



RAPORTIMI I ÇËSHTJEVE NDËRKOMBËTARE NË MEDIAT SHQIPTARE

Rrapo Zguri



Albanian Media Institute
Instituti Shqiptar i Medias

**FRIEDRICH
EBERT** 
STIFTUNG

Raportimi i çështjeve ndërkombëtare në mediat shqiptare

Rrapo Zguri



**Albanian Media Institute
Instituti Shqiptar i Medias**



Tiranë, 2016

Botues: Friedrich-Ebert-Stiftung
Office Tirana
Rr. Abdi Toptani
Torre Drin, Kati i 3-të
Kutia Postare 1418
Tiranë, ALBANIA

Autor: Rrapo Zguri

Redaktorë: Ilda Londo
Agim Doksani

Kopertina: Bujar Karoshi

Opinionet, gjetjet, konkluzionet dhe rekomandimet e shprehura në këtë botim janë të autorëve dhe nuk reflektojnë domosdoshmërisht ato të Fondacionit Friedrich Ebert.

Publikimet e Fondacionit Friedrich Ebert nuk mund të përdoren për arsye komerciale pa miratim me shkrim.

Përmbajtja e Lëndës

1. Objekti dhe metodologjia e studimit.....	6
2. Situata e raportimit ndërkombëtar në Shqipëri.....	11
3. Lajmi ndërkombëtar në shtyp	21
3.1.Lajmet ndërkombëtare në shtyp – qasje sasiore.....	22
3.2. Lajmet ndërkombëtare të ditës në shtypin shqiptar.....	25
4. Lajmi ndërkombëtar në televizion	44
5. Lajmi ndërkombëtar në web	58
6. Përfundime	63

Dëshira dhe nevoja për të mësuar se ç'ndodh përtej “gardhit” apo kufirit tonë, ka qenë një nga premiset më të rëndësishme për lindjen dhe zhvillimin e gazetarisë dhe të industrisë së lajmit. Për dekada e shekuj, shtypi, televizioni dhe radioja “kanë sjellë botën në dhomën tonë të ndenjjes” (Mikich, 2001)¹ duke shuar njëfarësoj etjen dhe kërsërinë e natyrshme për të rejtat e ditës që ndodhin larg nesh. Me zhvillimin e teknologjisë së medias dhe të komunikimit është zgjeruar gjithnjë e më shumë edhe gjeografia e lajmit, si dhe është bërë gjithnjë e më i shpejtë procesi i informimit.

Por kriza e mediave e dy dekadave të fundit, ndoshta për herë të parë që nga lindja e shtypit ka ravijëzuar një proces tkurrjeje dhe ngushtimi të hapësirës së lajmit në gazeta, radio dhe televizion. Nuk janë të paktë studiuesit në të gjithë botën që flasin dhe sjellin prova për një zvogëlim të gjeografisë së lajmit ndërkombëtar dhe për një rënie të numrit të lajmeve nga bota në të gjitha mediat kryesore. Kjo dukuri është vënë re që herët edhe nga qendra American Journalism Review (AJR), e cila në një studim të vitit 2011 arrinte në përfundimin se në 25 vjet, nga viti 1985 deri në vitin 2010, numri i lajmeve nga bota në gazetatat kryesore amerikane kishte rënë me 53 përqind, pra afërsisht ishte përgjysmuar². Një prirje e tillë është vënë re edhe në Shqipëri dhe në mediat shqiptare. Por deri më sot nuk është ndërmarrë ndonjë studim që të hulumtojë, analizojë dhe të arrijë në përfundime lidhur

1. Sonia Mikich, cituar në: Russ-Mohl, Stephan, *Gazetaria*, Shtëpia botuese K&B, Tiranë, 2010, f. 203

2. *Shrinking Foreign Coverage*, American Journalism Review, 2011, Link: <http://ajrarchive.org/article.asp?id=4998>

me përmasat, tipologjinë dhe rrjedhojat e këtij fenomeni në mjedisin mediatik shqiptar. Mbushja e këtij boshllëku ka qenë një nga nxitjet kryesore për ndërmarrjen e këtij studimi, i cili e vlerëson informimin dhe raportimin ndërkombëtar si jetik dhe të domosdoshëm edhe për audiencën dhe shoqërinë shqiptare.

1. Objekti dhe metodologjia e studimit

Në disa tekste shkollore, por edhe në perceptimin e një pjese të madhe të audiencës, duke u bazuar te lokalizimi, lajmet ndahen në dy grupe të mëdha: “Lajme të brendshme” dhe “Lajme të jashtme”. Por, sipas Furio Colombo, kjo ndarje reflekton “karakterin arbitrar të ndarjes mes së jashtmes dhe së brendshmes” (Colombo, 2010:12). Edhe autorë të tjerë i bashkohen idesë se vetëm lokalizimi nuk është i mjaftueshëm dhe nuk prodhon një klasifikim të saktë të lajmeve. Ka mjaft ngjarje të cilat mund të ndodhin brenda vendit, por që kanë një natyrë transnacionale apo ndërkombëtare, Kështu, për shembull lajmi për mbledhjen e samitit të NATO-s në Tiranë në fund të majit të këtij viti, zor se mund të klasifikohet thjesht si një “lajm i brendshëm”. Nga ana tjetër ekziston një dilemë edhe lidhur me ngjarje që zhvillohen jashtë vendit, po ku janë të përfshirë personazhe apo aktorë vendas, siç ishte për shembull koncerti i artistes së mirënjohur Inva Mula në Beograd të Serbisë. Në cilën kategori do ta përfshijmë lajmin për këtë event? A është ky një “lajm i brendshëm” apo një “lajm i jashtëm”?

Për të shmangur sa më shumë që të jetë e mundur konfuzionin semantik dhe për të ofruar një “metër” më të saktë të identifikimit dhe të matjes së njësive të kërkimit, ky studim ka zgjedhur që në vend të termit “lajm i jashtëm” të përdorë termin “lajm ndërkombëtar” dhe vetë procesin ta emërtojë “raportim ndërkombëtar”.

Bazuar në një klasifikim të lajmit ndërkombëtar të ofruar nga autorët

Philip Elliott dhe Peter Golding, studimi i ndan lajmet ndërkombëtare në tre kategori:

1. Foreign news at home (Lajme ndërkombëtare nga vendi)
2. Home news abroad (Lajme vendi nga jashtë vendit)
3. Foreign news abroad (Lajme ndërkombëtare nga jashtë vendit), (Elliott & Golding, 1974)

Ky kategorizim është më i qartë, më i detajuar dhe ndihmon që në kuadrin e gjerë të lajmit ndërkombëtar të shohim se cilat janë raportet mes lajmeve ndërkombëtare që nuk lidhen me Shqipërinë apo me aktorë shqiptarë dhe atyre që në një farë mënyre lidhen me vendin dhe me aktorët apo interesat e drejtpërdrejta të tij, pra që përmbajnë një element vendor.

Gjithsesi studimi nuk e neglizhon kriterin e lokalizimit. Gjatë kërkimit empirik si dhe gjatë kodimit të njësive të kërkimit është bërë edhe një ndarje e artikujve sipas vendeve në të cilin ndodhin, për të mundësuar edhe një lloj hartëzimi gjeografik të lajmeve ndërkombëtare të botuara në mediat shqiptare. Natyrisht edhe ky proces hartëzimi i bazuar në lokalizim ka patur sfidat e veta. Ka disa zhvillime apo ngjarje të cilat nuk mund t'i lokalizosh dot në një vend të caktuar. Kështu disa raportime që lidhen me skandalin e “Panama Papers” kanë qenë të lidhura me disa vende njëherësh. Ose lajme të tjera që kanë të bëjnë me trafikun ndërkombëtar të drogës, shpesh nuk lidhen dhe nuk lokalizohen në një vend të vetëm. Për këtë arsye, gjatë hartëzimit gjeografik, krahas ndarjes së lajmeve sipas vendeve është shtuar edhe kategoria e “lajmeve transnacionale”, një qasje kjo e huazuar nga Furio Colombo.

Siç është bërë e qartë edhe më sipër, objekt i këtij studimi është lajmi ndërkombëtar i botuar në mediat shqiptare. Në kampionin që studiohet janë përfshirë shtypi, televizioni dhe media online.

Nga shtypi janë përzgjedhur të studiohen katër gazeta të përditshme, përkatësisht gazetat “Panorama”, “Gazeta Shqiptare”, “Shqiptarja.com” dhe “Mapo”, të cilat janë monitoruar për një periudhë tre-mujore nga 1 Marsi 2016 deri më 31 Maj 2016. Për përzgjedhjen e këtyre gazetave është patur parasysh që në kampionin e studiuar të jetë gazeta më e shitur në vend (Panorama) si dhe të përfshihen gjithashtu edhe tre gazeta të përditshme kombëtare me profil të veçantë dhe të dallueshëm nga njëro-tjetri dhe me qasje gjithashtu të dallueshme në raport me objektin e studimit.

Nga televizioni, në kampionin që studiohet janë përfshirë dy kanalet kombëtare me shikueshmëri më të lartë në vend, përkatësisht Top Channel TV dhe Klan TV. Për secilën nga këto kanale televizive janë monitoruar 10 edicione informative të lajmeve të orës 19.30 në data të rastësishme gjatë periudhës nga 1 Marsi 2016 deri më 31 Maj 2016. Në tabelën e mëposhtme janë datat e edicioneve të monitoruara:

Tabela 1: Datat e edicioneve të lajmeve të monitoruara

Nr	Top-Channel TV	Klan TV
1	7 mars 2016	5 mars 2016
2	16 mars 2016	13 mars 2016
3	22 mars 2016	22 mars 2016
4	30 mars 2016	12 prill 2016
5	8 prill 2016	18 prill 2016
6	15 prill 2016	24 prill 2016
7	27 prill 2016	6 maj 2016
8	3 maj 2016	10 maj 2016
9	14 maj 2016	19 maj 2016
10	25 maj 2016	30 maj 2016

Nga mediat online është përzgjedhur albeu.com. Ky portal është përzgjedhur si një nga portalet më vizituara të lajmeve, i cili gjithashtu i përket kategorisë “digital native”, pra që kanë lindur mirëfilli në web.

Në të gjitha mediat, njësia fundore e monitoruar janë artikujt e botuar apo të transmetuar. Ato janë koduar dhe klasifikuar në variabla të tillë si: gjatësia e shkrimit (për gazetatat dhe mediat online) dhe kohëzgjatja (për mediat televizive), vendi ku ka ndodhur, prania në faqen e parë, vijimësia në kohë, burimet e përdorura, autorësia e lajmit, tematika apo eventit për të cilin është raportuar, etj.

Fokusi kryesor i monitorimit është përqendruar tek lajmet ndërkombëtare të ditës. Por në monitorim janë përfshirë edhe lajmet e sportit nga bota. Këto të fundit janë identifikuar më shumë nga pikëpamja sasiore, për të parë se cili është raporti i tyre me lajmet ndërkombëtare të ditës në mediat shqiptare. Në kampionin e monitoruar nuk janë përfshirë “soft news” apo lajmet rozë nga bota. Në rastin e gazetave janë përfshirë në monitorim edhe artikujt që i përkasin gjinisë së komenteve, siç janë editorialet, kolanat dhe opinionet, për të verifikuar edhe shkallën e pranisë së tyre në mediat shqiptare.

Krahas të dhënave sasiore, janë mbledhur edhe të dhëna cilësore që lidhen kryesisht me akset kryesore të raportimit ndërkombëtar, me disa elementë të standardeve të raportimit, siç është për shembull, prania e burimeve të përdorura, etj.

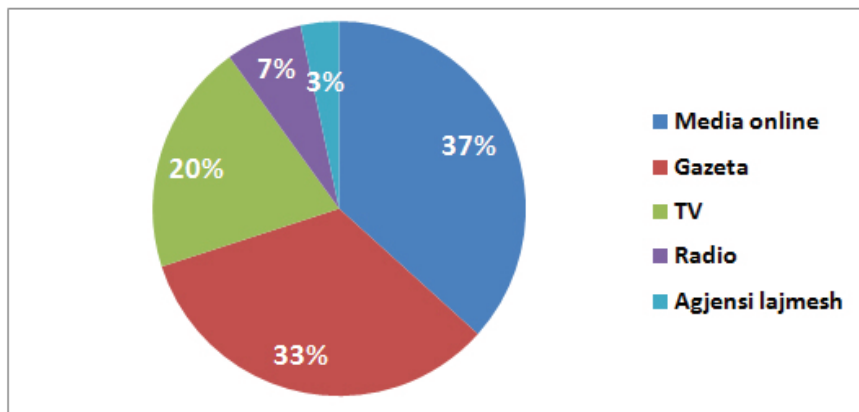
Gjithashtu për nevoja të studimit është ndërmarrë edhe një anketim me 30 gazetarë të raportimit ndërkombëtar që punojnë në media të ndryshme në vend, të cilët janë pyetur për çështje të ndryshme që kanë të bëjnë me gjendjen dhe situatën e raportimit ndërkombëtar

në Shqipëri. Më poshtë paraqitet tabela dhe grafika e ndarjes së të anketuarve sipas kategorive të mediave.

Tabela nr.2: Ndarja e të anketuarve sipas kategorive të mediave

Nr.	Kategoria e medias	Numri
1	Media online	11
2	Shtyp	10
3	TV	6
4	Radio	2
5	Agjenci lajmesh	1

Grafika nr.1: Ndarja e të anketuarve sipas kategorive të mediave



Siç shihet në këtë anketim është bërë kujdes që në grupin e të anketuarve të ketë përfaqësues të të gjitha kategorive të mediave. Mediat online dhe gazetat, duke përbërë aktualisht numrin më të madh të mediave, kanë edhe numrin më të madh të të anketuarve.

