
TELEVISIONI (PUBLIK) DHE KRIZA E TIJ: RASTI SHQIPTAR (PUBLIC) TELEVISION AND ITS CRISIS: THE ALBANIAN CASE

EDLIRA BIRKO

Albanian University, Departamenti i Shkencave Politike dhe të Komunikimit, Tiranë, SHQIPËRI
edlirabirko@yahoo.com

AKTET VI, 4: 495 - 499, 2013

PËRMBLEDHJE

Objekt i kësaj kumtese është analiza e gjendjes aktuale të industrisë televizive në Shqipëri me përqendrim të veçantë televizionin publik, në kontekstin e strukturave analoge evropianoperëndimore. Ne e identifikojmë këtë gjendje si 'krizë e dyfishtë': krizë e institucionit në vetvete dhe e raporteve të tij me shoqërinë. Si do të mund të kapërcehet kjo krizë e dyfishtë? A do ta shpëtojë dixhitalizimi televizionin nga degradimi i mëtejshëm institucional e nga kthetrat e politikës, si do të ngrihet institucioni i matjes së audiencës dhe në ç'mënyrë televizioni (publik, në radhë të parë) do të mund të fitojë statusin e tij legjitim si mjet i fuqishëm i ruajtjes dhe i forcimit të demokracisë?

Fjalët çelë: Televizioni, shqiptar, krizë, audiencë, public, dixhitalizim

Key-words: Television, Albanian, crisis, audience, public, digitalisation

HYRJE

Televizioni publik ka përjetuar një evolucion mjaft të ngjashëm edhe pse jo të njëkohshëm, si në Evropën Perëndimore ashtu edhe në atë lindore. Transmetuesi publik është vlerësuar nga K.E.-ja si një element jetesor i demokracisë në Europë. Në Evropën Perëndimore televizioni i shërbimit publik e ka stabilizuar pozicionin e tij në raport me politikën dhe gëzon një shikueshmëri të qëndrueshme. Në vendet në tranzicion, televizioni publik vuan nga mungesa e profesionalizmit, - shprehen ekspertët e K.E., nga dobësimi i misionit të tij, nga ndërhyrjet e forta politike si nga një nivel i ulët i shikueshmërisë, rrjedhojë e një lidhjeje të dobët me publikun.

Në vendet me tranzicion të zgjatur, sipas Colin Sparks-it, televizionet publike shfaqen si kopje të deformuara të modelit italian, vend në të cilin kryeministri aktual, Silvio Berlusconi ka gëzuar dhe gëzon një pushtet të caktuar si mbi televizionin e shërbimit publik ashtu dhe mbi atë privat, çka është përcaktuar nga ekspertët të K.E.-

së si dukuri e paprecedente në ndonjë prej demokracive europiane të zhvilluar.

I. Modeli shqiptar i ndërsjellshmërisë së politikës, medias dhe publikut

Në artikullin tonë përmes ndriçimit të lidhjeve e kushtëzimeve të ndërsjellta të politikës, medias e të publikut në hapësirën shqiptare e atë italiane, duke i përqasur këto me standardin më të lartë (teorik e praktik) të këtyre lidhjeve synohet përvijimi në këtë fushë i specifikës së modelit shqiptar dhe të atij italian gjatë këtyre dy dekadave të fundit.

Duke pasur parasysh ngjashmëritë e disafishta tipologjike që këto dy modele, për një varg arsyes, shfaqin me njëri-tjetrin, vëmendja përqendrohet në dallimin kryesor mes tyre: në shkallët e ndryshme të manifestimit të lirisë së medias në përgjithësi e të raporteve po ashtu jo të njëjta që ajo mban me politikën në mënyrë të veçantë si dhe në shkallët gjitha të ndryshme të përkushtimit ndaj interesave të publikut. Kyçi i

këtij dallimi qëndron në respektimin rigoroz atje e në shpërfilljen recidiviste këtu të parimeve të hekurta profesionale e të kulturës së gazetarisë në kuptimin e gjerë të termit.

