

## *Mediat perëndimore dhe ndikimi i tyre në botën e tretë: Rasti i mediave amerikane<sup>1</sup>*

*Prof. As. Dr. Derek El Zein\**

### *Dordolec apo Eldorado?*

Që prej krijimit të tyre, Shtetet e Bashkuara të Amerikës e dinë fort mirë se fati i tyre mund të jetë veçse botëror. I larë në moralizmin e etërve të vet themelues dhe i shkëputur me shpejtësi nga fuqitë koloniale europiane, ekspansionizmi amerikan pati marrë shpejt formën e një dominimi kontinental që asnjë fuqi tjetër nuk mund ta konkurrente në kontinentin e vet, përpara se të niste përhapjen në drejtim të Azisë dhe veçanërisht të Japonisë. Dy luftërat botërore të fituara nga Shtetet e Bashkuara të Amerikës patën mundësuar ngritjen e një hegemonie amerikane që, ndryshe nga dëshirat e ndokujt dhe nga fantazmat e tjetërkujt, nuk do të vihet në dyshim edhe për njëfarë kohe.

Shtetet e Bashkuara të Amerikës llogariten kështu ndër vendet më të reja të zhvilluara të planetit, por njëkohësisht ato megjithatë luajnë rolin sa të dordolecit, aq edhe të Eldorados për vendet e botës së tretë. Kjo magjepsje dhe kjo neveri që paralelisht përçon fuqia e parë botërore, ndahet në nivele të ndryshme. Citojmë për shembull fushën ushtarake, ndikimin politik, dhe patjetër edhe atë ekonomik. Përsa i përket më në veçanti fushës së mediave, lidhur me këtë të fundit, ravijëzohen vetvetiu dhe paralelisht mes tyre, mllefi, zilia dhe magjepsja përkatëse.

Dhe kështu menjëherë një konstatim na bëhet i detyrueshëm: mediat amerikane në mënyrën sesi ato janë krijuar dhe menduar, kanë

---

<sup>1</sup> Jacques Barrat, *Diversité des tiers monds*, (éditions Litec, Paris, 1991)

\* *Prof. Ass. Dr. Derek El Zein, Universiteti Paris Descartes- Sorbonne, Paris; Avokat pranë Barreau de Paris (Urdhrit të Avokatëve të Parisit)*

një mënyrë të funksionuari krejtësisht të ndryshme po të marrim në konsideratë rrezatimin e tyre brenda Shteteve të Bashkuara të Amerikës ose në pjesën tjetër të botës.

Ndryshueshmëria e pritshmërive të publikut kundruall mediave amerikane përbën padyshim një nga arsytet që shërbejnë për të shpjeguar këtë ndryshim të theksuar që ka midis perceptimit kombëtar dhe ndërkombëtar të tyre.

Në të vërtetë, nëse i lemë mënjane mediat e shkruara, mediat audiovizive amerikane janë të kudondodhura dhe shërbejnë thelbësisht si informuese për publikun e brendshëm, lidhur me ato tematika që mund të përkufizohen si “interesante” për Amerikanët. Ndërsa kur bëhet fjalë për rrezatimin e tyre përtej territorit të Shteteve të Bashkuara të Amerikës, mediat amerikane shërbejnë sërish si informuese, por njëkohësisht dhe mbi të gjitha, si përçuese të një mesazhi të qartë. Mesazhit të demokracisë kundër diktaturës, të *së Mirës* kundër *së Keqes*, të Zotit kundër ateistëve.

Përsa i përket këtij rrezatimi ndërkombëtar, bëhet fjalë po ashtu, përmes një mënyre të caktuar të paraqitjes së informacionit nga këto media, për të qenë mjet i përçimit të një mënyre të caktuar të jetuarit, të një kulture të caktuar, shkurt pra, të një “Weltanschauung” të caktuar (vizioni të botës) të “American way of living”.

