



United Nations
Educational, Scientific and
Cultural Organization



GAZETARIA PROFESIONALE DHE VETË-RREGULLIMI

**Media të Reja, Dilema të Vjetra
në Europën Jug-Lindore
dhe Turqi**

Botuar nga Organizata Arsimore, Shkencore dhe Kulturore e Kombeve të Bashkuara
7, place de Fontenoy, 75352 Paris 07 SP, Francë

© UNESCO 2010

Të gjitha të drejtat të rezervuara

ISBN 978-92-3-104193-8

Emërtimet e përdorura dhe prezantimi i materialeve në të gjithë këtë botim nuk nënkuptojnë shprehjen e kurrfarë opinioni nga ana e UNESCO-s lidhur me statusin ligjor të ndonjë vendi, territori, qyteti a hapësire apo të ndonjë prej autoriteteve të tij, ose lidhur me përcaktimin e kufijve.

Autorët janë përgjegjës për përzgjedhjen dhe paraqitjen e fakteve të përfshira në këtë botim dhe për opinionet e shprehura në të, të cilat nuk janë domosdoshmërisht të UNESCO-s dhe nuk përbëjnë detyrim për Organizatën.

PARATHËNIE..... 6

LISTA E KONTRIBUESVE..... 7

HYRJE 11

FALËNDERIME..... 15

**1 SISTEMET E LLOGARIDHËNIES SË MEDIAS
(SLM) E APLIKIMET E TYRE NË EUROPËN
JUG-LINDORE DHE TURQI 17**

Ognian Zlatev

Parime të vetë-rregullimit 17
 Këshillat e shtypit 19
 Aplikimi i SLM në EJL dhe Turqi 23
 Përfundim 37
 Shënime..... 39

2 MEDIA NË BALLKAN: LOST IN TRANSITION?.. 41

Remzi Lani

Hyrje 41
 Pas murit..... 42
 Të mos harrojmë media wars 45
 Pjesërisht e lirë? 46
 Zgjatim i politikës..... 50
 Një aleancë e pashenjtë: media, biznesi, politika..... 53
 Ruajtja e qenit rojë..... 57
 Dilemat etike, të reja e të vjetra..... 59
 Referenca 64

3 "ROJTARI I VETMUAR" SI MISIONAR I NDËRGJEGJES: ROLI I OMBUDSMENIT TË LAJMEVE 67

Yavuz Baydar

Hyrje	67
Histori: origjina e zyrës së ombudsmenit.	69
Racionalja: pse nevojiten ombudsmenët	73
Shtresat e funksionit: detyrat e ombudsmenit	76
Kualifikimet: Ç'e bën një ombudsmen të mirë	79
Sjelljet dhe mjetet: si funksionojnë ombudsmenët	80
"Cyberombudsmen": si të bëhet e përgjegjshme gazetaria online?	86
Praktika te Guardian: një model global?	88
Platforma: Organizata e Ombudsmenëve të Lajmeve (OOL)	91
Referenca	93

4 PËRVOJA TURKE: PUNA E OMBUDSMANIT NË NJË MJEDIS ARMIQËSOR 95

Yavuz Baydar

Hyrje	95
Aksident me makinë	96
Një mësim i dhimbshëm	97

5 MBI TRANSMETIMET E SHËRBIMIT PUBLIK DHE PUNËN E OMBUDSMANIT 99

Jacob Mollerup

Bazat mbeten të njëjta.	99
Transmetuesit e shërbimit publik dhe vetë-rregullimi	100
Gjashtë role të ndryshme të ombudsmenit	104
Nëntë studime rastesh: transmetuesit publikë me ombudsmenë	107
Ombudsmenët – pjesë e një procesi	112
Nga kutia e veglave	114
Perspektiva	119

**6 PËRVOJA E MEDIAS SË EUROPËS JUGLINDORE
NË EPOKËN E INTERNETIT. 121**

Gordana Vilović

Hyrje	121
Përdorimi i internetit në Europën Juglindore: zhvillim i shpejtë	123
Etika dhe liria e shprehjes në internet	126
Përfundim	136
Shënime.	137
Referenca	138

**7 PROMOVIMI I LLOGARIDHËNIES SË MEDIAS
NË EUROPËN JUGLINDORE: DUKE PASUR
PARASYSH SFIDAT E ARDHSHME. 141**

Tarja Turtia and Adeline Hulin

Ky botim, që u prodhua në kontekstin e projektit *'Përafrimi me Standardet Ndërkombëtare në Sektorin e Medias në Vendet e Europës Jug-Lindore,'* synoi të përforconte standardet europiane për etikën e medias, të promovonte ngritjen e mekanizmave vetë-rregulluese dhe funksionimin e tyre të efektshëm, si dhe të krijonte një rrjet aktorësh dhe ekspertësh kryesorë.

Projekti u iniciua nga UNESCO në gusht 2008, me financim nga Komisioni European dhe u krye në bashkëpunim me Rrjetin e Europës Jug-Lindore për Profesionalizimin e Medias (SEENPM), Organizatën për Siguri dhe Bashkëpunim në Europë (OSBE) dhe Aleancën e Këshillave të Shtypit të Pavarur të Europës (AIPCE). Projekti u vu në zbatim në Shqipëri, Bosnje-Hercegovinë, Kroaci, Malin e Zi, Serbi, ish-Republikën Jugosllave të Maqedonisë, Turqi dhe Kosovë – në kontekstin e Rezolutës 1244 të Këshillit të Sigurimit.

Për dy vjet e gjysmë, anëtarët e këshillave të shtypit, ombudsmenët e lajmeve, redaktorët dhe gazetarët, akademikët, përfaqësuesit nga institutet e medias, shoqëria civile dhe organizatat ndërkombëtare u mbledhën bashkë në dy seri tryezash të rrumbullakëta vjetore, si edhe në takime rajonale të mbajtura në Tiranë (mars 2009), Stamboll (Shkurt 2010), dhe një konferencë përmbyllëse në Paris (janar 2011). Një portal interneti që përqendrohet tek llogaridhënia e medias u zhvillua për të bashkëndarë informacionin (gjenet në adresën: <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/freedom-of-expression/professional-journalistic-standards-and-code-of-ethics/europe/>).

Të mirënjohur për ekspertizën e tyre në fushën e vetë-rregullimit të medias, autorët kontribues të këtij botimi ishin pjesëmarrës aktivë në projektin e lartpërmendur dhe paraqesin një analizë të gjithanshme të çështjeve kryesore të trajtuara gjatë konsultimeve rajonale dhe lokale (informacioni i mëtejshëm mbi projektin mund të gjenet në kapitullin e fundit të këtij botimi).

YAVUZ BAYDAR

Yavuz Baydar, një gazetar me 32 vite përvojë, është profesionalisht aktiv si në median e shkruar ashtu edhe në atë audiovizive. Shkruan opinione për gazetën e përditshme **Today's Zaman**, ku komenton mbi çështje të brendshme dhe të politikës së jashtme që lidhen me Turqinë, si dhe mbi çështje të shtypit. Baydar punon edhe si përfaqësues i lexuesit (ombudsmeni i lajmeve) për gazetën e përditshme **Sabah**, dhe prezanton programin e përjavshëm të çështjeve aktuale **Acik Gorus** (Pikëpamje e Hapur) në TV24. Yavuz Baydar ka punuar si producent dhe prezantues lajmesh për Korporatën Suedeze të Radio & TV (SR), në Stokholm, Suedi, dhe si korrespondent për Skandinavinë dhe Balltikun për të përditshmen turke **Cumhuriyet** gjatë viteve 1980-1992. Pas tre vitesh si producent dhe redaktor, njëra detyrë pas tjetrës me Show TV në Paris dhe me Shërbimin Botëror të BBC-së, në Londër, u kthye në Turqi në vitin 1994. Pasi u kthye në vendin e tij, punoi si redaktor i lajmeve të huaja me gazetën e përditshme **Yeni Yüzyil**, dhe si redaktor i editorialeve dhe ombudsman për të përditshmen **Milliyet**. Yavuz Baydar ka shërbyer si president i Organizatës Ndërkombëtare të Ombudsmenëve të Lajmeve (OOL) gjatë viteve 2003 dhe 2004. Është gjithashtu anëtar i Forumit Botëror të Redaktorëve (WEF) dhe Komitetit të Gazetarëve të Shqetësuar (CCJ).

ADELINE HULIN

Adeline Hulin është koordinatore projekti për Zyrën e Përfaqësuesit të Lirisë së Medias i Organizatës për Siguri dhe Bashkëpunim në Europë (OSBE), ku filloi në vitin 2006. Përpara kësaj, ka punuar si konsulente për Qendrën Franceze të Bashkërendimit midis Medias dhe Arsimit (CLEMI) dhe për UNESCO-n, mbi programe edukimi të medias. Znj. Hulin ka një diplomë Master në gazetari nga Universiteti Paris Dauphine dhe një diplomë në Shkencat Politike nga Bordeaux Institut d'Etudes Politiques.

REMZI LANI

Remzi Lani është drejtor ekzekutiv i Institutit Shqiptar të Medias. Gjatë viteve 1983 dhe 1992 ka qenë kryeredaktor i **Zëri i Rinisë**, një prej gazetave të para liberale në Shqipëri. Ka shërbyer si korrespondent për gazetën spanjolle **El Mundo** (1991–93) si dhe për gazetën **Zëri**, Prishtinë (1993–95). Ka qenë redaktor për Rrjetin Alternativ të Informacionit në Tiranë (1995–2002), dhe bashkëredaktor i botimit shqipëtar të revistës **Foreign Policy**. Ka qenë presidenti i parë i Rrjetit të Qendrave të Medias dhe Instituteve të Medias në Europën Juglindore. Aktualisht, Remzi Lani është Kryetar i Bordit Këshillimor të Balkan Trust for Democracy. Është gjithashtu anëtar i Komitetit Drejtues të Forumit Global për Zhvillimin e Medias (GFMD) dhe i bordit të Shoqatës Botërore të Gazetave (WAN).

JACOB MOLLERUP

Jacob Mollerup, 57, ka punuar si gazetar dhe redaktor prej vitit 1980. Mes detyrave të ndryshme, ka shërbyer si redaktor përgjegjës dhe redaktor lajmesh për gazetën **Politiken** (1988–95), kryeredaktor për gazetën **Information** (1996–2001), dhe reporter e redaktor i lartë për **Berlingske Nyhedsmagasin** (2001–04). Në vitin 2004, u bë redaktori i parë i dëgjuesve dhe shikuesve në Korporatën Daneze të Transmetimit (DR). Si stacioni kombëtar i shërbimit publik, DR përfshin një numër kanalesh kombëtare televizive dhe radiofonike si edhe shërbime në linjë. Jacob Mollerup gjithashtu u bë president i Shoqatës Daneze për Gazetarinë Investigative në vitin 2005. Qysh nga viti 2010, ka qenë president i Organizatës për Ombudsmenët e Lajmeve (OOL).

TARJA TURTTIA

Tarja Turtia është specialiste programesh në Sektorin për Komunikimin dhe Informacionin në UNESCO, në Divizionin për Lirinë e Shprehjes, Demokracinë dhe Paqen, në të cilin hyri në vitin 2002. Përpara kësaj, ka punuar si gazetare në një sërë mediash të shtypit dhe të transmetimit në Finlandë, duke raportuar kryesisht mbi çështje ndërkombëtare. Ka një diplomë Master në gazetari dhe komunikimin nga Universiteti i Tampere në Finlandë.