Në fokus të studimit tonë janë edicionet e lajmeve, vetë lajmi, sepse në brendësi të sistemeve mediatike lajmet perfaqësojnë një nga çelësat kryesorë të sipërmarrjes televizive. Rënia e kufijve të vjetër dhe ekuilibrave gjeopolitike e kanë bërë më të fortë kërkesën për një informim konstant. Globalizmi ka sjellë një ndryshim të madh për të gjithë kalimin nga një audiencë lokale në një audiencë ndërkombëtare. (Kjo gjë e bën të dukshme problematikën shqiptare). Objektivi i diskutimit do të jeni jo vetëm vështirësitë në marrjen e informacionit, në ndërtimin e lajmit, por në organizimet redaksionale të lajmit. (Giovani Celsi-drejtor i RAI News 24-takimi i Copeamit)

II. Politika editoriale

Gjatë një monitorimi prej një periudhe disamujore që u kemi bërë edicioneve të lajmeve të RAI-UNO-s dhe TVSH-së si dhe pjesërisht atyre të televizioneve kombëtare Top Chanel dhe KLAN, kemi vënë re se politikat editoriale të operatorëve televizivë kryesorë në të dy vendet kanë një orientim qartësisht të dallueshëm. Tek Rai-Uno ka prioritet interesi i publikut, ndërsa në televizionet shqiptare dominon politika, edhe kur ngjarjet nuk janë aq të rëndësishme për interesin e përgjithshëm publik.

Në Itali pjesa më e madhe e popullsisë i drejtohet pikërisht televizionit për të pasur një ide mbi ngjarjet e ditës, ndaj për gazetarët italianë është shumë e fortë shtypa për të zbatuar kritere objektive vlerësimi, jo vetëm sa i takon përfshirjes, por edhe hierarkisë e kohëzgjatjes së lajmeve. Mbajmë parasysh se një edicion lajmesh në operatorin televiziv kryesor italian përban mesatarisht 16 lajme, numur që herë-herë shkon deri në 22, por gjithmonë duke respektuar 30 minutëshin e edicionit qëndror.

Konkretisht: Tek Rai-Uno:

1) Lajmi i parë lidhet me ngjarje që kanë interesin më të gjerë, më të drejtpërdrejtë e më

akut për publikun. Janar 2011: Dëbora e madhe që ka bllokuar gjithë vendin dhe temperaturat e ulta;

2) Lajmi i dytë: ngjarje e rëndësishme dhe me ndikim të përgjithshëm tek njerëzit. Në Milano: një ditë pa makina. (I sugjerohet publikut mbarëkombëtar të veprojë sipas shembullit milaneznë në mbrojtje të mjedisitsi.);

3) Lajmi i tretë: ngjarje që prek interesa jetike sektoriale: Ligj për shkurtimin e disa vendeve të punës;

4) Lajmi i katërt: zhvillime të reja politike. Vizita e Berluskonit në Izrael.

(Ajo që të bie në sy tek Rai-uno është se lajmi politik apo që lidhet me aktorë të politikës vjen, si rregull, i 4-ti, i 5-ti, i 6-ti apo dhe 7-ti, edhe kur duhet të pasqyrohen p.sh. reagimet e kryeministrit Berluskoni duke dalë nga Gjykata e Milanos, për një ngjarje e cila sidoqoftë e ka të gjerë rrezin e interesimit publik).

Tek TVSH-ja, Top Chanel-i, Klan-i, në të njëjtën ditë:

1) Lajmi politik është i pari: Takime të kryeministrit shqiptar me një grup të rinjsh;

2) Lajmi i dytë, sërisht politik: Kthimi i një delegacioni shqiptar nga një mbledhje e radhës në Strasburg (tek Top Channel-i dhe Klan-i ky lajm është i pari, pastaj vjen ai mbi takimin e kryeministrit).

3) Lajmi për njoftimin e KESH-it për një rritje, përtej nivelit, të Fierzës si dhe të dhënat mbi motin nga shërbimi sinoptik, për rreshje të mëdha shiu, pasi Veriu i Shqipërisë ishte përmbytur, radhitet i 6-ti tek televizionet kombëtare dhe lajm i tetë tek TVSH-ja.

Në Shqipëri mungesa e kodeve të brendshme etike e profesionale dhe varësia nga politika bën që standardet editoriale t'i vendosin kryeredaktorët, të cilët nga ana e tyre janë në lidhje direkte, më së shpeshti njëkahëshe, me drejtorët, pronarët apo shtetarët.