Duhet theksuar megjithatë qysh në fillim se paradoksalisht po këto media i kushtojnë një interes tejet të pakët ngjarjeve ndërkombëtare, me përjashtim të rasteve kur ato paraqesin ndonjë zhvillim të jashtëzakonshëm ose kur ato kanë ndonjë lidhje të drejtpërdrejtë me interesat e identifikueshëm të Shteteve të Bashkuara të Amerikës.

Kushdo e di se Veriu e informon Jugun mbi Veriun, e informon Jugun mbi Jugun dhe sa i përket Jugut, ai nuk informon praktikisht askënd. Qytetarët e tij janë zakonisht më të painformuarit, më të keqinformuarit, në mos edhe të manipuluarit. Atëherë përse të habitemi vallë që, pavarësisht lindjes gjithnjë e më tepër të rrjeteve informative vendore në vendet në zhvillim, CNN të vijojë të mbetet e besueshme në sytë e banorëve të këtyre vendeve?

## ***Një superfuqi***

Në nivel ndërkombëtar, gjithëprania mediatike amerikane është e pamohueshme. Ajo përkthehet përmes një zotërimi total të niveleve të ndryshme të informacionit, qoftë kjo në nivelin e ritransmetimeve me disa rrjete si *CNN International*, në nivelin e agjencive të lajmeve me *Associated Press*, ose akoma në fushën e argëtimit me një gamë të gjerë serialësh *Made in USA* që përçohen vazhdimisht në shkallë botërore. Suksesi i arritur nga disa rrjete informative të gadishullit arabik nuk i prish asnjë punë këtij dominimi. Gjithashtu, Shtetet e Bashkuara të Amerikës ushtrojnë një kontroll të dukshëm të Internetit në nivel global. Është i vërtetë fakti se ky dominim thjeshtësohet falë gjithëpranisë së gjuhës angleze nëpër botë, gjithëprani që shkakton një globalizim të pamohueshëm që prek edhe vetë gjuhën në fjalë, sa i përket mënyrës sesi ajo përdoret, domethënë në një mënyrë të thjeshtësuar, në mos thjeshtëzuese. Dhe pikërisht për t'iu kundërvënë problemeve të shkaktuara nga i ashtuquajturi "*globish*", gjuha frënge, kryesisht falë Organizatës Ndërkombëtare të Frankofonisë, mund të luajë rolin e vet. Ky rol ka të bëjë sa pasurinë kulturore, aq edhe me vënien në dukje të ndryshimeve apo të veçorive specifike të popujve që dëshirojnë t'i ruajnë karakteristikat e tyre të veçanta kulturore përballë uniformizmit anglo-sakson<sup>2</sup>. Kështu shumë vende zgjedhin sot të përdorin anglishten në fushën e marrëdhënieve të tyre tregtare dhe frëngjishten kur bëhet fjalë për të dëshmuar lidhjen me traditat e tyre dhe diturinë e popullit të tyre. Është e vërtetë që *Basic American*, ose i ashtuquajturi "*globish*" kanë si meritë të bërit të mundur që një genie njerëzore të reflektojë dhe të komunikojë me një bagazh "*light*" prej jo më tepër se 800 fjalëve!? Ndërkohë që të gjithë e dimë faktin se gjuha e Shekspirit përdor më tepër se 40 mijë të tilla!

---

<sup>2</sup> OIF: 75 shtete në 5 kontinente me 220 milionë folës ndër të cilët vetëm 32 vende syresh e kanë gjuhën frënge si gjuhë zyrtare

## ***Liria e të shprehurit dhe funksionet që i mvishen asaj në mediat amerikane***

Pyetja jonë tashmë ka të bëjë me të njohurit e arsyeve që qendrojnë pas veçorive dhe specifikës së funksionimit të mediave në Shtetet e Bashkuara. Një element i parë i kësaj përgjigje mund të ofrohet nga fakti që Shtetet e Bashkuara të Amerikës patën qenë i parë ndër kombet e mëdhenj që e patën shpallur lirinë e të shprehurit në Kushtetutën e tyre (Amendamenti i parë). Ky obsesion kundrejt lirisë së çiftëzuar me ekonominë liberale përbën padyshim elementin kyç që pati bërë të mundur këtë zhvillim marramendës të sektorit të informacionit në këtë vend.