2. Situata e raportimit ndërkombëtar në Shqipëri

Pas rënies së komunizmit dhe vendosjes së sistemit të demokracisë pluraliste në fillim të viteve '90 vendi njohu edhe një lulëzim të mediave private, pluraliste dhe të pavarura. Numri i përgjithshëm i gazetave dhe i revistave të hapura në dy dekadat e fundit është mbi dyqind, duke përfshirë këtu edhe mediat e printuara lokale (Godole, 2014:72). Kurse numri i gazetave të përditshme kombëtare arrin në rreth 20, një numër ky që është më i larti në rajon në raport me numrin e popullsisë.³

Përsa i takon mediave audio-vizuale, aktualisht në Shqipëri operojnë 2 televizione kombëtare private dhe televizioni kombëtar publik me tre degët e veta në rrethe, 2 televizione satelitore, 3 platforma komerciale dixhitale, 66 kanale televizive lokale dhe 83 kanale televizive kablllore. Gjithashtu në Shqipëri operojnë edhe dy stacione kombëtare radioje, 1 stacion kombëtar publik me degët e veta rajonale dhe 71 stacione lokale të radios.⁴

Ky ekosistem i pasur dhe i larmishëm mediatik ka shtuar edhe mundësitë dhe hapësirën për raportimin ndërkombëtar. Por sërish kjo hapësirë informacioni, sidomos në shtyp, mbetet e vogël në raport me pjesën tjetër të informacionit. Përveç kësaj, në mediat shqiptare, duke qenë media relativisht të vogla, nuk ka departamente më vete për lajmin ndërkombëtar dhe në më të shumtën e rasteve ai mbulohet nga sektorët apo departamentet e lajmeve. Kjo kushtëzohet edhe nga numri relativisht i vogël i burimeve njerëzore që ka çdo media si dhe nga fondi i pakët që ato rezervojnë për këtë fushë të informacionit.

3. Barometri Ballkanik i Medias – Shqipëria, ISHM, Tiranë, 2013, f. 24

4. Burimi: Autoriteti i Mediave Audio-vizuale (AMA)

Gjithsesi, pavarësisht nga mungesa e një strukture të veçantë redaksionale, në shumicën e mediave shqiptare ekziston një rubrikë më vete për lajmet ndërkombëtare, e emërtuar shpesh “Lajmet nga bota”, e cila mund të jetë e përditshme ose mund të ketë një periodicitet më të rrallë se sa rubrika të tjera të lajmit. Kështu nga 30 media të përfshira në anketimin e realizuar në kuadër të këtij studimi rezulton se 27 prej tyre kanë një seksion, rubrikë apo faqe më vete për lajmin ndërkombëtar, dhe vetëm 3 prej tyre nuk e kanë një të tillë. Lidhur me periodicitetin, në 25 prej këtyre mediave kjo rubrikë është e rregullt, kurse në 5 prej tyre ajo krijohet apo hapet sipas rastit.

Aktualisht kanalet më të rëndësishme të informimit ndërkombëtar mediatik në vend janë gazetatat e përditshme, kanalet televizive kryesore dhe portalet e lajmeve në internet. Gjithashtu, një kanal i ndjekur nga një pjesë relativisht e vogël e audiencës shqiptare kanë qenë edhe radiot e huaja në gjuhën shqipe, si Zëri i Amerikës, Deutsche Welle, si dhe agjencitë e lajmeve si AFP, Reuters, BBC, etj. Por kriza dhe shkurtimi i fondeve kanë sjellë shkurtimin e burimeve njerëzore edhe për këto agjenci, duke arritur deri në ndërprerjen e plotë të transmetimeve në gjuhën shqipe, siç ishte rasti i BBC. Një lloj roli për informimin me të rejat nga bota ka luajtur edhe Agjencia Telegrafike Shqiptare (ATSH), por ky rol është minimizuar së tepërmi dhe ky ent publik i lajmit është duke dalë nga skena e informimit, si për mungesë vizioni të vendimmarrjes publike, edhe për shkak të shkallës së ulët të përditësimit të tij.

Një rëndësi të madhe për autenticitetin dhe cilësinë e raportimit të ngjarjeve nga bota ka edhe ekzistenca e korrespondentëve të mediave në vende të ndryshme, për të sjellë informacion origjinal dhe të verifikuar drejtpërdrejt nga vendi i ngjarjes. Nga kërkimi i kryer në kuadër të këtij punimi rezulton se nga gazetatat shqiptare të

monitoruara, asnjë prej tyre nuk ka korrespondentë në vende të tjera të botës. Ndërkohë nga televizionet rezulton se Top-Channel TV ka korrespondentë në Kosovë, Maqedoni, Greqi, Serbi, Itali, Britani dhe Belgjikë. Klan TV dhe ABC News kanë korrespondent në Bruksel kurse Ora News TV ka korrespondent në Itali. Nga mediat online, Albeu.com ka korrespondentë të vet në Kosovë dhe në Maqedoni, kurse Balkan Insight (i cili është në gjuhën angleze), për vetë natyrën që ka ky portal, ka korrespondentë në të gjitha vendet e Ballkanit. Pra siç shihet, numri i korrespondentëve jashtë vendit është tepër i kufizuar. Kjo bën që shumica e mediave t'i referohen apo të përkthejnë mediat ndërkombëtare, shpesh pa cituar burimin, siç do ta shohim edhe më poshtë në analizën e detajuar të raportimit ndërkombëtar në mediat e monitoruara.

Shkaku kryesor i numrit shumë të vogël të korrespondentëve të mediave shqiptare jashtë vendit është ai që përmend edhe studiuesi Stephan Russ-Mohl kur flet për shkurtimin e korrespondentëve edhe në mediat botërore: shpenzimet e mëdha që kërkojnë për një korrespondent jashtë vendit. (Russ-Mohl, 2010:203)

Përsa i takon mediave të huaja që përdoren si burim apo referencë nga mediat shqiptare, disa të dhëna vijnë edhe nga anketimi i kryer në kuadër të këtij studimi me 30 gazetarë të lajmit ndërkombëtar. Në një prej pyetjeve të bëra, të anketuarve iu është kërkuar që të listojnë 5 prej mediave të huaja më të përdorura prej tyre si burim apo referencë për lajmet ndërkombëtare. Nga përgjigjet rezulton se mediat apo agjencitë e huaja më të përdorura nga gazetarët në Shqipëri si burim për lajmin ndërkombëtar janë BBC, CNN, Reuters, AP, ANSA dhe VOA. Në tabelën e mëposhtme paraqitet numri i atyre që kanë përcaktuar secilën media si burim.

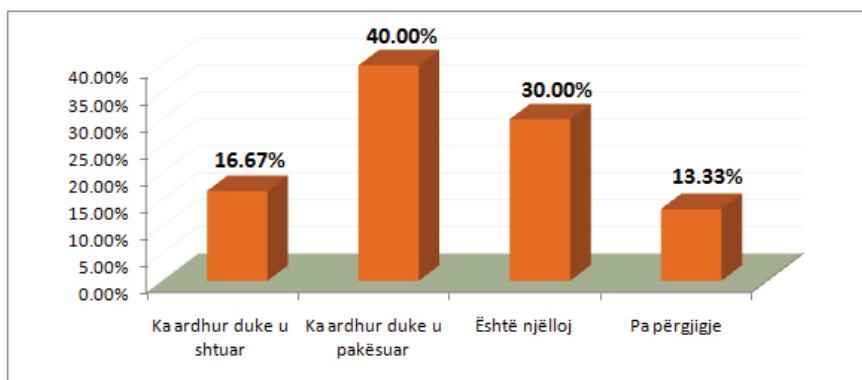
Tabela nr.3: Numri i gazetarëve që kanë përcaktuar secilën media si burim

BBC	CNN	Reuters	AP	ANSA	VOA	The Guardian	Daily Mail	AFP
26	18	12	10	8	6	5	4	4

Si burim disi më i rrallë kanë shërbyer edhe media apo agjenci ndërkombëtare si Sky, New York Times, DW, Le Monde, RAI, The Economist, The Telegraph, Al Jazeera, etj.

Nga anketimi që përmendëm më sipër vijnë edhe të dhëna të tjera që plotësojnë më tej panoramën e situatës së raportimit ndërkombëtar. Kështu lidhur me burimet njerëzore të kësaj fushe, nga anketimi rezulton se në 40 % të mediave shqiptare këto burime njerëzore kanë ardhur duke u shkurtuar, në 30 % të tyre kanë mbetur njëjloj dhe vetëm në 16.67 % të mediave kanë ardhur duke u shtuar. Këto të fundit janë kryesisht media online të hapura në vitet e fundit. Grafika e mëposhtme paraqet të dhënat e plota:

Grafika nr.2: Prirjet e stafit që merret me raportimin ndërkombëtar



Përveç pakësimit të stafit që merret me lajmin ndërkombëtar, një

problem tjetër është ngarkesa e shumëfishtë e një pjese të këtij stafi. Duke patur hapësirë të vogël në media, dhe si rrjedhojë edhe një numër të vogël shkrimesh nga bota, gazetarët e këtij sektori angazhohen të punojnë edhe për rubrika të tjera.

Në tabelën e mëposhtme paraqiten edhe disa të dhëna lidhur me këtë dukuri. Siç shihet, vetëm 11 nga 30 gazetarë të anketuar merren tërësisht me lajmet nga bota, kurse 15 të tjerë krahas lajmeve nga bota merren edhe me shkrime për rubrikat e tjera.

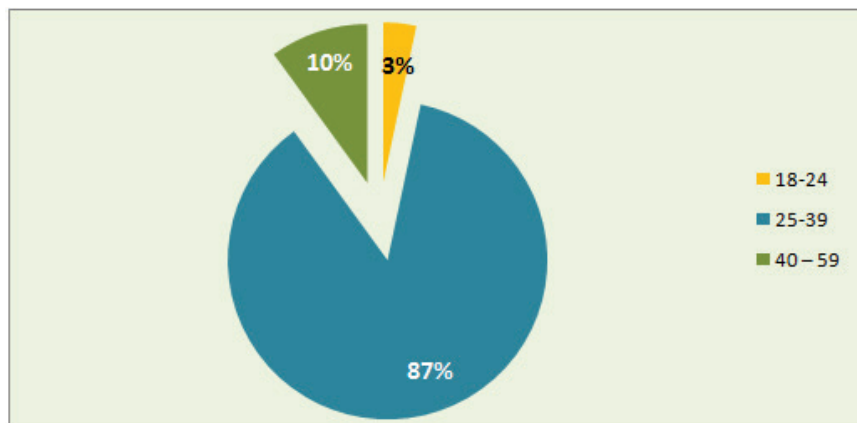
Tabela nr.4: Staf i medias suaj që merret me lajmin ndërkombëtar, angazhohet:

a	Vetëm me lajmet nga bota	11
b	Me lajmet nga bota si dhe me shkrime për rubrikat e tjera	15
c	S'ka përgjigje	4

Nga ana tjetër ka edhe media ku raportimi ndërkombëtar iu besohet gazetarëve të rubrikave të tjera, ose me lajmin ndërkombëtar merret kush është më i lirë për momentin, duke reflektuar kështu një nivel të ulët vlerësimi për këtë kategori informacioni.

Nga të dhënat demografike të kampionit prej 30 gazetarësh të anketuar mund të krijojmë një ide edhe lidhur me moshën e atyre që punojnë në raportimin e lajmit ndërkombëtar. Siç shihet edhe në grafikën e mëposhtme, shumica e gazetarëve të anketuar të kësaj fushe (83 %) i përkasin grupmoshës 25 deri në 39 vjeç, 10 % janë të grupmoshës 40-59 vjeç dhe 3 % janë të grupmoshës 18-24 vjeç.

Grafika nr.3: Gazetarët e lajmit ndërkombëtar sipas grupmohave



Kjo situatë e mbizotërimit të grupmohave të reja nuk rezulton vetëm për gazetarët e lajmit ndërkombëtar, por edhe në përgjithësi për të gjithë trupën e gazetarëve që punojnë në mediat shqiptare. Sipas studiueses Jonila Godole, në numrin e përgjithshëm të gazetarëve në Shqipëri, 42.2 % i përkasin grupmohës 30-39 vjeç kurse 42 % janë të grupmohës 20 deri në 29 vjeç. Pra, duke i bashkuar së bashku, grupmosha 20-39 vjeç zë 84.2 % të numrit të përgjithshëm të gazetarëve. (Godole, 2014:149).

Arsyet e mbizotërimit të grupmohave të reja në trupën e gazetarëve shqiptarë mund të jenë të ndryshme. Por më e rëndësishmja prej tyre lidhet me faktin që tregu i medias në Shqipëri është relativisht i ri. Shumica e mediave kanë lindur në dy dekadat e fundit. Në përgjigje të këtij tregu të ri, u zhvilluan edhe burimet njerëzore të kësaj fushe, të cilat në më të shumtën e vet janë krijuar gjithashtu në dy dekadat e fundit. Ndërkohë shumica e gazetarëve që u shkolluan dhe punuan në mediat propagandistike gjatë periudhës së komunizmit nuk rezultuan të përshtatshëm për mediat e reja pluraliste dhe të pavarura, kështu që gazetaret,

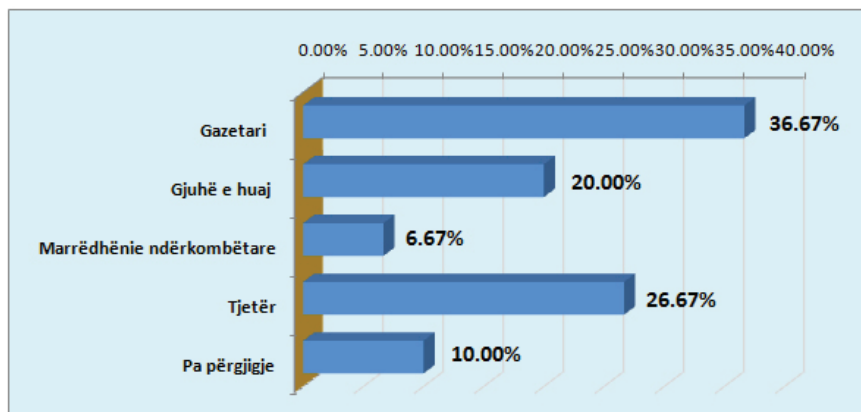
radiot dhe televizionet e krijuara gjatë periudhës së tranzicionit do të populloheshin nga të rinj dhe të reja të shkolluar kryesisht në Departamentin e Gazetarisë të Universitetit të Tiranës, i cili ishte gjithashtu një departament i ri që u hap vetëm pas rënies së komunizmit në vitin 1993.

Gjithsesi, kur bëhet fjalë për gazetarët e fushës së lajmit ndërkombëtar, duke patur parasysh edhe tipologjinë e gazetarit perëndimor të kësaj fushe, mund të themi se mbizotërimi i grupmoshave të reja mund të shihet edhe si një variabël që reflekton një nivel përvoja më të ulët. Por dihet se faktori “përvojë” në raportimin ndërkombëtar në media është mjaft i rëndësishëm dhe jo rrallë bën edhe një diferencë të dukshme në cilësinë dhe standardet e këtij raportimi.