GORDANA VILOVIĆ

Gordana Vilović ka gradën doktor në shkencë politike dhe është profesoreshë e asociuar në Fakultetin e Shkencave Politike – Gazetarisë, në Universitetin e Zagrebit. Është autore dhe bashkë-autore e një sërë librash mbi etikën e medias, arsimin e gazetarëve dhe raportimin e diversitetit, si dhe e eseve të specializuara e shkencore mbi median. Ka marrë pjesë në forma të ndryshme të arsimit dhe trajnimit profesional të gazetarëve, në Kroaci dhe vende të tjera të Europës Jug-lindore. Nga viti 2003 deri në vitin 2008, ka qenë angazhuar në Qendrën Ndërkombëtare të Gazetarëve (ICEJ) në Zagreb dhe ka qenë asistent-profesoreshë në Media dhe Kultura e Shoqërisë (Departamenti i Gazetarisë) e Universitetit të Zagrebit.

OGNIAN ZLATEV

Ognian Zlatev ka një diplomë Master në filologji klasike me specializime në kulturën e Lashtë Greke dhe gjuhën e letërsisë bullgare nga Universiteti i Sofjes St Kliment Ohridski. Ka përfunduar kualifikime në zhvillimin e medias dhe OJQ-ve, marrëdhëniet e medias, trajnimin për gazetarinë, marrëdhëniet publike ndërkombëtare, komunikimet politike dhe fushatat zgjedhore. Aktualisht është drejtor menaxhues i Qendrës për Zhvillimin e Medias në Bullgari. Në gusht 2010, u emërua anëtar i bordit drejtues të TV Kombëtar Bullgar. Gjithashtu, është anëtar themelues dhe anëtar bordi i Rrjetit të Europës Juglindore për Profesionalizimin e Medias (SEENPM) dhe ka qenë president i organizatës gjatë viteve 2002-2004. Ka punuar si konsulent i jashtëm për komunikimet dhe marrëdhëniet publike për zyrën e Bankës Botërore në Bullgari dhe si ekspert i medias për vetë-rregullimin për OSBE-në dhe UNESCO-n. Është gjithashtu anëtar i bordit të Këshillit Kombëtar për Etikën e Gazetarisë në Bullgari dhe i Komitetit Drejtues të Forumit Global për Zhvillimin e Medias. Është anëtar i Komitetit Përzgjedhës për Çmimin vjetor Robert Schumann të Përfaqësisë së Komisionit Europian në Bullgari dhe për Çmimin Dr. Erhard Busek SEEMO për Mirëkuptim më të Mirë. Ka qenë lektor në Institutin Diplomatik të Ministrisë së Punëve të Jashtme të Republikës së Bullgarisë, Institutin Shqiptar të Medias në Tiranë dhe Institutin Media Plan në Sarajevë, si edhe folës në konferenca

të shumta ndërkombëtare. Ka qenë drejtor për qendrat e informacionit të Institutit Shoqëria e Hapur në Sofje, menaxher i Qendrës së BBC-së në Bullgari dhe përgjegjës për programet e shkëmbimit në zyrën e Këshillit Britanik në Bullgari. Është autor i mbi 15 botimeve mbi zhvillimin dhe llogaridhënien e medias, etikën e gazetarisë dhe lirinë e shprehjes.

Ngritja dhe funksionimi i efektshëm i sistemeve e pavarura të vetë-rregullimit të medias qëndrojnë në qendër të promovimit të vazhduar prej UNESCO-s të standardeve të përforcuara profesionale dhe etike të gazetarisë. Rëndësia e tyre u njoh edhe në ndërtimin e Treguesve të Zhvillimit të Medias të UNESCO-s që synojnë të vlerësojnë masën në të cilën ky botim trajton disa prej çështjeve kyçe të diskutuara gjatë shkëmbimeve, mundësuar nga UNESCO, mbi gazetarinë profesionale dhe vetë-rregullimin në Europën Jug-Lindore dhe Turqi dhe shërben për të përforcuar nocionin që sistemet e llogaridhënies së medias që ndërtohen mbi mekanizma vetë-rregulluese kanë rëndësi kritike për të përforcuar mbulimin e paanshëm, ndershmërinë, saktësinë dhe besueshmërinë e profesionistëve të medias.

Shpesh theksohet që media është një mjet kyç për kërkesën e qytetarëve për llogaridhënie nga aktorët publikë dhe privatë. Megjithatë, që media të luajë si dhe sa duhet rolin e vet të shumëtheksuar si një qen rojë për autoritetet dhe aktorët e fuqishëm ajo duhet të japë llogari, dhe vetë-rregullimi është një funksion që qëndron pikërisht në qendër të kësaj, duke çuar përpara përgjegjësinë e medias kundrejt publikut dhe përforcimin e cilësisë së medias nëpërmjet mekanizmave vullnetare që ndiqen nga profesionistët e medias (gazetarët, redaktorët dhe botuesit).

Siç ilustron edhe autorët që kanë kontribuar për këtë botim, vetë-rregullimi ka të bëjë edhe me besueshmërinë e medias, me besimin e audiencave të tyre tek ata. Sistemet vetë-rregullatore lehtësojnë një lidhje midis gazetarëve dhe atyre që lexojnë, dëgjojnë apo shohin raportimet e tyre, çka është me dobi për të dyja palët: ajo mundëson përdoruesit e medias të shprehin kritikën dhe shqetësimet e tyre, si dhe ata që krijojnë produktet e medias që t'u përgjigjen atyre dhe t'i marrin ato parasysh. Duke qenë se kontribuon për zgjidhjen e konflikteve, vetë-rregullimi i medias shërben edhe si mjet mbrojtjeje si për median (duke pakësuar numrin e padive ligjore kundër gazetarëve dhe organizatave të lajmeve, duke ulur ndërhyrjet e qeverisë dhe duke lejuar, në këtë mënyrë, median që të punojë më lirshëm) ashtu edhe për publikun

(duke ofruar mbrojtje kundër abuzimeve apo formave të tjera të sjelljes joetike nga profesionistët e medias). Instrumentet dhe institucionet e vetë-rregullimit të medias – përfshi kodet e etikës, këshillat e shtypit, si dhe pozicionet e ombudsmenit dhe redaktorit të lexuesve – veprojnë si një burim thelbësor udhëzimi për gazetarët.

Kapitujt që vijojnë ofrojnë një depërtim të rëndësishëm mbi zhvillimin dhe statusin e tanishëm të vetë-rregullimit të medias në Europën Jug-Lindore dhe Turqi. Pengesat e identifikuar, të cilat kanë gjasa të kenë jehonë në demokracitë në tranzicion dhe situata të tjera anembanë botës, përfshijnë traditën e pamjaftueshme në zbatimin e vetë-rregullimit të medias, nivelin e ulët të besimit në sektorin e medias, si dhe presionet politike dhe ekonomike që hasen nga organizatat e medias dhe lidhjet e rëndësishme mes politikës, bizneseve dhe medias. Përvojat e rrëfyera gjithashtu theksojnë nevojën e domosdoshme për të marrë pëlqimin e të gjithë palëve të interesuara për përpjekjet për promovimin e mekanizmave të vetë-rregullimit dhe për të krijuar ndërgjegjësime mbi rëndësinë e mekanizmave vetë-rregulluese tek publiku i gjerë – një detyrë që bëhet e vështirë në dritën e mungesës së besimit dhe konsensusit brenda vetë sektorit të medias.

Ky botim hedh dritë edhe mbi çështje të tjera në lindje e sipër për llogaridhënien e medias në ditët e sotme. Teksa përballen me dilema të vjetra, gazetarët duhet t'u përmbahen standardeve të larta etike në një mjedis që revolucionarizohet nga ndikimi i teknologjive të reja. Autorët kontribues shqyrtojnë se si vetë-rregullimi i medias hyn në këtë tablo gjithnjë në zhvillim, duke përshkruar ndikimin e zhvillimeve teknologjike mbi modelet e biznesit të medias dhe praktikat gazetareske tradicionale në Europën Jug-Lindore dhe Turqi. Garantimi i aplikimit të standardeve të tilla ndaj përmbajtjes së botuar online është vërtet një sfidë kyçe, ku mbrojtja e privatësisë, gjuha e urrejtjes, thashethemet, akuzat dhe kritikrat e pabaza janë çështje në disa nga vendet e analizuara. Në mënyrë të ngjashme, shumësia e aktorëve që prodhojnë dhe shpërndajnë informacion, metodat e rejtat të prodhimit dhe shpërndarjes, si dhe shpejtësia e rritur e dërgimit nënkupton që mbikëqyrja editoriale është gjithnjë e më sfiduese.

Forcimi i standardeve etike dhe profesionale të gazetarisë mbetet një çështje urgjente për rajonet kudo në botë dhe mekanizmat vetë-

rregulluese mund të konsiderohen si mjete të përshtatshme dhe të efektshme për ta arritur këtë synim. Vetë-rregullimi i medias është me rëndësi kyçe për të gjitha mediat, shtypin, online, median elektronike, sepse përforcon lirinë e gazetarëve për të raportuar. Për rrjedhojë, nga natyra e tij, vetë-rregullimi ka një ndikim të drejtpërdrejtë mbi lirinë e informacionit dhe ka përfitim për çdo individ. Ky botim vë në dukje nevojën për një shqyrtim kritik dhe debat të rigjallëruar mbi etikën dhe standardet profesionale të gazetarisë sot dhe pikëpamjet e paraqitura në kapitujt e mëposhtëm shërbejnë si input pozitiv për të çuar më tej diskutimin e frytshëm mbi këto çështje në një kontekst më të gjerë.

Opinionet e shprehura në këtë libër nuk janë domosdoshmërisht të UNESCO-s dhe nuk janë detyruese për organizatën. Autorët janë tërësisht përgjegjës për për zgjedhjen e fakteve dhe paraqitjen e materialit në të gjithë botimin.

Jānis Kārklīņš

Ndihmës Drejtor i Përgjithshëm për
Komunikimin dhe Informacionin, UNESCO

UNESCO dëshiron të falënderojë thellësisht personat dhe institucionet që kontribuan për projektin **‘Përafrimi me Standardet Ndërkombëtare në Sektorin e Medias të Vendeve të Europës Jug-Lindore.’** Organizata është mirënjohëse ndaj Komisionit Europian, i cili e financoi nismën nëpërmjet Programit Rajonal IPA (Instrumenti për Asistencën Para-Anëtarësimi) **Shoqëria Civile – Media në Europën Jug-Lindore: Mbështetje për Përafrimin me Standardet e BE-së.** Zbatimi i këtij projekti nuk do të kishte qenë i mundur pa bashkërendimin e shkëlqyer në terren që u lehtësua nga konsulenti lokal i projektit Ognian Zlatev, të cilit UNESCO i është jashtëzakonisht mirënjohëse. Zyra e Përfaqësuesit mbi Lirinë e Medias i OSBE-së ishte një partner kyç në ekzekutimin e projektit dhe UNESCO është veçanërisht mirënjohëse ndaj Miklos Haraszti, Dunja Mijatovic dhe Adelin Hudelin për bashkëpunimin e tyre gjatë zbatimit të nismës. UNESCO gjithashtu i detyrohet shumë të gjithë anëtarëve të Rrjetit Europian Jug-Lindor për Profesionalizimin e Medias (SEENPM) dhe sidomos drejtorit të tij Sándor Orbán. Përfshirja e tyre aktive ka qenë e dobishme për organizimin e suksesshëm të aktiviteteve lokale që ishin pjesë e projektit. Falënderime të posaçme i detyrohen edhe Aleancës së Këshillave të Shtypit të Pavarur të Europës (AIPCE), sidomos Per Edgar Kokkvold dhe Trude Hansen nga Komisioni Norvegjez për Ankesat e Shtypit (**Pressens Faglige Utvalg**) dhe Daphne Koene nga Këshilli Holandez i Shtypit (**Raad voor de Journalistiek**).