Është gjithaq e vërtetë se qysh nga viti 1980, më tepër se gjysma e Prodhimit Kombëtar Bruto të Shteteve të Bashkuara të Amerikës është e përqendruar në fushën e mbledhjes, stivosjes, trajtimit dhe shpërndarjes së informacionit. Por është më e mundur që hyrja në erën e informacionit pas mesit të viteve 1970 dhe entuziazmi që pati lindur si pasojë e këtij zhvillimi madhor, të kenë kontribuar më tepër lidhur me faktin që sot Shtetet e Bashkuara me rreth 5% të popullsisë botërore, të konsumojnë 35% të letrës për gazeta dhe të zotërojnë afërsisht 17% të aparatëve televizivë dhe 26% të atyre radiofonikë në botë<sup>3</sup>.

Në mënyrë edhe më kuptimplotë, Shtetet e Bashkuara të Amerikës arkëtojnë thuajse gjysmën e fitimeve botërore nga kinemaja dhe televizioni, dhe kjo gjë pavarërisht prodhimeve tejet të rëndësishme kinematografike që vijnë nga bota e tretë, si për shembull ato me origjinë nga sub-kontinenti indian, nga disa vende të caktuara afrikane apo ato të Amerikës Latine.

Për ta skematizuar pra, mediat amerikane realisht gravitojnë rreth 6 funksioneve:

- Vëzhgimit të ambientit politik, ekonomik dhe kulturor,
- Ofrimin e një mundësie për ta njohur botën për publikun amerikan,

---

<sup>3</sup> BALLE Francis, Médias et Sociétés, (Montchrestien, 12 édition, Paris, 2012)

-Të shërbejnë si forum për ata që e kanë pranuar qysh në fillim sistemin si të tillë,

-Të përçojnë trashëgiminë kulturore,

-Të argëtojnë,

-Dhe më në fund, edhe të shesin.

Është veçanërisht interesante që të ngulmohet në funksionin e përcimit të trashëgimisë kulturore, ndonëse ka nga ata njerëz që me të drejtë thonë se Amerika e Veriut nuk ka një histori të sajën. Kjo trashëgimi nuk është gjë tjetër veç një risie përsa i përket mënyrës sesi perceptohet bota e së ardhmes. Ky rol që u është mveshur mediave shpreh saktësisht thelbin e asaj çfarë e bën kombin amerikan të jetë kaq shumë i bashkuar, pavarësisht moshës së tij të re. Ky përcim i trashëgimisë përbën vetë çimenton e shoqërisë amerikane, por kjo është një çimento që nuk ekziston aspak përmes historisë, territorit apo gjakut, siç ndodh me të tjera kombe të zhvilluara, me Europën e moçme sidomos, që është aq e ngjashme me qytetërimet e lashta mijëvjeçare aziatike.

Pikërisht për këtë arsye mediat amerikane, brenda kornizës së një shoqërie të mbështetur tanimë mbi komunikimin, u ofrojnë amerikanëve mundësinë që t'i rikujtojnë vazhdimisht vlerat e tyre të reja (si moshë), por sërish themelore. Bëhet fjalë për një këdo të vërtetë pra. Disave kjo gjë mund t'u duket e habitshme, duke i njohur mirë ndërkohë parimet karakteristike të këtyre mediave. Në fakt, si mund të shpjegohet ndryshe në vizion i tillë unanim në të përcuarit e të njëjtit mesazh, ndërkohë që këto media as i nënshtrohen vullnetit të Shtetit, e as që janë të gjitha me shtrirje kombëtare!?