Krahas moshës relativisht të re të gazetarëve, një faktor i rëndësishëm që ndikon në nivelin dhe në standardet profesionale të raportimit ndërkombëtar është edhe shkollimi dhe kualifikimi profesional i gazetarëve të kësaj fushe. Nga anketimi i kryer rezulton se 36.67 % e gazetarëve të lajmit ndërkombëtar, pra rreth një e treta, kanë mbaruar studimet universitare në degën e gazetarisë; 20 % kanë studiuar gjuhë të huaja, 6.67 % përqind, marrëdhënie ndërkombëtare dhe 26.67 % kanë studiuar në degë të ndryshme nga tre të parat. Në anketim vihet re edhe një numër relativisht i vogël i atyre që nuk deklarohen për profilin e shkollimit (10 %).

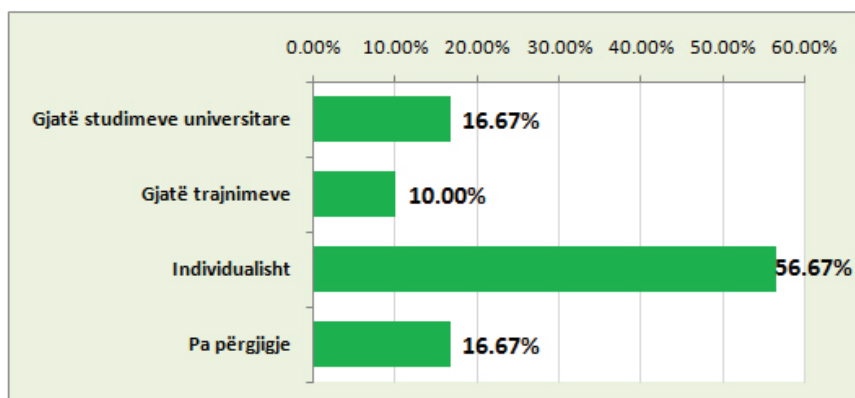
Në këto të dhëna shfaqet një problem që ka qenë prezent gjatë periudhës së tranzicionit: Një pjesë e atyre që punojnë në media, nuk kanë përfunduar studimet në degë të lidhura me këtë profesion, por në degë të tjera.

Grafika nr.4: Gazetarët e lajmit ndërkombëtar sipas degës së shkollimit universitar



Pavarësisht nga drejtimi i shkollimit universitar, gazetari i lajmit ndërkombëtar përfaqëson një profil profesional të veçantë dhe të dallueshëm nga profilet e tjera. Por si ka qenë mundësuar ky profilizim? Më shumë se gjysma e të anketuarve (56.67 %) deklarojnë se ata kanë arritur të profilizohen në këtë fushë falë përpjekjeve të tyre individuale, 16.67 % gjatë studimeve universitare dhe 10 % gjatë trajnimeve.

Grafika nr.5: Si jeni profilizuar në fushën e raportimit ndërkombëtar



Vihet re në këtë rast numri i vogël i atyre që janë profilizuar gjatë studimeve universitare, i cili logjikisht duhej të ishte më i lartë. Por mesa duket, programi mësimor i degëve të gazetarisë në vend lë për të dëshiruar kur vjen fjala për profilizimin e gazetarëve në fushën e raportimit ndërkombëtar. Edhe shqyrtimi i kurrikulave të tre departamenteve të gazetarisë në vend e provon këtë hipotezë.

Kështu në nivelin Bachelor të studimeve në degën e gazetarisë dhe të komunikimit të Universitetit të Tiranës prej kohësh kanë ekzistuar vetëm tre profile të formimit të gazetarëve të ardhshëm: gazetaria politike, gazetaria ekonomike dhe gazetaria social-kulturore. Gazetaria ndërkombëtare nuk ka ekzistuar si profil dhe gjithashtu edhe lëndët e veçanta që lidhen me të janë shumë të pakta, siç është për shembull, lënda “Gazetaria e agjencisë” dhe në një korrelacion disi më të largët lënda “Media në diplomaci”.

Vetëm në nivelin Master të studimeve në këtë departament është hapur në vitin 2010 një profil më vete i emërtuar “Gazetaria europiane”, në të cilin zhvilloheshin edhe lëndë me lidhje të drejtpërdrejtë me fushën e raportimit ndërkombëtar, siç ishte lënda “Raportimi i aktualitetit ndërkombëtar”. Por katër vjet pas hapjes ky profil nuk u hap më për shkak të regjistrimeve të pakta.

Edhe në degën e gazetarisë të Universitetit të Shkodrës profili i gazetarisë ndërkombëtare nuk ka ekzistuar ndonjëherë. E vetmja lëndë e përafërt me këtë profil që ofrohet nga ky departament është lënda “Gazetaria e agjencisë”. Ndërsa në degën e gazetarisë të Universitetit të Elbasanit nuk ka ndonjë profil apo lëndë që të lidhet drejtpërdrejt apo të përafrohet me profilin e gazetarisë ndërkombëtare.

Në këtë situatë është e natyrshme që në mungesë të një profilizimi nga entet universitare, të shihen dhe të shtohen mundësitë për

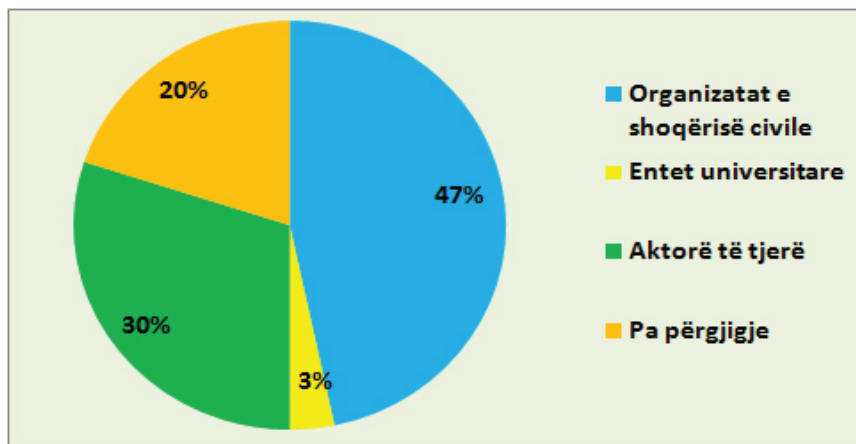
trajnime dhe specializime të tjera në këtë fushë. Por, përsa i takon trajnimeve të organizuara me gazetarët e gazetarisë ndërkombëtare, 63.33 % e të anketuarve deklarojnë se ato kanë qenë të rralla, 33.33 % e tyre deklarojnë se nuk dinë të ketë patur të tilla dhe vetëm 3.33 % (1 në 30 vetë) deklarojnë se trajnimet kanë ardhur duke u shtuar.

Tabela nr.5: Trajnimet e organizuara kanë qenë...

Të shpeshta	3.33%
Të rralla	63.33%
Nuk di të ketë pasur të tilla	33.33%

Lidhur me subjektet që ofrojnë trajnimet në këtë fushë, nga anketimi vijnë këto të dhëna:

Grafika nr.6: Trajnimet e gazetarëve organizohen më shpesh nga...



Siç shihet, entet që ofrojnë më shumë trajnime në fushën e raportimit

ndërkombëtar janë organizatat e shoqërisë civile, mes të cilave dallon Instituti Shqiptar i Medias, i cili ka organizuar shumicën e këtyre trajnimeve. Bie në sy në këto të dhëna edhe fakti se vetëm 3 përqind e të anketuarve i njohin entet universitare si organizues trajnimesh.

Pas kësaj paraqitjeje të përgjithshme lidhur me situatën, burimet njerëzore dhe kontekstin e raportimit ndërkombëtar në mediat shqiptare, le të shohim në mënyrë më të detajuar dhe në terma më konkretë se si është situata e lajmit ndërkombëtar në shtyp, televizion dhe web.

3. Lajmi ndërkombëtar në shtyp

Siç e kemi përmendur edhe më sipër, katër gazetat e përzgjedhura: “Panorama”, “Gazeta Shqiptare”, “Shqiptarja.com” dhe “Mapo” janë monitoruar për një periudhë tre-mujore nga 1 marsi 2016 deri më 31 maj 2016, duke përfshirë të gjithë numrat e kësaj periudhe. Gjatë monitorimit dhe punës empirike janë identifikuar, numëruar dhe koduar artikujt e lajmeve ndërkombëtare të ditës, komentet/editorialet/kolanat/opinionet si dhe artikujt e lajmit ndërkombëtar sportiv. Lajmet soft dhe ato rozë, nuk janë përfshirë në monitorim.

Gjatë këtyre tre muajve gazetat Panorama dhe Gazeta Shqiptare kanë nxjerrë gjithsej 92 numra, kurse gazetat Shqiptarja.com dhe Mapo, meqë nuk dalin përkatësisht ditën e hënë dhe ditën e diel, pra dalin gjashtë herë në javë, kanë nxjerrë nga 79 numra secila.

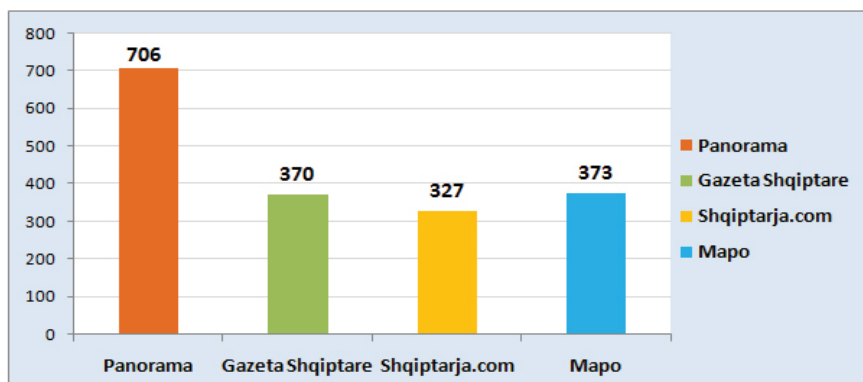
Analiza e ndërmarrë në këtë studim do të ishte më e plotë nëse të dhënat që janë mbledhur do të krahasoheshin me ato të viteve të mëparshme, por të dhëna të tilla mungojnë. Kështu që analiza krahasuese që mund të ndërmarrim në këtë studim është ajo mes katër gazetave apo dy kanaleve televizive me njëra-tjetrën dhe më

vonë mes gazetave dhe mediave televizive si dhe webit. Ndërkohë databaza e të dhënave që është krijuar për këtë studim mund të shërbejë në vitet e ardhshme për të bërë krahasime dhe për të evidentuar trendin e raportimit ndërkombëtar në mediat shqiptare.

3.1.Lajmet ndërkombëtare në shtyp – qasje sasiore

Fokusi dhe interesi kryesor i këtij studimi është përqendruar më së shumti në kategorinë e lajmeve ndërkombëtare të ditës. Por duke qenë se nga mediat në Shqipëri tregohet interes jo i pakët edhe për lajmet ndërkombëtare sportive, ky studim ka përfshirë edhe monitorimin e tyre, për të parë se cila prej këtyre dy kategorive më popullore të lajmit ndërkombëtar dominon në shtypin shqiptar. Grafika e mëposhtme paraqet numrin total të lajmeve ndërkombëtare të botuar në secilën nga gazetatat e monitoruara:

Grafika nr.7: Numri i lajmeve ndërkombëtare sipas gazetave (1 mars - 31 maj 2016)



Siç shihet gazeta Panorama, e cila është gazeta më e shitur në vend ka botuar në total në tre muaj 706 lajme ndërkombëtare, një numër ky që është afërsisht sa dyfishi i numrit të artikujve të botuar në secilën nga tre gazetatat e tjera.

Në tabelën e mëposhtme gjenden të dhënat lidhur me numrin e përgjithshëm të artikujve të të dy kategorive dhe përqindjen që zënë lajmet e ditës në totalin e lajmeve ndërkombëtare.

Tabela nr.6: Numri i artikujve nga 1 marsi deri 31 maj dhe përqindja e lajmeve të ditës.

Mediat	Lajme të ditës	Lajme sportive	Totali	% e lajmeve të ditës
Panorama	374	332	706	53%
Gazeta shqiptare	217	153	370	59%
Shqiptarja.com	254	73	327	78%
Mapo	166	207	373	45%

Ndërkohë vihet re se numri i artikujve të kategorisë “lajm i ditës” në tre prej gazetave është më i lartë se sa numri i lajmeve sportive. Tek gazeta Panorama raporti është 53 % me 47 % në favor të lajmeve të ditës. Tek Gazeta Shqiptare ky raport thellohet edhe më tej duke shkuar në 59 % me 41 %, duke kulmuar tek Shqiptarja.com, e cila rezervon një hapësirë edhe më të madhe për lajmin e ditës, i cili zë 78 % të numrit total të lajmeve ndërkombëtare. Një situatë e ndryshme vihet re tek gazeta Mapo, ku lajmet sportive mbizotërojnë ndaj lajmeve të ditës, në masën 55 % me 45 %.

Analiza e raportit mes këtyre dy kategorive të lajmeve është e rëndësishme për të evidentuar prirjet dhe prioritetet në raportimin ndërkombëtar në shtypin shqiptar. Si shihet, edhe pse në përgjithësi mbizotërojnë lajmet e ditës, sërish numri relativisht i madh i lajmeve sportive flet për një lloj tendence për t’i lënë gjithnjë e më shumë hapësirë edhe lajmeve të kësaj kategorie.

Një tregues i rëndësishëm për praninë e lajmeve ndërkombëtare është edhe numri mesatar i artikujve për një numër (edicion) gazete. Nga monitorimi rezultojnë të dhënat e mëposhtme lidhur me këtë mesatare:

Tabela nr.7: Numri mesatar i artikujve për një edicion (numër) gazete

Mediat	Numri total artikujve	Numri total i edicioneve	Mesatarja artikuj për një edicion
Panorama	706	92	7.67
Gazeta shqiptare	370	92	4.02
Shqiptarja.com	327	79	4.14
Mapo	373	79	4.72

Nga të dhënat del se edhe për treguesin “mesatare e artikujve për një edicion” gazeta Panorama bën diferencë në krahasim me tre gazetat e tjera, pasi kjo mesatare është afërsisht dy herë më e lartë. Një e dhënë e tillë tregon se kjo gazetë rezervon hapësirë më të madhe për lajmin ndërkombëtar se sa mediat e tjera. Me një përlllogaritje të përafërt lajmet ndërkombëtare zënë rreth dy faqe në edicionin normal 24-faqësh të Panoramës. Kurse tek tre gazetat e tjera kjo shifër shkon në 1 deri në 1.5 faqe për numër.

