

Aurora Karameti, PhD¹

UDC: 316.774:32

**AGENDA-SETTING, TEORI E KOMUNIKIMIT POLITIK E
ZBATUAR NË STUDIMET MBI MEDIAN, E PËRDITËSUAR**

**AGENDA-SETTING, ТЕОРИЈА НА ПОЛИТИЧКА
КОМУНИКАЦИЈА ПРИМЕНЕТА ВО СТУДИИ ЗА
МЕДИУМИТЕ, АЖУРИРАНА**

**AGENDA-SETTING, A POLITICAL COMMUNICATION
THEORY APPLIED IN MEDIA STUDIES, UPDATED**

Abstract

Agenda-setting is a political communication theory embraced by media communication researchers and implemented mainly on its two levels: the first level, the agenda of salience and the second level, the agenda of attributes. These two notions are used in research on media to draw conclusions on the sensitivity of the news media to various events that mark the actuality and the importance it attaches to them, thereby influencing public opinion and the political classes. This article examines the updated use of this theory for research on professional media and its role as an influential factor in crises, conflicts, wars or emergency situations in modern societies. The aim is that knowledge on the use of this theory in studies on media and public communication be updated with the new world order of information in a time when the conventional media do not hold any more the absolute monopoly of the news agenda at the global and local level. This paper aims to answer the question: how does *agenda-setting* theory may be used in media

¹ Profesor inordinar, Fakulteti Juridik, Universiteti i Tetovës. Email: aurora.karameti@unite.edu.mk

studies in the age of social media and smartphones? By nature, this paper is a theoretical one but it also supplies scientific research examples to argue its claims. It offers a rich picture of the theory, explaining the way it is applied at both levels, through which research methods, able to generate data and to create the necessary basis for the interpretation of problems that are treated upon this theoretical platform nowadays.

Keywords: *agenda-setting, public communication, politics, news media.*

Përcaktimi i agjendës së lajmeve (caktimi i rendit të ditës)

Studimet për mediat e lajmeve në botë kanë treguar prej më shumë se gjysmë shekulli se sa më shumë media merret me një histori të caktuar, aq më shumë rëndësi i kushtohet kësaj historie nga audienca. Sot në studimet e komunikimit dhe medias është shumë popullor përkufizimi që është bërë nga babai intelektual i teorisë, Bernard Cohen në vitin 1963 për fenomenin e përcaktimit të agjendës sipas së cilës, përmes kësaj aftësie që posedon media mund të mos jetë e suksesshme t'u tregojë njerëzve se çfarë të mendojnë, por është jashtëzakonisht e suksesshme t'i tregojë audiencës se rreth çfarë të mendojë (McCombs: 2004, 3). Evolucionin e teorisë në dekadat në vijim konfirmoi gjithashtu se media jo vetëm që ndikon tek publiku duke i thënë se çfarë të mendojë, por gjithashtu u tregon njerëzve se si të mendojnë (McCombs: 2004, 71).

Në fakt, agenda-setting (përcaktimi i agjendës/rendit të ditës) njihet si një teori tradicionale e komunikimit politik (McCombs: 2004, 134). Si një teori e përcaktimit të agjendës së medias informative u zbatua për herë të parë nga Maxwell McCombs dhe Donald Shaw në vitin 1968 gjatë zgjedhjeve presidenciale në SHBA në studimin e tyre historik të Chapel Hill, Karolina e Veriut, i cili u botua në 1972 në revistën *Public Opinion Quarterly*. Studimi konsistoi në një anketë me 100 votues të pavendosur, të cilëve iu kërkua të tregonin çështjet kryesore të ditës ashtu siç i shihnin (McCombs: 2004, 5) dhe përgjigjet e tyre u krahasuan me rezultatet e një analize të përmbajtjes së 9 prej mediave kryesore në vend: 5 gazetave lokale dhe kombëtare, 2 rrjeteve televizive dhe dy revistave të lajmeve. Rezultatet treguan një korrelacion shumë të lartë prej 0,9+ midis shqetësimeve të paraqitura para pjesëmarrësve për probleme të rëndësishme të vendit dhe atyre të paraqitura nga media (McCombs dhe Shaw: 1972, 178). Profesor Maxwell McCombs, ish-

reporter për *New Orleans Times-Picayune*, i cili njihet mes studiuesve të komunikimit si i angazhuar në studimet e përcaktimit të agjendës mediatike për rreth katër dekada, dhe kolegu i tij, profesori i gazetarisë Donald Shaw, ndjekin në këtë punim hapat e Walter Lippmann, i cili në vitin 1922 në librin e tij *Opinion Public* aplikoi parimet e psikologjisë në gazetari dhe filloi diskutimet mbi ndikimin e madh që kanë mesazhet mediatike mbi “imazhet që krijojmë në kokën tonë” (McCombs dhe Shaw: 1972). Ata e ndërtuan konceptin e përcaktimit të agjendës nga një hipotezë e suksesshme në një teori që studion se si lajmet ndikojnë në vënie në pah të disa çështjeve (Davie & Maher, 2006, 358). Studimi i Chapel Hill i dha kështu legjitimitet ndikimit që media ka në formimin e opinionit publik dhe lidhjes thelbësore që ekziston midis agjendës së medias (lajmeve) dhe agjendës publike. Që nga ky botim, teoria e përcaktimit të agjendës ka qenë zanafilla/fokusi i qindra studimeve të publikuara (Davie & Maher: 2006).