UNESCO-ja i detyrohet mirënjohje edhe kolegëve të mëposhtëm, të cilët kanë bashkëndarë kohën dhe dijet e tyre të çmuara duke pasuruar kështu shkëmbimet e gjalla që u zhvilluan në kontekstin e projektit (disa prej tyre janë dhe autorë të materialeve të përfshira në këtë botim):

- ✓ Remzi Lani dhe Ilda Londo nga Instituti Shqiptar i Medias;
- ✓ Ljiljana Zurovac e Këshillit të Shtypit të Bosnje-Hercegovinës;
- ✓ Profesor Stjepan Malovic i Universitetit Zadar, Kroaci;
- ✓ Dr Gordana Vilović e Universitetit të Zagrebit, Kroaci;
- ✓ Jacob Mollerup, redaktor për dëgjuesit dhe shikuesit në

- Korporatën Daneze të Transmetimit;
- ✓ Tarmu Tammerk, ombudsman në Kompaninë Estoneze të Transmetimeve të Shërbimit Publik;
 - ✓ Nora Behluli, Nehad Islami dhe Willem Houwen të Këshillit të Shtypit të Kosovës;
 - ✓ Biljana Petkovska e Institutit Maqedonas për Median;
 - ✓ Ljiljana Zugic e Institutit Malazez të Malit të Zi;
 - ✓ Thom Meens, ombudsmen i Holandës;
 - ✓ Kjell Nyhuus nga Komisioni Norvegjez për Ankesat e Shtypit;
 - ✓ Nadezda Gace, kryetare e Shoqatës së Gazetarëve të Pavarur të Serbisë;
 - ✓ John Thloloe, ombudsman për shtypin i Afrikës së Jugut;
 - ✓ Yavuz Baydar, redactor për lexuesit i së përditshmes Sabah, Turqi;
 - ✓ Stephen Pritchard, redaktor për lexuesit pranë Observer, MB;
 - ✓ Znj. Elizabeth Ribbans, redaktore drejtuese e Guardian, MB;
 - ✓ Ian Mayes, ish redaktor për lexuesit i Guardian, MB;
 - ✓ Profesor Robert Pinker i Komisionit të Ankesave të Shtypit, MB;
 - ✓ Peter Preston dhe Ian Wright të Fondacionit Guardian, MB;
 - ✓ Dragana Solomon dhe Miroslav Jankovic të Zyrës së OSBE-së në Beograd;
 - ✓ Denitsa Sacheva e Intelday Solutions, Bullgari.

UNESCO gjithashtu dëshiron të falënderojë të gjithë folësit dhe moderatorët që morën pjesë në konferencën përmbyllëse të projektit në Paris, e cila po organizohej teksa ky botim i drejtohej shtypshkronjës.

SISTEME TË LLOGARIDHËNIES SË MEDIAS (SLM) DHE APLIKIMET E TYRE NË EUROPËN JUG-LINDORE DHE TURQI

1

Ognian Zlatev

PARIME TË VETË-RREGULLIMIT

Vetë-rregullimi i medias ka të bëjë me lirinë. Mediat e lira janë shtyllë e një shoqërie të lirë dhe demokratike. Përkufizimi i lirisë, lufta për të si dhe realizimi faktik nëse dikush e ka apo e ka humbur atë – të gjitha këto çështje kanë qenë temë e debateve të panumërta nëpër shekuj.

Vetë-rregullimi është me rëndësi jetike për median sepse pikërisht media shihet si qen rojë i demokracisë. Nëse një individ apo një organizatë ka misionin të mbrojë vlerat dhe arritjet kombëtare të të tjerëve, kjo barrë imponon detyrime të mëdha morale. Këto detyrime duhet t'i nënshtrohen vetë-rregullimit, jo të imponuara nga ndonjë shtet, dhe jo t'i nënshtrohen ndonjë lloj rendi apo kontrolli, sepse pavarësisht se çfarë regjimi politik është në pushtet, ligjet e botës bazohen mbi vullnetin e lirë dhe zgjedhjet e përditshme që bëjmë.

Vetë-rregullimi është i rëndësishëm edhe për median sepse ajo ka fuqinë të shkaktojë ndryshim: të mendësisë, sjelljes, politikës, jetës. Nëse media dëshiron të jetë shtysë e ndryshimit, ajo vetë duhet të jetë boll e përgjegjshme sa të ndryshojë dhe të zhvillohet në mënyrë të vazhdueshme.

Pikëpamjet mbi vetë-rregullimin e medias ndryshojnë nga kultura në kulturë dhe nga një kontinent në tjetrin. Në shoqëritë e mbyllura apo në tranzicion, çështja shihet më shumë si çështje avokatie. Vetë-rregullimi funksionon në radhë të parë për mbrojtjen e medias nga censura politike, varësia ekonomike dhe çështjet e superkushtueshme në gjykatë. Të tjerët e shohin vetë-rregullimin e medias si një mjet edukues si për gazetarët – meqenëse imponon standarde të larta profesionale – ashtu edhe për publikun – meqenëse kërkon alfabetizëm mediatic më vijilent. Së fundi, jo për nga rëndësia, vetë-rregullimi shihet si një

mjet për llogaridhënien e medias, e cila është aq e nevojshme dhe e rëndësishme nëse duam që të ketë besim tek media.

Vetë-rregullimi i medias ka të njëjtën rëndësi si në vendet në zhvillim ashtu edhe në ato me demokraci të pjekura, duke qenë se arritja e lirisë dhe pavarësisë është po aq e rëndësishme sa edhe ruajtja e tyre në një mënyrë shoqërisht të përgjegjshme.

Vetë-rregullimi mbron të drejtën e gazetarëve për të qenë të pavarur dhe të paanshëm, si dhe për t'u gjykuar për gabimet profesionale, jo prej atyre që janë në pushtet por prej kolegëve të tyre. Ai synon të vendosë standardet minimale të saktësisë, etikës profesionale, mbrojtjes së privatësisë dhe të tjera të drejta personale, duke ruajtur lirinë editoriale dhe lirinë e fjalës, si edhe shumëllojshmërinë e pikëpamjeve dhe opinionëve.

Vetë-rregullimi i medias përfshin redaktorët, profesionistët e medias, gazetarët dhe shoqërinë civile si konsumatorët kryesorë të medias. Konsumatorët e medias kërkojnë gjithnjë e më shumë garanci të vlerave dhe cilësisë së medias, dhe në këtë epokë të mbingarkesës me informacion, kur përmbytemi me lajme sidomos me anë të internetit, besueshmëria sfidohet si kurrë më parë. Në një epokë kur praktikisht cilido mund të raportojë ngjarjet ku është dëshmitar, sifda ndaj medias tradicionale për të provuar besueshmërinë e tyre shndërrohet në një çështje për jetë a vdekje për ta. Mekanizmat e ankimit ofrojnë siguri të cilësisë dhe feedback. Shpesh, ato janë mënyra më e shpejtë dhe më efiçente për të siguruar drejtësi në rast gabimesh faktike apo shkeljesh të së drejtave, ndryshe nga ndërmarraja e një procesi të gjatë dhe sfillitës ligjor. Dhe, tani vijmë tek një detyrë shumë e rëndësishme e vetë-rregullimit të medias – të sigurohemi që ata që raportojnë ngjarjet shpejt, ta bëjnë këtë edhe me saktësi.

Vetë-rregullimi i përgjegjshëm ruan lirinë e shprehjes, por **nuk synon të ulë nivelin e zhurmës së demokracisë**, siç shprehet Miklos Haraszti, ish-Përfaqësues për Lirinë e Medias pranë Organizatës për Siguri dhe Bashkëpunim në Europë (OSBE). Ai synon ta vendosë atë zhurmë në një nivel të pranueshëm për publikun, të prodhojë muzikë për ata që – sidomos në demokracitë e reja – mund t'i shohin si të bezdisshme mosmarrëveshjet e nxehta që atyre u duken të panevojshme.

Ka pasur një numër përpjekjesh për të përkufizuar qëllimin e sistemeve të llogaridhënies së medias (SLM). Në këtë artikull, autori mban pikëpamjen

që ato janë mjetet me anë të të cilave publiku mund ta shtyjë median që përgjithësisht të silltet në mënyrë të përgjegjshme dhe të paanshme, dhe gazetarët që të respektojnë rregullat e profesionit të tyre. Ekziston një numër sistemesh të ndryshme që rreken ta bëjnë këtë, përfshi kodet e etikës apo sjelljes, ombudsmenët, këshillat e gjykatat e medias, për shembull së bashku me shoqatat e gazetarëve profesionistë. Ka raste ku SLM-të ekzistojnë brenda medias (për shembull, si një artikull i rregullt apo kuti korrigjimesh në një gazetë a revistë), si edhe të tjera kur veprojnë si strukturë e përbashkët e medias dhe publikut (për shembull, një këshill i shtypit).

KËSHILLAT E SHTYPIT

Këshilli i shtypit është ndoshta mekanizmi më i mirënjohur për vënien në zbatim të vetë-rregullimit të medias. Është një strukturë fleksibël që normalisht merr formë në përputhje me kontekstet e traditat kulturore, historike dhe politike vendase; për rrjedhojë, nuk ka një model universal për një këshill shtypi. Sipas burimit global të gazetarëve RJJ (<http://www.rjionline.org/mas/about/index.php>):

në formën e vet ideale, mbledh dhe përfaqëson të tri aktorët kryesorë të komunikimit shoqëror: njerëzit që zotërojnë pushtetin për të informuar; ata që zotërojnë talentin për të informuar dhe ata që kanë të drejtën të informohen.

Duke qenë se një këshill nuk ka fuqi për të detyruar ndokënd për ndonjë gjë, eficienta e tij varet nga bashkërendimi i të gjitha grupeve të përfshira – pronarëve, reporterëve dhe publikut. Një lidhje e tillë është po aq e rëndësishme për atë që nënkupton sa edhe për atë që mund të arrijë. Ajo nënkupton që nuk është e pranueshme për ndokënd që të përdorë një mjet të medias si të dojë, thjesht sepse ai/ajo e zotëron atë apo sepse ka pushtet politik. Duke ngritur një këshill tripalësh, pronarët pranojnë se punonjësit e tyre kanë të drejtën e një fjale me peshë në proces dhe gazetarët pranojnë që edhe përdoruesit e medias kanë një funksion. Ky është një hap madhor për angazhimin qytetar dhe demokracinë.¹

Këshillat e shtypit në thelb janë të dobishme për të ndërtuar besimin dhe besueshmërinë tek media, për të shërbyer si shtysa për të përmirësuar

standardet e cilësisë, për parandalimin e ndërhyrjeve nga shteti dhe autoritete të tjera, si dhe për të pakësuar numrin e padive kundër gazetarëve dhe organizatave të medias. Detyrat kryesore të një këshilli shtypi janë:

- ✓ të pranojë ankesat
- ✓ të verifikojë vlefshmërinë e ankesës për procesin
- ✓ të rishikojë ankesën në tërësi nga të gjitha këndet
- ✓ të shërbejë si ndërmjetës midis paditësit dhe medias
- ✓ të marrë vendime mbi ankesat në bazë të rregullave dhe rregulloreve
- ✓ të identifikojë shkeljet e kodit të etikës nga ana e medias
- ✓ të sigurojë transparencën dhe publicitetin për të gjitha vendimet e marra
- ✓ të analizojë dhe komentojë tendencat në media dhe të ofrojë udhëzime në lidhje me normat
- ✓ të përcaktojë standardet profesionale për gazetarët
- ✓ të sugjerojë amendamente për kodin e etikës (nëse e ka këtë mandate)
- ✓ të mbrojë lirinë e shtypit.