Një tregues tjetër i shkallës së vlerësimit që redaksitë e gazetave tregojnë për lajmet ndërkombëtare është edhe prania e tyre në faqen e parë të këtyre gazetave. Ky tregues është i rëndësishëm sepse reflekton vendin e lajmeve ndërkombëtare në axhendën dhe hierarkinë e lajmeve të këtyre mediave, rëndësinë e tyre, si dhe kujdesin redaksional ndaj tyre. Në tabelën e mëposhtme paraqiten të dhënat edhe lidhur me këtë tregues.

Tabela nr.8: Përqindja e lajmeve ndërkombëtare që shfaqen në faqen e parë

Mediat	Totali i artikujve	Numri i artikujve që nisin në faqen e parë	% e artikujve në faqen e parë
Panorama	706	21	3%
Gazeta shqiptare	370	23	6%
Shqiptarja.com	327	18	6%
Mapo	373	48	13%

Në rastin e këtij treguesi, Panorama ka përqindjen më të ulët të numrit të lajmeve ndërkombëtare që shfaqen në faqen e parë (3%), kurse Mapo ka përqindjen më të lartë (13 %), duke reflektuar edhe një diferencë relativisht të madhe mes tyre.

Për këtë tregues ne mund të bëjmë edhe një lloj krahasimi me mediat perëndimore. Nga studimi i AJR-American Journalism Review që kemi përmendur më sipër vijjnë disa të dhëna që mund të shërbejnë si një lloj baze krahasimi. Kështu, në gazetatat kryesore amerikane, përqindja e lajmeve ndërkombëtare që shfaqeshin në faqen e parë, nga 9 përqind që ishte në vitin 1985 arriti në 6 % në vitin 2010. Kurse për gazetatat kryesore shqiptare kjo mesatare aktualisht është 7 %, duke qenë e përafërt me mesataren e mediave amerikane, madje disi më e lartë, sidomos po të kemi parasysh që të dhënat për gazetatat shqiptare i takojnë vitit 2016.

3.2. Lajmet ndërkombëtare të ditës në shtypin shqiptar

Duke qenë edhe fokusi kryesor i këtij studimi, për lajmet ndërkombëtare të ditës në këtë seksion është rezervuar një analizë specifike më e detajuar. Si fillim do të shohim se cilat janë raportet mes tre kategorive të këtij lajmi që i kemi përmendur edhe më sipër: 1. Foreign news at home, 2. Home news abroad, dhe 3. Foreign news abroad.

Raporti: Foreign news at home / Home news abroad / Foreign news abroad.

Ky kategorizim është shumë i dobishëm për të parë më qartë se cilat janë prioritetet e mediave shqiptare kur bëhet fjalë për lajmin ndërkombëtar të ditës. Sa vend zënë lajmet ndërkombëtare për ngjarje që ndodhin jashtë vendit (foreign news abroad)? Po lajmet që ndodhin jashtë vendit por që përfshijnë personazhe apo aktorë vendorë (home news abroad)? Po lajmet ndërkombëtare për ngjarje që zhvillohen në vend (foreign news at home)?

Analiza e raportit mes këtyre kategorive na ndihmon që të shohim se në ç'masë mediat shqiptare janë të ndikuara nga elementi vendor në raportimin ndërkombëtar dhe sa janë të prirura ato që të raportojnë thjesht ngjarje ndërkombëtare që nuk kanë lidhje me faktorin apo interesat vendore.

Nga përpunimi i të dhënave të monitorimit, rezultojnë të dhënat e mëposhtme që iu japin një lloj përgjigje edhe këtyre pyetjeve kërkimore që ne po parashtrojmë.

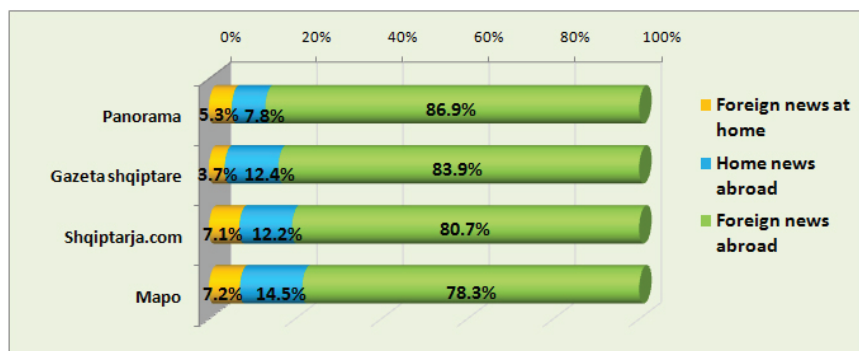
Tabela nr.9: Lajmet ndërkombëtare të ditës sipas kategorive dhe % e foreign news abroad

Mediat	Foreign news at home	Home news abroad	Foreign news abroad	Totali	% e Foreign news abroad
Panorama	20	29	325	374	86.9%
Gazeta shqiptare	8	27	182	217	83.9%
Shqiptarja.com	18	31	205	254	80.7%
Mapo	12	24	130	166	78.3%

Nuk është e vështirë të konstatohet nga tabela e mësipërme se pavarësisht nga prania e lajmeve ndërkombëtare që përfshijnë element vendor, lajmet e kategorisë “Foreign news abroad” zënë pjesën më të madhe të lajmeve ndërkombëtare të ditës. Tek gazeta Panorama ato zënë rreth 87 % të numrit të përgjithshëm të lajmeve ndërkombëtare të ditës, tek Gazeta Shqiptare rreth 84 %, tek Shqiptarja.com rreth 81 % kurse tek Mapo rreth 78 %. Kjo tregon se elementi vendor në shtyp ka një ndikim relativisht të vogël në numrin e përgjithshëm të lajmeve ndërkombëtare.

Raportet mes tre kategorive të lajmit ndërkombëtar të ditës paraqiten edhe në grafikën e mëposhtme:

Grafika nr. 8: Përqindja e lajmeve ndërkombëtare të ditës sipas kategorive



Ndër shkrimet e kategorisë “Foreign news at home” bien në sy lajmet për ngjarje të tilla, si Samiti i NATO-s në Tiranë, mbledhja e ministerialit të ministrave të Jashtëm në Durrës, vizita të krerëve të lartë të shteteve të tjera apo të BE në Shqipëri, etj. Kurse në kategorinë “Home news abroad” bien në sy ngjarje si vizita e kryeministrit, kryetarit të parlamentit dhe e liderit të opozitës në SHBA si dhe vizita të tjera jashtë vendit të personaliteteve të tjera vendore. Por një numër i konsiderueshëm lajmesh të kësaj kategorie

iu referohen aktiviteteve kriminale të shqiptarëve në vende të tjera të botës, arrestimit dhe dënimit nga gjykatat e huaja të personave shqiptarë që kanë kryer aktivitete kriminale në vende të ndryshme, etj. Gjithashtu nuk mungojnë në këtë kategori edhe lajme për koncerte të artistëve shqiptarë në botë, si koncertet e sopranove Ermonela Jaho në Londër dhe Inva Mula në Beograd, lajmet për raste suksesi të shqiptarëve në botë, etj.

Burimet e lajmeve ndërkombëtare të ditës

Gjatë kërkimit empirik të ndërmarrë për këtë punim, i është kushtuar rëndësi edhe evidentimit të burimeve që janë përdorur nga mediat shqiptare në raportimin ndërkombëtar. Para së gjithash duhet thënë se jo vetëm në mediat shqiptare, por edhe në ato botërore, pjesa e lajmeve ndërkombëtare të prodhuar nga vetë stafi i mediave është relativisht e vogël. Kështu sipas AJR në vitin 2010 në tetë gazetat kryesore amerikane, përqindja e lajmeve ndërkombëtare të prodhuara nga vetë stafi i mediave arriti në 4 % nga 15 % që ishte në vitin 1985.

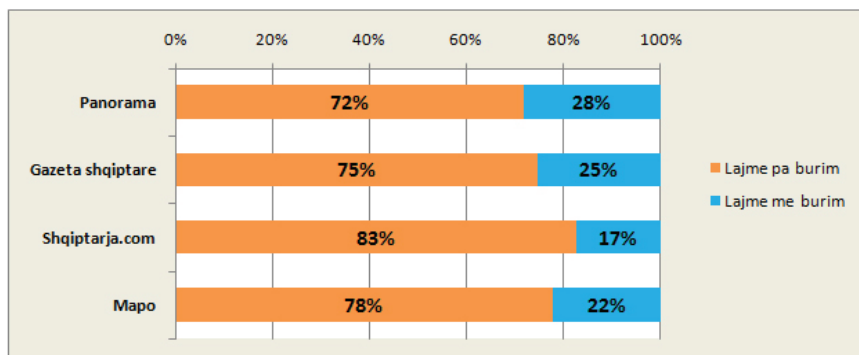
Në rastin e gazetave shqiptare të monitoruara nuk ofrohet ndonjë e dhënë lidhur me përqindjen që zënë lajmet autentike të prodhuara nga vetë stafi i mediave. Në pothuaj njëqind përqind të lajmeve në të katër gazetat nuk vendoset emri i autorit të shkrimit. Kjo për arsyen se lajmet ndërkombëtare në më të shumtën e tyre janë thjesht përshtatje apo përkthime të lajmeve të botuara në mediat botërore, shpesh pa i cituar fare këto media. Por gjithsesi ka edhe shkrime në të cilat përmendet apo citohet burimi i informacionit. Numri dhe përqindja që zënë këto shkrime në totalin e përgjithshëm të lajmeve të ditës, paraqiten në tabelën e mëposhtme:

Tabela nr.10: Numri i lajmeve ku citohet një burim dhe përqindja e tyre

Mediat	Totali i lajmeve të ditës	Nr. i artikujve ku citohet një burim	% e artikujve ku citohet një burim
Panorama	374	106	28%
Gazeta shqiptare	217	55	25%
Shqiptarja.com	254	44	17%
Mapo	166	37	22%

Gjithashtu një pamje e raportit mes lajmeve pa burim dhe atyre me burim për çdo media paraqitet edhe në grafikën e mëposhtme:

Grafika nr.9: Raporti “lajme me burim” / “lajme pa burim”



Në një mesatare të përafërt, vetëm një e katërta e lajmeve ndërkombëtare të botuara në katër gazetat e monitoruara përmbajnë apo citojnë të paktën një burim në përmbajtjen e tyre. Kjo flet për një prani në shkallë të gjerë të dukurisë që Sonia Mikich e quan “bota në variantin më të lehtë” (Mikich, 2010), apo Artan Fuga e emërtion “raportim i botës nga pragu i shtëpisë” (Fuga, 2015). Duke i shtuar këtyre edhe faktin tjetër të mungesës së autorësisë, mund të arrijmë

në përfundimin se përmbajtja origjinale e lajmit ndërkombëtar në mediat shqiptare është shumë e vogël ose gati inekzistente, gjë që ngre pikëpyetje lidhur me autenticitetin dhe saktësinë e këtyre lajmeve, si dhe me respektimin e të drejtës së autorit.

Raporti mes lajmeve të gjata dhe lajmeve të shkurtra

Nga monitorimi vijnë disa të dhëna edhe lidhur me variabëlin “gjatësi e lajmeve” të botuara në secilën prej mediave. Në këtë studim për këtë variabël janë përdorur kategorizimet “lajm i gjatë” dhe “lajm i shkurtër”, duke konsideruar si lajm të shkurtër çdo lajm që është deri në 100 fjalë dhe lajm të gjatë ato që janë mbi 100 fjalë. Lajmet e shkurtra në disa raste klasifikohen edhe nga vetë mediat, duke i vendosur nën rubrikën “Shkurt nga bota”.

Siç e shihni në tabelën e mëposhtme, në dy prej gazetave, dhe konkretisht tek Gazeta Shqiptare dhe Shqiptarja.com, lajmet e gjata zënë afërsisht gjysmën e lajmeve ndërkombëtare të ditës. Kurse në dy gazetat e tjera kemi dy pamje të ndryshme. Tek Panorama mbizotërojnë lajmet e shkurtra që zënë rreth dy të tretat (66 %) e numrit të përgjithshëm të lajmeve, kurse tek Mapo mbizotërojnë lajmet e gjata të cilat zënë tre të katërtat (75 %) e numrit të përgjithshëm të lajmeve ndërkombëtare të ditës.

Tabelë nr.11: Numri i lajmeve të shkurtra dhe i lajmeve të gjata

Mediat	Lajm i shkurtër	Lajm i gjatë	Total	% e lajmeve të gjata
Panorama	246	128	374	34%
Gazeta shqiptare	112	105	217	48%
Shqiptarja.com	132	123	255	48%
Mapo	42	124	166	75%

Grafika nr.10: Përqindja e lajmeve të shkurtra dhe e lajmeve të gjata



Hartëzim gjeografik i lajmeve ndërkombëtare të ditës

Gjeografia e shtrirjes së lajmeve ndërkombëtare në katër gazetat e monitoruara në kuadër të këtij punimi është e ndryshme nga njëra media në tjetrën. Nga pikëpamja sasiore, gazeta Panorama është gazeta që në tre muaj ka mbuluar një numër më të madh vendesh në raportimin e saj ndërkombëtar, me 50 vende të mbuluara. Pas saj renditet Shqiptarja.com me 37 vende, për të vijuar më tej me gazetën Mapo me 31 vende dhe Gazeta Shqiptare me 28 vende. Për gazetën Panorama, vendi më i mbuluar, pra me numrin më të madh të shkrimeve është SHBA me 56 shkrime. Për Gazeta Shqiptare vendi më i mbuluar është Belgjika me 25 shkrime. Në rastin e Shqiptarja.com vendi më i mbuluar është Kosova me 32 shkrime, kurse tek Mapo është Maqedonia me 15 shkrime.

