

AFËRDITA ABDULLAHI

KOMUNIKIMI PËRMES MEDIAVE

Në kohën e fundit, e sidomos në epokën e ashtuquajtur të globalizmit, ndikimi dhe roli i mediave ka rëndësinë e vet në përcjelljen e informacionit anë e kënd botës. Këto informata, në kohërat e mëhershme kanë qenë më të kufizuara shkaku i mungesës së mediave dhe po ashtu mungesës së lirë të shprehjes për arsye të ndryshme.

Mediat janë element kryesor në zgjerimin e kulturës, gjuhës, zhvillimin dhe progresin e saj, si dhe njohjen e opinionit publik.

Mediumet e ndryshme si një nga agjentët medial janë shumë të rëndësishme, sepse njerëzve iu mundëson qasje të shpejtë dhe marrje të burimeve apo informacioneve të ndryshme nga secili vend i ndodhjes.

Pa media, shoqëria e sotme nuk do të funksiononte, sepse do të ishte një hapësirë partikulare e shurdhër, joracionale, në të cilën nuk do të merreshin vesh ngjarjet me interes për njerëzimin dhe aq më pak nuk do të kuptohej procesi real nga i cili ndërtohet procesi i së ardhmes.

Komunikimi është proces social, prandaj thuhet se njeriu është qenie komunikimi. Ky proces bëhet qëllimisht apo jo qëllimisht. Të komunikojmë do të thotë të japim dhe të marrim në të njëjtën kohë. Themi kështu ngase nga ajo që japim, të tjerët krijojnë përshtypje që lidhet me ne, dhe kjo përshtypje na drejtohet neve. Prandaj, ky proces është i dyanshëm. Komunikimi është gjithashtu nevojë e përditshme e njeriut, ashtu siç është informimi. Komunikimi u avancua duke u krijuar mediat e komunikimit masiv, duke filluar nga libri, si mjete i parë përmes së cilit u shpërndanë idetë për lexuesin.

Me zhvillimin e komunikimit, si shtypi ashtu edhe radioja e televizioni u janë përshtatur ndryshimeve, duke përdorur teknologjinë e re e cila u ka mundësuar që të qëndrojnë në treg.

Kosova ka tendenca dhe formalisht veç i është përshtatur modelit Liberal në të cilin mediat janë të lira të shprehin për të gjitha informatat e marra, të hulumtuara dhe të kenë mundësinë e shpërndarjes tek opinionit publik dhe në këtë mënyrë të arrijnë të krijojnë një opinion publik vërtetë kritik ndaj politikave të përditshme me anë të informatave të paanshme të cilat plasohen tek masat.

Duke qëndruar në një ambient të informuar, ne jemi bërë shoqëri e lajmit. Njerëzit në përgjithësi nuk mund ta paramendojnë javën pa parë televizion apo pa lexuar gazeta. Padyshim epoka jonë veçohet si “epokë e informimit”.

Supozohet se mediat duhet të paraqesin atë që publiku është në vërtetë, dhe deri diku kjo arrihet. Ta zëmë në një shoqëri në tranzicion, edhe mediat

janë të tilla, media të tranzicionit. Në shoqëri të zhvilluara ekonomikisht dhe kulturalisht, ka llojshmëri informative, dhe llojshmëri të mediave gjithashtu.

Në shtypin tonë të sotëm, në pikëpamje gjuhësore, përfshihet spektër i gjerë e i larmishëm i shkrimeve, më i gjerë se në cdo fushë tjetër të veprimtarisë gjuhësore, sepse në gazetat ditore e javore, në revistat javore e mujore, mund të gjenden rubrika nga më të ndryshmet, duke filluar nga lajmet e informatat, raportet, komentet, artikujt imagjinarë, shkrimet paraqitëse, reportazhet, provat, letrat e lexuesve, fejonet, shpalljet, informatori i programeve televizive, fjalëkryqet, përkujtimet, reklamat, etj.¹

Dihet së roli i medias në shoqëri është i fuqishëm, ato mund të jenë përcaktuese të shoqërisë së një vendi. Mediet me anë të ndikimit të tyre mund të krijojnë politika të ndryshme duke drejtuar shoqërinë në një sistem të caktuar politik, social, ekonomik etj.

Roli i medieve, në jetën e përditshme, edhe pse mund të studiohet në shumë drejtime është shumëdimensionale.

Opinionit publik përbëhet nga shtresa të ndryshme njerëzish, përfshirë të gjitha moshat, dhe preferencat e tyre janë nga më të ndryshmet. Prandaj si mediat ashtu edhe politika dhe bizneset kanë bërë përpjekje për të qëndruar pranë ndryshimeve shoqërore, në mënyrë që të mund të përcjellin shijen dhe dëshirat e konsumatorëve të tyre. Opinioni publik ka qenë faktori i rëndësishëm sidomos në fillimet e shekullit XX, sepse gjatë kësaj kohe edhe sistemet politike u orientuan kah masa apo shumica.

Lidhshmëria mes politikave shtetërore dhe opinionit publik në kontekstin shqiptar është sqaruar mirë nga Haqif Mulliqi, ku analizon ndikimin e opinionit publik në zhvillimet politike gjate viteve 90'ta në Shqipëri. Mulliqi tregon se opinionit publik ka vepruar vullnetshëm në rrëzimin e ideologjisë komuniste, mirëpo pranimi një lëvizje demokratike pas gjithë atyre viteve diktaturë ishte një kërcim ekstrem, të cilin qytetarët nuk e përballonin².

Mediat kanë prirje të krijojnë vlera dhe të nxisin krijimin e kërkesave të reja te publiku, ndonëse publiku nuk ka mjete që ato kërkesa t'i realizojë³. Themi kështu pasi që për të realizuar kërkesat e tyre, publikut i duhet një mjet për informim të gjerë, që mund ta siguroj vetëm përmes mediave.