Përcaktimi i rendit të ditës (*agenda-setting*), një teori prioritësh

Agenda-setting është termi i vendosur në vitin 1968 nga McCombs dhe Shaw për një funksion të medias që u jep përparësi temave ose çështjeve të caktuara, i bën disa më të spikatura se të tjerat dhe i vendos ato në qendër të vëmendjes. Sëra një sistem shoqëror. Ky funksion i referohet idesë se përmes ekspozimit ndaj medias, njerëzit mësojnë për çështjet më të rëndësishme në mjedisin që i rrethon dhe sa më shumë të rritet ky ekspozim, aq më e madhe është lidhja midis agjendës së medias dhe agjendës së publikut. Duke përzgjedhur lajmet ditë pas dite dhe duke i publikuar ato, redaktorët dhe gazetarët përqendrojnë vëmendjen tonë dhe ndikojnë në perceptimet tona për çështjet më të rëndësishme të ditës. Kjo aftësi për të ndikuar në spikatjen e temave në agjendën publike quhet roli i përcaktimit të agjendës së medias së lajmeve (McCombs: 2004, 1).

Hulumtimi mbi procesin e përcaktimit të agjendës shtrihet në tri fusha, të lidhura ngushtë me njëra-tjetrën, të cilat janë: a) agjenda mediatike, b) agjenda publike dhe c) agjenda politike. Kërkimet mbi agjendën e medias janë fokusuar përgjithësisht në procesin e përzgjedhjes së çështjeve të mbuluara nga gazetarët dhe vendin që u jepet atyre në hierarkinë e lajmeve ditore. Pra, kjo bëhet duke analizuar ngjarjet, kontekstin e tyre dhe vendimmarrësit në ndërtimin e agjendës. Agjenda

e medias studiohet kryesisht përmes tri metodave. *E para* është analiza e përmbajtjes e cila mat gjatësinë e artikujve dhe shpeshësinë e fjalëve kyçe dhe po ashtu përmes qasjes interpretuese analizon p.sh. vendosjen e lajmit në faqen e parë të gazetës kundrejt faqeve të brendshme, madhësinë e titullit dhe fotove etj. të cilët janë elementë që flasin për rëndësinë e dhënë një ngjarjeje nga media. *E dyta* është anketa apo intervista e prodhuesve apo marrësve të mesazheve mediatike. *E treta* është eksperimenti laboratorik ku disa individë janë të ekspozuar ndaj lajmeve për çështje të ndryshme dhe opinioni i tyre për këto çështje matet para dhe pas ekspozimit.

Hulumtimi në agjendën publike fokusohet në fenomenin e vëmendjes që publiku u kushton çështjeve të ndryshme në situata të caktuara dhe opinionit që publiku ka për subjekte të caktuara. Hulumtimi mbi agjendën publike shpesh lidhet me ndikimin e medias në këtë agjendë. Kjo lidhje midis agjendës publike dhe medias ekziston pasi për pothuajse të gjitha shqetësimet në agjendën publike, qytetarët kanë të bëjnë me një realitet që strukturohet nga raportet e gazetarëve për ngjarje dhe situata (McCombs, 1). Me kalimin e kohës, çështjet e theksuara në raportet e lajmeve bëhen çështje që konsiderohen më të rëndësishme në mendjen e publikut. Kjo lloj varësie lind si rezultat i “një nevojë për orientim” që ka publiku i cili duhet të mësojë nga media se cilat janë lajmet që përbëjnë çështjet më të rëndësishme të ditës (McCombs: 2004, 54, McCombs & Valenzuela: 2021, 75-81). Nevoja për orientim ka të bëjë me nevojën dhe me dëshirën individuale të publikut për informacion rreth çështjeve të ndryshme, në varësi të përvojës së tyre personale, p.sh. informacioni për angazhimin e qeverisë së tyre në luftërat e vendeve të tjera, bën që publiku t’i perceptojë ngjarjet plotësisht ashtu siç i sheh apo i lexon në lajme, pasi në jetën e vet të përditshme nuk ka përjetime të tilla personale. Vëmendja dhe opinioni i publikut në hulumtimin mbi agjendën publike zakonisht matet përmes anketave. Pyetësorët i janë dhënë një mostre nga popullatat në studim dhe përmbajnë pyetje në lidhje me opinionin e tyre për çështjet në studim.