Një këshill shtypi që funksionon duhet t'u sigurojë përfaqësim të gjithanshëm të gjithë palëve të interesuara (gazetarëve, redaktorëve, pronarëve të medias, konsumatorëve të medias, shoqërisë civile) dhe të gjithë anëtarët duhet të kenë emër të mirë dhe të pranueshëm publikisht. Për të qenë i dobishëm edhe për median edhe për shoqërinë, një këshill shtypi duhet të zhvillojë dhe të vendosë rregulla e procedura pune dhe anëtarët e tij duhet t'ua kushtojnë vazhdimisht përpjekjet e tyre ndërtimit të besimit në konceptin e vetë-rregullimit.

Ka vende me këshilla shtypi të konsoliduara mirë (si për shembull Norvegjia, Suedia, Gjermania dhe Holanda), por këshillat ekzistojnë edhe në vende në tranzicion (përfshi Bosnje-Hercegovinën, Malin e Zi, Armeninë, Serbinë dhe Kosovën – siç kuptohet në kontekstin e Rezolutës 1244 të Këshillit të Sigurimit), ku ndryshimet e paradokohshme demokratike kanë lehtësuar lulëzimin e medias së pavarur, duke rritur kështu edhe nevojën për vetë-rregullim. Megjithatë, duhen vënë në dukje edhe disa përjashtime që bien në sy. Austria, Republika Çeke dhe Franca janë ende në procesin e ngritjes së sistemeve të tyre, ndërkohë që këshillat e shtypit nuk ekzistojnë në Itali, Greqi, Poloni, Portugali dhe SHBA.

Afro gjysma e këshillave ekzistuese të shtypit mbulojnë edhe median e shkruar edhe atë elektronike, siç ndodh për shembull në Finlandë, Holandë dhe Danimarkë. Megjithatë, disa këshilla shtypi të njohura mbulojnë vetëm median e shkruar, siç është rasti në Mbretërinë e Bashkuar dhe Suedi.

Në vendet e Europës Qendrore dhe Europës Jug-Lindore (EJL) që kohët e fundit kanë përjetuar tranzicion demokratik, vetë-rregullimi i medias është shndërruar në çështje gjatë viteve të fundit meqenëse është e dukshme që sistemet ekzistuese rregullatore nuk janë të mjaftueshme për t'u përballur me të gjitha aspektet e lirisë së shtypit. Një arsye është se rregullimi përqendrohet në radhë të parë tek media elektronike, ndërkohë që shtypi i parregulluar përballet me tabloidizimin në rritje dhe 'profanizimin' e mëtijshëm të përmbytjes së tij. Kjo ndodh për shkak të një niveli të ulët profesional mes gazetarëve, kapaciteteve të pazhvilluara sa duhet të menaxhimit të medias, si dhe kërkimit për përfitime të shpejta e të lehta prej pronarëve. Ndikime të ndryshme korporative, ekonomike e politike vazhdojnë të ndërhyjnë në organet rregullatore dhe pengojnë funksionimin si duhet të medias si një pushtet i vërtetë i katërt. Mekanizmat vetë-rregullatore ekzistojnë në disa por jo në të gjitha vendet në rajon dhe pranohen në mënyrë vullnetare si parime dhe standarde udhëheqëse për t'u zbatuar; por ato aplikohen në masë të ndryshme të medias në vende të ndryshme dhe kodet profesionale nuk mbulojnë të gjitha mediat. Për më tepër, shkelja e vazhdueshme e vetë-rregullimit ngre pikëpyetje mbi aftësinë e medias për të ruajtur plotësisht rolin e saj qytetar. Kështu, vazhdon të pretendohet se gazetaria në EJL mbetet pas demokracive të zhvilluara perëndimore, gazetarët vazhdojnë të ndiqen penalisht për shpifje (dhe në median elektronike, për përgojim), si dhe për mosbesim dhe bashkëpunim të dobët midis organeve të medias, institucioneve dhe shoqërisë çënon imazhin e shtypit.

Në pjesën më të madhe të këshillave ekzistuese të shtypit, përfaqësuesit e shoqërisë civile luajnë një rol të rëndësishëm. Një gjë e tillë, në fakt, ka mjaft rëndësi: i jep organit besueshmëri më të madhe, siguron transparencën dhe llogaridhënieën e tij, siguron një pikëpamje të pavarur dhe të paanshme, dhe përfaqësuesit e shoqërisë civile shërbejnë si zëri i konsumatorëve të medias (meqenëse në shumicën e vendeve mungojnë shoqatat e konsumatorëve të medias).

Roli kryesor i këshillave të shtypit është të merren me ankesat, por përbushin edhe disa prej funksioneve të tjera të radhitura më lart:

mund të propozojnë amendamente për kodet e etikës dhe sjelljes si dhe të nxjerrin udhëzime dhe material mbi praktikatat e mira.

Një aspekt i rëndësishëm i funksionimit normal të një këshilli shtypi të pavarur është mekanizmi i tij i financimit. Në një skenar ideal, duhet të ketë shumëllojshmëri burimesh financimi. Organizatat e medias mund të jenë mbizotëruese në këtë mes, ashtu si në Holandë apo Suedi, ose financimi mund të ofrohet 50/50 nga pronarët e medias dhe gazetarët, siç ndodh në Norvegji. Në disa vende, për shembull në Zvicër, këshilli financohet tërësisht prej gazetarëve dhe në disa vende të tjera (të tilla si Luksemburgu dhe Qipro) shihet e pranueshme që shteti të ofrojë një pjesë të financimit, meqenëse mediat publike/shtetërore gjithashtu i nënshtrohen kodeve të etikës.

Në vendet në tranzicion dhe në ato që janë në fazat e para të zhvillimit të vetë-rregullimit të medias, një rol madhor u caktohet në mënyrë tipike donatorëve ndërkombëtarë. Këshillat e shtypit në Bosnje-Hercegovinë, Malin e Zi, dhe Kosovë janë krijuar dhe vazhdojnë të marrin mbështetje financiare, për shembull, prej Komisionit Europian dhe OSBE-së, ndërsa marrin financime edhe, për shembull, nga programet e zhvillimit të BE-së për Shtetet Anëtare apo Aplikante.

Garantimi i pavarësisë së këshillave të shtypit në vendet e EJL është me rëndësi kyçe si edhe një sfidë. Proceset e demokratizimit në këto vende janë delikate dhe ende të papjekura. Mund të ketë ende ndikim të konsiderueshëm politik mbi median sepse modelet e mëparshme të rregullimit ndikojnë sjelljen si të politikanëve ashtu edhe të profesionistëve të medias, duke çuar kështu në një nivel më të lartë autocensure. Në të njëjtën kohë, proceset e zhvillimit të një ekonomie tregu kanë ndikim të pashmangshëm mbi median në këto vende.

Faktorë të tjerë që ndikojnë zhvillimin dhe qëndrueshmërinë e këshillave të shtypit në vendet e EJL janë mungesa e një tradie dhe përvojë me vetë-rregullimin anëmbanë rajonit si dhe ndasitë politike brenda bashkësisë së gazetarëve. Shpesh, ekzistojnë fraksione, të cilat çojnë në mungesë dialogu dhe solidariteti dhe nuk i lënë gazetarët të mbrojnë interesat e tyre të përbashkëta.

Ekzistojnë ende shembuj të shumtë në rajon për presion politik të vazhdueshëm, sidomos mbi mediat e shërbimit publik. Gazetarët

besnikë ndaj qeverisë piren të trajtohen më mirë se sa ata që janë kritikë ndaj saj, madje mund të duket edhe sikur monopolet e medias private shërbejnë në radhë të parë si shërbëtores të qeverisë.

Shembuj të tillë të bashkëpunimit të ngushtë dhe varësisë së ndërsjellë midis elitave politike dhe grupeve të biznesit me interesa personale në sektorin e medias i ekspozojnë gazetarët si ndaj varësisë politike ashtu edhe asaj ekonomike. Një gjë e tillë mund të çojë në zhvlerësimin e konceptit të vetë-rregullimit të medias, por organizatat e mëdha të medias kanë edhe më pak gjasa të pranojnë ndonjë formë rregullimi statutor.

APLIKIMET E SLM NË EJL DHE TURQI

Dhjetë vitet nga viti 2000 e këtej dëshmuar një proces të gjerë, gjithëpërfshirës, shumë-nivelësh dhe dukshëm sfidues demokratizimi anembanë rajonit të EJL. Disa vende janë bërë anëtare të Bashkimit Europian dhe të tjera kanë nënshkruar marrëveshje për Partneritetin për Anëtarësim. Këto zhvillime nënvizojnë nevojën për amendamente mbi legjislacionin ekzistues, me qëllim plotësimin e përafritit të legjislacionit vendas me të BE-së nga pikëpamja afatshkurtër dhe afatmesme, forcimin e kapacitetit institucional për të zbatuar standardet e BE-së dhe të tjera standarde ndërkombëtare, si dhe sigurimin e zhvillimit të lirë dhe harmonik të sektorit të medias. Si pjesë e rëndësishme e këtij procesi, shumica e vendeve në rajon kanë nisur një proces të reformës në media dhe i kanë kushtuar përpjekje domethënëse zhvillimit të një kuadri për median e pavarur; ndonëse niveli i reformës së medias, pluralizmi dhe legjislacioni i përgjithshëm varion nga një vend në tjetrin. Megjithëkëtë, në praktikë është bërë pak për të siguruar zbatimin e qëndrueshëm të normave të rregullimit. Problemet madhore në vënie në zbatim të mekanizmave vetë-rregulluese përfshijnë kapacitetet e dobëta institucionale të organizatave profesioniste të medias; një nivel të ulët pranimi nga aktorë të caktuar; sidomos botuesit; ndërjegjësim të ulët të publikut mbi ekzistencën e mekanizmave rregullatore; besueshmërinë dhe funksionimin e tyre; si dhe ndikimin e vogël që kanë pasur mbi median.

Gjithashtu, vazhdojnë problemet që pengojnë zhvillimin e mëtejshëm. Këto përfshijnë nevojën për një mbrojtje të fortë të përparimeve demokratike dhe të pavarësisë nga ndikimet shtetërore dhe politike; frika e gazetarëve për të raportuar lajme të padëshiruara në mënyrë të paanshme, duke qenë se vazhdojnë të kufizohen nga varësia ekonomike

(dhe në disa raste edhe rrezikojnë sulme të drejtpërdrejta fizike); mungesa e trajnimit të shëndoshë gazetaresk; struktura të dobëta profesionale; dhe në shumë raste një kuadër legjislativ të paqartë dhe të paplotë. Gjithashtu, ligjet dhe rregullat e miratuara për të garantuar pavarësinë e medias nuk zbatohen gjithmonë në mënyrë të efektshme. Përpos tregut të medias private, një prej detyrave më sfiduese për të gjitha këto vende ka qenë të sigurojnë pavarësinë e shërbimeve elektronike publike dhe të autoriteteve rregullatore të medias.

Shqipëria

Mes sfidave të kohëve të fundit për sektorin e medias shqiptare, mund të vëmë në dukje ripolitizimin e medias dhe humbjen e konsensusit në bashkësinë e medias, së bashku me pronësinë jotransparente në media. Media tani është më e ndarë se kurrë më parë dhe megjithëse ekziston një debat i shëndetshëm që vazhdon, ky priret të përfshijë sulme ndaj atyre që kanë perspektiva të ndryshme në vend që të përmbajë diskutime të qytetëruara. Disa prej dilemave përfshijnë një krizë vlerash. Organizatat e medias janë veçanërisht të ndara lidhur me mënyrën e mbulimit të luftrave të paradokohshme të Ballkanit. Ajo çka dikush mund ta shohë si shprehje të lirë që nevojitet, dikush tjetër mund ta shohë si gjuhë urrejtjeje e papranueshme. Duket se megjithëse në teori ekzistojnë udhëzime, këto nuk zbatohen në praktikë në mënyrë të qëndrueshme. Në veçanti, ka një ndarje të dukshme midis medias me qendër në kryeqytet, Tiranë, dhe organizatave të medias tjetërkund në vend.