### ***Mungesa e dyshuar e objektivitetit tek mediat***

Liria politike, aspekti thuajse krejtësisht komercial i aktivitetit të tyre dhe fakti që pothuajse të gjitha këto media kanë një prapatokë vendore, duket se përbën ambientin e duhur për një shumëllojshmëri mesazhesh të përçuara nga këto media, më tepër se për ndonjë lloj unanimiteti sa i përket anës përmbajtësore të produktit mediatic amerikan. Do të mund të besonim se ndonjë tip lartësimi i qëllimshëm

i misionit të tyre të përbashkët, të ketë triumfuar mbi vizionet e kundërta lidhur me këtë pikëpamje.

Ose siç konstatonte Noam CHOMSKY<sup>4</sup>, është kurioz fakti që redaksitë mediatike i fshehin në mënyrë të vullnetshme dhe sipas dëshirës së tyre disa informacione të caktuara. Kështu pati ndodhur për shembull në vitet 2000, në kohën kur *Intifada* e dytë ishte duke nisur në territoret palestineze, dhe kur Shtetet e Bashkuara të Amerikës patën përfunduar një nga shitjet më të mëdhaja të armatimeve për shtetin e Izraelit nën mandatin presidencial të Bill Klintonit. Në realitet, siç pati konstatuar CHOMSKY, nuk pati qenë fare e nevojshme që qeveria t'u kërkonte mediave që ta fshihnin këtë çështje, por përkundrazi, këtë vendim që e patën marrë vetë në mënyrë autonome, mediat e patën zbatuar në mënyrë të vullnetshme dhe spontane, meqënëse ai shkonte në të njëjtin drejtim me interesat e grupeve të mëdhenj industrialë amerikanë. Lidhur me autocensurën apo censurën në vetvete, mund ta pyesim ndërkohë veten se cila syresh është më e dëmshme për demokracinë?

Kështu pra, redaksitë amerikane do t'i zgjedhin informacionet varësisht nga pritshmëritë e drejtuesve të tyre. Gjë kjo që njëlloj u pat vërejtur edhe në kohën e luftës së Vietnamit, kur mediat e patën mbuluar veçse në mënyrë tepër të kufizuar tematikën e kërdisë së bërë si pasojë e dioksinës ose të agjentit të portokalltë të shpërndarë nga aviacioni amerikan. Shfajësimi i përdorur në atë kohë, kish pasur të bënte me një mungesë të supozuar të interesit përkatës nga ana e publikut amerikan për këtë temë.

Ky shfajësim shpjegon padyshim njëkohësisht edhe faktin se përse atëherë kur mediat audiovizive interesohen lidhur me ndonjë tematikë ndërkombëtare, këto të fundit transmetojnë informacione që vijnë përherë nga burime qeveritare. Në mënyrë të pavullnetshme dhe padyshim të shtyrë edhe nga një logjikë tregtare, këto media vetëshndërrohen në ritransmetues të pikëpamjeve të administratës qeveritare. Kjo mënyrë të vepruari ndër të tjera është përdorur edhe

---

<sup>4</sup> CHOMSKY Noam, *Pirates et Empereurs*, (Fayard, Paris, 2003).  
CHOMSKY Noam, *Pouvoir et terreur, entretiens après le 11 septembre*, (k-films, interviews, 2002).

për jetësimin e synimeve të ndryshme demonizuese, qoftë nga qeveritë demokratë, e qoftë nga ato republikane. Rrjedhimisht mund të konstatojmë rolin themelor, ndonëse kjo mund të tingëllojë fort paradoksale, të mediave në çështjet e ndërlidhura me politikën e jashtme të Shteteve të Bashkuara të Amerikës. Në këtë mënyrë, përgjithësisht tërë vendet socialiste të botës së tretë, gjithë regjimet komuniste janë demonizuar sistematikisht duke u quajtur si pjesë e *Perandorisë të së keqes*.

