paradoksesh (siç janë nene mbi zgjedhjen e KD të RTSH-s dhe AMA-s) e mbajnë peng të vetmin transmetues audioviziv të publikut, duke e trajtuar atë si një aset legjitim të pushtetarëve, pronësia mbi të cilin vendoset sapa fitojnë të drejtën për të qeverisur vendin.

Neni 91 përcakton deklaratën e qëllimit të RTSH-s ku citohet: "RTSH-ja realizon shërbime cilësore radioje dhe televizioni për të

---

<sup>12</sup> Monroe E. Price, *Television, The Public Sphere and National Identity*, Oxford University Press, (1996), 38.

informuar, edukuar dhe argëtuar publikun, duke i shërbyer kombit, të gjitha grupeve të shoqërisë, përfshirë dhe pakicat kombëtare”<sup>13</sup>. Në qëllimet kryesore të veprimtarisë së RTSH-së ndër të tjera listohen: “të sigurojë që programet e veta të pasqyrojnë elementet e ndryshme njerëzore dhe kulturore dhe t’i kushtojë vëmendje të veçantë elementeve dalluese të kulturës dhe gjuhës shqipe; ç) të sigurojë një gamë të plotë të programeve në gjuhën shqipe, që pasqyrojnë larminë kulturore, argëtojnë, informojnë dhe edukojnë publikun, sigurojnë mbulimin e pasqyrimin të veprimtarive sportive, fetare e kulturore dhe plotësojnë pritshmëritë e publikut në përgjithësi, si dhe të individëve, që i përkasin pakicave shoqërore, duke respektuar në çdo rast dinjitetin njerëzor; ç) të krijojë dhe të mbajë orkestrën dhe/ose grupe të ngjashme;... të investojë në realizimin e filmave”<sup>14</sup>. Në nenin 119 për programet audiovizive të RTSH-së, parashikohet përfshirja në transmetimet e saj pa pagesë, e disa kanaleve që parashikojnë edhe një larmi programesh.

Në pamje të parë pra duket se kemi një ligj të harmonizuar me direktivat e BE-së. Por nga ana tjetër nuk gjejmë asnjë dokument i cili zbërthen më pas, se si ky ligj do të zbatohet në praktikë, apo cilat do të jenë ato struktura që do të garantojnë se, publikut do t’i shërbehet gjithshka për të cilën zotohet ligji. (Trajtuar në studime të mëparshme në lidhje me Transmetuesin Publik Shqiptar).

Pra nuk gjejmë asnjë dokument që do të zhvillojë, nxisë dhe garantojë zbatimin e parimit të rëndësishëm të forcimit të identitetit kombëtar.

Për rrjedhojë gjithshka lihet në dorë të stafit të RTSH-s, i cili pa një udhërrëfyes profesional, pa qëllime dhe objektiva që do të zbërthenin në praktikë dokumentat e munguara, zor se do të bënte të funksiononte ligji, duke na ofrur një ekran me cilësitë e një transmetimi publik.

---

<sup>13</sup> Ligji nr. 97/2013 Për Mediat Audiovizive Në Republikën e Shqipërisë [http://www.inovacioni.gov.al/files/pages\\_files/183909149-LIGJI-Nr-97-2013-PER-MEDIAT-AUDIOVIZIVE-NE-REPUBLIKEN-E-SHQIPERISE1.pdf](http://www.inovacioni.gov.al/files/pages_files/183909149-LIGJI-Nr-97-2013-PER-MEDIAT-AUDIOVIZIVE-NE-REPUBLIKEN-E-SHQIPERISE1.pdf)

<sup>14</sup> Ligji nr. 97/2013 Për Mediat Audiovizive Në Republikën e Shqipërisë [http://www.inovacioni.gov.al/files/pages\\_files/183909149-LIGJI-Nr-97-2013-PER-MEDIAT-AUDIOVIZIVE-NE-REPUBLIKEN-E-SHQIPERISE1.pdf](http://www.inovacioni.gov.al/files/pages_files/183909149-LIGJI-Nr-97-2013-PER-MEDIAT-AUDIOVIZIVE-NE-REPUBLIKEN-E-SHQIPERISE1.pdf)