Ndërsa kërkimi mbi agjendën politike fokusohet në procesin e përzgjedhjes së çështjeve që hyjnë në hierarkinë e diskutimeve politike. Këto kërkime kanë për objekt politikëbërësit, ligjet, ndërhyrjet politike në media, ndikimin e agjendës publike dhe mediatike në agjendën politike për çështje të ndryshme të rëndësishme etj. Hulumtimet mbi agjendën politike nga studiues të komunikimit janë të pakta në numër krahasuar te hulumtimet mbi agjendën e medias dhe atë të publikut. Duke

genë se përcaktimi i agjendës është një koncept tradicional i komunikimit politik, interesi i hulumtimit të komunikimit për të është logjik pasi ky proces përfshin politikën, publikun dhe median.

Elementet që kushtëzojnë përdorimin e teorisë

Teoria e përcaktimit të agjendës ka disa përparësi që kanë dalë në dritë nga përdorimi i saj për rreth 60 vjet (McCombs: 2004, 86).

E para është se kjo teori ka parë një zgjerim në rritje dhe aktivitet të pasur shkencor që nga studimi i parë i Chapel Hill. Përcaktimi i agjendës ka tejkalar qëllimin tradicional të shqetësimit vetëm për çështjet politike dhe publike dhe ka evoluar në një teori të zbatueshme për eksplorimin e një game të gjerë çështjesh ndërkombëtare, çështjet e biznesit dhe financave, normat kulturore, etj. (McCombs: 2004, 143 -144).

Përparësia e dytë ka të bëjë me aftësinë e teorisë së përcaktimit të agjendës për t'u përfshirë ose bashkuar me një sërë konceptesh ose teorish të tjera komunikimi. Përcaktimi i agjendës gëzon gjithashtu aftësinë për t'u përshtatur mirë dhe për të plotësuar ide të tjera në shkencat sociale (McCombs: 2004, 86).

Përparësia e tretë ka të bëjë me aftësinë e teorisë për t'u zbatuar në studime që analizojnë rolin e medias në të kaluarën. Duke supozuar se dinamika bashkëkohore e opinionit publik e përshkruar nga teoria e përcaktimit të agjendës mund të vlerësojë të kaluarën, studiuesit kanë përdorur analizën e përmbajtjes së gazetave dhe revistave për të shkruar historinë e opinionit publik në kohë më të hershme (McCombs: 2004, 34).

Teoria e përcaktimit të agjendës njih gjithashtu kufizime.

I pari vjen nga një prej autorëve të saj, McCombs, dhe ka të bëjë me teknologjinë e komunikimit dhe të ardhmen e saj. Interneti sot i jep publikut mundësinë për të përzgjedhur lajmet sipas një agjende personale interesash, gjë që mund të sjellë kështu fundin e agjendës mediatike dhe ndikimin e saj në agjendën publike dhe politike. Por kjo dobësi e funksionit të përcaktimit të agjendës së medias mendohet se nuk mund ta zhdukë kurrë teorinë, sepse pavarësisht informacionit të personalizuar që publiku do të zgjedhë, ai gjithmonë do të dëshirojë të dijë ngjarjet më të rëndësishme të ditës, pavarësisht nëse apo jo hyjnë në fushën e tij të interesave. Kështu, redaktorët do të vazhdojnë të përzgjedhin lajmet nga moria e informacionit të përditshëm (McCombs: 2004,148).

Kufizimi i dytë i teorisë njihet nga Gerald Kosicki (1993) dhe ka të bëjë me natyrën dhe zbatimin e saj në kërkimet e komunikimit dhe medias. Shpesh teoria përdoret për hetimin e vetëm një prej aspekteve të saj, për shembull vetëm agjendën e medias, agjendën e publikut apo agjendën e politikës, dhe jo në studimin e të tre aspekteve në një proces të lidhur zinxhir. Nga këto tre aspekte, më shumë vëmendje nga studiuesit e komunikimit i është kushtuar kërkimit mbi agjendën e medias dhe publikut dhe më pak kërkimit mbi agjendën politike.

Kufizimi i tretë i teorisë së përcaktimit të agjendës lidhet me dyshimin e disa kritikëve se agjenda e medias ndikon realisht në agjendën e publikut. Ky dyshim mbështetet nga deklaratat e disa gazetarëve të cilët thonë se nuk raportojnë për të ndikuar në opinionin publik, por raportojnë vetëm atë që ata e konsiderojnë si lajm (McCombs: 2004, 21). Këtij pohimi i është përgjigjur analiza që Walter Lippermann u ka bërë marrëdhënieve media-publik. Ai sjell konceptin e pseudo-mjedisit dhe argumenton se imazhi i botës që ndërtohet në mendjet tona nuk është në fakt mjedisi real, por vetëm një pjesë e realitetit, e ndërtuar nga gazetarët, pasi ka tërhequr vëmendjen e tyre. Pra, konsumatorët e lajmeve marrin informacionin që gazetarët vendosin të 'presin' nga tabloja e realitetit.

Një kufizim tjetër i teorisë ka të bëjë me faktin se nuk ka konsensus midis studiuesve të komunikimit për përcaktimin e përcaktimit të agjendës si teori ose si model (Kosicki 1993, McCombs 2004).