### ***Mediat dhe biznesi***

Është diçka interesante të konstatohet se lidhjet e endura midis degëve të ndryshme të ekonomisë amerikane e bëjnë çfarëdo lloj politike që synon censurimin ose krijimin e një lajmi nga ana e Shtetit, realisht të kotë, për arsye se në një mënyrë ose një tjetër interesat qeveritare si përfundim gjithmonë dalin në sipërfaqe. Nga pikëpamja e marrëdhënieve ndërkombëtare, mediat amerikane nuk e luajnë pra rolin e tyre të *pushtetit të katërt*. Megjithatë këtij pozicioni do i duheshin dhënë nuancat e duhura në atë masë sa ç'ekziston një ndryshim midis gazetave ditore dhe televizioneve së pari, dhe ndërmjet gazetave ditore elitare dhe atyre që i cilësojmë si popullore së dyti. Faktikisht, duhet pranuar se shtypi i shkruar trajton më shumë tematika ndërkombëtare sesa televizioni, dhe në të dyja rastet, bëhet sidoqoftë fjalë për një konstatim që nuk duhet të na bëjë të harrojmë vëmendjen e pakët që u kushtohet çështjeve ndërkombëtare jo-sensacionale në përgjithësi. Përsa u përket gazetave ditore, ato që cilësohen si elitare do të kenë sigurisht prirje që të trajtojnë me më tepër vullnet disa tematika të ndryshme ndërkombëtare, por ato gjithësesi kurrë nuk do të jenë gazetat më të përhapura dhe as më të lexuarat. Si pasojë e kësaj gjëje, shumica e lexuesve nuk do të ketë, në rastin më të mirë, asgjë më tepër veç një vizioni tejet të pjesshëm të raporteve ndërkombëtare, gjë që përbën një problem gjatë fushatës elektorale. Sa i përket punëve të brendshme, megjithatë duhet saktësuar se mediat e Shteteve të Bashkuara të Amerikës, falë kushtetutës së atyshme, do të duhej t'i shpëtonin kthetrave të kontrollit Shtetëror dhe ta luanin siç duhet rolin e tyre të *pushtetit të*

katërt. Ndonëse vetëm për t'i përdorur si shembuj, mund të citojmë thjesht çështje të tilla si *Watergate*<sup>5</sup> apo *Monikagate*<sup>6</sup>...

Por fakti që këto sipërmarrje kanë një qëllim kthjelltësisht tregtar, i jep shpjegim arsyes përse mediat, nuk janë as në shërbim të një komuniteti shoqëror, e as të një partie politike, përveç asaj që ka të bëjë me televizionin publik amerikan. Por dihet mjaft mirë se ndikimi i këtij të fundit është praktikisht i pandjeshëm.

Ndërkohë, meqenëse kapitalet tek të cilët mbështeten mediat amerikane janë të përqendruar në duart e nja tridhjetë *mega-kompanive*, mes të cilave ndodhen edhe shumë fabrikues armësh, atëherë rrjedhimisht edhe pavarësia e tyre është diçka që ngjan fort me një trillim. Le të përmendim si shembull *General Electric*, që zotëron *NBC* në Shtetet e Bashkuara të Amerikës, por gjithashtu edhe *Westinghouse* që ka në pronësi *CBS*-in. Është sidoqoftë e pamundur që të verifikohet nëse trajtimi i tematikave të shikuara me sy negativ nga ana e këtyre kompanive, do të ketë qenë më i gjerë para se këto të fundit të merrnin kontrollin e këtyre rrjeteve televizive!