## ***Vëzhgim empirik***

Perceptimi i gazetarëve të TVSH-së dhe publikut mbi shërbimin publik të TVSH, fokusuar në komponentët e kulturës dhe identitetit kombëtar. Nga një anketim me 20 gazetarë të informacionit, me rreth 24 pyetje të strukturuar, dhe disa pyetje të hapura, kemi synuar të krijojmë një ide mbi perceptimin e gazetarëve në drejtorinë e aktualitetit do të prezantojmë këtu disa nga rezultatet e përgjigjeve që lidhen me shërbimin publik.

Për hartimin e anketës u konsultua një studim i Qendrës ndërkombëtare për Media dhe Komunikim, me autor David H. Weaver; *The Global Journalist*. Të dhënat sasiore janë përpunuar në programin SPSS 15. Nga ana tjetër kemi realizuar rreth 244 intervista në katër zona të vendit me publikun e gjerë, për të kuptuar rreth perceptimit të tij në lidhje me kuptimin që ato kanë mbi parimet e televizionit publik. Të dhënat u përpunuan edhe ato në programin SPSS 15. Modeli i anketimit u përpunua duke ju referuar modelit të një anketimi të BBC-së (Transmetuesit Publik Britanik).

Nga intervistat me gazetarë të RTSH, vërejmë se dy komponentë si ai i një sensi të identitetit të gazetarëve dhe mundësia për të zhvilluar të veçantën, nga 1 deri në 10, kanë marrë një vlerësim pak më lart se mesatarja 5.

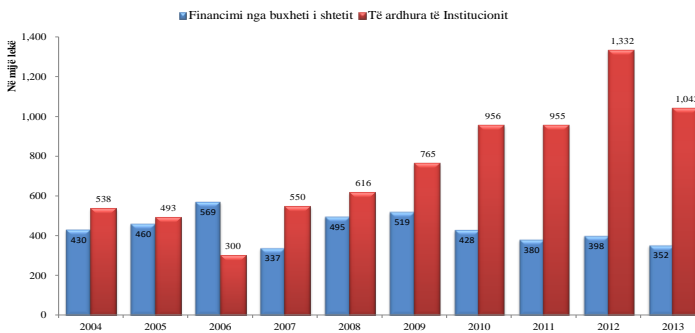
Por fakti që komponentë të tjerë që lidhen me udhërrëfyesin mbi të drejtat dhe detyrimet e gazetarëve, shkallën e autonomisë apo politikën editoriale të medias, përshkrimi i punës nga punëdhënësi, shpërblimi, kanë vlerësime të ulëta nën mesataren 5, na bënë të mendojmë për nivelin e vetëdijimit të tyre, në raport me përgjegjësitë e transmetuesit publik.

Në një vështrim krahasues të 8 viteve të fundit të orëve të transmetuara në TVSH, konstatojmë se TVSH ka bërë hapa para në rritjen e prodhimit të orëve të transmetimit (in house). Por fatkeqësisht origjina e përmbajtjes reflekton shumë pak në cilësi ato parime të transmetuesit publik dhe veçanërisht identitetin kombëtar, të cilën po shqyrtojmë në këtë punim. Nga një hulumtim i grilës programore vërehet se një sasi e orëve të arkivit, janë zëvendësuar me

programe të tejzgjatura në studio, ku protagonist janë të ftuar në rubrika të ndryshme. Gjithsesi ç'ka zhvillohet në studio, është shumë pak për të mbuluar larminë e ngjarjeve që ndodhin në vend, dhe pasurinë shpirtore dhe kulturore në gjith diversitetin e vet të botës shqiptare brenda dhe jashtë vendit, që supozohet se Televizioni Publik duhet të reflektojë.

