

Eno Popi

RIFORMATIMI I PROFESIONIT TË GAZETARIT NË PERIUdhËN E NDRYSHIMIT TEKNOLOGJIK TË TELEVISIONIT

ABSTRACT

The past twenty years have witnessed a transformative shift in the media landscape, primarily driven by technological advancements. This evolution has fundamentally altered the daily practices of journalists, particularly evident in the last decade with the emergence of novel tools and methodologies. The traditional monopoly of journalists over news dissemination is eroding, challenged by the rise of diverse narrative perspectives and the ubiquitous influence of social media as a significant news source.

Concurrently, there has been a notable increase in public figures who engage directly with audiences, further democratizing information dissemination. This global engagement is characterized by a plethora of information types, accessible through various digital platforms, including internet news pages and television.

These developments necessitate the creation of innovative information production methodologies, compelling a reevaluation of professional journalism's role within this evolving information ecosystem. The proliferation of digital platforms and social networks, coupled with public participation in news creation, has fragmented audiences and introduced a sense of urgency in journalistic practice, threatening the traditional information monopoly held by journalists.

Despite fears that technological advancements may compromise journalistic integrity, these changes potentially enhance the media landscape, promoting more independent journalism without sacrificing quality or mission. Core journalistic values—objectivity, neutrality, impartiality, fairness, and autonomy—remain unaltered, underpinning the journalist's responsibility to serve the public interest through ethical news collection, presentation, and distribution.

In this digital era, what has fundamentally shifted is the praxis of journalism. This pertains to the daily routines, methods, and techniques employed by journalists to achieve their objectives and fulfill their societal responsibilities. These practices, rooted in a commitment to providing accurate and consistent information, uphold the journalist's role as both a purveyor of information and a guardian of democratic standards.

Keywords: *Profession, journalist, change, technology.*

ABSTRAKT

Në dy dekadat e fundit, mjedisi mediatik ka pësuar ndryshime drastike, që kanë ardhur si rrjedhojë e zhvillimit të teknologjisë. Dita e një gazetari ka ndryshuar rrënjësisht. Veçanërisht dhjetë vitet e fundit janë shfaqur mjete dhe praktika të reja, që u diktojnë gazetarëve praktika të reja në punën e përditshme. Çdo ditë përballemi me fakte të reja; ndërkohë që audiencia sa vjen e kërkon mundësinë e reagimit ndaj lajmit; lajmi nuk është më monopol vetëm i gazetarëve; çdo ditë e më shumë shohim se janë shtuar ndjeshëm perspektivat e ndryshme të tregimit të të njëjtave ngjarje. Janë pikërisht rrjetet sociale që tashmë janë një burim masiv i prodhimit të lajmit.

Sa vjen e rritet numri i personave influencues te publiku, të cilët ndiqen më nga afër dhe krijojnë lidhje të drejtpërdrejta me audiencën. Publiku është i angazhuar në mënyrë mjaft aktive me ndryshimet që ndodhin në botë. Nga çdo vend i globit mbërrijnë nëpër faqet e lajmeve në internet dhe në ekranet e televizioneve, në formën e shkruar, me fotografi apo video informacione nga më të ndryshmet.

Dalja në pah e këtyre praktikave të reja detyrojnë "shpikjen" e mënyrave të reja të prodhimit të informacionit. Në këtë situatë pa dyshim që është i pashmangshëm ripërkufizimi i vendit që zë gazetaria profesionale në këtë sistem të ri informacioni.

Platformat digjitale, rrjetet sociale, përfshirja e publikut në prodhimin e lajmeve, ka shkaktuar fragmentarizimin e audiencës dhe, për pasojë, gazetari ndihet vazhdimisht nën presionin e humbjes së monopolit mbi informacionin. Ekziston frika se fenomenet që sjell zhvillimi i vullshëm i teknologjisë mund të dëmtojnë cilësinë e punës së gazetarit. Por, në të vërtetë, e gjithë kjo situatë e re i jep më shumë mundësi medias për të avancuar pa cenuar cilësinë dhe misionin e gazetarit. Zhvillimi teknologjik shtron rrugën drejt një gazetarie më të mirë dhe për gazetarë më të pavarur, dhe nuk mund të konsiderohet si krizë për median dhe për gazetarët. Vlerat mbi të cilat mbështetet profesioni i gazetarit, nuk do të tjetërsohen asnjëherë. Gazetari do të vazhdojë të jetë në shërbim dhe në interes të publikut përmes mbledhjes, prezantimit dhe shpërndarjes së lajmit; gazetari do të vazhdojë të jetë objektiv, neutral, i paanshëm dhe i drejtë; autonomia e gazetarit nuk cenohet nga zhvillimet teknologjike dhe gazetari do të vazhdojë të ketë lirinë për raportuar të vërtetën, atë që dëgjon e që sheh. Do të duhet ta realizojë këtë në një kohë sa më të shpejtë që të jetë e vlefshme për publikun. I gjithë ky proces do të duhet të jetë brenda një kuadri etik. Vlerat mbi të cilat gazetari realizon punën e tij, janë bazat e gazetarisë, bazat e çdo akti gazetaresk, dhe që u japin gazetarëve legjitimitet për atë që bëjnë.

Bazuar pikërisht mbi këto vlera, gazetari ushtron funksionet e tij, për të realizuar misionin e tij. Qëllimi kryesor i një gazetari është t'u japë qytetarëve informacion të saktë e të qëndrueshëm. Pra, gazetari është së pari siguruksi i informacionit dhe së dyti, gazetari ka një përgjegjësi shoqërore, si një rojtar i shoqërisë në funksion të standardeve të sistemit demokratik.

Ajo çfarë ka ndryshuar në epokën e gazetarisë digjitale është pikërisht praktika e gazetarit. Kjo ka të bëjë me mënyrën se si punon një gazetar në përditshmërinë e tij, cilat janë metodat e teknikat që ai aplikon për të arritur qëllimin që ka, si dhe për të përmbushur funksionin e tij. Pra praktika ka të bëjë me rutinën e përditshme të një gazetari.

Fjalët Kyçe: *Profesion, gazetar, ndryshim, teknologji.*

Qasja teorike

Epoka e digjitalizimit ka sjellë me vete transformime rrënjësore në përditshmërinë e një gazetari. Media nuk është më si më parë. Kanë ndryshuar shumë faktorë që kanë ndikim mbi gazetarin në ushtrimin e profesionit. Kanë ndryshuar mjetet dhe praktikat e prodhimit dhe të shpërndarjes së informacionit. Gazetarët sot punojnë në një mjedis ku janë të detyruar që të të orientohen nga ndryshimet intensive teknologjike.