III. Politika e lajmit

Megjithëse në Itali, siç dihet, media deri vonë ka qenë nën ndikim të fortë të partive politike e

në veçanti të ish-kryeministrit, njëherësh kryemanjat mediatik i vendit, gazetarët italianë, nën trysinë e publikut, në ruajtje të integritetit intelektual si dhe në zbatim të kriterëve profesionale, për të qenë mundësisht sa më të paanshëm, përpilojnë rregullorë profesionale, të cilat kthehen në 'burgje' të vërteta që kushtëzojnë punën e redaksisë. Marrim një shembull të paradokohshëm që ka të bëjë me politikën e lajmit. Në fund të kronikës për vdekjen dramatike në Itali të 2 vajzave 4 dhe 15 vjeçare, të cilat i zuri nën vete shembja e shtëpisë ku jetonin, në një zonë me ndërtesa të vjetra, u përmend që në spital tek dy prindërit e shokuar shkoi dhe ministri i shëndetësisë, por ky nuk u dha me figurë, ndërkohë që në qendër kronika vendosi opinionet e banorëve që kishin parë ngjarjen. Kështu vazhdoi të pasqyrohet me ditë ngjarja, pa dhënë asnjë figurë politike, megjithëse shtypi shkruante për sensibilizimin serioz të strukturave shtetërore e politike.

Në Shqipërinë mediatike ndodh e kundërta. Gjatë periudhës së përmytjes që pësuan disa fshatra dhe qyteti i Shkodrës nga shirat si dhe nga hapja e portave të hidrocentralit të Fierzës, të gjitha lajmet dominoheshin nga deklaratat e kryeministrit dhe të ministrave. Lajmi fillonte me shqetësimin dhe vizitën e tyre dhe jo me një panoramë të gjendjes apo të shqetësimit të qytetarëve, për të mos thënë pastaj se opinionet e banorëve që sillte televizioni publik përmbanin vlerësime për qeverinë.

Liria e shtypit dhe gazetaria profesionale percaktohen nga marrëdhënia e qëndrueshme me publikun, ndërsa marrëdhënia e ngushtë e medias me politikën prodhon informacion të droguar që çon drejt lënies në hije të informacioneve profesionale në interes të publikut. Raporti mes publikut apo politikës percakton dhe politikat editoriale të ndryshme në trajtimin e argumentave të ndryshëm. (Jeff Natheson - kryeredaktor i BBC-së).

IV. Ndërtimi i lajmit

Ndalem pak tek ndërtimi i lajmit. Një lajm nuk mund të jetë më i gjatë se 90-120 sekonda. Sinkronët e përdorur në të nuk mund të jenë më të gjatë se 30 sekonda. Gjatë një kronike 90-120 sekondëshe mund të përdoren deri në 2 sinkronët 30 sekondësh, ose deri në 3 nga 15-20 sekonda.

Gjatë monitorimit që u kemi bërë kronikave politike tek Rai-Uno, kryesisht atyre me në qendër kryeministrin Berlusconi, kemi vënë re se sinkronët e Berluskonit pavarësisht rëndësisë së tematikës nuk e kanë kaluar 30 sekondëshin, kur ka pasur deri në dy prononcime. Në çdo rast sinkronët nuk kanë qenë më të gjatë se 60 sekonda brenda një lajmi 120 sekondësh. Ndërsa në rastin e TVSH-së sinkronët e kryeministrit zenë deri në 3-4 minuta në një kronikë që shkon rreth 7 minuta. E bëhet fjalë për thjesht një kronikë dhe jo për një lajm të thelluar. E njëjta gjë mund të thuhet në thelb edhe për televizionet e tjera, me vëzhgimin se se tek Top-i apo tek Klan-i sinkronët nuk e kapërcejnë hapësirën prej 2 minutash.