Për ta mbyllur me një notë optimiste, CHOMSKY konstaton pavarësisht gjithçkaje, se mediat, ato audiovizive në veçanti, ndërkohë që kanë qenë gjithnjë të formësuara sipas imazhit të *CNN*-it, tanimë zëdhënëset e Shteteve të Bashkuara nëpër botë, kanë një prirje, këto vitet e fundit të paktën, që t'u japin nuanca të ndryshme disa prej lajmeve të tyre, veçanërisht duke lejuar të shprehurit e zërave disidentë ose opozitarë. Gjë kjo që duhet shikuar më tepër si një pasojë direkte e përpjekjes për të arritur fitime më të mëdhaja financiare, sesa për ndonjë arsye tjetër, ngaqë në këtë mënyrë ato bëjnë të mundur, falë të qenit (në dukje) më objektivë, zgjerimin e audiencës së tyre me grupe të tilla që, deri në atë moment, nuk u kushtonin aspak vëmendje apo interes. Kjo përçapje e shfrenuar shërben padyshim si shpjegim edhe për faktin se emëruesi i përbashkët që do të duhej të kish të bënte me cilësinë e informacionit, gjendet prej shumë kohësh në pikën më të ulët, meqë elementi më unifikues është pra njëkohësisht edhe më fitimprurësi në terma

---

<sup>5</sup> 1972 - 1974

<sup>6</sup> Skandal që pati shoqëruar fundin e mandatit presidencial të Bill Klintonit.



interesi dhe ngase mediokriteti lejon që të tërhiqet drejt këtyre mediave publiku më i gjerë i mundshëm.

Nëse i rikthehemi trajtimit mediatik të ndërhyrjeve amerikane, si në Irak për shembull, ai pati qenë ndërtuar faktikisht më herët se ç'mund të hamendësojmë ne, qysh nga vitet 50, sipas një modeli të ripërsëritur nga mediat në mënyrë të vazhdueshme duke u nisur nga skema pasuese:

-Si fillim duhen paraqitur disa viktime të pafajshme në mënyrë që të bëhet i mundur vetëidentifikimi i publikut me to, pa patur kohë që populli ta pyesi veten në lidhje me arsyet e agresionit në fjalë.

-Kjo gjë përforcohet nga një përshkrim thjeshtëzues i armikut (bolshevikët, diktatura, islamistët...),

-Paskëtaj publiku nuk duhet lejuar që t'i bëjë vetes ndonjë pyetje lidhur me themelet e kësaj lufte.

-Një tregim përkatës pra, duhet të shoqërojë disa pamje prekëse të agresionit armik, duke bërë të mundur kështu përçimin e idesë së qartë se "Armiku (E Keqja) ka goditur rëndë".

-Kjo paraqitje e thjeshtëzuar, rrjedhimisht lejon një ndarje edhe më të thjeshtë të botës, midis miqve të viktimizeve dhe armiqtve, ndërkohë që çdo lloj nuance e të përkulturit në njërin kamp apo tjetrin nuk duhet shfaqur para syve të publikut për të shmangur brishtësimin e kohezionit të "kampit të së mirës".

-Si përfundim, një vizion i fundit duhet t'i vërë përballë njëri me tjetrin, të fortët me të dobtit, ndërkohë që të parët zotërojnë teknika moderne dhe armë efikase, ndërsa të dytët në të kundërt, s'kanë gjë tjetër veç pak pajisjeve efikase dhe asnjë vullnet për të luftuar kundër së keqes.

-Me qëllim që t'u tregohet qartësisht kombeve të botës se çfarë pozicioni ata duhet të zgjedhin nëse dëshirojnë që të përfitojnë mbrojtjen amerikane.

Shfrytëzimi i dhunës së çdo lloji nga ana e mediave bën të mundur përgatitjen e popullit lidhur me nevojën për të miratuar masa të reja në fushën e sigurisë. Kjo gjë mundëson po ashtu edhe devijimin e vëmendjes dhe lënien në hije të tematikave të tilla si: rritja e papunësisë, skandalet financiare, ose pakësimi i programeve sociale për shembull.