Dy nivele të teorisë së përcaktimit të agjendës: agjenda e spikatjes (*agenda of salience*), agjenda e vetive (*agenda of attributes*) ose kornizimi (*framing*)

Në studimet e medias, njësia e analizës është një *objekt* që në fakt përfaqëson një çështje publike (McCombs: 2004, 69). Objekti i studimit është pikërisht "*shënjestra*" ku përqendrohet interesi i studiuesve, i cili edhe pse quhet objekt, mund të jetë një person, një organizatë, një fenomen etj. i përfshirë në agjendën e medias ose i anashkaluar prej saj.

Kjo agjendë e medias informative, e cila fokusohet në objektin të cilit i jepet rëndësi (*salience*), quhet agjenda tradicionale ose përcaktimi i agjendës së nivelit të parë ose agjenda e spikatur.

Teoria njihet gjithashtu një nivel të dytë të agjendës së lajmeve të njohur si agjenda e attributeve ose vetive. Atributet janë karakteristikat dhe veçoritë që u bashkëngjiten objekteve pasi ato të kenë zënë vendin

e tyre në agjendën mediatike. Pikërisht në këtë moment kemi të bëjmë me atë që njihet si përcaktimi i agjendës së nivelit të dytë ose agjenda e attributeve (McCombs: 2004, 71). Veshja e objektit të përzgjedhur me attribute bëhet edhe nga gazetarët. Ata vendosin për qasjen që përdorin për të organizuar lajmet, që do të thotë se ata zgjedhin kornizën në të cilën do të prezantojnë informacionin.

Ky zhvillim i teorisë në nivelin e saj të dytë filloi më 1992 nga McCombs i cili vërtetoi se agjenda e attributeve është një koncept ekuiivalent me konceptin *Framing* (David & Maher: 2006, 362). Pra, si një ide e zhvilluar më vonë, agjenda ose kornizimi i attributeve konsiderohet si një shtrirje e teorisë së përcaktimit të agjendës (McCombs, Shaw dhe Weaver: 1997, McCombs: 2004, 87). Jo të gjithë studiuesit që punojnë me teorinë agenda-setting ranë domosdoshmërisht dakord me këtë përkufizim (David & Maher: 2006, 362).

Duke vazhduar përkufizimin e agenda-setting të bërë më sipër, sipas të cilit përcaktimi i rendit të ditës është funksion i medias që u jep përparësi temave apo çështjeve të caktuara u jep prioritet (nëpërmjet sasisë së mbulimit dhe vendit të rëndësishëm që i jepet) bën që disa të jenë e vënë në dukje më shumë se disa të tjera dhe te jene vënë në qendër të vëmendjes së një sistemi shoqëror, në vijim mund të thuhet se framing/kornizimi bazohet në supozimin se ashtu si çështjeve të caktuara u jepet formë në lajme dhe i prezantohen publikut nga gazetarët, ashtu ato kuptohen dhe interpretohen edhe nga publiku. Sipas Gitlin, kornizat “kryesisht të pathëna dhe të papranuara, organizojnë botën si për gazetarët që i raportojnë ato ashtu edhe, në një farë mase të rëndësishme, për ne që mbështetemi në raportet e tyre” (Gitlin: 1980, 7). Pra, kornizimi shkon përtej mbulimit të thjeshtë të një çështjeje nga media (përzgjedhja e çështjes për agjendën e lajmeve) dhe merret me mënyrën se si bëhet ky mbulim. Sipas Gamson dhe Modigliani “Korniza sugjeron se me çfarë ka të bëjë polemika, cili është thelbi i çështjes” (Gamson & Modigliani: 1987, 143). Pra, procesi i përcaktimit të rendit të ditës në median e lajmeve zhvillohet në dy kohë: së pari, ngjarjes i kushtohet vëmendje nga media duke e përfshirë në agjendë dhe së dyti, kjo ngjarje i serviret publikut brenda një kuadri që gazetarët e vlerësojnë si bosht, si thelbi i ngjarjes, sipas këndvështrimit të tyre.

Sipas Robert Entman, “Të kornizosh një lajm do të thotë të përzgjedhësh disa aspekte nga një realitet dhe t'i bësh ato më të spikatura në një tekst të komunikuar me publikun në mënyrë të tillë që të inkurajosh një përkufizim të caktuar të problemit, një interpretim të

caktuar moral, një vlerësim dhe/ose rekomandim te trajtimit për çështjen e përshkruar” (Entman: 1993, 52 cituar në McCombs: 2004, 87).