Sipas ligjit, neni 116 garanton se "buxheti i shtetit financon ndër të tjera edhe: shërbimin e transmetimeve audiovizive për shqiptarët jashtë kufijve të Republikës së Shqipërisë; projekte të rëndësishme prodhimi filmik dhe veprimtari artistike të mëdha mbarëkombëtare, të prodhuara nga RTSH-ja; orkestrën simfonike të RTSH-së dhe kinematografisë. Ministrinë dhe institucionet e tjera shtetërore mund të financojnë projekte të veçanta me rëndësi kombëtare në fushat e kulturës, të shkencës dhe të edukimit, me miratimin e KDRTSH-së".<sup>15</sup>

Tabela 1. Të ardhurat e TVSH-së nga viti 2004 -2013



<sup>15</sup> Ligji nr. 97/2013 Për Mediat Audiovizive Në Republikën e Shqipërisë [http://www.inovacioni.gov.al/files/pages\\_files/183909149-LIGJI-Nr-97-2013-PER-MEDIAT-AUDIOVIZIVE-NE-REPUBLIKEN-E-SHQIPERISE1.pdf](http://www.inovacioni.gov.al/files/pages_files/183909149-LIGJI-Nr-97-2013-PER-MEDIAT-AUDIOVIZIVE-NE-REPUBLIKEN-E-SHQIPERISE1.pdf)

Gjatë viteve 2004-2006 raporti “Të ardhura të institucionit – financim nga buxheti” ka ardhur në duke rënë nga 1.3 në 0.5. Në vitin 2007 ky raport është rritur, pra të ardhurat e gjeneruara nga institucioni (të ardhura nga taksat e aparatit, shërbim në ambientet transmetuese të RTSH, reklama, njoftime, shitje prodhime audio vidio, kaseta, e drejta TV) janë 1.6 herë më të mëdha sesa buxheti i alokuar nga shteti. Pas vitit 2008 ky raport ka ardhur në rritje deri në vitin 2012, dhe ka një rënie në vitin 2013. Ulja e buxhetit të shtetit reflekton uljen e financimit në atë pjesë të programit, që i shërben nxitjes dhe forcimit të frymës së Identitetit Kulturor Kombëtar.

Të anketuarit në katër zonat kryesore të Shqipërisë, çështjet e kulturës kombëtare, të cilave duhet t’u shërbejë në parim qëllimi i transmetuesit publik, i vlerësojnë në total si të rëndësishme, me notë mesatare 8 dhe mbi 8. Individët në zonën e Shkodrës rikonfirmojnë besueshmërinë e ulët apo janë skeptikë në rëndësinë e çdo qëllimi në parimin e ndërtimit të televizionit publik. Por dhe në zonat e Vlorës, Fierit dhe Sarandës ka një lloj pozicionimi opozitar me qëllimet e televizionit publik, gjë që tregon se besueshmëria është e lidhur fort dhe me pushtetin. Ndërsa Tirana dhe zona e Korçës dhe Pogradecit pavarësisht qëndrimit kritik që kanë ndaj pozicionit real të TV publik në vend, janë më të hapur dhe mbështetës në idenë e rëndësisë së qëllimeve të TV publik. Kjo ndofta flet për një shkallë më të lartë vetëdëditësi për pjesëmarrjen dhe përfshirjen në proceset e demokratizimit ku bën pjesë dhe media publike.

Tabela 3. Cila mendoni se është më e rëndësishme konkretisht, në transmetimin e televizionit publik shqiptar nga 1 deri në 10 ?