Përmes internetit dhe rrjeteve digjitale, informacioni sa vjen e bëhet më intensiv. Për pasojë, përgjatë këtyre tri dekadave të fundit, profesioni i gazetarit ka pësuar ndryshime të rëndësishme në mënyrën se si e merr informacionin, si e përpunon dhe më pas sesi e transmeton atë për publikun.

Gjithçka udhëhiqet nga teknologjia dhe gazetari është gjithnjë në provën e përshtatjes me teknologjinë. Po jetojmë kohën e digjitalizimit të informacionit dhe media po përballlet me shumë sfida. Dikur informacioni merrej dhe vetëm nga një gazetë, radio apo television. Sot përdoruesit e mediave kanë shumë mundësi për të marrë informacione. Të gjitha gazetat tashmë janë në internet dhe mund t'i shohë përmes një tableti apo telefoni celular inteligjent.

Çdo lajm që transmetohet në ekranit mund të shihet dhe në telefonin celular. Sot ka po ashtu një shpërthim të blogjeve. Publiku gjen informacione të gjithanshme dhe përmes rrjeteve sociale. Gjithçka e gjen në kohë reale. Gazetaria ka ndryshuar formën

e saj. Një gazetar në vitet '90 shpenzonte shumë kohë për të mbledhur informacione, mbante shënime në dhjetëra faqe blloku dhe bënte shumë orë xhirime, të cilat më vonë analizoheshin dhe përdreshin në një tekst të analizuar kronike lajmi. Po ashtu, edhe postproduksioni kërkonte shumë orë pune.

Mijëra gazetarë kanë prodhuar lajme dhe e kanë ushtruar profesionin e tyre në kushtet e mungesës së internetit dhe të celularëve inteligjentë.

Shumë prej tyre po e vazhdojnë karrierën edhe sot në kushtet e reja të medias digjitale. Gazetarët që kanë më shumë se 30 vjet përvojë në profesion janë dëshmitarë të avancimit me shpejtësi të digjitalizimit të medias.

Shumë prej gazetarëve që ishin në profesion në vitet '90, e vazhdojnë karrierën në përpjekje të përditshme për t'u përshtatur në kushtet e reja të gazetarisë së vitit 2021. Gjatë këtyre viteve kanë ndodhur shumë zhvillime mjaft intensive sa i përket avancimit të teknologjisë së informacionit. Por ata e dinë gjithashtu se me ndryshimin e kushteve të punës, asgjë nuk ka ndryshuar në misionin e tyre, parimet themelore mbi të cilat duhet të funksionojë ky profesion.

Disa nga vlerat e patjetërsueshme të gazetarit sipas Deuze-s¹ janë:

Së pari, gazetari ka mision kryesor shërbimin ndaj publikut. Kjo do të thotë që mënyra e pasqyrit të ngjarjes duhet të jetë domosdoshmërisht në interes të publikut.

Së dyti, për të qenë në interes të publikut ngjarja që pasqyron, duhet që gazetari të jetë objektiv, neutral, i paanshëm, transparent dhe i drejtë.

Së treti, që të mund të arrijë këtë, gazetari duhet të gëzojë domosdoshmërisht autonomi, të jetë i pavarur, të raportojë çfarë sheh me vërtetësi absolute, i pandikuar nga askush.

Së katërti, gjithçka sheh në një ngjarje, gazetari duhet ta raportojë brenda një etike profesionale të përcaktuar prej kohësh.

Së pesti, për të bërë të vlefshme pikat e mësipërme, gazetari duhet që informacionin ta raportojë brenda një kohe shumë të shkurtër, për të qenë aktual e konkurrues.

Nuk është e lehtë për një gazetar që të ruajë këto vlera dhe njëherësh të funksionojë në epokën e re të informacionit. Koha është armiku dhe njëherazi aleati më i madh i një gazetari në epokën digjitale. Për të argumentuar këtë, do të duhet të tregojmë së pari tiparet kryesore të medias në epokën digjitale. Do t'i kërkojmë këto tipare në të dyja palët, prodhuesi dhe konsumatori, në këtë rast gazetari dhe publiku.

Ka një raport të ri ndërmjet dy palëve. Shpesh konsumatori, pra publiku përpiqet të bëhet prodhues, pra gazetar. Shembullin më të thjeshtë e gjejmë tek lajmet që publikohen *online*, e ku publiku ka mundësinë të jetë bashkëpunues, sepse ka të drejtë të komentoj mbi lajmin. Publiku dëshiron gjithnjë të komentojë një artikull të publikuar duke shprehur mendimin për ngjarjen. Gazetari është i detyruar në këtë

¹ Deuze M. What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered. SAGE Publications (London, Thousand Oaks, CA and New Delhi), 2005, Vol. 6(4).

mënyrë që ta përfshijë publikun në një ndërveprim mes tij dhe lexuesit apo teleshikuesit.¹

Një tjetër tipar i medias në epokën digjitale është edhe kontrolli i përdoruesit mbi produktin përmes personalizimit të përmbajtjes. Kështu, një përdorues ka mundësinë ta zgjedhë përmbajtjen rreth një ngjarjeje dhe më pas ta publikojë atë duke krijuar faqen e tij në internet. Përdoruesi ka mundësinë edhe që ta plotësojë informacionin, sipas këndvështrimit të tij për ngjarjen. Nga ana tjetër, prodhuesi, pra, gazetari, është i detyruar të marrë në konsideratë informacionin që vjen nga përdoruesi. Në këtë rast, përdoruesi është kthyer në prodhues. Ndeshim kështu një dukuri të rëndësishme që na detyron të pranojmë se gazetari e ka humbur në një farë mënyrë monopolin mbi informacionin.

Një tipar domethënës i medias së re digjitale është gjithashtu hipertekstualiteti. Kjo do të thotë që brenda një artikulli vendosen hiperlinqe, ku mund të gjesh informacione shtesë për një ngjarje të shkruar, lidhjen me një lajm tjetër të publikuar më parë apo edhe me infografikë.