Kjo teori është zbatuar me sukses në të dy nivelet në një studim të gjerë kërkimor-shkencor të kryer mbi çështjen e një krize politike dhe mbulimin e saj mediatic. Studimi është bërë në kuadër të një projekti doktore nga autorja e po këtij artikulli shkencor, i cili pas përfundimit është publikuar me titullin “Maqedonia viti 1: Media dhe gjeopolitika e një konflikti etnik”, (Ndrio Karameti: 2014). Në këtë studim është përdorur teoria përcaktimi i agjendës në të dy nivelet e saj, të njohura deri në atë kohë, me synimin për të nxjerrë konkluzione jo vetëm për shqyrtimin e vendit që ka zënë Maqedonia në agjendën e medias në vitin 2001, por edhe për të kuptuar kuadrin në të cilin media shqiptare dhe ajo ndërkombëtare kanë prezantuar lajmet nga Maqedonia për opinionin publik. Sipas McCombs (1992: 820-821) “si zgjedhja e temave për agjendën e lajmeve ashtu edhe zgjedhja e kornizave për artikujt rreth këtyre temave janë role të fuqishme për vendosjen e agjendës”.

Qëllimi i studimit ishte arritja e njohjes së këtij procesi (përcaktimi i agjendës dhe kornizimi) nga ana e medias në rastin e Maqedonisë, si një rast tipik i luftës dhe i paqes. Maqedonia është një vend i vogël ballkanik i cili nuk është një faktor i rëndësishëm në politikën ndërkombëtare e megjithatë konflikti që ndodhi nga janari deri në gusht 2001 zuri një vend të rëndësishëm në mediat ndërkombëtare. Ky mbulim mund të duket edhe një fat i madh për vendin e vogël nëse i referohemi McCombs sipas të cilit “gazetat me të gjitha dhjetëra faqet e tyre kanë vend vetëm për një pjesë të lajmeve që janë të vlefshme çdo ditë [...] vetë fakti që disa çështjet janë vënë në fokus të mediumit, është një tregues për audiencën se cilat janë çështjet më të rëndësishme të momentit. Pikërisht kjo situatë i ngarkon gazetarët me një përgjegjësi të fortë etike në përzgjedhjen e kujdesshme të çështjeve për agjendën e tyre” (McCombs: 2004, 19-20). Por agjenda e medias mund të ndikojë edhe në çështje që ajo nuk i zgjedh, duke i lënë ato në heshtje dhe në këtë mënyrë jashtë vëmendjes së publikut duke mundësuar që ndoshta askush të mos mësojë dhe të mos reagojë ndaj tyre, siç argumenton Entman “me çfarëdo fjalësh dhe imazhesh specifike te përshkruani ngjarjen, është e rëndësishme që fillimisht të pyesni se sa material për ngjarjen është i disponueshëm dhe sa dukshëm është shfaqur... Ose korniza mund të tkurret për të miniaturuar një ngjarje, duke zvogëluar numrin dhe rëndësinë e fjalëve dhe imazheve, duke i dhënë ato, në ekstrem, politikisht i parëndësishëm. Nëse një kornizë nuk ka përmasa,

përmbajtja e tij ka pak rëndësi; [...] Madhësia në këtë mënyrë mat dhe ndihmon në përcaktimin e rëndësisë politike të një ngjarje ose lajmi” (2004, 31). Mbulimi nga mediat ndërkombëtare ishte një faktor shumë i rëndësishëm në rrjedhën e ngjarjeve në Maqedoni, pasi në fakt përfundimi i krizës erdhi pikërisht nga ndërhyrja dhe ndërmjetësimi i politikës ndërkombëtare ndërmjet palëve në konflikt. Qëllimi i studimit ka qenë logjikisht që të fitojë njohuri për shkallën e këtij pasqyrimi nga mediat ndërkombëtare dhe mënyrën e realizimit të tij, duke arritur në konkluzione në pyetjen: Pse ky pasqyrim u realizua në këtë shkallë dhe në këtë mënyrë; A është ndikuar nga faktorë gjeopolitikë apo ishte thjesht zbatimi i standardeve ndërkombëtare të gazetarisë? Njohja e agjendës së shtypit vendas në gjuhën shqipe është gjithashtu thelbësore për këtë hulumtim. Nëpërmjet analizës së tij, ky studim arriti t'i përgjigjet edhe pyetjes për mënyrën e pasqyrit nga shtypi vendas, pasi roli i tij ishte kyç edhe në zhvillimin e ngjarjeve për faktin se mënyra e paraqitjes, kornizimit të problemeve nga gazetatat lokale drejtpërdrejt ndikon në reagimin nga popullsia dhe politikanët vendas në kohë krizash dhe luftërash. Agjenda e shtypit lokal është analizuar për të kuptuar rolin e tij në nxitjen ose jo të urrejtjes ndëretnike, mobilizimin popullor në luftë, besimin në politikë dhe dëshirën për paqe.

Studimi i përmendur më sipër është sjellë në këtë punim si një shembull i zbatimit të teorisë për qëllime të studimeve mediatike në një kohë kur interneti nuk ishte ende i shtrirë në të gjithë territorin dhe ende nuk ishte në shërbim të medias, gazetarëve, politikanëve dhe publikut ndërsa rrjetet sociale nuk ishin ende të njohura në masën që janë sot.