Një kod i parë etike u hartua nga shoqatat kryesore të gazetarëve dhe Instituti Shqiptar i Medias në vitin 1996. Ky përfaqësonte një koncept të ri për profesionin e prezantuar rishtas të gazetarit. Nuk pati përkrahje formale nga organizatat e medias dhe zbatimi i tij iu la vullnetit të lirë të gazetarëve. Përpjekja e disa mediave (për shembull, gazeta e përditshme **Shekulli**) për të zbatuar kodin e vet të etikës, që nënkuptonte vendosjen e gjobave mbi kazetarët që e shkelnin atë, nuk funksionoi mirë. nuk kishte ndarje të qartë të roleve (midis pronarit, redaktorit dhe gazetarit të thjeshtë) dhe kodet nuk përdorshin si mjet për llogaridhënie përpara publikut. Dobësia kryesore e kodit të vitit 1996 nuk ishte se ndonjë prej dispozitave të tij shiheshin si të papërshtatshme apo nuk pranoheshin nga bashkësia e medias; mangësia kryesore në këtë përpjekje për të

sjellë vetë-rregullim ishte mungesa e një mekanizmi zbatues që do të mbikqyrte sjelljen e gazetarëve në lidhje me kodin. Pa një mekanizëm të tillë, kodi u shndërrua në një copë letër që në rastin më të mirë nuk ishte ndonjë faktor në sjelljen e gazetarisë, dhe në rastin më të keq në një dokument të cilin gazetarët as nuk e dinin se ekzistonte.

Kodi u rishikua në vitin 2006 dhe procesi i rishikimit përfshiu të gjithë palët e interesuara në bashkësinë e medias, në të gjitha nivelet hierarkike. Siç pritej, kodi i rishikuar nuk ishte i ndryshëm në thelb nga kodi i mëparshëm: shqetësimet kryesore të tij ishin ende saktësia dhe paanshmëria e informacionit, e drejta për replikë, trajtimi i burimeve të informacionit, konsiderata të jetës private kundrejt interesit publik, mbrojtja e minoreneve e kështu me radhë. Prosesi i rishikimit përfshiu konsultime me aq kode etike sa që e mundur, në Europë e më tej, për të siguruar një bazë të gjerë reference. Veçoria e re më thelbësore e këtij kodi ishte që fillonte si kod sjelljeje dhe jo si një kod që mbulonte aspektet kryesore deontologjike të gazetarisë. Me fjalë të tjera, fillonte si përpjekje për t'iu përgjigjur sa më shumë dilemave të mundshme me të cilat përballen gazetarët në punën e tyre dhe jo si një përpjekje për të përcaktuar parimet e përgjithshme, siç kishte bërë kodi i mëparshëm. Në mënyrë më specifike, kodi i ri prezantonte disa fusha dhe koncepte të reja, të tilla si mbulimi i aksidenteve dhe fatkeqësive, ndarja e përmbytjes editorial nga reklamat, mbulimi i zgjedhjeve, marrëdhëniet publike dhe aktivitetet për shtyp, raportimi mbi sondazhet, kujtimet për krimet dhe letrat nga lexuesit. U shtuan tri kapituj të rinj që mbulonin temat e rëndësishme të plagjiaturës, rolin e medias në shoqëri dhe marrëdhëniet brenda bashkësisë së gazetarëve.

Shoqatat e gazetarëve arritën një marrëveshje formale për të mbështetur zbatimin e kodit. Megjithatë, pavarësisht kësaj gatishmërie të shprehur gjerësisht për t'iu përmbytur kodit, masat konkrete për të ngritur të tjera mekanizma vetë-rregullatore ishin të dobëta.

Zhvillimi i vetë-rregullimit të medias në Shqipëri është ndikuar nga një sërë faktorësh të mjedisit, përfshi marrëdhëniet e punësimit, mungesën e traditës dhe organizimit, si dhe mungesën e interesit nga pronarët e medias për vetë-rregullimin. Tregu i punës në media në Shqipëri mbetet i paqëndrueshëm dhe shpesh gazetarët nuk kanë kontrata të mirëfillta pune. Kushtet e punës në sektorin e medias janë të dobëta. Shumë gazetarë përballen me ngarkesë të madhe pun edhe vonesa në pagesat

e pagave të tyre dhe, në këto rrethana, nuk janë të motivuar t'i japin përparësi diskutimit të etikës dhe vetë-rregullimit të profesionit.

Shqipëria historikisht nuk ka pasur një sindikatë apo organizatë eficiente të punonjësve të medias dhe kjo mungesë ndikon aftësinë e profesionit për t'u bashkuar dhe për të punuar sëbashku në mënyrë të organizuar. Konkurenca e ashpër mes organizatave të medias mbetet më e rëndësishme se sa marrëveshja mbi standardet profesionale. Mungesa e ndërgjegjësimit mbi konceptin e vetë-rregullimit mbetet.

Vetë-rregullimi është armik i klientelizmit të medias dhe mungesës së transparencës në tregun e medias, lidhur me pronësinë dhe veçanërisht financat. Për këtë arsye, nuk është përqafuar ende nga aktorët kryesorë dhe forcat kyçe të tregut në Shqipëri.

Instituti Shqiptar i Medias, si një organizatë kryesore joqeveritare (OJQ) e medias duhet përgëzuar për përpjekjet e saj të vazhdueshme për të përmirësuar standardet profesionale të gazetarisë në Shqipëri. Pikërisht nisma e tij bën zhvillimin aktualisht të një serie trajnimesh mbi etikën e medias (duke i kushtuar vëmendje të veçantë organizatave të medias jashtë Tiranës). Megjithatë, ka një mirëkuptim të përgjithshëm që pronarët e medias duhet të dalin përpara dhe të luajnë një rol madhor, duke marrë përgjegjësi për ofrimin e informacionit cilësor.

Megjithë përparimin e kufizuar, përkjekjet e bëra deri më sot dhe ato që janë në vazhdim e sipër janë me rëndësi të madhe për vendin sepse rrisin pashmangshmërisht ndërgjegjësimin mbi rregullat kryesore etike dhe gjenerojnë interes për një debat më të shpeshtë profesional mbi etikën e medias.

Duhet vënë në dukje se të gjitha palët e interesuara që marrin pjesë në proces janë shprehur të gatshme të shohin vendosjen e një lloji organi vetë-rregullator të medias, por kryesisht për arsyet e radhitura më sipër, ende nuk ka ndodhur asgjë. Është një situatë që deri në një masë ngjan me atë në Kroaci (shih më poshtë), ku ka përpjekje domethënëse dhe energji të racionalizuara por që u mungon ritmi. Problem kryesor duket të jetë një mungesë vullneti kolektiv dhe konsensusi nga ana e industrisë së medias.

Bosnje-Hercegovina

Zhvillimet politike në Ballkanin Perëndimor ishin komplekse pas shpërbërjes së ish-Jugosllavisë në mesin e viteve 1990. Kur Bosnje-Hercegovina u vendos si një shtet më vete, ajo administrohej efektshëm si protektorat ndërkombëtar. Si pjesë e kësaj administrate, në mjedisin vendas u importuan – madje do të ishte e saktë të thuhej edhe u imponuan – një numër praktikash dhe institucionesh ndërkombëtare, të cilat jo domosdoshmërisht mermin parasysh veçoritë e kulturës dhe shoqërisë vendase. Këshilli i Shtypit i Bosnje-Hercegovinës është një nga shembujt. Ai u ngrit në vitin 2000, nën kujdesin dhe udhëzimin e bashkësisë ndërkombëtare, në përpjekje për të kontribuar për ripajtimin paqësor të vendit. Në emër, ky ishte këshilli i parë në EJT, por duhet theksuar përsëri që nisma dhe shtypa për krijimin e tij erdhi nga jashtë bashkësisë vendase. Për tri vitet e para të funksionimit, Këshilli i Shtypit u kryesua nga Profesor Robert Pinker, marrë prej Komisionit të Mbretërisë së Bashkuar për Ankesat e Shtypit. Në vitin 2006, Këshilli i Shtypit iu nënshtrua një procesi ristrukturimi të gjithanshëm, megjithëse bashkësia ndërkombëtare vazhdoi të ofronte mbështetje – si financiare ashtu edhe teknike, trajnime, etj. – siç ka bërë gjatë gjithë ekzistencës së këshillit. Paralelisht me Këshillin e Shtypit në Bosnje-Hercegovinë u vendos edhe ombudsmeni i medias. Kjo zyrë merret në radhë të parë me shkeljet e rregullave lidhur me aksesin ndaj informacionit.

Aktualisht, anëtarët e Këshillit të Shtypit janë 13 botues gazetash, 2 përfaqësues të shoqatave të gazetarëve dhe 2 anëtarë të publikut. Bordi i drejtorëve përbëhet nga 9 anëtarë (8 botues dhe një gazetar). Ka edhe një komision ankesash prej 8 anëtarësh (2 gazetarë dhe 6 anëtarë të publikut). Funksionimi ditor i Këshillit të Shtypit menaxhohet nga një drejtor ekzekutiv ndërsa me ankesat merret një zyrtar i ankesave.

Në punën e vet të përditshme, Këshilli i Shtypit i Bosnje-Hercegovinës gjykon mbi të gjitha ankesat mbi median dhe jo vetëm ankesat për ato media të shkruara që kanë miratuar kodin kombëtar të etikës. Në mënyrë të admirueshme, nocioni i vetë-rregullimit të medias dhe njohuritë për punën e Këshillit të Shtypit janë duke u përhapur në të gjithë bashkësinë e medias në vend. Përfshirja e Këshillit të Shtypit në një diskutim mbi çpenalizimin e fyerjes ka qenë me rëndësi në këtë drejtim. Etika e gazetarisë tani është në programin mësimor të shkollës së gazetarisë në Sarajevë dhe për herë të parë, gazetarët po përzgjedhin çështje të

etikës si tema për diplomat e tyre. Megjithëkëtë, konflikteve të vjetra nuk mund t'u shpëtohet tërësisht në një vend që është ende në proces të kapërcimit të pasojave të konflikteve të fundit. Shumica e ankesave kanë të bëjnë me raportimin e pasaktë, gjuhën e urrejtjes dhe, bie në sy që vijnë nga politikanët gjatë fushatave zgjedhore. Ashtu si në të gjitha vendet e tjera në rajon, ekziston tendenca për një standard të ulët gazetarie profesionale që përfshin raportim me cilësi të ulët. Shumica e mediave të shkruara botojnë artikuj mbi persona të njohur dhe skandale në vend që të përfshihen në hetime serioze. Debatet profesionale nuk ekzistojnë fare. Ka një theks mbi *salonsko novinarstvo* (gazetaria e salloneve), dhe ka pasur shembuj të shumtë të manipulimit mediatic.

Këshilli i Shtypit gjithashtu po fillon diskutime profesionale, për shembull, lidhur me nëse pjesë e punës së tij duhet të bëhet edhe rregullimi për mediat e reja me bazë internetin.

Është diçka inkurajuese që gjykatat kohët e fundit i janë referuar Kodit të Shtypit gjatë gjykimit të sjelljes profesionale të gazetarëve në gjyqet për fyerje. Ka pasur një numër të madh gjyqesh të tilla dhe paditësit shpesh marrin kompensim prej organizatave të shtypit. Ky fakt, si edhe referencat specifike ndaj kodit, kanë ndihmuar edhe për të rritur reputacionin e Këshillit të Shtypit dhe esimin e publikut në të.