Tipar mjaft i rëndësishëm i medias digjitale është multimedialiteti. Një ngjarje mund të tregohet online përmes formateve të ndryshme ku përfshihen: *imazhet, teksti dhe zëri*.²

Këto ndryshime të rëndësishme të teknologjisë së informacionit, nuk erdhën në një ditë. Këto zhvillime të vrullshme ndodhën përgjatë tri dekadave.

Më poshtë do të përmbledhim shkurtimisht hapat e rëndësishëm të avancimit të teknologjisë prej vitit 1990 dhe zhvillimet në teknologjinë e informacionit në tri dekadat e fundit.

Epoka digjitale e ka origjinën tek fillimet e internetit. Është koha e popullarizimit të uebit në mes të viteve 1990³. Në atë kohë ishte një risi e jashtëzakonshme. Një lexues, nuk ishte më i detyruar të priste të gjente çdo mëngjes në zyrë një gazetë, për të cilën angazhohen shume njerëz derisa të mbërrijë në tryezën e lexuesit. Lexuesit filluan t'i gjenin artikullin e tyre të preferuar brenda pak sekondash, në ekranin e kompjuterit. Hapat e parë do të pasoheshin me të tjerë për të mbërritur në vitin 2007, kur një ngjarje e rëndësishme do të përcillej me bujë në të gjithë botën. Do të lançohej *iPhone*-i për t'u pasuar me modelet e para të *Android*-it në vitin 2008. Gjatë viteve në vazhdim do të përhapej me shpejtësi, përdorimi i smartfonit apo i telefonit inteligjent.

¹ Kryeziu, Veli. *Roli i mediave në mësimëdhënien e historisë*. Prishtinë: Lena Graphic Design, 2021. f. 32.

² Deuze M., Bardoel L.H. Network Journalism: Converging Competences of Media Professionals and Professionalism. *Australian Journalism Review* 23 (2), f.91-103.

³ Boczkowski P. The processes of adopting multimedia and interactivity in three online newsrooms. *Journal of communication*. Vol.2, 2006, f.197-213.

Me zhvillimin e shpejtë të teknologjisë do të avanconte edhe media sociale duke u kthyer brenda pak kohësh në një hapësirë ku kërkohen lajmet. Në vitin 2015-2016 arrihen rekordet kur *Facebook, YouTube, Vimeo, WhatsApp, Snapchat, Instagram, Pinterest, Twitter* u kthyen në burim të lajmit. (Raporti Digjital i Lajmeve të Institutit Reuters 2015–2016).

Me mijëra personazhet publikë, të quajtur persona VIP, janë çdo sekondë në kontakt me miliona njerëz, ndjekës të tyre. Përmes fotografive, mesazheve, videove nga momente të jetës së përditshme, personat publikë, mbajnë të “gozhduar” ndjekësit duke ndarë historitë që iu interesojnë atyre. Në këtë rast, lajmi kalon direkt tek publiku pa ndërmjetësimin e gazetarëve. Shpesh ndodh që mesazhet, fotografitë dhe videot që përcjellin në profilet e tyre në rrjete sociale, shndërrohen në lajme në faqe gazetash online, por dhe në televizione.

Nuk janë vetëm personat publikë të cilët mund të bëhen burim informacioni përmes mediave sociale. Në trendin e ri të zhvillimit të teknologjisë, duhen marrë në konsideratë dhe përdoruesit e medias sociale.

“Mençuria e turmës duhet të jetë pjesë e gazetarisë që tani. Kjo nuk është diçka e re; ajo është zgjeruar në atë që ekziston tani. Të gjithë këtu [në BBC] janë të gatshëm t’i përdorin këto burime shtesë... Ne asnjëherë nuk e nxjerrim lajmin duke u bazuar vetëm në një burim informacioni, përveç se kur e kemi kontrolluar edhe me një burim të dytë. Kontributi i pjesëmarrësve është një nga faktorët e shumtë që e bëjnë një histori. Ne përdorim çdo platformë të medias sociale për të gjetur burime e për të gjurmuar historitë. Ju gjithnjë duhet të keni gazetarë në terren. Nëse shoh dikë që shkruan diçka në Twitter: “Ka trazira të reja në Hackney” dhe nëse e botoj këtë gjë në Twitterin e BBC-së, kjo është diçka shumë e thjeshtë. Nëse shoh komente të njëjta edhe në rrjetet e mediave të tjera sociale, unë i kontrolloj edhe një herë ato dhe dërgoj një reporter në terren. Ky është përdorimi i rrjeteve sociale në formën e duhur, mendoj.”¹

Kontributi i qytetarëve vjen në redaksitë e lajmeve përmes fotografive, videove, komenteve tekstuale. Mbledhja e këtyre informacioneve e rrit mundësinë për t’i shtuar lajmit dimensione të reja. Por nuk është kaq e thjeshtë sepse kjo gamë e gjerë informacioni që vjen në redaksitë e lajmeve kërkon kontroll të rreptë të fakteve, seleksionimin e tyre dhe më pas analizimin dhe interpretimin profesional.

Të gjitha redaksitë e lajmeve e shfrytëzojnë informacionin që vjen nga kontribuesit qytetarë në mbarë globin. P.sh. NOS, transmetuesi publik holandez, ka një eksperiencë të rëndësishme në bashkëpunimin me publikun në procesin e marrjes, përgatitjes dhe publikimit të historisë së lajmeve. Ata kanë krijuar rrjetin NOS Net. Drejtuesi i projektit, Bas de Vries e ka shpjeguar se si funksionon ky rrjet:

¹ Costeltoe S. <http://www.bbc.co.uk/journalism/blog/2011/10/tenthings-european-public-ser.shtml>.

NOS Net është një rrjet njerëzish që ndajnë njohuritë dhe përvojën e tyre me gazetarët në NOS. Projekti u krijua sepse gazetarët e kuptuan që pothuajse në çdo tematikë, jo gazetarët mund të dinin shumë më shumë se sa bënin ata. Në këtë epokë të medias sociale, ne mund të lidhemi me njerëz që nuk janë gazetarë mjaft lehtë e të fillojmë një dialog. Ne i quajmë ata “partnerët tanë të lajmeve.” Ata janë thjesht vetëm një klikim larg nesh... Ne duam të krijojmë një bazë njohurish. Si gazetarë, ne mund të përfitojmë nga kjo gjë, por, po ashtu, mund të përfitojë edhe publiku. Ne duam të paraqesim sa më shumë këndvështrime të ndryshme mbi një tematikë që të jetë e mundur, si në Holandë, ashtu dhe jashtë saj.¹

Por nuk është kaq e thjeshtë t'i menaxhosh këta “partnerë lajmesh”. Redaksitë përballen me të dhëna digjitale kolosale si burim lajmesh, prej të cilave do të duhet të tregohet historia. Në anën tjetër, nuk mund të jenë të gjithë gazetarët të trajnuar për të gjetur apo për të analizuar grupe të mëdha të dhënash që mund të mbërrijnë në një kohë të shkurtër në redaksi. Në këtë rast, gazetari mund të kërkojë bashkëpunimin e ekspertëve.