Në atë kohë, në Shtetet e Bashkuara të Amerikës, ku lindi teoria e përcaktimit të agjendës, interneti kishte filluar të dominonte trendin e audiencave të medias. Pikërisht për këtë arsye, një nga themeluesit e teorisë, Maxwell McCombs, ishte studiuesi që ngriti çështjen e fuqizimit të informacionit të bollshëm në internet si një rrezik për agjendën e lajmeve të vendosura nga mediat profesionale. Siç u tha më lart në këtë artikull, ky fakt u njoh në atë kohë si kufizimi më i madh i teorisë për faktin se “Interneti i jep publikut mundësinë për të përzgjedhur lajmet sipas një agjende personale interesash, gjë që mund të sjellë kështu fundin e agjendës mediatike dhe ndikimin e saj në agjendën publike dhe politike’.

Agenda-setting dhe framing në studimet e medias

Në këtë studim konkret, përcaktimi i agjendës përdoret si kornizë teorike e nevojshme për t'iu përgjigjur pyetjeve të kërkimit. Në kuadrin e kësaj teorie përdoret edhe koncepti ekuivalent i përcaktimit të agjendës në nivel të dytë ose agjenda e attributeve/framing. Kjo mund të ishte përdorur si një teori e veçantë e kombinuar me përcaktimin e rendit të ditës meqenëse disa studiues si Dietram Scheufele e trajtojnë kornizimin si një teori, por ata pranojnë se nuk ka ende një bazë të qëndrueshme konceptuale dhe operacionale për ta përcaktuar si të tillë dhe “kërkimet mbi framing karakterizohen nga paqartësia teorike dhe empirike” (Scheufele: 1999, 103). Pra, ky studim nuk mund të bazohet në kornizimin si një koncept që mund të qëndrojë i vetëm, por ai bazohet në kornizimin si një fazë e procesit të përcaktimit të agjendës, që është një teori e konsoliduar.

Teoria e kornizimit është ende në një fazë kalimtare të zhvillimit të saj dhe nuk është ende e qartë nëse do të mbetet sinonim i agjendës së attributeve apo do të shkëputet për t'u konsoliduar si teori në vetvete. Megjithatë Scheufele e trajton kornizimin si një teori të efekteve mediatike, ai shkruan: “Në të vërtetë, McCombs, Llamas, Lopez-Escobar & Rey (1997) gjithashtu McCombs, Shaw dhe Waver (1997) kanë argumentuar se vendosja e agjendës dhe vendosja e kornizës bazohen në procese në thelb identike. Ndërsa përcaktimi i rendit të ditës ka të bëjë me spikatjen e çështjeve, vendosa e kornizës ose vendosja e rendit të ditës në nivel të dytë, siç e kanë etiketuar McCombs dhe kolegët e tij, ka të bëjë me rëndësinë e attributeve të çështjes” (1999, 116). Sipas Scheufele, “koncepti i kornizimit është larg të qenit i integruar në një model teorik të qëndrueshëm” (Scheufele, 118). Hulumtimet e ardhshme mbi *framing* mbetet të kontribuojnë “për ta kthyer konceptin në një rrugë kërkimore të qëndrueshme” (de Vreese, 60).

Identifikimi i kornizës

Sipas studiuesit Claes de Vreese, në komunitetin e studiuesve të komunikimit “ka pak konsensus se si të identifikohen kornizat në lajme” (de Vreese, 53). Megjithatë, ekzistojnë dy qasje për identifikimin e tyre, njëra induktive dhe tjetra deduktive. E para funksionon duke analizuar lajmet dhe duke mbajtur parasysh kornizat e përcaktuara a priori të cilat identifikohen gjatë analizës. E dyta, përkundrazi, heton

kornizat që janë përcaktuar dhe operacionalizuar më herët. Për këtë arsye, qasja deduktive konsiderohet më e besueshme nga studiuesit. Në studimet me një qasje deduktive, ajo që është e rëndësishme është se nga çfarë përbëhet një kornizë. Entman (1993, 52 cituar në Vreese, 54) argumenton se kornizat në lajme mund të identifikohen dhe shqyrtohen nga “prania ose mungesa e disa fjalë kyçe, fraza shabllone, imazhe stereotipe, burime informacioni dhe fjali që ofrojnë grupime përforcuese tematike të fakte apo gjykime”. Studimi në librin “Maqedonia, viti 1” bazohet në qasjen deduktive për identifikimin e kornizave në lajmet e përzgjedhura si mostër, pasi që në fillim të punës hulumtuese, kornizat e identifikuar në lajm ishin përcaktuar saktësisht.