Një problem kronik i organit vetë-rregullator të medias mbetet financimi i tij. Në fillim, Këshilli u ngrit mbi bazën projektesh apo me grante unike, por është kritike që këto të zëvendësohen me burime të qëndrueshme e të vazhdueshme financimi. Sektori kombëtar i medias ka nevojë të njohë dhe pranojë pronësinë e procesit të vetë-rregullimit të medias dhe të angazhohet në mënyrë më aktive në realizimin e tij.

Kroacia

Edhe pse Kroacia është përfshirë prej disa vitesh në aplikimin për anëtarësim në Bashkimin European, rregullimi i medias si dhe situata e medias përgjithësisht në Kroaci, nuk përputhen me standardet europiane. Gazetarët vuajnë nga kërcënimet dhe disa janë vvarë, një situatë që vazhdon dhe përballet me reagim minimal (kur ka) nga autoritetet. Ka një mbizotërim të autocensurës, ku ka një prani të përzgjedhjes së informacionit të botuar si përgjigje ndaj presioneve politike dhe ekonomike.

Konglomeratet ndërkombëtare të medias, të tilla si WAZ dhe RTL kanë investuar në Kroaci, por për fat të keq, kjo nuk ka arritur të kontribuojë për standarde të përmirësuara të gazetarisë. Sipas Profesor Stjepan Malovic, kreu i Departamentit të Gazetarisë në Universitetin e Dubrovnikut, gazetarët në Kroaci janë 'viktima anësore' të betejave mes pronarëve të medias. Në vitin 2010, organizata Reporterët Pa Kufij (RSF) e renditi Kroacinë në vendin e 78të në Indeksin Botëror të Lirisë së Shtypit, një zbritje e stërmadhe prej 33 vendesh krahasuar me pozicionin që mbante në vitin 2009.

Shoqata e Gazetarëve Kroatë (CJA) është organi më i madh, më i vjetër dhe më i respektuar profesional në vend dhe herë pas here është përpjekur të rigjallërojë debatin mbi nevojën për një sistem vetë-rregullator të medias dhe se si mund të vendoset ai. CJA hartoi një kod etike në vitin 1993. Në kohën e miratimit, shihej në përputhje me standardet ndërkombëtare ekzistuese të etikës, të tilla si ato të Federatës Ndërkombëtare të Gazetarëve (IFJ). Megjithatë, pak kohë pas miratimit, u pa qartë që kodi përmbante disa mangësi. Nuk kishte dispozita të mjaftueshme lidhur me mbulimin e fëmijëve në media, aplikohesh vetëm për anëtarët e CJA, dhe, e fundit, por jo për nga rëndësia, nuk i referohej në asnjë rast përfshirjes së botuesve në procesin disiplinor.

Në vitin 2004, Gjykata e Nderit e CJA shqyrtoi me kujdes praktikat dhe përvojën e Deutsche Presserat (këshilli i shtypit në Gjermani) dhe Këshillit Kombëtar për Etikën e Gazetarisë (këshilli i shtypit në Bullgari). Në atë kohë, të gjitha palët ranë në një mendje që ngritja e një këshilli shtypi në Kroaci do ndodhte në pak ditë dhe në vitin 2006, një grup i posaçëm pune u ngarkua të negocionte për mbështetje të mundshme financiare nga qeveria për këtë nismë. Qeveria nuk dha financim dhe kjo ishte një tjetër shkurajim për bashkësinë e medias në Kroaci.

Megjithatë, CJA nuk e ka braktisur idenë e ngritjes së një organi të gjerë vetë-rregullator të medias që do të zëvendësonte Gjykatën e tij të Nderit por do të luante një rol më të madh. CJA duhet të japë një shembull duke zgjidhur problemet e saj të brendshme strukturore dhe organizative dhe duke përfshirë palë të tjera. Është me rëndësi kyçe për përpjekje të tilla që pronarët e medias të përfshihen thelbësisht në të gjitha fazat e këtij procesi, por kjo bëhet shumë e vështirë prej refuzimit të tyre qëllimshëm për t'u përfshirë në debate të tilla profesionale.

Kosova – në kontekstin e Rezolutës 1244 (1999) të Këshillit të Sigurimit

Mbi statusin e Kosovës vazhdon të ketë mosmarrëveshje, por këtu diskutohet siç qëndron nën Rezolutën 1244 të Këshillit të Sigurimit të OKB-së, nëpërmjet së cilës mund të cilësohet si shteti më i ri në rajon.

Zhvillimet e medias në Kosovë bashkëndajnë të gjitha veçoritë e zhvillimeve të ditëve të sotme të medias në vende të tjera brenda EJT. Disa prej problemeve (të cilat veprojnë edhe si faktorë që kufizojnë debatin profesional mbi nevojën për një sistem të llogaridhënies së medias) përfshijnë standardet e ulëta profesionale, mungesa e raportimit në thellësi dhe investigativ kombinuar edhe me autocensurën e kudogjendur, 'profanizimin' e përmbytjes, si edhe presionin e dukshëm politik dhe ekonomik (si nga qeveria qendrore ashtu edhe nga autoritetet vendore). Për më tepër, presioni që vjen nga qeveria nëpërmjet shpërndarjes së buxheteve të reklamave po bëhet gjithnjë e më i sofistikuar. Në një deklaratë të 26 tetorit 2009, Unioni Europian i Transmetimeve (EBU) e akuzonte kryeministrin e Kosovës se 'ushtronte presion politik dhe financiar mbi transmetuesin e shërbimit publik (PSB) të Kosovës në periudhën përpara zgjedhjeve.' Kryeministri i mohoi të gjitha këto pretendime, por një vështrim mbi tendencat e tregut të medias vendase bën të qartë që qeveria dhe organe të tjera publike në fakt përbëjnë reklamuesin më të madh, duke çuar në raportim të anshëm dhe të pasaktë.

Shumica kryesore e publikut e përdorin televizionin si burimin parësor për informim (86 përqind krahasuar me 7 përqind për median e shkruar, sipas një sondazhi të kohëve të fundit nga Index Kosova),² dhe kjo do të thotë që Këshilli i Shtypit ka detyrën e vështirë të përcaktimit të standardeve, të cilat vetëm pak prej pjesëtarëve të publikut kanë gjasë t'i vlerësojnë edhe kur të jenë vendosur në mënyrë të qëndrueshme.

Këshilli i Shtypit i Kosovës u ngirt në vitin 2005 mbi bazën e modelit të përdorur në Bosnje-Hercegovinë; pra, shtyrsa erdhi nga autoritetet ndërkombëtare dhe nuk ishte në radhë të parë diçka vendore. Ndoshta kjo është një prej arsyeve pse këshilli ka ende një nivel të ulët si njohjeje ashtu edhe pranimi nga bashkësia e medias. Në një pikëpamje më pozitive, ekzistenca dhe veprimtaritë e tij njiheshin në dy raportet vjetore të Komisionit Europian mbi situatën në Kosovë në vitet 2008

dhe 2009. Kodi Civil i miratuar së fundi gjithashtu i referohet specifkisht funksionit të Këshillit të Shtypit si një mënyrë e parapëlqyer gjykimi.

Bordi i Këshillit të Shtypit ka një kryetar ndërkombëtar. Këshilli i Shtypit gjithashtu ka një drejtor ekzekutiv dhe zyrtar të ankesave. Këshilli ka 13 anëtarë, të gjithë të cilët janë kryeredaktorë të gazetave kryesore. Meqenëse këshilli është në fazat e para, shumica e veprimtarive të tij bazohen mbi modelin e të mësuarit rrugës. Kur vlerësohen arritjet e Këshillit, është mirë të merret parasysh edhe mjedisi sfidues.

Një zhvillim pozitiv është fakti që shoqata e botuesve e sheh si të domosdoshme të bëhet pjesë e Këshillit të Shtypit të Kosovës për të diskutuar çështje profesionale të industrisë së medias, përfshi mekanizmat vetë-rregulluese. Një sinergji e tillë veçse sjell dobi meqenëse nuk mund të ketë ndryshime pozitive në status kuonë e tanishme nëse nuk përfshihen botuesit.

Ish-Republika Jugosllave e Maqedonisë

Zhvillimet politike gjatë 15 viteve prej vitit 1995 në Ish Republikën Jugosllave të Maqedonisë, mes pasojave të tjera, kanë çuar edhe në një shpërpjestim të madh në numrin e gazetave dhe revistave për një vend me këto përmasa, popullsi dhe potencial ekonomik. Në të njëjtën kohë, standardet profesionale janë përgjithësisht të ulëta dhe media nuk është e lirë prej ndikimeve politike dhe të llojeve të tjera. Ato ende shihen si instrument për arritjen e synimeve politike, ekonomike, e të tjera. Edhe pse legjislacioni imponon disa kufizime, është praktikë e zakonshme që figurat politike të zotërojnë ndërmarrje mediash dhe t'i përdorin ato për të ndjekur aspiratat e tyre politike dhe të tjera. Mes pronarëve ka 'lufta mediatike' të shpeshta. Nuk është për t'u çuditur që mjedisi i tregut nuk është i favorshëm për ato botime që përpiqen të jenë të pavarura nga çfarëdo qendre pushteti dhe t'i mbulojnë kostot me anë të reklamave dhe çmimit të shitjes. Në media ekziston një krizë serioze etike, të cilën pak e kanë ndihmuar edhe investuesit ndërkombëtarë që kanë marrë kontrollin e pjesëve të mëdha të aksioneve të tregut të medias së shkruar, edhe pse ardhja e tyre fillimisht u mirëprit si garantuese e cilësisë profesionale dhe stabilitetit financiar. Në vend që të përballlet me sanksione, raportimi joetik nxitet dhe autocensura është e përhapur gjerësisht. Ka një mungesë të përgjithshme të debatit profesional në

bashkësinë mediatike dhe mund të duket sikur pronarëve të mediave iu intereson vetëm rritja e përfitimeve dhe pak shqetësohen për etikën e veprimeve të tyre. Pavarësisht nga ky kontekst shkruajues, u zhvillua një debat i gjerë profesional, drejtuar nga Shoqata e Gazetarëve Maqedonas (AMJ), e cila çoi në miratimin e një kodi sjelljeje në 14 nëntor 2001, i cili rregullon sjelljen e gazetarëve në të gjithë sektorët. Megjithatë, edhe pse kodi është në përputhje me standardet ndërkombëtare, ka shembuj të shumtë të praktikave jo të mira në zbatimin e tij. Një tjetër mangësi është që kodi është tepër i shkurtër dhe deklarativ dhe nuk ofron udhëzime të hollësishme mbi mënyrën se si duhet të sillen gazetarët në rrethana praktike. Ka një mungesë të përgjithshme dokumentesh të brendshme në organizatat individuale të medias: kode të sjelljes, procedura, statute, deklarata e kështu me radhë, të cilat mund ta mbushnin këtë boshllëk. Vetëm pak ndërmarrje (ato që botojnë gazetat e përditshme *Dnevnik* dhe *Utrinski vestnik*) kanë sistemin e tyre vetë-rregullator.