V. Politika, media, publiku shqiptar në përfaqje me atë italian

Kronika e një tubimi zhvilluar në Itali me përfaqësues të shquar të botës së medias e të televizionit atje Valentina Costa, Gianluca Ruggirello [<http://www.festivaldelgiornalismo.com/post/11680/>] kronikë të cilën e gjykuam të udhës t'ia bashkangjisim të plotë si shtojcë këtij artikulli, dëshmon qartësisht një varg çështjesh, të lidhura ngushtë me vëzhgimet e parashtruara në këtë trajtesë mbi pikëtakimet e dallimet mes modelit shqiptar e atij italian sa i takon raporteve politikë - media televizive - publik. Le të vërehet mprehtësia me të cilën kjo problematikë shfaqet sot e gjithë ditën në fqinjin e përtejdetit, vlerësimi përgjithësisht shumë kritik që i bëjnë gjendjes bashkëkolegët tanë (gjendje kjo mëse e mirë përjasur me tonën!), pluraliteti i vështrimeve, mungesat e dobësitë (të ngjashme a gati të njëjta me ato të modelit shqiptar), por njëherësh edhe aftësia për të gjetur zgjidhje të ushqyera nga integriteti profesional që nuk

pranon të bëjë përtej një vije të panegociueshme lëshime etj.

Politica e televisione: la lunga anomalia italiana

È stata una discussione animata quella su **“Politica e televisione: la lunga anomalia italiana”**. In **Sala dei Notari**, giorno **24 aprile**, alle **ore 18**, sono intervenuti l’Ing. **Franco De Benedetti**, imprenditore e figura controversa della sinistra italiana; **John Hooper**, corrispondente in Italia per *The Guardian* e *The Economist*; il giornalista **Paolo Madron**; l’ex volto del Tg1 **Paolo Di Giannantonio** e il giornalista di *Libero* **Francesco Specchia**, moderatore dei lavori.

Al centro del dibattito sono state le modalità che il connubio tra televisione e politica ha assunto in Italia, in particolar modo il conflitto d’interessi (quell’anomalia che dal 1994 vede un rilevante soggetto politico coincidere con il maggiore editore del Paese) e la lottizzazione del servizio pubblico televisivo.

Il confronto è partito dalla tesi che **Franco De Benedetti** esprime nel suo libro *“La guerra dei trent’anni - Politica e televisione italiana 1975-2008”*. Secondo l’ex senatore il conflitto di interesse non sarebbe che l’ultima di una serie di anomalie che affliggono il sistema televisivo italiano sin dai primordi. Secondo **De Benedetti**, inoltre, il comportamento elettorale dei cittadini non sarebbe influenzato dal fatto che uno dei più importanti leader politici del paese controlli direttamente tre televisioni nazionali su sette: la gente avrebbe gli strumenti cognitivi per scegliere cosa vedere e valutare cosa pensare. Come spettatrice avrebbe inoltre il grande “potere del telecomando”: quello di cambiare canale.

Opposta la visione di **John Hooper**, secondo cui il predominio di **Berlusconi** nei mass media, che dura da 15 anni, avrebbe generato un enorme cambiamento nell’opinione pubblica italiana; la televisione avrebbe un ruolo nettamente subalterno rispetto alla politica, per capirlo è sufficiente guardare gli shoë di attualità per verificare come i giornalisti rinuncino a fare

domande a politici onnipresenti sullo schermo e sempre più referenziali. **John Hooper** ha inoltre usato dei termini molto forti per descrivere la tv italiana, parlando di “doppia oligarchia Rai-Mediaset” e di “scomparsa dei fatti”.

Secondo **Paolo Madron** le anomalie che hanno afflitto la televisione italiana sin dall’inizio, non giustificano le contraddizioni presenti adesso. Tuttavia **Berlusconi** non è il solo problema della tv italiana: il servizio pubblico televisivo è sempre stato subordinato ai partiti (anche quelli della sinistra, che soffrirebbero di un “difetto di emulazione” nei confronti dell’uso che **Berlusconi** fa della comunicazione) e il problema di governance della Rai è oggi più vivo che mai. Una delle soluzioni per cominciare a sbloccare il connubio politica-tv, secondo **Madron**, sarebbe quella di vendere la Rai a privati e porre così fine alla lottizzazione.

Vista la presenza di **Paolo Di Giannantonio**, notevole spazio è stato dato alla vicenda della sua rimozione dalla conduzione del Tg1. Il giornalista di Raiuno ha affermato che chiedere se ci sia o no ingerenza della politica nell’informazione è solo una domanda retorica, tuttavia ha categoricamente rifiutato di usare toni polemici nei confronti del direttore **Minzolini**. Secondo **Di Giannantonio**, un direttore ha tutto il diritto di avvicinare i giornalisti, così come di fare editoriali. Tuttavia, nell’ambito del servizio pubblico, gli editoriali dovrebbero offrire più punti di vista. **Di Giannantonio** ha inoltre sottolineato la sua estraneità, come giornalista, a ogni contatto con la politica: piuttosto che scegliere di stare “in una squadra” o in un’altra, preferisce essere contro tutti.