Studiuesit e komunikimit mendojnë se disa korniza janë të rëndësishme vetëm për disa tema ose ngjarje specifike, të cilat de Vreese i quan korniza specifike të çështjeve (de Vreese: 2002, 55), ndërkohë që ka grupe të caktuara studimesh që përdorin të njëjtat korniza, siç është pasqyrimi i fushatave elektorale të cilat quhen korniza gjenerike. Në këtë studim konkret të sjellë si shembull të zbatimit të teorisë në të dy nivelet e saj, janë identifikuar kornizat specifike të përdorura nga gazetarët në tekstet e lajmeve, të cilat kanë të bëjnë me ngjarjen në studim, që është kriza etnike e vitit 2001 në Maqedonia dhe që kryejnë katër funksionet teorike të kornizave. Ato janë operacionalizuar si katër kategori që maten nëpërmjet pranisë ose mungesës së variablave nga të cilët janë ndërtuar:

1. Emërtimi i ngjarjeve. Kjo kategori korrespondon me funksionin e parë të kornizave, përcaktimin e problemit që sipas Entman (2004, 6) shpesh virtualisht parapërcakton pjesën tjetër të kornizës. Në pasqyrimin e aktualitetit në Maqedoni, efekti problematik i kornizave është përshkrimi i situatës nga gazetarët si prag-luftë që kërcënoi sërish Ballkanin.

2. Arsyet e konfliktit. Kjo kategori përkon me funksionin e dytë të identifikimit të arsyeve që gazetarët përdorin në shkrimet e tyre për situatën në Maqedoni. Dëshmia e arsyeve të konfliktit është vendimtare në kuadrin e të gjithë lajmit dhe efekteve të tij të mundshme.

3. Emërimi i palëve në konflikt. Kjo kategori korrespondon me funksionin e tretë, mbartjen të një gjykimi moral. Emrat që gazetarët vendosin për palët në konflikt tregojnë qartë mirëkuptimin e tyre për fajtorët dhe viktimat, të mirët dhe të këqijtë.

4. Qëllimet e palëve në konflikt. Kjo kategori korrespondon me funksionin e katërt, miratimin e rrugëdaljeve ose përmirësimeve. Në rastin e pasqyrimin të krizës në Maqedoni, gazetarët prezantuan si

qëllimet e palëve në konflikt ashtu edhe qëllimin e ndërmjetësve ndërkombëtarë, që ishte kompromisi mes dy palëve dhe arritja e marrëveshjes së paqes.

Autorë të tillë si Entman, Durham, Norris, Gamson dhe Modigliani kanë identifikuar korniza për çështje specifike në studimet e tyre (Vreese, 55).

Zbatimi i teorisë në dy nivele

Siç thotë McCombs “për të gjitha mediat e lajmeve, përsëritja e një teme ditë pas dite është mesazhi më i fuqishëm nga të gjithë për rëndësinë e saj” (McCombs: 2004, 2). Prandaj, studimi i sjellë si shembull i zbatimit të teorisë në dy nivele, filloi pikërisht me matjen e rëndësisë që mediat i kanë dhënë aktualitetit në Maqedoni duke matur sasinë e mbulimit. Kështu, matja e agjendës së mediave ndërkombëtare dhe vendore është bërë duke analizuar intensitetin e pasqyrimin të ngjarjeve duke matur 1-numrin e shkrimeve, 2-gjatësinë e tyre. Të dhënat e marra kanë lejuar studiuesen të bëjë deklaratë për rëndësinë që media i ka dhënë ngjarjeve.

Për të matur agjendën e nivelit të dytë, pra atributet që u janë bashkangjitur ngjarjeve dhe aktorëve në lajmet për Maqedoninë, në atë studim bëhet analiza tematike e përmbajtjes, e njohur si framing, sipas se cilës çdo kornizë është një njësi tematike.

Kjo analizë është bërë duke matur shpeshësinë e shfaqjes ose jo të fjalëve kyçe (variabla) në tekstet e lajmeve, të cilat janë elementet që formojnë një kornizë ose një temë. Sipas Entman “” (1991, 8, cituar në Easser dhe D'Angelo, 625). Zakonisht një kornizë dominon një lajm, por elementë të më shumë se një kornize mund të gjenden brenda tij.

Agenda-setting e përditësuar natyrshëm me një nivel të ri

Për të vazhduar me krahasimin midis përdorimit të teorisë së përcaktimit të agjendës për studime mediatike rreth dhjetë vjet më parë dhe studimeve për median sot, për këtë rast të dytë, merret si shembull një hulumtim të bërë së fundmi nga e njëjta autore, mbi një prej mediave më të mëdha ukrainase, gazetën *Kyiv Independent*, e cila botohet vetëm online në anglisht (hulumtimi i paraqitur në konferencën “Lufta, konflikti dhe shoqëria”, organizuar nga Universiteti AAB në Kosovë, 2022). Të dhënat treguan se edhe në këtë kohë kur njerëzit janë bërë