Marrim si shembull rastin e WikiLeaks. Mijëra faqe informacione shumë të rëndësishme, mbërrijnë nëpër redaksitë e lajmeve në mbarë globin. Është rasti kur burimi nuk vjen nga publiku konsumator, por nga një kategori tjetër të cilët mund të lundrojnë shumë më lehtë në oqeanin e informacionit, siç janë programuesit, dizajnerët dhe hakerat. Ata janë më të aftë në zbulimin dhe depërtimin e informacionit digjital. Gazetarët mund të arsimohen ose të specializohen për të tilla situata, ose duhet të pranojnë partneritetin me programuesit, dizajnerët dhe hakerat. Pra, janë një sërë faktorësh që kanë lindur në epokën e medias digjitale që e ndikojnë në mënyrë direkte rutinën e një gazetari. Por lajmi i mirë është se profesioni i gazetarit nuk është venitur, përkundrazi është në dinamikë zhvillimi. Gazetari duhet thjesht të përshtatet në kushtet e reja të medias digjitale.

Gazetaria profesioniste do të përfitojë nga rritja e ekspertizës lidhur me tematika të veçanta. Dhe, për këtë arsye, edhe roli i gazetarit, sigurisht që, do të ndryshojë me ngadalë. Ai/ajo do të jenë më shumë persona që do të përmbledhin, do të japin drejtimin, në një ueb që sa vjen e po komplikohet edhe më shumë dhe që quhet shoqëria e mbingarkuar me informacion. Gazetaria ndryshon, por unë jam i bindur që gazetarët – nëse janë të pavarur – nuk kanë përse të shqetësohen për të ardhmen e profesionit të tyre. Gazetari do të jetë edhe më i nevojshëm se kurrë më parë.²

Megjithë optimizimin që konstatohet më lart për rolin e patjetërsueshëm të gazetarit pavarësisht ndryshimeve teknologjike, gjejmë tek një grup studiuesish, ekzistencën e

¹ De Vries, B. (2011) NOS Net: The ultimately crowdsourcing platform. Retrieved from <http://startcrowdsourcing.com/nos-net-the-ultimate-crowdsourcing-project>.

² Costeltoe S. <http://www.bbc.co.uk/journalism/blog/2011/10/tenthings-european-public-ser.shtml>.

një “krize”. Ajo lidhet me modelet tradicionale të biznesit për gazetarinë e printuar dhe të transmetuar, e cila vjen për shkak të mungesës së përshtatjes me kushtet e gazetarisë digjitale¹.

Meqenëse njerëzit tani mund të zgjedhin që ta marrin informacionin nga burime të shumëfishta, shumica prej të cilave janë falas, ata zgjedhin më pak e jo shpesh të marrin gazetën apo të shohin rrjetet televizive, dhe përdorin më shumë lajmet online, satelitin, sistemin kabllor, radion, dhe telefonat e tyre smartfone (shih raportet e Qendrës Kërkimore “*Gjendja e Medias së Lajmeve që nga viti 2012 e më herët*). Gatishmëria për të paguar për informacionin ka rënë dhe reklamimi është ai që i ndjek lexuesit, shikuesit dhe përdoruesit e Internetit.

Kjo situatë e re që solli avancimi i shpejtë i teknologjisë, shtimi i vrullshëm i burimeve prej nga lind dhe shpërndahet informacioni, shkaktoi edhe fragmentarizimin e audiencës së gjerë që gëzonte media tradicionale më herët.²

Një pjesë e mediave tradicionale që u tregua indiferente ndaj zhvillimeve të vrullshme duke refuzuar të investojë në teknologji, është drejt dështimit³ Por jo të gjithë i janë nënshtruar krizës. Të gjendur në kushte të reja, shumica e kompanive mediatike u detyruan t’i përshtaten mjedisit inovativ me investime në teknologji dhe burime njerëzore. Investimet në blerjen e pajisjeve inovative u shoqëruan me trajnime të burimeve njerëzore për t’iu përshtatur kohës digjitale.

Përveç përmbytjes në kuptimin e medias tradicionale, forma ka gjithaq rëndësi në epokën e medias digjitale. Kështu mediat u përshtatën me situatën e re ku vizualizimi i të dhënave është një komponent kryesor i tregimit të historisë në epokën digjitale.⁴

Një ngjarje e caktuar pasqyrohet në media nga kënde të ndryshme. Është fjala konkretisht për televizionin. Është me mjaft rëndësi për cilësinë e pasqyrimit të ngjarjes që këndi i kamerës të jetë i duhuri me qëllim që të japë sa më shumë detaje. Padyshim që aftësia profesionale e një gazetari është mjaft e rëndësishme por është krahasimisht e rëndësishme edhe teknologjia e kamerash.

Detajet e ngjarjes e diktojnë edhe përmbytjen e lajmit. Një kamera me teknologji të avancuar garanton kënde të reja të vështrimit mbi ngjarjen. Falë këtij komponenti gazetari mund ta tregojë historinë më të plotë, më të bukur pasi mund të përdorë një mori efektsh digjitale, të cilat e bëjnë një tregim historie unik, në raport me një kamera tjetër që mund të gjendet aty afer. Kombinimi perfekt ndërmjet tekstit, videos dhe audios në tregimin e historisë siç thotë Kuhn, dhe platformat e kërkimit të bazuara

¹ Garcia de Madariaga, 2008; Grueskin, Seave, Graves, 2011; Mchesney & Nichols, 2010; Meyer, 2006

² Kaye, J., Quinn S. *Funding Journalism in the digital age: Business Models, Strategies, Issues and trends*. New York: Peter Lang, f.185.

³ Mersey I., Malthouse E.C. *Calder B. Engagement with Online*. Journal of Media Business Studies, 2010, 7(2):37-56.