AMJ ngriti një Këshill Nderi për të zbatuar kodin e sjelljes. Pese anëtarët e saj janë gazetarë nga media të ndryshme. Edhe pse ka pasur një fillim të mirë, nuk do të ishte realiste të pritëshin rezultate domethënëse. Përpos problemeve të radhitura më sipër, anëtarët e Kodit të Nderit janë edhe gazetarë në detyrë që kanë pak kohë për t'ia kushtuar kësaj veprimtarie. As burimet financiare nuk ekzistojnë për të ngritur një fushatë të efektshme për ndërgjegjësim publik mbi veprimtarinë e Këshillit. Këshilli nuk ka pushtet për të imponuar sanksione mbi gazetarët që shkelin kodin dhe, përsëri për shkak të mungesës së fondeve, nuk ka ndonjë mënyrë të pavarur për të bërë publike gjetjet e tij. Jo të gjitha botimet janë të gatshme të botojnë vendimet e tij, sidomos kur këto konfirmojnë shkelje të kodit prej gazetarëve të vetë atyre botimeve.

Aktualisht, AMJ është duke u ristrukturuar dhe kjo do të ndikojë edhe punën e Këshillit të Nderit. Mbetet për t'u parë nëse kjo do të përforcojë besueshmërinë e tij dhe do ta bëjë më funksionues e proaktiv në vend që të jetë reargues, dhe nëse do të çojë në një përdorim më të mirë të këtij mekanizmi nga ana e bashkësisë mediatike.

Në fund të vitit 2009, zyra vendase e Westdeutsche Allgemeine Zeitung, një prej investuesve më të mëdhenj ndërkombëtarë të medias jo vetëm në Ish Republikën Jugosllave të Maqedonisë por gjithandej në EJT, shpalli miratimin e një kodi të ri etike për punonjësit e saj. Ka emëruar një

ekspert gjerman si ombudsmen që merret me ankesat mbi botimet e saj në Ish Republikën Jugosllave të Maqedonisë si dhe ka krijuar një **izdavacki soviet** (këshill botimi) i cili do të përbëhet nga tre ekspertë të shquar. Është herët që rezultatet e këtyre përpjekjeve të tregojnë rezultat, por po priten me shumë interes.

Shpresa mbetet që pavarësisht nga panorama e zyrtë e skenës mediatike të vendit, përpjekjet për të përmirësuar standardet do të nxiten dhe që AMJ do të udhëheqë debatin lidhur me hapat që nevojiten të merren në vend që t'i lihen në dorë politikanëve. Kohët e fundit, ka pasur diskutime për emërimin e një ombudsmeni të medias si një mundësi tjetër për vetë-rregullimin e medias. Ekziston njëmendësia që duhet të përfshihen edhe pronarët e mediave meqenëse, pa pjesëmarrjen e tyre, debate me gjasë do të jetë i padobishëm.

Mali i Zi

Edhe një tjetër shtet i deklaruar i pavarur kohët e fundit në EJL, pas referendumit për pavarësinë në vitin 2006, Mali i Zi vazhdon të luftojë me çështje të identitetit kombëtar dhe integritetit, të cilat përfshijnë edhe çështje mbi gjuhën, kishën dhe kulturën kombëtare. Një shenjë pozitive është që media vendase gradualisht po lë pas temën e madhe të pavarësisë kombëtare dhe po pëqendrohen në tema të një rëndësie të përditshme për qytetarët. Megjithëkëtë, media është shumë e politizuar, autocensura editoriale është e përhapur gjerësisht dhe standardet e gazetarisë janë të ulëta. Duke pasur parasysh tregun mediatik me përmasa të vogla dhe të pazhvilluar, si dhe faktin që bashkësia e gazetarëve është e ndarë, media në Malin e Zi është e ekspozuar ndaj presioneve politike dhe ekonomike.

Profesioni i gazetarisë ka përfutur njohje ligjore në Malin e Zi. Kushtetuta garanton lirinë e fjalës dhe në vitin 2002 u miratua një paketë ligjesh për median, të cilat, në teori, sigurojnë kushte të admirueshme pune. Gjithashtu, në vitin 2002, një kod sjelljeje i hartuar nga Shoqata e Gazetarëve Profesionistë (UNEM) u përqafua nga aktorët vendas si dhe nga Instituti Malazez i Medias, një OJQ kryesore për zhvillimin e medias. Në vitin 2003, Shoqata u riemërua Organi Vetë-Rregullator Gazetaresk (NST) dhe Instituti u bë bashkëfirmëtar kushtetutës së tij të re. Puna e NST ka mbështetjen e OSBE-së.

NST përfshin përfaqësues të shoqatave të ndryshme të gazetarëve. Ka një bord drejtorësh dhe një Këshill që merr dhe trajton ankimet. Vendet në Këshill iu caktohen sipas statutit përfaqësuesve të shoqatave të gazetarëve dhe pesë profesionistëve të mirënjohur të medias. Dy nën-komitete të Këshillit monitorojnë punën e medias elektronike dhe shtypit. Ato gjithashtu shqyrtojnë ankesat e qytetarëve për shkelje të kodit. Nga pikëpamja praktike, kjo nënkupton që NST i përgjigjet ankesave individual edhe monitoron përputhshmërinë me kodin. Çdo qytetar mund të paraqesë një ankesë, edhe nëse nuk i është shkaktuar ndonjë dëm drejtpërdrejt, me kusht që ankesa të mos jetë anonime. Nuk ka sanksione financiare kundër ndonjë organizate që gjendet se ka shkelur kodin, por nëse organizata e medias që ka kryer shkelje refuzon të pranojë këtë shkelje dhe nuk boton një korrigjim dhe kërkesë ndjese, atëhere organizata e medias dhe gazetari 'qortohen' në një konferencë të posaçme për shtyp në të cilën bëhet publike shkelja dhe moskorrigjimi.

Ndër sfidat kryesore me të cilat përballet media në Malin e Zi, NST ka identifikuar rastet e etiketimeve në tituj, fyerjen dhe thellësinë ende të pamjaftueshme të debatit profesional. Është domethënëse që megjithëse Mali i Zi ka një numër shoqatash dhe sindikatash në sektorin e medias, ato nuk prodhojnë substancë reale. Një mënyrë për të promovuar vetë-rregullimin e medias dhe përmirësimin e përmbajtjes së medias është të përforcohet alfabetizmi mediatik, sidomos në shkollat e mesme.

Brishtësia e vazhdueshme e terrenit mediatik në Malin e Zi u demonstrua nga tërheqja në nëntor 2009 e dy prej botimeve kryesore të vendit (e përditshmja **Vijesti** dhe e përjavshmja **Monitor**) nga NST-ja për shkak të konflikteve personale. Kjo çoi në kërcënimin e një ngjirjeje të përkohshme në veprimtarinë e NST-së dhe në spekulime mbi ngritjen e mundshme të një tjetër organi vetë-rregullues. Siç ndodh shpesh, kjo thekson që vetë-rregullimi i medias në EJL mbetet në një fazë të hershme, që ka një nivel të ulët profesionalizmi, dhe që axhendat personale vazhdojnë të luajnë një rol tepër të madh.

Serbia

Serbia gradualisht po e thyen rrethin vicioz të mentaliteteve të vjetra dhe është duke u përqendruar tek aplikimi për anëtarësinë në BE. Mediat në serbi përballen me sfida të ngjashme me ato të pjesës tjetër të EJT: një treg i fragmentizuar dhe i pazhvilluar, standard të ulëta profesionale dhe debat i pakët, presione të dukshme politike dhe ekonomike, si dhe një bashkësi profesionale e shpërbërë. Në besueshmërinë e respektin e ulët që gazetarët gëzojnë në sytë e publikut kontribuojnë edhe konformizmi i përhapur gjerësisht dhe niveli i ulët i ndjeshmërisë dhe përgjegjësisë. 'Vetëm politikanët ua kalojnë gazetarëve për gënjeshtër,' u shpreh një prej pjesëmarrësve në një tryezë të rrumbullakët, mbështetur nga UNESCO, mbi vetë-rregullimin e medias të zhvilluar në Novi Sad në nëntor 2009. Të ashtuquajturat 'media cilësore' ofrojnë gazetari me një cilësi po aq të ulët sa edhe tabloidet, vetëm se paketimi është më profesional. Dy shoqatat kryesore të gazetarëve në vend, UNS (Shoqata e Gazetarëve të Serbisë) dhe NUNS (Shoqata e Pavarur e Gazetarëve të Serbisë), kanë harxhuar vite të tëra përpjekjesh kundër njëra-tjetrës në vend që të bashkonin forcat dhe të përqendroheshin tek gjetja e zgjidhjeve për problemet e sektorit të tyre.

Megjithatë, në mars 2009, UNS dhe NUNS ranë në një mendje për të miratuar një kod etike që u hartua në vitin 2006 dhe synonte t'i zinte vendin kodeve të veçanta të shoqatave. Kjo i dha një dritë jeshile prezantimit të vetë-rregullimit të medias në Serbi. Aktorët kryesorë kuptuan se prezantimi i vetë-rregullimit të medias është mënyra për të përmirësuar perceptimet dhe qëndrimet e publikut kundrejt medias dhe që kjo është detyra e vetë sektorit të medias e jo e shtetit.

Pas këtij miratimi, në fillim të vitit 2010, mediat kryesore serbe, pronarë, botues dhe gazetarë ngritën një Këshill Shtypi dhe një Komision Ankesash, sipas modelit të Këshillit Norvegjez të Shtypit. Falënderime të veçanta duhen shprehur për rolin shtytës që luajti Hakon Blankenborg, Ambasadori i Novergjisë në Beograd. Gjatë vitit 2010 dhe 2011, Këshilli Norvegjez i Shtypit do të ofrojë ndihmë teknike, konsulencë dhe shkëmbim të praktikave më të mira për kolegët e tyre në Serbi.

Këshilli i Shtypit është strukturuar në mënyrë të tillë që t'i ofrojë përfaqësimin e duhur industrisë së medias, shoqatave të medias dhe

publikut të gjerë. Përveç trajtimit të ankesave, parashikohet që Këshilli i Shtypit edhe do të reagojë me nismën e tij në raste shkeljesh të kodit të etikës apo mbi çështje të interesit publik. Më 30 prill 2010, u zgjodh kryetari i parë i bordit të Këshillit të Shtypit të Serbisë. Në të njëjtën kohë, (me mbështetje financiare nga Bashkimi Europian) qeveria 30 April 2010 the first chair of the board of the Press Council of Serbia was elected. Simultaneously the government autorizoi një Strategji të re për Median. Mbetet për t'u parë se si aktorët kryesorë do të kapërcejnë vite të tëra përplasjesh në emër të përmirësimit të gjithanshëm të gjendjes së medias në vend.

Turqia

Turqia paraqet një ritëm të ndryshëm në zhvillimin e tregut të medias nga vendet në pjesën perëndimore të EJL. Mund të pritet që përderisa nuk ka vuajtur nga i njëjti shpërqëndrim si ai i vendeve që përbënin ish-Jugosllavinë, nuk vuan nga i njëjti treg i vockël i reklamave, dhe ka një prej ekonomive më dinamike në Europë, media turke duhet të përballet me çështje të një natyre të ndryshme, me debat profesional intensiv mbi gazetarinë cilësore, mediat e reja dhe sfidat e teknologjisë dixhitale, e kështu me radhë. Megjithatë, realiteti është mjaft i ndryshëm. Ekspertët vendas të medias flasin mbi nivele të zymta të profesionalizmit dhe raportimit etik. Kjo shihet veçanërisht në shembujt e të ashtuquajturit raportim investigativ: shumë shpesh, shndërrohet në marrje në pyetje apo ngacmim. Janë një numër faktorësh që kontribuojnë në panoramën përgjithësisht të zymtë. Ka një ndikim të fortë të shteti si dhe të grupeve të ndryshme fetare mbi median. Legjisllacioni mbi median është kufizues, ka mungesë të respektit për lirinë editoriale, si dhe ka shembuj të presionit politik, ku përdoren politika të 'karrotës dhe shkopit' për t'u marrë me median. Pronarët e medias kanë ndikim të madh mbi përmbajtjen editoriale dhe kjo ka çuar në krijimin e një 'aristokracie të medias' ku hyjnë komentues të paguar mirë e që janë shumë besnikë ndaj pronarëve të medias. Në përgjithësi, ka një nivel të ulët standardesh profesionale mes gazetarëve dhe sindikatat e gazetarëve janë shtypur. Në mënyrë logjike, e gjithë kjo çon në një nivel shumë të ulët të besimit të publikut tek media kombëtare.