Një prej aspekteve më të rëndësishme për studimin e mediave dhe politikës është të ketë qartësi të madhe lidhur me atë se cili element i marrëdhënies mes këtyre dyjave është në analizë.

Mediat kanë ndikuar në zhvillimin e komunikimit mbarënjëror, dhe këtë gjë vazhdojnë ta bëjnë edhe sot. Komunikimi, si proces që ende pasurohet, është veprim që bartet nga një burim te një marrës me qëllim të ndryshimit të

¹ Shefkije Islamaj, *Gjuha Ligjërimi dhe Fjala*, IAP, Prishtinë, 2004, f. 49.

² Haqif Mulliqi, *Revisa kërkimore*, Media, f. 76.

³ I. Berisha, *Konvergenca Intelektuale*, Prishtinë, 2009.

Komunikimi përmes mediave

sjelljes së tij. Zakonisht burimi dëshiron t'ia ndryshojë disa pikëpamje marrësit, të ndryshojë veprimet e tij krahas asaj ideje, dhe që idenë e sapo marrë ta bëjë si pjesë të rregullt të sjelljes së tij.

Kjo sjellje e mediave karshi opinionit merret si e natyrshme. Publiku është shumë i zënë me jetën e përditshme, ndaj nga mediat kërkon një qëndrim. Mediat njihen si industri që shesin ide, krijojnë opinion publik, dhe ndikojnë në vendimet madhore në vend. Mediat gjatë rrugës së tyre kanë pasur role dhe funksione të ndryshme. Produktet kompjuterike gjuhësore dhe prania në internet tashmë janë bërë pjesë e domosdoshme e komunikimit, e koncepteve moderne për “hapësirën shkencore” dhe e potencialit për pasurimin e traditës dhe vlerave mbarë shqiptare⁴.

Roli kryesor i mediave masive konsiderohet të jetë i shoqëruar me dy efekte krejtësisht të kundërta. Efekti i parë konsiston në informim, edukim dhe argëtim, dhe roli tjetër, i kundërt nga kjo është manipulim i opinionit nga mediat masive⁵.

Por kjo qëndron në teori. Informimi lidhet me keqinformimin dhe propagandën. Informatat që i marrim në televizion përpunohen në shumë mënyra, për të arritur efektin. Ajo që mediat e transmetojnë në kuadër të “pakos edukuese” mund të mos jetë fare edukuese. Në mjetet tona të informimit, ndeshim edhe përdorimin e fjalëve të palogjikshme dhe fare pakuptim. E kjo ka ndikim në veshin e ndëgjuesve dhe të lexuesve, të cilët përshkak të këtyre gabimeve mund edhe të keqinformohen.⁶

Fillimisht, ishin biznesi dhe politika ato që kishin interesim për mendimin e të tjerëve, dhe kështu filluan të përdorin fuqinë e mediave për ta vënë nën kontroll mendimin publik. Në atë kohë, mediat nuk kishin influencën e ditëve të sotme, por megjithatë ishin barometër i opinionit publik.

Biznesi dhe politika filluan të kenë ndikimin e tyre në opinion përmes një mënyre të menduar mirë: reklamave dhe fushatave. Sot, biznesi i reklamave ka bërë që të futen ide të cilat shpesh janë jo plotësisht të vërteta, duke krijuar stereotipa.

Politikanët ndërhyjnë në konceptet programore, apo së paku, janë aty sa herë që kanë për të thënë diç. Politikanët krijojnë lidhjet e duhura për qasjet e nevojshme mediale. Ekzistojnë struktura të tëra të organizuara në zyra informative, përmes zëdhënësve dhe gazetarëve, që merren me prodhimin dhe shpërndarjen e informatave zyrtare⁷.

⁴ Rusana Hristova-Bejleri, *Gjuha Shqipe dhe Teknologjitë e Informacionit*, Gjuha Shqipe, IAP, 1/2008, Prishtinë.

⁵ I. Berisha, *Agjentët e Komunikimi*, Prishtinë, 2009.

⁶ Bahtiar Kryeziu, *Gjuha e mediave*, Gjuha Shqipe, IAP, 2008, Prishtinë, f. 52.

⁷ Ibrahim Berisha, *Media, agjentët e komunikimeve*, Universiteti AAB, Prishtinë, 2009.

Denis McQuail thotë se janë gjithnjë e më shumë masmediat ato që përcaktojnë “rendin e ditës” dhe definojnë problemet në baza ditore të vazhdueshme, derisa paritë politike dhe politikanët gjithnjë e më shumë i përgjigjen “provokimit” medial se çfarë duhet bërë⁸.

Në Kosovë, agjenda mediale dominohet nga ndikimet politike. Kjo mund të vërtetohet nëse shohim edicionin e lajmeve.

Duke ditur se masmediat kanë rol të theksuar në formimin dhe reflektimin e opinionit publik, përmes paraqitjes së botës tek individi. Ato veprojnë sipas agjendës së tyre, në përputhje me orientimin e tyre, pronësinë dhe interesin. Mediat krijojnë përshtypje dhe paragjykime, ato lajmërojnë e paralajmërojnë, duke bërë gjithçka për të tërhequr vëmendjen e publikut.

Nëse shikojmë nga ky aspekt, kuptojmë se mediat kanë përgjegjësi të madhe para audiencës, sepse në një mënyrë, ato krijojnë një pjesë tonën, një pjesë të qëndrimeve tona ndaj rrethit, dhe një pjesë të përditshmërisë sonë.

⁸ Po aty, f. 151.