⁴ Van der Haak B., Parks M., Castells M. *The Future of Journalism: Networked Journalism*. International Journal of Communication 6(2012).

në përputhshmërinë vizuale se sa në atë tekstuale, po bëhen gjithnjë e më të rafinuara.¹ Kështu, përcjellja e tekstit të lexuar dhe të vizualizuar, është tashmë i domosdoshëm për gazetarët për të qenë konkures në një botë të re ku audiencia është gjithnjë e më kërkuese. Janë katër etapa përmes të cilave është mundësuar transformimi i një gazetari nga media tradicionale për tu përshtatur në epokën digjitale.²

Publikimi i lajmeve me sa më shumë tipare multimediatike ndikon drejtpërdrejt tek mënyra e të treguarit të historisë. Përdorimi i sa më shume pajisjeve të teknologjisë së lartë, kamera, ndriçim, audio etj mund të krijojë një kontekst shumë më të pasur, më dinamik. Kjo ndodh për shkak se gazetarët kanë në dispozicion mjete të reja për të punuar.

Këtu nis e ndryshon edhe roli i gazetarit pasi nuk mjafton më vetëm të të mbledhë informacionin dhe ta shkruajë atë por duhet që të mund të prodhojë e të redaktojë video. Kjo është faza kur një gazetar zëvendëson dy kolegë të ekipit të tij të hershëm, kameraman ose fotoreporter si dhe montazhier ose faqosës në një gazetë. Ky është një tregues që një gazetar duhet të pranojë se koha e medias tradicionale ka mbaruar.

Siç e kemi parashtruar edhe më lart, gazetarët nuk janë të vetmit që botojnë. Konsumatorët e lajmit i përdorin media në të njëjtën kohë me gazetarin dhe ata kthehen kështu shpesh në konkurrent të këtyre të fundit. Ata shkruajnë dhe botojnë përmes blog-ut, video në kanalin Youtube ku mund të kenë akses lehtësisht, mund të komentojnë në lajmin e një gazetari duke shtuar informacione etj. Publikut i mjafton një celular, përmes të cilit mund të realizojë video dhe ti publikojë menjëherë në platformat multimediale. Bazuar në studimet e kryera, 51% e konsumatorëve amerikanë janë të interesuar për publikime që nuk vijnë nga industria e medias, por nga amatorë³.

Ndërkohë që një gazetar është duke punuar në një cep pranë vendit të ngjarjes, patjetër në anën tjetër dhe në çdo cep, ka gazetarë qytetarë të cilët mund të jenë gjithashtu duke kryer të njëjtin proces. Gazetari profesionist është kështu i kërcënuar nga konsumatori i tij, publiku. Kështu, gazetarit profesionit i duhet të arrijë të kryej i vetëm, të gjitha funksionet e një ekipi, brenda një kohe të shkurtër për të “mbijetuar”. Siç e theksuam më lart, gazetarët profesionistë janë në konkurrencë të vazhdueshme me gazetarët qytetarë që marrin vazhdimisht informacione në situata të jetës reale përreth tyre. Por janë të kërcënuar edhe nga robotët e aftë për të kryer mbledhjen e të dhënave rutinë. Vlera e shtuar e gazetarëve profesionistë gjithnjë e më shumë do të jetë aftësia e tyre analitike dhe aftësia e tyre për t'u rrjetëzuar.⁴

¹ Kuhn M. Compromising Emanations of LCD TV Sets. <http://www.cl.cam.ac.uk/~mgk25>.

² Pavlik, J. Journalism and New Media. New York: Columbia University Press, 2001.

³Steinberg, S. (2007). An Introduction to Communication Studies. Në Shepherd, S. (Ed.). Juta & Co, Ltd.

⁴ Boczkowski P. The processes of adopting multimedia and interactivity in three online newsrooms. Journal of communication. Vol.2, 2006, f.197-213.

Por problem është se jo të gjithë gazetarët do të jenë në gjendje të arrijnë këtë nivel të ri të ekspertizës në të gjitha këto fusha. Disa prej tyre dallojnë në mbledhjen e të dhënave, fakteve ose imazheve; të tjerët janë më të mirë në interpretimin e tyre, gazetarë të tjerë mund të jenë më të specializuar në krijimin e historive tërheqëse dhe emocionuese, gjithnjë bazuar në fakte. Por këto tri kategori mund të funksionojnë si rrjet.

Çdo gazetar kthehet në një nyje në rrjetin që funksionon për të mbledhur, përpunuar e shpërndarë informacionin. Në një organizim të tillë ekziston autorësia e raportit dhe analiza, por këto tashmë udhëhiqen nga një praktikë rrjeti që varet nga burimet, komentuesit dhe reagimet. Produkti aktual i praktikës gazetareske tashmë përfshin zakonisht rrjetet e profesionistëve të ndryshëm dhe qytetarëve që bashkëpunojnë, mbështesin, korrigjojnë dhe në fund, distilojnë thelbin e historisë që do të tregohet.¹ Si përfundim, mund të theksojmë se në epokën e medias digjitale, gazetari vazhdon të mbetet në një tregues i fuqishëm historie. Ndërkohë, publiku është më i informuar, për shkak të aksesit global në lajme dhe në çdo kohë të ditës. Në kohët që jetojmë ka ndryshuar gjithashtu hierarkia mes gazetarit dhe publikut. Mes dy palëve ka më shumë dialog e ndërveprim.

Epërsia e një gazetari ndaj publikut amator që angazhohet në publikime lajmesh përmes videove apo edhe tekstit, është e padiskutueshme. Por gazetari gjendet sot nën presionin e zhvillimit teknologjik.

Dy janë rrugët, ose të qëndrojnë pa ndryshuar dhe të ndjehet i kërcënuar ose t'i nënshtrohesh realitetit duke pranuar disa ndryshime të cilat e pajisin me "armët" e reja në kushtet e medias digjitale. Në çantën e një gazetari nuk mjafton vetëm një bllok dhe një stilolaps. Duhet shumë më shumë se sa kaq: kamera, mikrofon, pajisje që sigurojnë ndriçim, laptop. Gazetari duhet të jetë në gjendje të prodhojë përmbajtje për platforma të ndryshme mediatike duke përdorur formatet e duhura multimedia, brenda një afati shumë të shkurtër kohor. Koha është presioni i madh mbi gazetarin referuar faktit se lajmet janë gjithnjë e në dinamikë.²

Duke marrë parasysh përvojën e dhjetë viteve të fundit, do të kuptojmë se një gazetar në ditët e sotme duhet të jetë shumë më shumë se një reporter i mirë, shumë më shumë se sa të dijë të shkruaj mirë një histori. Një gazetar duhet të realizojë një material audioviziv, ku nuk duhet të mungojë asnjë detaj, sikur të ishin pesë pjesëtarë në ekip. Një gazetarë në epokën digjitale duhet të jetë i përgatitur të kryej brenda një kohe të shkurtër funksione si: regjisor, kameraman, teknik audio, montazhier.