Tabela nr. 12: Numri i vendeve të mbuluara dhe vendet me mbulimin më të madh

Mediat	Totali i vendeve të mbuluara	Vendi më i mbuluar	Nr. artikujve - vendi më i mbuluar
Panorama	50	SHBA	56
Gazeta shqiptare	28	Belgjikë	25
Shqiptarja.com	37	Kosova	32
Mapo	31	Maqedonia	15

Në përvojën botërore të raportimit mediatik ndërkombëtar ka disa lloje qasjesh që kanë mbizotëruar nga njeri vend në tjetrin, si dhe nga njëra medie në tjetrën. Një nga qasjet më të aplikuara në raportimin ndërkombëtar, e cila është përhapur më tej kohët e fundit edhe për shkak të krizës ekonomike, është qasja e “zonës më të afërt”. (Russ-Mohl, 2010:203). Kjo qasje nënkupton mbizotërimin në raportimin ndërkombëtar të lajmeve që vijnë apo që lidhen me vendet më të afërta. Në rastin e gazetave shqiptare të monitoruara, në këtë tipologji mund të përfshinim gazetat Shqiptarja.com dhe Mapo, tek të cilat dy vendet më të mbuluara me lajme janë pikërisht dy vendet më të afërta nga pikëpamja gjeografike: Kosova dhe Maqedonia. Por krahas afërsisë gjeografike, një ndikim këtu ka pasur edhe afërsia e origjinës, pasi rreth 30 përqind e popullsisë së Maqedonisë është shqiptare, kurse në rastin e Kosovës kjo përqindje shkon në rreth 95 %.

Në disa media botërore është verifikuar edhe qasja “next door giant”, që nënkupton mbizotërimin e lajmeve nga vendi më i madh i afërt, siç është për shembull, Gjermania për disa media

zvicerane (Russ-Mohl, 2010:204). Nëse një qasje e tillë do të aplikohet në mediat shqiptare atëherë do të mbizotëronin lajmet që vijnë nga “next door giant” i Shqipërisë që është Italia. Por kjo nuk verifikohet, të paktën në praktikën e mediave shqiptare të monitoruara. Përkundrazi në njërin prej mediave, dhe pikërisht në gazetën Panorama “the giant” verifikohet të jetë jo një fqinj gjeografik, por një vend i largët siç janë SHBA. Ndërsa në rastin e Gazeta Shqiptare, vendi i madh ose më i mbuluar nuk është përcaktuar nga ndonjë afërsi gjeografike, por nga ngjarjet më të bujshme, siç ishin aktet terroriste në Bruksel.

Kjo do të thotë se afërsia gjeografike jo në çdo rast përcakton edhe frekuencën e mbulimit. Gjithsesi, qasja e “zonës më të afërt” ka një aplikim të konsiderueshëm në të katër gazetatat e monitoruara. Kjo provohet edhe nga fakti që vendet fqinje si Kosova, Maqedonia, Turqia, Serbia apo Greqia janë në listën e 10 vendeve më të mbuluara.

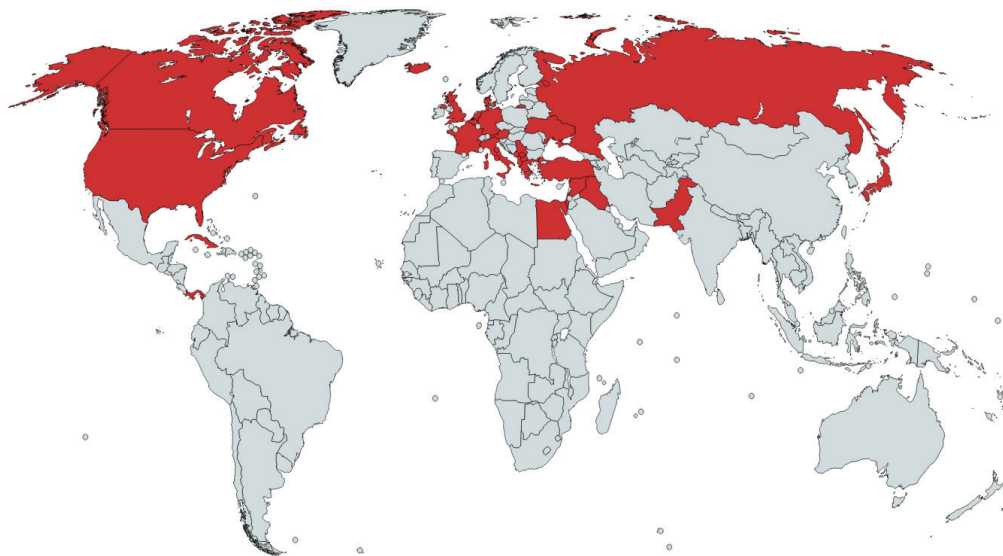
Për të pasur një ide më të plotë lidhur me shtrirjen gjeografike të lajmit ndërkombëtar në secilën media, po ju paraqesim më poshtë listën e vendeve që janë mbuluar nga çdo media, e shoqëruar kjo me hartën përkatëse. Siç do ta shihni edhe nga hartëzimi i kryer, mediat shqiptare mbulojnë më shumë zonat e afërta dhe mund të ndodhë që kontinente të tërë si Afrika, Amerika e Jugut apo Azia të mbeten pothuajse të pambuluar për tre muaj rresht.

Gazeta Shqiptare

Totali i vendeve të mbuluara: 28 vende

Lista e vendeve të mbuluara: Itali, Gjermani, Francë, Britani, Belgjikë, Danimarkë, Austri, Vatikan, Holandë, Islandë, SHBA, Kanada, Kosovë, Maqedoni, Mali i Zi, Serbi, Turqi, Greqi, Rusi, Ukrainë, Japoni, Pakistan, Irak, Siri, Izrael, Egjipt, Kubë, Panama.

Hartë e vendeve të mbuluara nga Gazeta Shqiptare

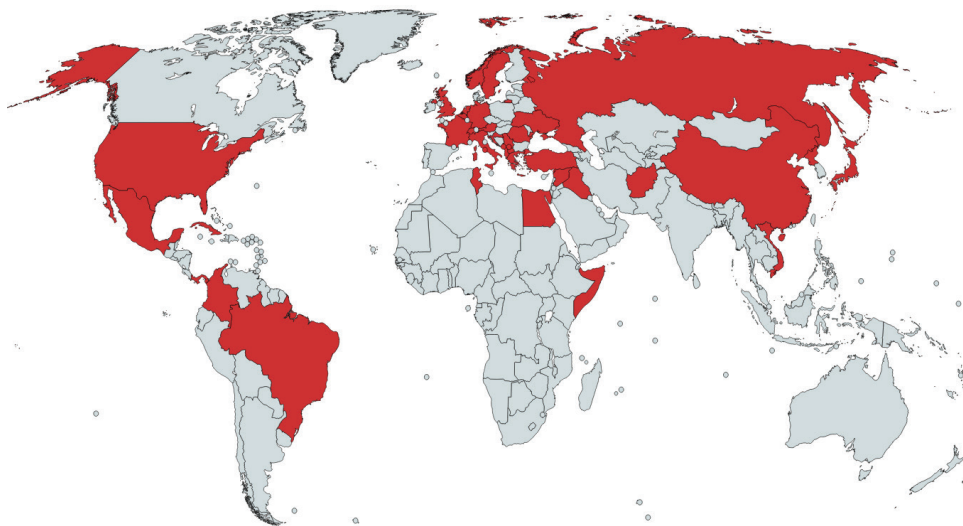


Shqiptarja.com

Totali i vendeve të mbuluara: 37 vende

Lista e vendeve të mbuluara: Itali, Gjermani, Francë, Britani, Belgjikë, Norvegji, Austri, Vatikan, Zvicër, Holandë, Suedi, SHBA ,Kosovë, Maqedoni, Mali i Zi, Serbi, Turqi, Greqi, Kroaci, Rumani, Rusia, Ukrainë, Kinë, Vietnam, Kore e Veriut, Japoni, Irak, Siri, Afganistan, Egjipt, Tunizi, Somali, Kubë, Brazil, Kolumbi, Meksikë, Panama.

Hartë e vendeve të mbuluara nga gazeta Shqiptarja.com



Papers”, disa lajme rreth trafikut ndërkombëtar të drogës, siç ishte për shembull, rasti i të ashtuquajturit “Eskobari shqiptar”, etj. Në tabelën e mëposhtme paraqitet numri i lajmeve transnacionale për secilën nga gazetatat e monitoruara:

Tabela nr.13: Numri i lajmeve transnacionale për secilën nga gazetatat e monitoruara

Mediat	Numri i lajmeve transnacionale
Panorama	35
Gazeta shqiptare	41
Shqiptarja.com	34
Mapo	44

Pasi kemi parë shtrirjen gjeografike të lajmeve ndërkombëtare në katër gazetatat kryesore të vendit, le të shohim më poshtë se cilat janë ngjarjet kryesore që kanë dominuar raportimin ndërkombëtar në këto gazeta nga 1 Marsi deri në 31 maj 2016.

Ngjarjet që kanë dominuar raportimin ndërkombëtar

Axhenda e medias shqiptare dhe prioritetet e saj në raportimin ndërkombëtar nuk mund të mos reflektojnë interesat, lidhjet si dhe strategjinë gjeo-politike të vendit. Pas daljes nga izolimi gjysmë-shekullor komunist Shqipëria adoptoi sistemin liberal-demokrat, dhe përmes një procesi të gjatë e plot sfida po bëhet pjesë e hapësirës dhe e institucioneve perëndimore europiane dhe euro-atlantike. Pas anëtarësimit në NATO, sfida më e rëndësishme për vendin është plotësimi i standardeve që kërkohen për t’u bërë edhe anëtar i BE. Në një anketim të kryer në vitin 2015, 91 përqind e shqiptarëve

do të votonin “pro” anëtarësimit në BE.⁵ Ndërkohë Shqipëria dhe shqiptarët përmenden nga autorë të ndryshëm edhe për një frymë të lartë pro-amerikane.

Edhe prioritetet e axhendës së medias në raportimin ndërkombëtar vijnë në të njëjtën linjë me procesin e integritetit të vendit në hapësirën euro-atlantike, si dhe me vetëdijen kolektive të shqiptarëve se Shqipëria është një vend evropian dhe “fati” i saj është i lidhur ngushtë me zhvillimet në Europë dhe në hemisferën perëndimore. Këtë e verifikon edhe lista dhe renditja e mëposhtme e ngjarjeve që kanë dominuar katër gazetatat kryesore të vendit, siç rezulton nga monitorimi i kryer në kuadër të këtij studimi.

Tabela nr. 14: Rënditja e ngjarjeve që kanë dominuar në 4 gazetatat kryesore

Nr.	Ngjarjet që dominojnë	Totali i shkrimeve
1	Zgjedhjet dhe zhvillime të tjera në SHBA	99
2	Aktet terroriste në Belgjikë	93
3	Zhvillimet në Kosovë	89
4	ISIS, terrorizmi dhe lufta kundër tij	77
5	Kriza e emigrantëve dhe azilantëve	76
6	Zhvillimet në Turqi	60
7	Kriza dhe zhvillimet në Greqi	58
8	Zhvillimet në Maqedoni	43
9	Çështja “Panama Papers”	40
10	Zhvillimet në Serbi	22

5. *Raporti i zhvillimit njerëzor – Shqipëria 2016*, UNDP, Tiranë, 2016, faqe 77

Siç shihet në krye të ngjarjeve që dominojnë janë zhvillimet në Shtetet e Bashkuara të Amerikës, mes të cilave bien në sy sidomos ngjarjet që lidhen me fushatën zgjedhore presidenciale. Me sa duket në rastin shqiptar nuk është aplikuar praktika e ndjekjes së “next door giant”, por më shumë ajo e ndjekjes së “giant friend”. Gjithsesi duhet thënë se përcaktues në këtë dominim të SHBA është numri i madh i artikujve për fushatën presidenciale në këtë vend, për të cilën në Shqipëri tregohet tradicionalisht një vëmendje e veçantë. Po të heqim artikujt që kanë lidhje me këtë fushatë, atëherë artikujt për zhvillime të tjera mbeten rreth një e treta e totalit të artikujve nga dhe për SHBA.

Në vendin e dytë të renditjes janë lajmet që kanë të bëjnë me aktet terroriste në Belgjikë. Të katër gazetatat kryesore shqiptare i përcollën këto ngjarje me një intensitet, përgjegjësi dhe seriozitet maksimal, si dhe i rezervuan një hapësirë relativisht të madhe. Gjatë periudhës së monitorimit ka patur akte terroriste edhe në vende të tjera të Lindjes së Mesme. Por për këto ngjarje hapësira e raportimit në media ka qenë më e vogël. Nisur nga ky fakt, nga ndonjë autor është artikulluar edhe teza e standardeve të dyfishta të aplikuara nga ana e mediave shqiptare, tezë e cila në fakt për mendimin tonë nuk qëndron, pasi në rastin e Brukselit, ne kemi të bëjmë me ngjarje që janë shumë më pranë nesh. Dhe këtu nuk bëhet fjalë thjesht për afërsi gjeografike, por edhe për afërsi sistimore, kulturore dhe për afërsi të perspektivës së përbashkët. E ardhmja e Shqipërisë ecën në rrugën drejt Brukselit dhe jo në drejtim të kundërt. Duke u ndjerë pjesë e hapësirës europiane, është e natyrshme që edhe mediat t'i kushtojnë më shumë hapësirë ngjarjeve që ndodhin në këtë hapësirë.

Në gazetatat e monitoruara janë gjetur në një numër të konsiderueshëm edhe lajmet për ngjarjet nga fqinjët tanë, si Kosova, Turqia, Greqia, Maqedonia dhe Serbia, duke provuar kështu tezën e mbizotërimit

të “zonës më të afërt” në raportimin ndërkombëtar. E theksuam edhe më sipër se në rastin e Kosovës dhe të Maqedonisë, krahas afërsisë gjeografike, ekziston edhe afërsia e origjinës së përbashkët. Ndërkohë prania e lajmeve nga Turqia reflekton edhe interesin e Shqipërisë për këtë partner të rëndësishëm gjeo-strategjik, i cili në kontekste të veçanta është parë edhe si një lloj “next door giant” i Shqipërisë, apo si një lloj “Big brother”, jo në kuptimin e metaforës së show-t televiziv, por në kuptimin tradicional shqiptar për pozicionin dhe rolin e vëllait më të madh.