Infine uno sguardo al futuro: gli ospiti hanno riflettuto su come sarà l’informazione tra 15/20 anni, in un ipotetico “dopo **Berlusconi**”. Il digitale prefigura spazi maggiori e modalità alternative per fare giornalismo. Ed è ciò che ha consolato i giovani giornalisti presenti in sala.

Përfundime

Cekim shkurtimisht në mbyllje përfundimet kryesore të hulumtimit tonë:

Këtu (kemi parasysh me fjalën 'këtu' modelin shqiptar) politika i imponon rëndom medias fabrikim të lajmit e për rrjedhojë depersonalizim të saj; atje (modeli italian) respektimi rigoroz i parimeve profesionale siguron një distancë të shëndetshme të medias nga politika si dhe një afëri po të shëndetshme të medias me publikun, çka u mundëson autoritet të mjaftueshëm përfaqësuesve mediaticë. Këtu, për shkak të mungesës së strukturave si dhe , më e rëndësishmja, për shkak të mungesës së interesit, nuk ka matje të audiencës, çka prish marrëdhëniet organike mes medias dhe publikut; atje matja rigoroz e audiencës dhe kujdesi parësor për këtë çështje ushqen struktura që e bëjnë publikun realisht përfshirës.

Lidhja shumë e ngushtë, thuhet në trajtë simbioze, në rastin shqiptar e produktit mediatic me autoritetin politik realizohet, ndër të tjera, përmes një vargu rrugësh e mjetesh:

- duke u shndërruar në jehonë mbështetëse e përforcuese të këtij autoriteti;
- duke i dhënë atij një hapësirë shumë të gjerë në dëm e në kufizim të hapësirës që i vidhet haptas detyrimeve të medias ndaj publikut;
- duke e përcjellë shpesh në trajtën e tij bruto autoritetin politik nga pozita e një kompleksi nënshtrimi, shërbimi a inferioriteti ndaj tij;
- duke i marrë e shtjelluar topikat e tij në formën e 'filmave serialë', me çka realizohet fare mirë zinxhiri katërhallkësh '*pohim – përsëritje – infektim – magjepsje*', zinxhir të cilin Gustav Le

Bon-i e përcaktonte si mekanizëm të politikës për ngulitjen a sugjestionimin e ideve tek turmat. Strategjitë që mund ta shkatërrojnë këtë lidhje simbiotike, pas së cilës do të kishim të drejtë të flisnim për një media shqiptare realisht demokratike, mund të përmblihdeshin në trinomin profesionalizëm – paanshmëria – përgjegjësi qytetare dhe intelektuale.

Bibliografia

- BRUZZONE, Maria Grazia (2002), *L'avventurosa storia del TG in Italia*, Milano, BUR.
- BUCHHOLZ, Axel – SCHULT, Gerhard (2002), *Gazetaria televizive. Udhërrëfyes në teorinë dhe praktikën e televizionit*, Përktheu nga origjinali: Ardian Klosi, K & B, Tiranë.
- CUPERLO, Gianni (2004), *Par condicio? Storia e futuro della politica in televisione*, Roma, Donzelli.
- LIVOLSI, Marino & VOLLI, Ugo (a cura di, 1997), *Il televoto: la campagna elettorale in televisione*, Milano, Franco Angeli.
- MACCHI, Alfredo (2000), *I TG del futuro: l'informazione televisiva nell'era digitale*, Milano, Franco Angeli.
- PADOVANI, Cinzia (2004), *Un' attrazione fatale. Televisione pubblica e politica in Italia*, Asterios.
- QUINTINI, Roberto (2003), *Giornalista TV: manuale di istruzioni per fare la televisione che informa*, Milano, Hoepli.
- SIMONELLI, Giorgio (a cura di), (2001), *Speciale TG: forme e contenuti del telegiornale*, Milano, Interlinea.
- SPARKS, Colin me READINGS, Anna (2003), *Komunizmi, Kapitalizmi dhe Mass-Media*, Botim i Institutit Shqiptar të Medias, Tiranë..