Nëse gazetarët me përvojë 30-vjeçare, e kanë më të vështirë t'u përshtaten kushteve të reja, një gazetar që nis karrierën rishtazi do ta ketë shumë më të thjeshtë. Ndryshimi i praktikës së gazetarit profesionist duhet të nis në shkollat e gazetarisë. Kushtet e reja

¹ Beckett C.& Mansell R. Crossing Boundaries: New Media and Networked Journalism, 2008.

² Klinenberg, E. 'Convergence: News production in a digital age, 2005.

në epokën digjitale të informacionit diktojnë ndryshime të rëndësishme në lëndët mësimore të universiteteve të gazetarisë. Të diplomuarit e këtyre shkollave duhet të jenë, në të njëjtën kohë, tregimtarë multimodalë, njohës dhe aplikues shumë të mirë të rrjeteve sociale, operatorë me teknologji të mençur të sistemeve të sofistikuar të të dhënave. Ecuria me shpejtësi drejt gazetarit multitasking mund të sjellë shkurtime në burime njerëzore por njëherësh mund të ndikoj ndjeshëm në rritjen e konkurrencës dhe gjithaq në rritjen e nivelit profesional të gazetarit. Lajmi i mirë është që sado që të avancojë teknologjia, roli i gazetarit është i patjetërsueshëm.

A ruhet cilësia dhe standardi profesional me gazetarë *multitasking*

Debatet dhe përballje profesionale kanë nisur prej 10–15 vjetësh, kur teknologjia e aplikuar në atë fazë filloi të sjellë perspektiva të reja në realizimin e detyrave të gazetarëve, fillimisht të medias së shtypur (print), e që më pas u përshtatën me multimedialitetin që qasja në Internet kërkonte. Nga ana tjetër, vala e transformimit u ndie më shumë në TV-të kryesisht lokale, të cilat nisën ta aplikonin këtë sistem të gazetarit që kryen disa funksione në raport me kostot e investimit dhe po aq në përshtatjen me zhvillimet e reja teknologjike. Sistemet digjitale të prodhimit të lajmeve u implementuan nga televizionet e mëdha për t’iu përshtatur standardit të kohës edhe si pjesë e evolucionit mediatik. Dhe bashkë me zhvillimin nisi edhe riformatimi i detyrave të gazetarëve, të cilat në terma menaxheriale duhet të përshtateshin nga stilet e mëparshme të punës.

Disa nga punët që iu imponuan si formë për të kapur në kohë raportimin dhe realizimin e përmbajtjes, veç punës së mirë përcaktuar që përfshin shkrimin dhe dërgimin e lajmeve, kërkimin e materialeve të lajmeve dhe redaktimin. Softuerët për funksionimin e sistemeve digjitale të lajmeve janë zhvilluar dhe janë tashmë pjesë e punës lineare të gazetarëve në terren dhe newsroom.

Cili është atëherë ndryshimi kryesor? Rastet studimore në botë tregojnë se për shumë grupe mediatike dhe TV, gjithçka ka rezultuar e thjeshtë dhe e përshtatshme. Si në kostot e korporatës, ashtu edhe në mënyrën e të menduarit të gazetarëve. Teza doktrinale kërkimore e Jong-Ha Na¹ i referohet një rasti konkret kërkimor. Po ashtu merr në analizë edhe TV të tjera, si: *BBC (UK)*, *Tele 5 (Spain)* *YLE (Finland)*, për të kuptuar më mirë se si ky proces ka ecur në këto vende. Por edhe kundërshtitë që ka hasur dhe skepticizmin brenda ekipeve të profesionistëve. Shqetësime rreth asaj se si sistemi i digjitalizuar në të vërtetë do të pranohej dhe do të bëhej i përdorshëm në redaksi.

Digjitalizimi i redaksisë tani është një trend global. Kompanitë e medias duke përfshirë kompanitë e transmetimit në të gjithë botën, kanë zëvendësuar prej më shumë se një dekade sistemet analoge në redaksi me teknologji moderne digjitale. Në

¹ *Introducing the Digital News System into a TV Newsroom: A Case of SBS, Koreja e Jugut, 2011.*

përputhje me rrethanat, koha ka treguar se qasjet e reja kanë pasur tranzicione të forta deri dramatike, për shumë gazetarë që kanë dale nga sistemi, apo që janë ripozicionuar diku tjetër, pasi nuk kanë përvetësuar në kohë teknologjitë e aplikuara. Kjo për shkak të zgjidhjeve teknike, procesit të ri të punës, arkivimit, transmetimit dhe njohjes së teknologjive të reja.

Tanimë kompanitë e transmetimit kudo po zbatojnë redaksitë digjitale. Për shembull, në Britani BBC prezantoi kanalën e saj digjital të lajmeve 24 orë, në nëntor 1997; Sky filloi shërbimet digjitale më 1998 dhe Televizionin e Pavarur Lajmet (ITN) e pasoi më 2000. Transmetimet e Shërbimit Publik Finlandez (YLE) prezantuan një sistem digjital të automatizuar, më 1996. Në Spanjë, rrjeti tregtar Telecinco ishte i pari që nisi një operacion të lajmeve digjitale në gusht 1998 dhe rrjeti Antena 3 e ndoqi në shtator 1999. Kompanitë e tjera të transmetimit, të tilla si Mediaset e Italisë dhe RAI, apo TFI e Francës, gjithashtu bënë përshtatje në sistemin digjital gjatë gjithë viteve 2000. Kjo periudhë edhe në SHBA tregoi se një numër i stacioneve lokale, pjesë e rretheve që kontribuojnë për CNN, MSNBC dhe Fox News, filluan redaksitë digjitale që nga viti 2001.

Paradigma e re e prodhimit të lajmeve digjitale

Në botimin *Politics and the Mass Media in Britain*, studiuesi Ralph Negrine¹ vëren se megjithëse kriza në transmetim shumë shpesh është parë në terma negativë, një mjedis i ndryshuar dhe i transformuar me teknologjinë gjithashtu ofron mundësi të reja.