	Total	Zona e Shkodrës	Tirana dhe Durrësi	Vlorë, Fier dhe Sarandë	Korçë dhe Pogradec	Vlerat e P
Një zgjedhje e kualitetit të lartë dhe programeve të freskët	5.9	7.7	5.0	5.7	5.9	0.000
Qasja në një gamë të larmishme të pikëpamjeve	5.6	6.8	4.7	6.0	5.8	0.000
Qasje të ndryshme editoriale	5.3	6.9	4.2	5.6	5.6	0.000
Një gamë e Shqipërisë dhe e programimit rajonal	5.8	6.9	4.8	6.6	5.7	0.000
Kontributi i kanaleve për pluralitetin	5.3	6.9	4.3	5.7	5.3	0.000
TVSH	4.4	6.5	3.9	3.3	4.8	0.000
TVSH 2	4.2	5.3	4.5	2.7	4.2	0.324
TVSH muzik (HD)	5.0	4.9	7.6	2.6	2.4	0.087
TVSH sport (HD)	5.2	4.9	8.1	2.9	1.6	0.068
TVSH art (HD)	4.7	4.7	6.4	3.3	1.8	0.165
<i>*Diferenca mes zonave është statistikisht e rëndësishme për p=0.05 dhe është testuar me ANOVA</i>						

Duke vlerësuar për rëndësinë që ka konkretisht në transmetimin e televizionit publik shqiptar nga 1 deri në 10, komponentët që lidhen me kulturën, identitetin kombëtar, siç është pluraliteti i kanaleve apo komponentë ku reflektohet një gamë e Shqipërisë. Në total vlerësimi është mesatar dhe nën mesatare.

Ndërsa në zonën e Tiranës dhe të Durrësit krahasuar me zonat e tjera të Shqipërisë, vlerësojnë me më pak pikë, rëndësinë që TVSH-ja i jep zgjedhjes së kualitetit të lartë, qasjes në një gamë të larmishme të pikëpamjeve, dhe kontributin e kanaleve për pluralitetin.

Tabela 4. Si është realisht përgjegjshmëria e televizionit, apo e individëve që shërbejnë në televizionin publik shqiptar sipas zonave gjeografike? (Në një shkallë nga 1-10, ku 1 do të thotë nuk është fare e rëndësishme dhe 10 do të thotë është shumë e rëndësishme)

	Total	Zona e Shkodrës	Tirana dhe Durrësi	Vlorë, Fier, Sarandë	Korçë, Pogradec	Vlera P
Për të rritur të kuptuarit tonë të botës me anë të lajmeve, informatave dhe analiza e ngjarjeve aktuale dhe ideve	4,7	7,1	3,9	4,2	3,7	0.000
Për t'i bërë njerëzit të interesuar për artin, shkencën dhe historinë dhe tema të tjera faktike	4,5	6,8	4,0	3,9	3,8	0.000
Për t'i inkurajuar njerëzit që të mësojnë	4,4	6,8	3,4	4,6	3,6	0.000
Për t'i mbledhur njerëzit së bashku që të ndajnë eksperiencën të përbashkëta - si për shembull, ngjarje kombëtare, një kampionat, apo festival ndërkombëtar.	5,4	7,2	4,6	6,1	3,9	0.000
Për t'i vetëdritësuar njerëzit rreth kulturave dhe pikëvështrimeve të tjera	5,0	6,5	4,0	5,6	4,2	0.000
Për të festuar kulturën dhe historitë shqiptare në fusha të tilla si: dramë	4,8	6,7	3,8	5,4	3,9	0.000

Duke vlerësuar për rëndësinë që ka konkretisht në transmetimin e televizionit publik shqiptar nga 1 deri në 10, komponentët që lidhen me kulturën, identitetin kombëtar, në total zonat e vendit vlerësojnë me pikë mesatare 5 dhe nën mesatare. Zona e Shkodrës krahasuar me zona të tjera ka vlerësuar mbi mesatare. Vlerësimi me pikë mbi nivelin mesatar i zonës së Shkodrës për TVSH, krahasuar me vlerësimin nën mes për rëndësinë e qëllimeve që duhet të përmbushë në parim një TV publik, mund të shikohet në këndvështrimin e ndarjes që kjo zonë i bën televizionit publik si mjet i pushtetit, i cili e

ul besueshmërinë e tij, nga përgjegjshmëria e individëve që punojnë në televizion të cilët i vlerësojnë mbi nivelin mesatar (krahasuar me zonat e tjera gjeografike).