Në renditjen e mësipërme një vend prioritar për mediat shqiptare duket të kenë pasur edhe zhvillimet që kanë të bëjnë me luftën kundër terrorizmit dhe ISIS. Shqipëria i është bashkuar frontit të luftës kundër terrorizmit, duke e konsideruar këtë një betejë jetike për të ardhmen. Kjo duket të jetë e reflektuar edhe në axhendën e medias.

Dy grup-shkrimet e tjera që kanë të bëjnë me krizën e emigrantëve dhe me çështjen e “Panama Papers”, pasqyrojnë rëndësinë që kanë për audiencën shqiptare dhe për politikën editoriale të shtypit shqiptar zhvillime të tilla. Çështja e emigrantëve dhe e azilantëve, rezonon edhe me zhvillimet brenda vendit dhe me një prirje në rritje për emigrim të shqiptarëve në këto dy vitet e fundit për shkak të krizës ekonomike në vend. Kjo situatë ka rritur gjithashtu edhe ndjeshmërinë ndaj krizës së emigrantëve sirianë. Ndërsa çështja e Panama Papers rezonon me problemet e mëdha që ekzistojnë në vend lidhur me fenomenin e “parasë së zezë” dhe zbardhjen e saj në investime të dyshimta në të gjithë vendin.

Prania e komenteve mbi zhvillimet ndërkombëtare

Në situatën kur lajmet e fundit po bëhen gjithnjë e më shumë një ekskluzivitet i mediave online, për shtypin shumë autorë

parashikojnë një prirje drejt shkrimeve analitike reportazheve dhe komenteve. Por kjo prirje nuk verifikohet në ndonjë masë të madhe në gazetatat shqiptare të monitoruara. Numri i editorialeve, kolanave, opinioneve, etj. ka qenë relativisht i vogël dhe një pjesë e konsiderueshme e tyre janë përkthyer nga mediat e huaja. Lidhur me këtë situatë studiuesi Artan Fuga shkruan:

“Dikush do të thotë se ja, lajme nga bota kemi, por në fakt kemi vetëm shkumën, sipërfaqen e tyre dhe jo më tepër, aspektet spektakolare të tyre, por jo një raportim të thellë të tyre dhe në vazhdimësi, dhe mbi të gjitha pa e zhvilluar këtë paraqitje të aktualitetit ndërkombëtar në tërësinë e zhanreve të gazetarisë, sikurse do të ishin forumet, analizat, komentet, intervistat, reportazhet nga të dërguarit e posaçëm, etj.” (Fuga, 2015)

Nga monitorimi i kryer rezulton situata e mëposhtme lidhur me praninë e shkrimeve të zhanrit të komentit, e cila verifikon edhe konstatimet dhe vlerësimet e mësipërme: (shih tabelën më poshtë):

Tabela nr.15: Numri i komenteve sipas mediave dhe autorëve

Mediat	Numri i komenteve	Autor i huaj	Autor shqiptar
Panorama	37	15	22
Gazeta shqiptare	33	7	26
Shqiptarja.com	0	0	0
Mapo	44	24	20

Pra, numri i komenteve është relativisht i ulët dhe gjithashtu një pjesë e mirë e tyre janë përkthime të autorëve të huaj. Madje në rastin

e Shqiptarja.com, në tre muaj nuk ka patur asnjë të tillë. Edhe numri i analistëve të zhvillimeve ndërkombëtare ka ardhur gjithnjë duke u zvogëluar, duke e bërë edhe më të dukshëm boshllëkun në mediat shqiptare në këtë drejtim. Ndërkohë trupa diplomatike shqiptare, përveç ndonjë interviste shumë të rrallë apo ndonjë lidhjeje direkt në televizion, nuk ofron ndonjë lloj kontributi në media për analizën e ngjarjeve apo zhvillimeve të ndryshme ndërkombëtare.

Krahas aspekteve që ne i kemi analizuar më sipër, me interes do të ishte të shihnim edhe raportin që zënë lajmet *soft* apo rozë nga bota, por ato nuk ishin pjesë e monitorimit. Gjithsesi, nga anketimi me 30 gazetarët na vjen një e dhënë lidhur me këtë aspekt. Kështu pyetjes se cilat lloje lajmesh mbizotërojnë në numrin e përgjithshëm të lajmeve ndërkombëtare, 13 prej të anketuarve i përgjigjen se mbizotërojnë lajmet *soft*/rozë. Që tregon se edhe mediat shqiptare nuk i kanë shpëtuar “trendit” të pranisë së shtuar të “limonadës së lajmeve me pak kalori”, siç i quan Mikich këtë kategori lajmesh. (Mikich, 2001).

Nga ana tjetër, mediat shqiptare nuk kanë mundur t’i shpëtojnë edhe një tipologjie të përhapur të raportimit ndërkombëtar të bazuar në katër fjalëkyçet “luftë/sëmundje/kriminalitet/katastrofë”, siç konstaton edhe Mikich për një numër të madh të mediave perëndimore (Mikich, 2001). Lajmet jashtë kësaj tipologjie janë të rralla edhe në gazetatat shqiptare të monitoruara, duke sjellë situatën e paraqitjes dhe mbizotërimit të anës së errët apo dramatike të botës, dhe duke lënë jashtë një numër të madh lajmesh për ngjarje që prodhojnë optimizëm dhe perspektivë më pozitive.

4. Lajmi ndërkombëtar në televizion

Monitorimi i fokusuar tek mediat televizive në këtë studim kanë qenë disi më i kufizuar se sa ai i shtypit. Kështu në dy televizionet kombëtare Top-Channel TV dhe Klan TV janë monitoruar vetëm dhjetë edicione kryesore lajmesh për secilën media në dhjetë ditë të rastësishme gjatë periudhës 1 mars 2016 deri më 31 maj 2016. Për këtë arsye, dhe për arsyen e diferencave dhe specifikave që kanë mediat televizive në dallim nga shtypi, është e pamundur që të bëhet një krahasim i gjerë mes tyre. Gjithsesi një krahasim i pjesshëm dhe në terma ku ai është i mundur të bëhet, do të ndërmerret edhe në këtë studim. Por një krahasim do të ndërmerret edhe mes dy kanaleve televizive në fjalë.

Datat e edicioneve të lajmeve të monitoruara janë të ndryshme nga njëra-tjetra. E vetmja datë e njëjtë për të dy mediat është data 22 Mars, dhe kjo u bë pasi në mëngjesin e kësaj date ndodhën aktet terroriste në Bruksel dhe u gjykua që të monitoroheshin të dyja televizionet në këtë ditë, për të parë specifikat si dhe diferencat mes tyre në një ngjarje të përmasave të tilla.

Objekti fundor i monitorimit kanë qenë lajmet ndërkombëtare të edicioneve kryesore të lajmeve të orës 19.30 në të dyja mediat. Nga pikëpamja sasiore është bërë një matje e kohëzgjatjes së secilit lajm si dhe janë evidentuar të dhëna të tjera lidhur me kategorinë e lajmit, vendin ku është zhvilluar, tematikën, etj.

Lajmet ndërkombëtare në Top Channel

Monitorimi i kryer provon se në kanalin televiziv Top-Channel, hapësira që zënë lajmet ndërkombëtare është e konsiderueshme. Ja të dhënat për këtë kanal:

Tabela nr.16: Kohëzgjatja e lajmeve ndërkombëtare në Top Channel

Nr	Data e edicionit	Kohëzgjatja totale (minuta : sekonda)	Kohëzgjatja e lajmeve ndërkombëtare (minuta : sekonda)
1	7 mars 2016	33 : 24	2 : 42
2	16 mars 2016	31 : 04	5 : 07
3	22 mars 2016	32 : 40	22 : 51
4	30 mars 2016	31 : 02	14 : 56
5	8 prill 2016	33 : 41	14 : 15
6	15 prill 2016	30 : 50	13 : 38
7	27 prill 2016	30 : 44	10 : 13
8	3 maj 2016	30 : 54	9 : 36
9	14 maj 2016	24 : 44	8: 04
10	25 maj 2016	33 : 38	8: 04
TOTALI		312 : 41	109:26

Siç shihet, në total lajmet ndërkombëtare në Top Channel zënë mesatarisht rreth një të tretën e kohës së përgjithshme të edicioneve të lajmeve. Kështu, nga 312 minuta e 41 sekonda që ishte kohëzgjatja totale e dhjetë edicioneve, 109 minuta dhe 26 sekonda i përkisnin lajmeve ndërkombëtare.

Por kuptohet raporti mes lajmeve ndërkombëtare dhe lajmeve qartësisht vendore është i ndryshëm nga njëra ditë në tjetrën, në varësi të intensitetit dhe rëndësisë së lajmeve vendore si dhe të numrit të ngjarjeve të bujshme nga bota. Kështu, kur ka patur ngjarje të bujshme në vend, si për shembull në datat 7 dhe 16 mars, lajmet ndërkombëtare kanë zënë kohë më të vogël. Ndërsa në ditë kur ka

patur lajme ndërkombëtare të bujshme, siç ishte për shembull 22 marsi, koha e lajmeve ndërkombëtare ka shkuar deri në dy të tretat e kohëzgjatjes së përgjithshme të edicionit të lajmeve.

Në kërkim të arsyeve të kësaj kohë-zënieje të konsiderueshme të lajmeve ndërkombëtare, janë verifikuar të dhëna të tilla si pasqyrimi në edicionin e lajmeve i shumë takimeve apo vizitave të liderëve shqiptarë jashtë vendit apo mjaft lajme të tjera të kategorive që përmbajnë një element vendor, siç janë kategoritë “foreign news at home” dhe “home news abroad”. Edhe të dhënat dhe raporti i këtyre dy kategorive me lajmet e kategorisë “foreign news abroad”, që pasqyrohet në tabelën e mëposhtme e provon këtë situatë.

Tabela nr.17: Kohëzgjatja totale e lajmeve ndërkombëtare të ditës sipas kategorive në T.Ch.

Media	Foreign news at home	Home news abroad	Foreign news abroad	Totali	% e Foreign news abroad
Top Channel	20 : 05	42 : 59	46 : 22	109 : 26	42.3%

Për të krijuar një ide rreth pranisë së lajmeve ndërkombëtare me element vendor, mjafton të hedhim një sy tek eventet e raportuara, siç ishin për shembull: rasti i të ashtuquajturit “Eskobari shqiptar” apo raste të tjera të trafikut ndërkombëtar të drogës ku përfshihen shqiptarët, vizitat e kryeparlamentarit Meta, e kryeministrit Rama dhe e liderit të opozitës Basha në SHBA, dekreti i martirizimit të klerikëve të kishës katolike i firmosur nga Papa, vizita e presidentit Nishani në KiE, ministeriali i Ministrave të jashtëm të Ballkanit Perëndimor, takimi ndërkombëtar në Shqipëri i përfaqësuesve të industrisë botërore të kromit, një raport i BE për Shqipërinë, jehona

në SHBA e deklaratave të kryeministrit shqiptar kundër Trump, Raporti i BB për Shqipërinë, një shfaqje shqiptare baleti në Beograd, vizita e komisionerit Han në Tiranë, vizita e kryeprokurorit Llalla në SHBA, koncerti i Ermonela Jahos në Londër, samiti i NATO-s në Tiranë dhe shumë të tjera.

Kjo prani e madhe e lajmeve ndërkombëtare me element vendor flet për një axhendë të ndikuar dukshëm nga ky element. Këtu bien në sy sidomos raportimet jo të pakta që përfshijnë krerë të politikës shqiptare, gjë që reflekton edhe një nivel politizimi të axhendës së medias dhe njëkohësisht një mediatizim të shtuar të politikës, e cila synon dhe përdor dendur sidomos mediat televizive për marrëdhëniet publike të saj.

Nga pikëpamja e gjeografisë së lajmit ndërkombëtar, Top Channel ka mbuluar gjatë këtyre dhjetë edicioneve gjithsej 12 vende, dhe përkatësisht Greqi, Itali, SHBA, Kosovë, Maqedoni, Itali, Austri, Belgjikë, Vatikan, Kroaci, Zvicër dhe Serbi si dhe evente nga disa institucione ndërkombëtare, si NATO, BE dhe UEFA. Siç shihet raportimi ndërkombëtar është lokalizuar kryesisht në “zonat më të afërta” dhe në hapësirën euro-atlantike, duke shënuar një mungesë të dukshme të lajmeve nga zonat e tjera të botës.

Lajmet ndërkombëtare në Klan TV

Nga monitorimi rezulton se edhe në Klan TV koha që zënë lajmet ndërkombëtare është e konsiderueshme. Ngjashmërisht me Top Channel, ajo përbën rreth një të tretën e kohës së përgjithshme të edicioneve të lajmeve. Kështu nga 295 minuta e 51 sekonda që kanë në total dhjetë edicionet e lajmeve të monitoruara, 96 minuta e 43 sekonda i përkasin lajmeve të raportimit ndërkombëtar. Të dhënat e detajuara paraqiten në tabelën e mëposhtme:

Tabela nr.18: Kohëzgjatja e lajmeve ndërkombëtare në Klan

Nr	Data e edicionit	Kohëzgjatja totale (minuta : sekonda)	Kohëzgjatja e lajmeve ndërkombëtare (minuta : sekonda)
1	5 mars 2016	29 : 24	9 : 42
2	13 mars 2016	30 : 20	12 : 51
3	22 mars 2016	30 : 49	16 : 17
4	12 prill 2016	31 : 03	12 : 53
5	18 prill 2016	25 : 16	5 : 31
6	24 prill 2016	30 : 15	10 : 14
7	6 maj 2016	31 : 07	8: 21
8	10 maj 2016	30 : 35	5 : 01
9	19 maj 2016	30 : 46	8: 35
10	30 maj 2016	26 : 16	7: 18
TOTALI		295 : 51	96:43

Ashtu si edhe në rastin e Top Channel, edhe tek Klan TV raporti mes lajmeve ndërkombëtare dhe lajmeve qartësisht vendore është i ndryshëm nga njëra ditë në tjetrën. Edhe këtu në ditët kur ka lajme ndërkombëtare të bujshme siç ishin aktet terroriste në Bruksel në 22 mars, lajmet ndërkombëtare zënë një kohë relativisht të madhe, në rastin konkret më shumë se gjysmën e kohës totale të edicionit të lajmeve.