Nga ana tjetër, ekziston një kontrast i fortë në pikëpamjet rreth digjitalizimit të redaksive të prodhimit të lajmeve në TV, në qasjet mes John Pavlik dhe Simon Cottle. Pavlik ka pasur qasje relativisht pozitive dhe tezat e tij studimore kanë qasje optimiste për të ardhmen e epokës digjitale në krahasim me Cottle, i cili shqetësohet për pasojat e digjitalizimit për gazetarit. Pavlik² këmbëngul që metoda digjitale “paralajmëron” ndryshim domethënës në mënyrën se si gazetarët mbledhin dhe transmetojnë lajme dhe informacione. Për më tepër, ai shpjegon se në një redaksi digjitale të lajmeve, çdo përbërës përpunon informacionin në formë digjitale e të kompjuterizuar duke përfshirë të gjithë tekstin, të dhënat, grafikët, audio dhe video³. Si pasojë, redaktorët dhe gazetarët përpunojnë materialet në një mënyrë jo lineare – prerja, ngjitja ose manipulimi i videos dhe i audios tanimë janë më të lehta për ta; madje po aq lehtë sa është shkrimi apo redaktimi i një teksti.

Në 12 vitet e fundit, TV aplikoi sisteme multimediale në funksion të raportimit dhe praktikave të gazetarisë; u përshtat sistemi i gazetarit *multitasking* ose i "grupit me një

¹ Negrine R. *Politics and the Mass Media in Britain*. Routledge, 1994, f.81.

² Pavlik, J. *Journalism and New Media*. New York: Columbia University Press, 2001.

³ Po aty f. 115.

njeri" për gazetarin me pajisjet teknike në një çantë shpine, i cili dërgohet të kryejë raportim apo prodhim të përmbajtjes televizive i vetëm, duke qenë përgjegjës për xhirimin e videos, regjistrimin e audios, shkrimin e tekstit dhe editimin e të gjitha materialeve së bashku. Rasti studimor mbi këtë praktikë pune tregoi që një mjedis digjital për prodhimin e lajmeve mundëson kombinimin e multimedialitetit e të formateve dhe se shpërndarja e koordinuar e përmbajtjes përmes disa kanaleve është funksionale. Këto do të ishin dy anët e një "përkufizimi pragmatik bashkëkohor të gazetarit multimedial"¹.

Në një nivel të parë të përfshirjes, multimedia do të çonte në koordinimin ose bashkimin e redaksive të ndryshme (televizion, radio, gazeta, internet dhe pajisje mobile, smartphone) për të prodhuar lajme në shumë platforma². Digjitalizimi u mundëson gazetarëve të ndajnë përmbajtjen midis redaksive dhe, për më tepër, menaxhimin e integruar të përmbajtjes së prodhuar nga redaksi të ndryshme.³

Në disa raste, te kompani të mëdha mediatike, një formë e integruar e redaksive bazuar në plane të qarta koordinimi sollli integrimin e plotë të gazetarëve në një ekip me shumë aftësi, që prodhonin njëkohësisht materiale për shumë kanale. Redaktorët multimedialë mbështesnin gazetarët në terren me kërkimet e nevojshme dhe burimet e duhura, për një mbulim korrekt të ngjarjeve. Një nga qëllimet më të rëndësishme të digjitalizimit të redaksisë është zvogëlimi i kostove të prodhimit të lajmeve, materialeve për transmetim.

Gazetarët *multitasking* u shndërruan në element për të zvogëluar shpenzimet.

Ursell⁴ (2001) vëren në studimin e tij *Dumbing down or shaping up? New technologies, new media, new journalism*, se "kërkesa për gazetarë *multitasking* apo shumë aftësi shpjegohet pjesërisht nga potenciali i teknologjive të reja për të shpërndarë ekipet teknike dhe punëtorët e specializuar në detyra me specifike, si dhe nga potenciali i shfrytëzuar nga punëdhënësit që kërkojnë të rrisin produktivitetin e punës dhe të ulin kostot e punës (f. 76). Si pasojë, është e natyrshme që BBC, si korporatë publike, ishte ndër të parat që iu dha kësaj qasje pune duke prezantuar gazetarët me shumë aftësi me teknologjinë në funksion të prodhimit dhe me digjitalizimin e procesit në redaksi. Sidoqoftë, ekziston një tension midis shkurtimeve të kostove dhe ndikimit në produktin e lajmeve.

Konvergenca në dhomën e lajmeve (gazetari multimedial)

Konvergenca është parë si një nga termat e vështirë për t'u përcaktuar. Duke vërejtur se konvergenca i referohet ndërvarësisë në rritje midis të gjitha komunikimeve në

¹ Deuze, M. 'What is Multimedia Journalism?' Journalism Studies, 2004, f.140.

² Quinn S. *Funding Journalism in the digital age: Business Models, Strategies, Issues and trends*. New York: Peter Lang, f.29.

³ Sinani, Arsim. *Dialog me dijetarë e me pushtetarë*. Plejad, 2011.

⁴ Ursell G. *Dumbing down or shaping up? New technologies, new media, new journalism*, 2001.

elementet mediatike, Murali (2003) argumenton se Ithiel de Sola Pool vlerësohet si studiuesi i parë në media.

Në librin e tij të vitit 1983, *Teknologjitë e lirisë*, ai përshkroi konvergjencën dhe shqyrtoi se si mediet ishin të ndërvarura (në internet). Duke vërejtur se "digjitalizimi i informacionit ka krijuar revolucionin e konvergjencës", Negroponte (1995), autor i parashikimit të revolucionit digjital *Duke qenë digjital*, argumenton se konvergjenca fillon me "copa", ose "ADN-ja e informacionit" digjital (f. 11). Sipas Stone (2001), "konvergjenca është një koncept i viteve 1990, ilustruar nga bashkëveprimi operativ midis medieve print, transmetuesve TV dhe atyre *online* brenda një kompanie mediatike". Në redaksitë e integruara të gazetave, gazetarët punojnë së bashku, dhe rezultati përfundimtar është integrimi i përmbajtjes së gazetarisë në TV, radio, gazetë dhe në internet; nën këtë ombrellë të integritit, interneti shërben si qendër nervore për ndërveprimin multimedial.