### ***Përfundime***

Shërbimi i transmetimit publik ka një marrëdhënie të fortë me sensin e identitetit kombëtar dhe kulturor. Politikat e medias veç hartimit të një legjislacioni perendimor, duhet të shqetsohen edhe për struktura efektive që garantojnë prezencën e programeve, e që përcjellin një sens të identitetit kombëtar dhe kulturor.

Pluralizmi dhe diversitetit që shërben për të na dhënë një sens të identitetit kombëtar dhe kulturor, nuk nënkupton vetëm sasi të kanaleve, por në rradhë të parë cilësi, ku dallueshmëria e programeve duhet të jetë një tipar kryesor.

Pushtetet në Shqipëri janë ende larg përmbushjes së detyrimit dhe përgjegjësisë për të garantuar parimet e transmetuesit publik dhe për ti kthyer Televizionin Publik Shqiptar, Publikut.

Qeverisja autoritariste e pushteteve, duke ulur financimin për TVSH, ka cënuar atë pjesë të programit, ç'ka dëshmon se ajo nuk shqetësohet për diversitetin e ideve, pikëpamjeve, zërave dhe programeve në TVSH, që do të siguronin veç nxitjes së demokracisë edhe nxitjen e Identitetit Kulturor dhe Kombëtar në TVSH.

Publiku Shqiptar me gjithë nuancat e vërejtura, percepton si të rëndësishëm parimet dhe qëllimet që duhet të përmbushë e Televizionit Publik, në raport me komponentë që kuptojnë kulturën dhe identitetin kombëtar, por mbetet kritik ndaj rëndësisë që transmetuesi publik shqiptar TVSH, i jep reflektimit në praktikë përmes programeve, zbatimit të parimeve dhe qëllimeve të televizionit publik.

### ***Bibliografia***

Goodwin, Andrew & Whannel, Garry. *Understanding Television*. Paddy Scannell; "Public

Service Broadcasting: The History Of A Concept” Taylor & Francis e-Library, 2005.

Price, Monroe E. *Television, The Public Sphere and National Identity*, Oxford University Press, 1996.

McQuail, Denis. *McQuail's Mass Communication Theory*, (5th edition). London: Sage Publication, 2005.

Ligji nr. 97/2013, *Për Mediat Audiovizive Në Republikën e Shqipërisë*, [http://www.inovacioni.gov.al/files/pages\\_files/183909149-LIGJI-Nr-97-2013-PER-MEDIAT-AUDIOVIZIVE-NE-REPUBLIKEN-E-SHQIPERISE1.pdf](http://www.inovacioni.gov.al/files/pages_files/183909149-LIGJI-Nr-97-2013-PER-MEDIAT-AUDIOVIZIVE-NE-REPUBLIKEN-E-SHQIPERISE1.pdf)

Atkinson, Dave & Raboy Marc, *Public Service Broadcasting*, UNESCO, <http://unesdoc.unesco.org/images/0010/001097/109746Eb.pdf>

*Public Broadcasting Why? How?* UNESCO, [http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001240/124058\\_eo.pdf](http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001240/124058_eo.pdf)

Nelku, Raimonda, *Dështimi i ligjit të medias audiovizive dhe mbajtja peng e interesit publik* <http://www.institutemedia.org/>

Nelku, Raimonda, *Newsroomi-i në Televizionin Publik; Media në Demokratizi*, Qendra Shqiptaro-Gjermane për trainimin e gazetarëve, <http://www.reporterit.al/multimedia-aktivitetet-e-qendres>; 2014