## ***Botëzimi, tregtarizimi, globalizimi***

Nga një këndvështrim ndërkombëtar, tregtarizimi universal i një numri të caktuar produktesh simbolike mediatike na lejon që të dëshmojmë se në çfarë pike, qoftë në vendet e industrializuara, e qoftë në vendet e botës së tretë, modeli amerikan vijon të magjepsë. Suksesi i këtyre produkteve varet para së gjithash nga fakti se sipërmarrjet e mëdhaja të komunikimit i përhapin ato në nivel planetar duke i shndërruar në produkte në pamje të parë neutralë dhe “*passee partout*”. Ky fenomen amplifikohet falë një ritransmetuesi të fuqishëm siç është Interneti, zotërimin dhe kontrollin e të cilit vijojnë ta kenë Shtetet e Bashkuara të Amerikës.

Kur e marrim si shembull *Disney*-n, arrijmë të kuptojmë se kjo studio e famshme e kartonave të animuar e themeluar në periudhën mes dy luftërave botërore, tashmë është shndërruar në një sipërmarrje gjigante prodhimesh kinematografike, me një degë përkatëse në fushën e argëtimit, që kurrësesi nuk mund të lihet jashtë vëmendjes. Kështu, studiot prodhojnë filma vizatimorë ose klasikë, personazhet e të cilëve mund të gjeihen thuajse menjëherë në formë lodrash dhe produktesh të ngjashme. Kjo kompani priret gjithashtu fuqishëm drejt investimit tek parqet e lodrave sipas tematikës *Disney*, kopjet e të cilëve gëlojnë anëmbanë botës, sipas imazhit të të parit syresh të ndërtuar fillimisht në Kaliforni.

Në mënyrë edhe më të përgjithshme, prodhimi kinematografik amerikan, nëse nuk mund të quhet tanimë si më i rëndësishmi në botë (afërsisht 685 filma të prodhuar nga Shtetet e Bashkuara të Amerikës në 2012-ën, kundër 900 të tillëve të prodhuar në Nollywood<sup>7</sup> dhe rreth 1000 syresh në Indi në të njëjtin vit), ai megjithatë vijon të mbetet mjaftueshëm i rëndësishëm, meqënëse në shumë vende të botës (përfshirë edhe Indinë), më tepër se 70% e filmave të importuar çdo vit, vazhdojnë të jenë me origjinë nga Shtetet e Bashkuara të Amerikës.

---

<sup>7</sup> Revista “Der Spiegel” nr 16/2010: 162 et s.

Nëse e marrim në konsideratë rastin e Hollywood-it, këtij ansambli ekonomiko-politik që shkon përtej botës së filmit si një produkt i thjeshtë komercial, mund të konstatohet se ai përbën gjithashtu një instrument

të privilegjuar në luftën e Shteteve të Bashkuara të Amerikës kundër "*fuqive të së Keqes*". Në fakt, që prej 11 shtatorit 2001, vërehet një rishfaqje e tejet e gjerë e filmit të ashtuquajtur patriotik. Ashtu siç Hollywood-i pati bërë edhe gjatë Luftës së Dytë Botërore, ashtu si edhe gjatë Luftës së Ftohtë, mund të konstatojmë edhe tani një shumëfishim të filmave që kanë të bëjnë me "*sigurinë kombëtare*". Kinemaja bëhet pjesë e kësaj loje për shkak se temat e përqsura në këto filma kanë të bëjnë me mitet e mëdhenj amerikanë duke u dhënë kështu rrjedhimisht kuptimin e tyre edhe çështjeve të mëdhaja strategjike. Kështu, shpesh këto filma mbyllen me një betejë masive gjatë së cilës *i Miri*, jo pa vuajtur, ngadhënjën rregullisht mbi *të Keqin*. Fare mirë mund të imagjinojmë po ashtu, për t'u krenuar pakëz lidhur me integrimin e myslimanëve në shoqërinë amerikane, se rolin e dytë të një "*të miri*" mund ta luajë një mysliman i cili do të vdesi për të mbrojtur këtë vend që ai e do me gjithë shpirt, qoftë për të mos e stigmatizuar një komunitet të tërë, qoftë për ta përqendruar problemin tek lufta kundër terrorizimit.