Presioni mbi gazetarët për të qenë *multitasking*

Disa studiues kanë hulumtuar mjedise pune dhe redaksi në Britaninë e Madhe dhe në Spanjë duke u përqendruar në implikimet e praktikave *multitasking*. Para së gjithash, duke hetuar përvojën e BBC Newscentre në Bristol, MB, Cottle dhe Ashton¹ (1999, f. 38) zbuluan se ndërsa teknologjitë digjitale lehtësuan praktikat e ndryshuara të punës si mjet për të arritur kursime të kostos dhe fitimet e efikasitetit, presionet e rritura të punës në lidhje me praktikat *multitasking* dhe prodhimi i lajmeve multimediale nuk inkurajoi drejtime radikale të reja në prodhimin e lajmeve dhe në realizmin e tyre teknik.

Autorët e kërkimit zbuluan se më e rëndësishmja ndër elementet e digjitalizimit ishte rrjedha e punës. Ata këmbëngulën që artikujt e lajmeve mund të ndryshohen shpejt dhe pa vështirësi, si dhe të përshtaten lehtësisht në lajmet e përditësuara; pra që kërkojnë një followup.

Ata zbuluan se me zhvillimin e këtyre teknologjive, gazetarët janë në gjendje të shfrytëzojnë një numër aftësish të ndryshme dhe të kryejnë një numër detyrash të ndara dhe se punët janë "ripërcaktuar në përputhje me ndryshimin nga një media në disa media, në prodhimin multimedial"².

Përveç kësaj, nga analiza e tyre etnografike në një redaksi të digjitalizuar të lajmeve BBC në Bristol, ata zbuluan se kishte pasur rezistencë refuzuese fillimisht nga gazetarët për qasjen apo pritjet e *multitasking* në redaksi. Katër vite më vonë, Cottle (2003) argumentoi se procesi i futjes së teknologjisë në media është rezultat i ndërveprimeve ndërmjet përvojave të gazetarëve në vendin e punës, historia e

¹ Cottle, S., Mark A. *From BBC Newsroom to BBC Newscentre: on changing technology and journalist practices*, Convergence, 1999.

² Ibid. 32.

zhvillimit të TV-ve dhe trendi global i investimeve mediatike në këtë drejtim. Pas hulumtimit të Cottle dhe Ashton (1999), Ursell (2001) shqyrtoi ndryshimin.

Praktikat gazetareske pas importit të plotë të teknologjive digjitale dhe elektronike u realizuan në Britani, në tri redaksi të televizioneve: BBC, ITN dhe Yorkshire TV. Ndërsa në analizë u morën edhe TV spanjolle e lajmeve. Dhomat e lajmeve të TV-ve private rezultojnë se pasi kishin aplikuar teknologjitë e reja në prodhim, iu kishin mundësuar gazetarëve të marrin kontrollin e drejtpërdrejtë mbi procesin, duke prodhuar një paketë lajmesh. Kjo rriti përgjegjësinë e tyre.

Duke shqyrtuar procesin e digjitalizimit të lajmeve televizive në ITN, Francis (2002) këmbëngul që, me sa duket, ekzistojnë "dy tema kryesore menaxheriale, që drejtojnë lajmet digjitale: shpejtësia dhe fuqizimi".

Sipas tij, shpejtësia do të thotë shpejtësi deri në procesin e marrjes së fotove të lajmeve *on air*, duke përdorur përparësinë e njohur tashmë si 'prodhim i bazuar në server' (cloud) Nga ana tjetër, fuqizimi nënkupton lejimin e të gjithëve në qasjen e sistemit të prodhimit në media me mjete të thjeshta, por efektive për kryer detyrat e ngarkuara. Ai thekson rëndësinë e faktit se kushdo: gazetar, prodhues, operator i kamerës, redaktues i fotos, arkivist ose menaxher – të gjithë janë në gjendje të bëjnë punën lineare për të realizuar produktin final.

BIBLIOGRAFIA

- Beckett C.& Mansell R. *Crossing Boundaries: New Media and Networked Journalism*, 2008
- Boczkowski P. The processes of adopting multimedia and interactivity in three online newsrooms. *Journal of communication*. Vol.2, 2006, f.197-213
- Boczkowski P. The processes of adopting multimedia and interactivity in three online newsrooms. *Journal of communication*. Vol.2, 2006, f.197-213.
- Cottle, S., Mark A. *From BBC Newsroom to BBC Newscentre: on changing technology and journalist practices*, Convergence, 1999.
- De Vries, B. (2011) NOS Net: The ultimately crowdsourcing platform. Retrieved from <http://startcrowdsourcing.com/nos-net-the-ultimate-crowdsourcing-project>.
- Deuze M. What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered. SAGE Publications (London, Thousand Oaks, CA and New Delhi), 2005, Vol. 6(4).
- Deuze M. What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered. SAGE Publications (London, Thousand Oaks, CA and New Delhi), 2005, Vol. 6(4).
- Deuze M., Bardoel L.H. Network Journalism: Converging Competences of Media Professionals and Professionalism. *Australian Journalism Review* 23 (2), f.91-103.
- Deuze, M. 'What is Multimedia Journalism?' *Journalism Studies*, 2004, f.140.
- Introducing the Digital News System into a TV Newsroom: A Case of SBS*, Koreja e Jugut, 2011.
- Klinenberg, E. 'Convergence: News production in a digital age, 2005.
- Negrine R. Politics and the Mass Media in Britain. Routledge, 1994, f.81
- Overholser G., Jamieson H. K. (ed) *The Press*. New York: Oxford University Pres. (Institutions of American Democracy Series), 2005.
- Pavlik, J. *Journalism and New Media*. New York: Columbia University Press, 2001.
- Pavlik, J. *Journalism and New Media*. New York: Columbia University Press, 2001.
- Projekti për Ekselencë në Gazetari, projekt i krijuar fillimisht në vitin 1997 nga Universiteti i Kolumbias dhe më pas i asociuar me Pew Research Center, SHBA.

Quinn S. *Funding Journalism in the digital age: Business Models, Strategies, Issues and trends*. New York: Peter Lang, f.29.

Steinberg, S. (2007). *An Introduction to Communication Studies*. Në Shepherd, S. (Ed.). Juta & Co, Ltd.

Sinani, Arsim. *Dialog me dijetarë e me pushtetarë*. Plejad, 2011.

Ursell G. *Dumbing down or shaping up? New technologies, new media, new journalism*, 2001.

Kryeziu V. *Roli i mediave në mësimdhënien e historisë*. Prishtinë: Lena Graphic Design, 2021.