konsumatorë të rrjeteve sociale në internet dhe janë të ndikuar prej tyre për qëllime të ndryshme, përsëri kur bëhet fjalë për diskutimin e ngjarjeve madhore si luftërat e armatosura, ata u drejtohen mediave profesionale. Shembulli i kësaj gazete tregon se audiencia përdor internetin dhe rrjetet sociale për informim, por edhe aty sërish preferon burime të konfirmuara dhe të besueshme. Prandaj, informacionin e dhënë nga këto burime e kuptojnë dhe e interpretojnë sipas kornizave të zgjedhura nga këto burime. Gazeta *Kyiv Independent* ka mbi dy milionë ndjekës në rrjetet e saj sociale. Kjo do të thotë se edhe tani në epokën e mediave online dhe rrjeteve sociale kur mediat konvencionale nuk kanë privilegjin të formësojnë të vetme opinionin publik, ato përsëri janë pikë referimi për lajme të besueshme për përdoruesit e internetit. Ato kanë versionet e tyre online në faqet e internetit dhe rrjetet sociale, kanë ndjekësit e tyre që edhe ata kanë ndjekësit e tyre, duke formuar kështu rrjete ku jepet dhe merret informacioni që media e ka spikatur, e ka mveshur me attribute dhe e ka servitur sipas një skeme hierarkike të vetën. Ky lloj studimi korrespondon me atë që studiuesit sot e quajnë agjendae nivelit të tretë dhe e emërtojnë *Network Agenda Setting* (McCombs & Valenzuela: 2021, 68-74). Pra, teoria agenda-setting jo vetëm që nuk u zhduk, por është në gjendje të studiojë mediat e reja dhe rrjetet sociale, bashkë me korrelacionet shoqërore dhe politike në epokën e komunikimit online.

Conclusions

The news media agenda-setting theory has a very intensive life development. From a political communication theory at its very beginning to a news media theory, it passed through some historical changes as the society first did. Last decade researchers and scholars shared the concern about the future of the theory, threatened by the popularization of internet and the personalized news agenda that people are able to have nowadays. This study provided evidence that the news media agenda-setting theory is still able not only to perfectly explain the agenda-setting function of conventional media outlets, but it is also able to do the same for the new media outlets. The theory not only didn't disappear but it is extended to a third level that is able to understand even more about new media practices and network news consumers. As professor de Vreese argues about the second level of conventional media agenda-setting "the consequences of framing can be conceived

on the individual and the societal level. An individual level consequence may be altered attitudes about an issue based on exposure to certain frames. On the societal level, frames may contribute to shaping social level processes such as political socialization, decision-making, and collective actions” (2005, 52), the third level goes even further to scrutinizing the news media effects on individuals and societies.

Recensentë:

Prof. Dr. Zylyftar Bregu

Prof. Dr. Ylber Sela

Bibliografia:

DAVIE William & MAHER Michael. “Maxwell McCombs: Agenda setting Explorer”, *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, Vol. 50, Nr.2, BEA-LEA, 2006.

DEARING James W., ROGERS Everett M. *Agenda-Setting, Communication Concepts 6*, Thousand Oaks: Sage, 1996.

de VREESE Claes. “News Framing: Theory and typology”, *Information Design Journal+Document Design*, 2005.

ESSER Frank & D’ANGELO Paul. “Framing the Press and the Publicity Process. A Content Analysis of Meta-Coverage in Campaign 2000 Network News”, *American Behavioural Scientist*, Vol. 46, Nr. 5, 2003.

GAMSON William & MODIGLIANI Andre. “The changing culture of affirmative action”, in R.G. BRAUNGART, M.M. BRAUNGART (Eds.), *Research in political sociology*. JAI Press, 1987.

GUO Lei (Ed.), Mc COMBS Maxwell (ed.). *The Power of Information Networks: New Directions for Agenda Setting*, Routledge, 2015.

GITLIN Todd. *The Whole World Is Watching: Mass Media in the Making and Unmaking of the New Left*. Berkeley, CA, Los Angeles, CA & London : University of California Press. 1980.

KOSICKI Gerald. Problems and opportunities in agenda-setting research. *Journal of Communication*, 1993, n°43/2, p.100-127.

McCombs Maxwell & VALENZUELAa Sebastian, *Setting the Agenda: Mass Media and Public Opinion*, 3rd ed., Polity, 2021.

McCOMBS Maxwell, GHYI Hsiang Iris. Media salience and the process of framing: coverage of the Columbine school shootings. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 2004, 81(1), p.22-35.

McCOMBS Maxwell. *Setting the Agenda. The Mass Media and Public Opinion*, Polity, 2004.

NDRIO KARAMETI Aurora, *Maqedonia, viti 1: Media dhe gjeopolitika e një konflikti etnik*, Universiteti Shtetëror i Tetovës, 2014.

PROTESS David & McCOMBS Maxwell (Eds). *Agenda Setting. Readings on Media, Public Opinion, and Policymaking*, Lawrence Erlbaum Associates, 1991.

REESE Stephen D. The framing project: a bridging model for media research revisited. *Journal of Communication*, 2007, n°57.

SCHEUFELE Dietram A. Framing as a theory of media effects. *Journal of communication* 49 (1), 103-122.

WOLFSFELD Gadi. *Media and Political Conflict: News from the Meddle East*. Cambridge: Cambridge University Press, 1997.