### ***Përfundim***

Si përfundim, në fillim duhet dalluar mënyra e ndryshme e trajtimit të informacionit në Shtetet e Bashkuara të Amerikës, varësisht nga niveli kombëtar apo ndërkombëtar i ngjarjeve ose publikut përkatës. Por gjithçka bëhet veçanërisht për t'i pëlqyer vendeve të botës së tretë me qëllim që ato të rreshtohen pas flamurit amerikan. Në një përqsje gjithmonë e më tepër perandorake, mediat amerikane përbëjnë një ndër hallkat thelbësore në strukturimin e ambientit ndërkombëtar sipas interesave të Shteteve të Bashkuara të Amerikës.

Më pas, duhet kuptuar se liria e informacionit vështirësohet për shkak të lidhjeve që ekzistojnë midis grupeve mediatike, investuesve të tyre, degëzimeve të aparatit shtetëror dhe kompleksit ushtarako-industrial. Marrëdhëniet ndërmjet Shteteve të Bashkuara të Amerikës

dhe Kinës, Shteteve të Bashkuara të Amerikës dhe Vietnamit, të Shteteve të Bashkuara të Amerikës dhe Irakut, ashtu si edhe lidhjet e privileguara midis Shteteve të Bashkuara të Amerikës dhe Izraelit, e kanë të domosdoshme ndarjen e këtyre vendeve nga ana e mediave në kampin e të Mirëve apo të Këqinjëve. Për t'i përkitur kategorisë së parë, duhet të dish të jesh i dëgjueshëm, dhe kjo është një çështje e qeverisë. Duhet gjithashtu që t'i pëlqesh opinionit publik amerikan. Për ta arritur këtë qëllim, duhet të dish sesi t'iu bëhesh i pëlqyeshëm mediave amerikane dhe e dimë shumë mirë sesa rëndësi ka të pasurit e një imazhi të mirë tek të 3 network-ët kryesorë që bëjnë e zhbëjnë imazhet përkatëse në Shtetet e Bashkuara të Amerikës.

Në fund, përtej këtyre konsideratave, është e rëndësishme që të mbahet parasysh cilësia globalisht mediokre e mediave amerikane përsa i përket hulumtimit dhe verifikimit të informacioneve, por gjithashtu edhe sa i përket varësisë shëndetligë kundrejt publicitetit gjithmonë e më gllabërues të çdo hapësire të lirë kohore apo të shtypur.

Disa prej gazetave të mëdhaja *newsmagazine* ose ditoret si New York Times janë padyshim bastione të një cilësie dhe ndershmërie gazetareske të epërme krahasuar me të tjerat, por çfarë impakti mund të kenë ato nëse lexuesit e tyre të vetëm janë të huajt që s'i interesojnë askujt në SHBA, ose ca intelektualë amerikanë, zëri dhe mendja e të cilëve nuk ka asnjë rrezatim mediatik në nivel kombëtar në vendin e tyre, përtej disa qarqeve të caktuara.

Roli i mediave në Shtetet e Bashkuara të Amerikës si përfundim pra, ka të bëjë me të vëzhguarit e asaj çfarë shumica e banorëve të atij vendi pret prej mediave në nivel kombëtar, dhe të qenit krahu i armatosur i interesave të një superfuqie në nivel ndërkombëtar. Vërejmë, si përfundim, se elitat e vendeve të botës së tretë janë pothuajse të detyruara që të shikojnë mediat perëndimore dhe në veçanti CNN-in, si dhe që të lexojnë gazetatat amerikane gjer në atë pikë sa nuk i besojnë më mediave të tyre vendore.

Por siç do të kish thënë R. Kipling, "kjo është një tjetër histori..."  
(Përktheu nga frëngjishtja: Elvi Sidheri)