Një ngjashmëri mes dy kanaleve televizive të monitoruara vihet re edhe po të shohim raportin mes lajmeve ndërkombëtare që kanë elementë vendor dhe lajmeve të kategorisë “foreign news abroad” nga pikëpamja e kohë-zënies. Siç shihet edhe në tabelën e

mëposhtme, lajmet e kategorisë “foreign news abroad” zënë 48.6 % të kohëzgjatjes totale të lajmeve ndërkombëtare, që është e përafërt me shifrën 42.3 % që zinin ato tek Top Channel TV. Gjithsesi ekziston një diferencë e cila shkon në favor të Klan TV.

Tabela nr.19: Kohëzgjatja e lajmeve ndërkombëtare të ditës sipas kategorive në Klan

Media	Foreign news at home	Home news abroad	Foreign news abroad	Totali	% e Foreign news abroad
Klan TV	14 : 32	35 : 10	47 : 01	96 : 43	48.6%

Por po ta krahasojmë mesataren e përqindjes që zënë “foreign news abroad” në televizion me mesataren në shtyp, shohim që ka një diferencë të madhe mes këtyre dy llojeve të mediave. Nga 82.45 % që ishte kjo mesatare në katër gazetatat kryesore, në rastin e dy televizioneve kryesore ajo arrin vetëm në 45.45 %. Arsyet? Mund të jenë disa. Por më e rëndësishmja mendojmë se është prania më e madhe e lajmeve ndërkombëtare me element vendor, për shkak të axhendës më të politizuar të kanaleve televizive dhe hapjes më të madhe të tyre ndaj marrëdhënieve publike të institucioneve kryesore të shtetit dhe të politikës. Një arsye tjetër mund të jetë edhe prania më e madhe në televizion (sidomos në Klan TV) e ngjarjeve që kanë të bëjnë me aktivitete kriminale në botë ku janë përfshirë edhe shqiptarët

Ndër lajmet e Klan TV me element vendor mund të përmendim lajmet që raportojnë për evente të tilla si: ngjarjet kriminale dhe ato të trafikut ndërkombëtar të drogës ku janë përfshirë shqiptarët, dëbimi nga Italia i një shqiptari të lidhur me ISIS, sukseset apo zhvillimet që lidhen me sportistët shqiptarë në botë, afrimi e refugjatëve në

kufi me Shqipërinë, vizita e presidentit Nishani në Strasburg, raporti i FMN për ekonomisë shqiptare, vizita e kryeministrit Rama në SHBA, vizita e zëvendëskryeministrit shqiptar në OKB, vizita e presidentit Nishani në Kroaci, sherri mes të burgosurve shqiptarë dhe atyre anglezë në një burg të Anglisë, deklaratimet e shefit të policisë italiane për të ashtuquajturën “çështje të përgjimit”, etj.

Në këtë kategori, në një numër relativisht të madh dhe në një frekuencë gati të përditshme janë sidomos lajmet që lidhen me aktivitetet kriminale të shqiptarëve në botë, për të cilat është konstatuar se redaksia e TV Klan rezervon një ndjekje dhe mbulim jo të zakonshëm si dhe lajmet që lidhen me sportistët shqiptarë në botë.

Përsa i takon gjeografisë së mbulimit, ajo është më e gjerë se sa gjeografia e mbulimit të Top Channel. Në dhjetë edicionet e lajmeve të monitoruara në Klan TV, numri i vendeve të mbuluara është 21 dhe përveç kësaj janë edhe një numër lajmesh nga institucione ndërkombëtare si BE, NATO, UEFA, FIFA, KiE, FMN dhe OKB. Lista e vendeve të mbuluara përfshin: Itali, Turqi, Greqi, SHBA, Spanjë, Tajlandë, Zvicër, Gjermani, Austri, Britani, Vatikan, Rumani, Belgjikë, Francë, Kosovë, Bullgari, Maqedoni, Serbi, Brazil, Kroaci dhe Poloni. Pra numri total i vendeve të mbuluara është rreth dyfish më i madh në krahasim me Top Channel. Edhe gjeografia e lajmit është më e gjerë, pasi shohim lajme edhe nga vende të largëta si Tajlanda apo Brazili. Një rol këtu ka edhe prania në Klan TV e rubrikës së lajmeve “Shkurt nga bota”, në të cilën zakonisht listohen 5-6 lajme në rreth 2 minuta.

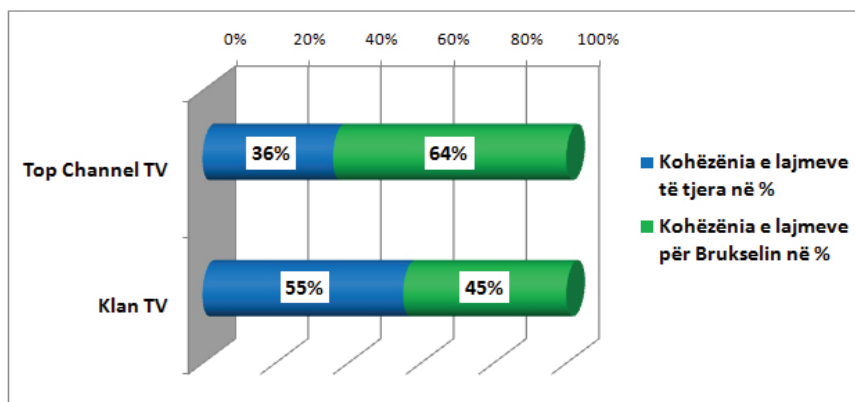
Përsa i takon prioriteteteve edhe Klan TV është e fokusuar në shtrirjen e vet kryesisht tek “zonat më të afërta” nga pikëpamja e afërsisë gjeografike, kulturore apo sistimore.

Raportimi i akteve terroriste të 22 marsit në Bruksel

Siç e kemi thënë edhe më sipër, në rastin e akteve terroriste në Bruksel, janë monitoruar në të njëjtën ditë të dyja kanalet televizive: Top Channel dhe Klan TV. Duhet theksuar se lajmet për këtë ngjarje ishin renditur të parat në edicionet e lajmeve të të dyja televizioneve. Edicioni qendror i lajmeve i datës 22 Mars në Top Channel zgjati gjithsej 32 minuta e 40 sekonda, nga të cilat 21 minuta e 3 sekonda, pra rreth 64 % e kohës iu rezervua raportimit për ngjarjet në Bruksel. Kurse edicioni i Klan TV ishte 30 minuta e 49 sekonda, nga të cilat 13 minuta e 47 sekonda, pra rreth 45 % iu kushtua ngjarjeve të Brukselit.

Më poshtë këtë situatë po e paraqesim edhe grafikisht:

Grafika nr.11: Përqindja e kohë-zënies së raportimit në ditën e ngjarjeve të Brukselit



Siç shihet, Top Channel, krahasuar me Klan TV i ka rezervuar një kohë më të madhe raportimit të akteve terroriste të ndodhura në Bruksel.

Për të analizuar hapat dhe kontekstin e raportimit për këtë ngjarje, le të shohim më vete kuadrin e raportimit dhe elementët e tij për secilën media:

Top Channel

Kronika për ngjarjen dhe lidhje direkte
me korrespondent në Bruksel _____ 7:33



Reagimet e liderëve botërorë
ndaj sulmeve terroriste _____ 2:36



Siguria në aeroportin e Rinasit.
Anulimi i fluturimit Tiranë-Bruksel _____ 5:27



Shqipëria dhe terrorizmi.
Situata e sigurisë në vend _____ 3:28



Jehona dhe masat e sigurisë
në Kosovë _____ 0:55



Dëshmi nga Brukseli. Lidhje “Live”
me një qytetare shqiptare atje _____ 1:44

Klan TV

Kronika për ngjarjen dhe lidhje direkte
me korrespondent në Bruksel _____ 7:15



Shqipëria dhe terrorizmi.
Situata e sigurisë në vend _____ 3:05



Reagimet e liderëve botërorë
ndaj sulmeve terroriste _____ 1:40



Reagimet e liderëve shqiptarë
ndaj sulmeve terroriste _____ 1:47

Në një pamje të përgjithshme, këto dy media kanë një strukturë të ngjashme të kuadrit të raportimit për këtë ngjarje. Siç shihet, të dy kanalet televizive e nisin me kronikën hyrëse të ngjarjes dhe kanë ofruar kohë afërsisht të njëjtë për këtë kronikë (Top Channel 7 minuta e 33 sekonda, kurse Klan TV 7 minuta e 15 sekonda). Gjatë kësaj kohë ato kanë aplikuar të dyja lidhje *live* me korrespondentë në Bruksel. Ndërkohë përveç kronikës për ngjarjen, të dy mediat kanë të përbashkët edhe minutazhin për reagimet e liderëve botërorë si dhe atë për situatën e sigurisë në Shqipëri.

Por përveç ngjashmërive vërejmë edhe dallimet e mëposhtme:

-Top Channel ofron një minutazh dhe një kontekst më të gjerë për temën e sigurisë në Shqipëri në korrelacion me aktet terroriste në Bruksel, dhe gjithashtu rezervon një kohë më vete edhe për jehonën

dhe situatën e sigurisë në Kosovë.

-Klan ka rezervuar një minutazh më vete për reagimet e liderëve shqiptarë

-Top Channel ofron një minutazh edhe për situatën dhe reagimin e shqiptarëve në Belgjikë dhe për këtë mundëson edhe lidhje *live* me një qytetare shqiptare që jeton në Bruksel.

Lidhja e vendosur dhe raportimi që bëjnë të dy mediat për situatën e sigurisë në vend mund të konsiderohet një element i duhur në strukturën e raportimit për këtë ngjarje. Ndërkohë diferencat qëndrojnë kryesisht tek gjerësia e sfondit dhe e kontekstit të ngjarjes.

Në përfundim mund të themi se të dyja mediat i kushtojnë interesin dhe kohën e duhur ngjarjes. Ato ndërtojnë një axhendë relativisht të plotë të raportimit të saj. Gjithashtu në raportim janë të pranishme edhe lidhjet *live* që sjellin edhe pamje nga skena e ngjarjes, përveç pamjeve të marra nga televizionet e huaja.

5. Lajmi ndërkombëtar në web

Media online e përzgjedhur, Albeu.com është një portal lajmesh i mirëfilltë. Kjo media online është monitoruar për një periudhë një-mujore, nga 1 Maji 2016 deri më 31 maj 2016.

Albeu.com është një nga mediat online më të njohura në vend. Është themeluar në datën 4 korrik 2003⁶ dhe është pjesë e kategorisë së mediave online që emërtohen “digital native”, pra që kanë lindur mirëfilli në web. Botues i këtij portali është Idaver Sherifi, një nga pionierët dhe themeluesit vizionarë dhe të suksesshëm të medias

6. *Mediat online në Shqipëri*, ISHM, Tiranë, 2014

online në gjuhën shqipe.

Portali është ndërtuar në mënyrë të tillë që të shërbejë njëherësh si portal lajmesh për Shqipërinë, Kosovën si dhe për popullsinë shqiptare të Maqedonisë. Për këtë arsye, tre nënndarjet e mëdha të tij emërtohen Shqipëri, Kosovë dhe Maqedoni. Kurse lajmet nga pjesa tjetër e botës përfshihen në kategorinë “Bota”.

Nga monitorimi i kryer për nevoja të këtij studimi rezulton se Albeu.com është një websajt lajmesh që i ka rezervuar një hapësirë të konsiderueshme lajmit ndërkombëtar. Në konceptin e ndërtimit të tij, ai nuk kufizohet brenda kufijve gjeografikë të Shqipërisë, por brenda hapësirës shqip-folëse të Ballkanit. Për këtë arsye, siç thamë, lajmeve nga Kosova dhe Maqedonia iu është kushtuar një hapësirë më vete e cila është e konsiderueshme. Por gjithsesi, duke ndjekur të njëjtën metodologji si edhe për mediat e tjera, në këtë studim ne do t'i klasifikojmë lajmet nga Kosova dhe ato nga Maqedonia në këtë portal si lajme ndërkombëtare, meqë studimi lokalizohet gjeografikisht në Shqipëri.

Konstatimi i parë që kemi bërë pasi kaluam nga monitorimi i lajmeve në gazeta dhe televizion, tek monitorimi i lajmeve në Albeu.com është se mediat online sot e kanë marrë përfundimisht ekskluzivitetin e lajmit. Vit pas viti lajmi po migron gjithnjë e më shumë në web edhe në Shqipëri. Epërsia shfaqet në disa drejtime: si në plan sasior edhe në shtrirje gjeografike, pa përmendur më tej përparësitë specifike të webit, si shpejtësia e përcjelljes së lajmit, interaktiviteti, multimedialiteti, hapësira e pafund, etj.

Në harkun kohor të një muaji, në kategorinë “Lajme – Bota” të Albeu.com janë botuar gjithsej 162 lajme, në kategorinë “Lajme Kosova” 463 lajme, kurse në kategorinë “Lajme Maqedonia” janë botuar 295 lajme, duke arritur në një total mujor të lajmit ndërkombëtar prej

920 artikujsh. Pra vetëm në një muaj tek Albeu.com janë botuar rreth 23 përqind lajme ndërkombëtare më shumë se sa janë botuar në tre muaj në gazetën më të shitur në vend, Panorama. Të dhënat janë edhe në tabelën e mëposhtme:

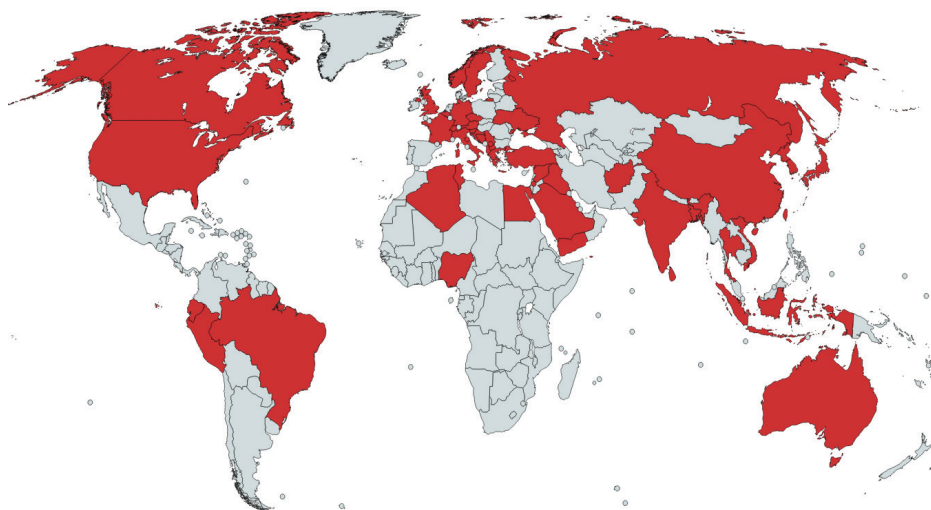
Tabela nr.20: Numri i lajmeve ndërkombëtare në Albeu.com për muajin Maj 2016

Nr.	Kategoria	Nr. lajmeve
1	Lajme Bota	162
2	Lajme Kosova	463
3	Lajme Maqedonia	295
	Totali	920

Një përparësi e mediave online është verifikuar edhe përsa i takon shtrirjes gjeografikë të lajmit ndërkombëtar. Kështu tek Albeu, vetëm në një muaj janë mbuluar me lajm një numër prej 48 vendesh, një numër i afërt ky me numrin e vendeve të mbuluara nga gazeta Panorama në tre muaj. Në listën dhe në hartën e mëposhtme ju mund të shihni hapësirën gjeografike të shtrirjes së lajmit ndërkombëtar të botuar në Albeu:

Totali i vendeve të mbuluara: 48 vende

Lista e vendeve të mbuluara: Itali, Gjermani, Francë, Britani, Belgjikë, Suedi, Norvegji, Austri, Vatikan, Zvicër, SHBA, Kanada, Kosovë, Maqedoni, Serbi, Turqi, Greqi, Bosnjë, Kroaci, Slloveni, Rusia, Ukraina, Çeki, Kine, Vietnam, Tajvan, Indi, Sri Lanka, Kore Veriut, Japoni, Indonezi, Kore Jugut, Bangladesh, Australi, Tajlandë, A.Saudite, Irak, Libi, Siria, Afganistan, Jemen, Egjipt, Nigeri, Tunizi, Algjeri, Peru, Brazil, Ekuador.



Po t’i referohemi faktit që një numër shumë i madh i shkrimeve lidhen me zhvillimet në Kosovë dhe në Maqedoni, atëherë mund të themi se Albeu.com aplikon qartësisht qasjen e “zonës më të afërt”, e cila në këtë rast nuk është vetëm një afërsi gjeografike, por ka edhe elementin e origjinës së përbashkët.

Pa përfshirë Kosovën dhe Maqedoninë, vendi më i mbuluar nga vendet e tjera duket të jetë SHBA me 31 shkrime brenda një muaji. Në mesin e këtyre shkrimeve, më shumë se gjysma e tyre lidhen me fushatën presidenciale në këtë vend, duke reflektuar të njëjtën prirje si edhe në shtyp apo në mediat televizive.

Lidhur me eventet që mbizotërojnë, në këtë media, për shkak edhe të profilit të saj, dominojnë dukshëm zhvillimet dhe ngjarjet në Kosovë dhe në Maqedoni.

6. Përfundime

Monitorimi dhe analiza e situatës së raportimit ndërkombëtar në mediat shqiptare ka qenë fokusi kryesor i këtij studimi. Ndërmarrja e tij u konsiderua e domosdoshme veçanërisht për arsye se në bibliotekën e studimeve për median shqiptare kanë munguar studimet që merren posaçërisht me raportimin ndërkombëtar. Ndërkohë një nxitje tjetër kanë qenë edhe zhvillimet e dekadës së fundit në media që po dëshmojnë për një rënie të numrit të lajmeve ndërkombëtare në mediat kryesore, sidomos në shtyp dhe në televizion si dhe për një tkurrje të gjeografisë së shtrirjes së këtyre lajmeve.

Objekti kryesor i studimit kanë qenë lajmet ndërkombëtare të ditës në shtyp, televizion dhe në web, por në monitorim janë përfshirë edhe lajmet ndërkombëtare sportive nga bota, si një korpus relativisht i madh i lajmit ndërkombëtar. Për të shmangur konfuzionin semantik, në studim në vend të termave të tillë si “lajme të jashtme” apo “lajme nga bota”, është përdorur termi “lajme ndërkombëtare” dhe vetë procesi është emërtuar “raportim ndërkombëtar”.

Studimi konfirmon se pas rënies së komunizmit dhe vendosjes së demokracisë pluraliste në vend, u krijuan kushtet edhe për lindjen dhe zhvillimin e mediave të lira, ta pavarura dhe pluraliste. Kjo solli një shumëfishim ta kapaciteteve dhe të hapësirës edhe për raportimin ndërkombëtar. Në Shqipëri gjatë 25 viteve të fundit pas rënies së komunizmit kanë ekzistuar një numër i madh kanalesh të informimit mediatik ndërkombëtar.

Gjithsesi, gjatë dekadës së fundit, për shkak të krizës në media si dhe

për shkak të lindjes së kanaleve të reja të informimit online, është vënë re një rënie e lajmeve ndërkombëtare në shtyp dhe televizion. Në këto media nuk ka një strukturë të veçantë redaksionale për lajmin ndërkombëtar dhe ai mbulohet kryesisht nga departamenti apo redaksia e lajmeve. Ndërkohë edhe burimet njerëzore të kësaj fushe në 40 % të mediave kanë ardhur duke u zvogëluar.

Mediat shqiptare, për arsye të pamundësisë ekonomike kanë gjithashtu mungesë apo numër shumë të kufizuar korrespondentësh jashtë vendit. Kështu, asnjë nga gazetat nuk ka korrespondentë në vende të tjera të botës. Kurse nga mediat televizive Top-Channel TV ka korrespondentë të vetë në Kosovë, Maqedoni, Greqi, Serbi, Itali, Britani dhe Belgjikë. Klan TV dhe ABC News kanë korrespondent në Bruksel kurse Ora News TV ka korrespondent në Itali. Nga mediat online, Albeu.com ka korrespondentë të vet në Kosovë dhe në Maqedoni, kurse Balkan Insight ka korrespondentë në të gjitha vendet e Ballkanit. Mungesa apo numri i pakët i korrespondentëve ka rezultuar në dëm të autenticitetit dhe të cilësisë së raportimit ndërkombëtar.

Nga monitorimi dhe anketimet janë verifikuar edhe probleme të mungesës së profilizimit universitar në fushën e raportimit ndërkombëtar, si dhe një pamjaftueshmëri e kapaciteteve për trajnim dhe specializim në këtë fushë.

Gjithashtu burimet njerëzore që punojnë në raportimin ndërkombëtar janë në moshë relativisht të re, dhe kjo reflekton një nivel përvojë të ulët. Shumica e gazetarëve të anketuar të kësaj fushe (83 %) i përkasin grupmoshës 25 deri në 39 vjeç.

Disa përfundime dalin edhe lidhur me prirjet dhe standardet e lajmit ndërkombëtar. Kështu në rastin e monitorimit të gazetave vihet re se gazeta me tirazh shitjeje më të madh (Panorama), ka gjithashtu

një numër dhe një mbulim më të madh të lajmeve ndërkombëtare. Gjithashtu tek Panorama është verifikuar edhe numri më i madh i artikujve për një edicion, duke patur një mesatare prej 7.67 artikujsh për numër, një shifër kjo që është afërsisht sa dyfishi i mesatares së gazetave të tjera.

Ndërkohë për treguesin e pranisë së lajmeve ndërkombëtare në faqen e parë, gazeta Panorama renditet e fundit me vetëm 3 % të shkrimeve kurse tek Mapo kjo shifër shkon në 13 %.

Lidhur me raportin mes kategorive të lajmeve ndërkombëtare të ditës, nga analiza e të dhënave rezulton se po të krahasojmë mesataren e përqindjes që zënë “foreign news abroad” në televizion me mesataren në shtyp, shohim që ka një diferencë të madhe mes këtyre dy llojeve të mediave. Nga 82.45 % që ishte kjo mesatare në katër gazetatat kryesore, në rastin e dy televizioneve kryesore ajo arrin vetëm në 45.45 %. Arsyt lidhen me praninë më të madhe të lajmeve ndërkombëtare me element vendor në TV, për shkak të axhendës më të politizuar të kanaleve televizive dhe hapjes më të madhe të tyre ndaj marrëdhënieve publike të institucioneve kryesore të shtetit dhe të politikës.

Përsa i përket burimeve të lajmit ndërkombëtar, në një mesatare të përafërt, vetëm një e katërta e lajmeve ndërkombëtare të botuara në katër gazetatat e monitoruara përmbajnë apo citojnë të paktën një burim në përmbajtjen e tyre. Ndërkohë në pothuaj njëqind përqind të lajmeve në të katër gazetatat nuk vendoset emri i autorit të shkrimit. Prej kësaj mund të arrijmë në përfundimin se përmbajtja origjinale e lajmit ndërkombëtar në mediat shqiptare është shumë e vogël ose gati inekzistente, një situatë kjo që ngre pikëpyetje lidhur me autenticitetin dhe saktësinë e këtyre lajmeve si dhe me respektimin e të drejtës së autorit.

Lidhur me gjeografinë e shtrirjes së lajmeve ndërkombëtare, sërish gazeta më e shitur, Panorama, ka edhe numrin më të madh të vendeve të mbuluara, gjithsej 50. Kurse lidhur me tipologjinë e shtrirjes, tek Shqiptarja.com dhe Mapo mbizotëron qasja e “zonës më të afërt”, pasi dy vendet më të mbuluara me lajme janë pikërisht dy vendet më të afërta nga pikëpamja gjeografike: Kosova dhe Maqedonia. Por qasja e “zonës më të afërt” ka një aplikim të konsiderueshëm edhe në dy gazetatat e tjera të monitoruara. Në ndryshim nga shumë media botërore në gazetatat shqiptare nuk verifikohet qasja “next door giant”, që nënkupton mbizotërimin e lajmeve nga vendi më i madh i afërt.

Përsa i takon ngjarjeve që kanë dominuar raportimin ndërkombëtar, axhenda e medias shqiptare dhe prioritetet e saj në raportimin ndërkombëtar reflektojnë interesat, lidhjet si dhe strategjinë gjeopolitike të vendit. Në krye të ngjarjeve që dominojnë janë zhvillimet në Shtetet e Bashkuara të Amerikës, mes të cilave bien në sy sidomos ngjarjet që lidhen me fushatën zgjedhore presidenciale. Me sa duket në rastin shqiptar nuk është aplikuar praktika e ndjekjes së “next door giant”, por më shumë ajo e ndjekjes së “giant friend”. Në vendin e dytë të renditjes janë lajmet që kanë të bëjnë me aktet terroriste në Belgjikë. Por në një numër të konsiderueshëm janë edhe lajmet për ngjarjet nga fqinjët tanë, si Kosova, Turqia, Greqia, Maqedonia dhe Serbia, duke provuar kështu tezën e mbizotërimit të “zonës më të afërt” në raportimin ndërkombëtar në mediat shqiptare.

Një problem tjetër mbetet edhe numri i pakët i komenteve si dhe i analistëve të zhvillimeve ndërkombëtare, duke e bërë edhe më të dukshëm boshllëkun në raportimin ndërkombëtar të mediave shqiptare.

Duke iu referuar pranisë së madhe të lajmeve soft apo rozë nga bota mund të themi se edhe mediat shqiptare nuk i kanë shpëtuar “trendit”

të pranisë së shtuar të “limonadës së lajmeve me pak kalori”, siç i quan Mikich këtë kategori lajmesh.

Gjithashtu mediat shqiptare nuk kanë mundur t’i shpëtojnë edhe një tipologjie të përhapur të raportimit ndërkombëtar të bazuar në katër fjalëkyçet “luftë / sëmundje / kriminalitet / katastrofë”. Lajmet jashtë kësaj tipologjie janë të rralla në mediat shqiptare të monitoruara, duke sjellë situatën e paraqitjes dhe mbizotërimit të anës së errët apo dramatike të botës, dhe duke lënë jashtë një numër të madh lajmesh për ngjarje që prodhojnë optimizëm dhe perspektivë më pozitive.

Duke kaluar nga monitorimi i lajmeve në gazeta dhe televizion, tek monitorimi i lajmeve në mediat online, konstatohet se sot mediat online edhe në Shqipëri e kanë marrë përfundimisht ekskluzivitetin si të lajmit në përgjithësi edhe të lajmit ndërkombëtar në veçanti. Lajmi ndërkombëtar po migron gjithnjë e më shumë në web edhe në rastin shqiptar. Epërsia shfaqet në disa drejtime: si në plan sasior edhe në shtrirje gjeografike, pa përmendur më tej përparësitë specifike të webit, si shpejtësia e përcjelljes së lajmit, interaktiviteti, multimedialiteti, hapësira e pafund, etj. Vetëm në një muaj tek Albeu.com janë botuar rreth 23 përqind lajme ndërkombëtare më shumë se sa janë botuar në tre muaj në gazetën më të shitur në vend, Panorama, dhe vetëm në një muaj janë mbuluar me lajm një numër prej 48 vendesh, një numër i përafërt ky me numrin e vendeve të mbuluar nga gazeta Panorama në tre muaj.

Literatura

Barometri Ballkanik i Medias – Shqipëria, ISHM, Tiranë, 2013

Colombo, Furio, *Lajmet e fundit mbi gazetarinë*, ISHM, Tiranë, 2007

Elliott, Philip & Golding, Peter, *Mass Communication and Social Change: The Imagery of Development and the Development of Imagery*, Në E. de Kadt and C. Williams, eds., Sociology and Development, London, Tavistock, 1974.

Fuga, Artan, *Mjerimi i raportimit të aktualitetit ndërkombëtar*, Link: <http://newsbomb.al/sport/item/3283-mjerimi-i-raportimit-te-aktualitetit-nderkombetar>, 2015

Godole, Jonila, *Gazetaria shqiptare në tranzicion*, Papirus, 2014

Mapping digital media: Albania, Albanian Media Institute, Tirana, 2012

Mediat online në Shqipëri, ISHM, Tiranë, 2014

Mikich, Sonia, *Paradox. Evangelische Medienakademie: Sonia Mikich sur Auslandsberichterstattung*, te epd, dt.10.04.2001.

Raporti i zhvillimit njerëzor – Shqipëria 2016, UNDP, Tiranë, 2016

Russ-Mohl, Stephan, *Gazetaria*, Shtëpia botuese K&B, Tiranë, 2010

Shrinking Foreign Coverage, American Journalism Review, 2011, Link: <http://ajrarchive.org/article.asp?id=4998>