Ashtu si në vende të tjera në rajon, në Turqi mungon debati i gjerë profesional mbi çështje të tilla si etika dhe llogaridhënia e medias. Në vitin 1986 u themelua një Këshill Shtypi, por y përgjigjet për shumë pak gazeta dhe nuk gëzon ndonjë respekt të madh mes bashkësisë mediatike. Aktualisht, ka të paktën tri nisma të tjera që lidhen me llogaridhënien e medias. Megjithatë, disa figura publike në sektorin e medias ngrenë pikëpyetje mbi faktin nëse në Turqi ka kërkesë për vetë-rregullim të medias dhe, nëse po, nga do të vijë ai. Një zhvillim pozitiv ishte ngritja në fillim të vitit 200 i një redaktori/ombudsmani të lexuesve për disa prej gazetave të rëndësishme në Turqi, të tilla si **Sabah**, **Milliyet** dhe **Star**. Kjo përfocon argumentin se një model ombudsmani të vetë-rregullimit të medias është më i përshtatshëm për Turqinë se san një model këshilli, duke pasur parasysh përmasat, shumëllojshmërinë dhe kompleksitetin e panoramës mediatike në vend.

PËRFUNDIM

Ndër vendet e EJL, bashkësitë mediatike në Shqipëri dhe Kroaci duken të jenë më pranë finalizimit të procesit të prezantimit të vetë-rregullimit të medias nëpërmjet përpjekjeve të shoqatave të gazetarëve. Në IRJ të Maqedonisë, ka nevojë për përpjekje më sistematike për ta bërë bashkë bashkësinë mediatike. Këshillat ekzistuese të shtypit në Bosnje-Hercegovinë, Mal të Zi dhe Kosovë (siç kuptohet sipas Rezolutës nr. 1244 të Këshillit të Sigurimit të OKB-së) duhen nxitur që të diversifikojnë burimet e financimit dhe të forcojnë kapacitetet e tyre menaxheriale. Këshilli i Shtypit i sapongritur në Serbi duhet mirëpritur dhe ndihmuar në hedhjen e hapave të tij të para. Përqasja e udhëzimit dhe trajnimit të Këshillit Norvegjez të Shtypit mund të rezultojë i suksesshëm, për sa kohë që merr parasysh traditat dhe kulturën vendase. Për Turqinë, mund të parashikohet një përjasje e dyanshme. Mbështetje e mëtejshme iu duhet dhënë praktikave të mira të ombudsmanit të medias, por duhen ndërmarë edhe hapa për të ngritur një këshill shtypit të efektshëm. Për këtë qëllim, grupet e interesuara qytetare duhet të nxitin të arrijnë consensus mbi ristrukturimin e mundshëm të këshillit ekzistues të shtypit, ose, nëse shihet si më e përshtatshme, prezantimin e një strukture tërësisht të re. Në situatën e dytë, ka një nevojë të dukshme për një organizatë të fortë vendase që mund t'i bashkonte të gjitha palët.

Megjithëse vendet janë në faza të ndryshme në zhvillimin e mekanizmave për llogaridhënien e medias, të gjitha ato duhet të vazhdojnë debatin mbi vetë-rregullimin e medias. Më shumë përpjekje duhen bërë që organet e medias të jenë në krye të procesit. Një gjë e tillë nuk është e lehtë, duke qenë se pronarët e medias dhe establishmenteteve politike kanë prirjen të bashkëndajnë përfitimet nga një marrëdhënie pune e rehatshme e simbiotike dhe nuk shohin ndonjë arsye për të ndryshuar sjelljet e veta. Megjithatë, vendet që aplikojnë për të hyrë në Bashkimin Europian duhet të demonstrojnë se kanë vullnetin politik dhe aftësinë që të harmonizojnë ligjet dhe jurisprudencën e gjykatave të tyre me kërkesat e Konventës Europiane për Të Drejtat e Njeriut. Në kohën që një vendi aplikues i jepet anëtarësia, gjykimet e gjykatave vendase janë më të sfidueshme në Gjykatën Europiane të Të Drejtave të Njeriut dhe pronarët e mediave janë më të ekspozuar ndaj risqeve të padive të kushtueshme si në nivel vendas ashtu edhe në nivel europian. Mënyra më e mirë që pronarët e medias të vetëmbrohen nga rreziqe të tilla është mbështetja për ngritjen e këshillave vetë-rregulluese dhe kodeve të praktikës që përputhen si me kërkesat e jurisprudencës vendase ashtu edhe asaj europiane. Këto janë disa prej arsyeve që 22 nga 27 Shtetet Anëtare të BE-së kanë themeluar këshilla shtypi, ose janë në procesin e ngritjes së tyre.

Ky kapitull ka identifikuar tri kërkesa kryesore për aplikimin e SLM në vendet e EJL dhe Turqi:

- ✓ nevoja për dije dhe shprehi për drejtimin e medias si biznes dhe sigurimin e pavarësisë editoriale
- ✓ nevoja për financim të qëndrueshëm të organeve vetë-rregulluese të medias
- ✓ nevoja për besim tek SLM, fillimisht mes bashkësisë mediatike, por edhe në bashkësinë e gjerë të biznesit, shoqërisë civile dhe publikut të gjerë.

Për sa i përket financimit, bashkësia ndërkombëtare vazhdon të luajë një rol madhor për vendet e EJL, por kjo nuk ofron një zgjidhje afatgjatë. Duhet hulumtuar mënyra të tjera novatore financimi, përfshi bashkëpunimin me sektorët e biznesit, reklamave dhe të marrëdhënieve me publikun.

Ka nevojë jo vetëm që të vendosen forma të vetë-rregullimit dhe standardeve profesionale, por edhe që këto të promovohen. Duhet marrë në shqyrtim një numër mënyrash për ta arritur këtë, si për shembull fillimi i forumeve profesionale për të diskutuar çështje të debatueshme dhe për të cilin publiku është më i ndjeshëm lidhur me praktikën e medias, si dhe zhvillimi i bazave të të dhënave me studime rastesh. Bashkëpunimi me universitetet duhet përfortuar me qëllim që të rrënjosen etika dhe standardet profesionale në programin mësimor për studentët e gazetarisë. Si pjesë e promovimit të cilësisë mediatike, duhet organizuar konkurse profesionale duke u bazuar mbi modelet dhe ekspertizën ndërkombëtare.

Është me rëndësi jetësore dhe e dobishme që të ketë shkëmbim përvojash dhe takime ballë për ballë me homologë nga vendet me organe vetë-rregulluese që funksionojnë mirë. Ka nevojë të zhvillohen rrjete dhe bashkëpunim i efektshëm midis organizatave të ndryshme ndërkombëtare të gazetareve për të bashkëndarë përvojat e tyre me vetë-rregullimin me bashkësitë gazetareske vendase.

Për shkak të krizës ekonomike globale dhe tregjeve ende të pazhvilluara të medias në rajon, organizatat ndërkombëtare të tilla si UNESCO, OSBE dhe Këshilli i Europës duhet të bashkërendojnë dhe standardizojnë mbështetjen e tyre për të siguruar më shumë fonde, çka ka mundësi të sigurojë rezultate më të mira. Megjithatë, mbështetja ndërkombëtare duhet ofruar duke përdorur një përfaqje individuale e cila merr parasysh kulturën vendase dhe nivelin e zhvillimit të medias.

SHËNIME

- 1 <http://www.rjionline.org/mas/about/index.php>
- 2 http://www.indexkosova.com/fly/docs/doc2_63.pdf

MEDIA E BALLKANIT: LOST IN TRANSITION?



Remzi Lani

HYRJE

Ky kapitull nuk pretendon të jetë një tezë akademike. Është më shumë një grumbullim shënimesh, apo më saktë, refleksionesh, mbi rrymat kryesore të zhvillimit të medias në vendet e Ballkanit gjatë periudhës së tranzicionit post-komunist.

Media e lirë përbën një prej arritjeve më të dukshme për demokracitë e reja të Ballkanit, por rruga e saj drejt pavarësisë ka kaluar nëpër zigzage të shumta dhe ka hasur pengesa të shumta. Konfliktet e armatosura të viteve 1990 dhe sfidat e njohura të tranzicionit post-komunist, në një masë të madhe, kanë përcaktuar ritmin dhe tendencat e zhvillimit të medias në rajon.

Marrëdhëniet e ngushta, e shpesh të deformuara midis medias, politikës dhe biznesit kanë dëmtuar si pavarësinë e medias ashtu edhe profesionalizmin e saj. Ripolitizimi i medias dhe klientelizmi i medias aktualisht janë ndër problemet më serioze me të cilat ajo përballet.

Megjithatë, peizazhi mediatik sot në Ballkan është i gjallë, kaotik, jo-transparent, i tejmbushur, i fragmentarizuar dhe pjesërisht i lirë. Reflektimet mbi këtë peizazh sigurisht që bartin rrezikun e një non-ending story, por autori i këtyre refleksioneve ka për qëllim vetëm përqendrimin mbi disa tendenca të përgjithshme, të cilat i ka përjetuar dhe vëzhguar gjatë shumë viteve punë në vende të ndryshme të rajonit.

PAS MURIT

Edhe pse nuk ka ende një teori integrale mbi tranzicionin post-komunist, tashmë është bërë e qartë që vizioni fillestar i këtij tranzicioni ka qenë më optimist se ç'duhej. U duk se 'exit from communism' ishte shumë më e vështirë dhe e stërzgatur sesa pritej në fillim.

'Ne e kemi mbivlerësuar ritmin e tranzicionit post-komunist,' shprehej Zbigniew Brzezinski (1995, f. 9). U bë e qartë, ndryshe nga supozimet e fillimit, që institucionet demokratike dhe ekonomia e tregut të lirë nuk ishin lehtësisht të eksportueshme dhe te transplantueshme si model në demokracitë e reja.

Në rastin e Ballkanit, situata u ndërlikua edhe më shumë, sidomos si pasojë e shpërthimit të llojeve të ndryshme të nacionalizmit dhe luftrave, fillimisht në Bosnje-Hercegovinë e më pas në Kosovë dhe Ish-Republikën Jugosllave (IRJ) të Maqedonisë. Kështu, tranzicioni drejt demokracisë në Ballkan ishte një tranzicion i kërcënuar nga retë e luftës.

Në shumicën e vendeve të rajonit, tranzicioni nga diktatura në demokraci ka kaluar nëpër fazën e ndërmjetme të asaj që mund të quhej **autoritarizmi i ri**. Me fjalë të tjera, do të ishte më e saktë të thuhej që në fazat e hershme të tranzicionit, shumica e popujve të Ballkanit nuk kaluan nga diktatura në demokraci, por nga regjimet totalitare komuniste në regjimet autoritare post-komuniste.

Shkaqet për instalimin e **demokratrave** ballkanike duhen kërkuar në traditat e dobëta demokratike dhe intolerancën që ka karakterizuar tradicionalisht Ballkanin; në luftat që u zhvilluan në rajon, të cilat, pa dyshim, çuan në lindjen e faktorëve që u vërtetuan si të dëmshëm për zhvillimin normal demokratik; dhe së fundi, jo për nga rëndësia, në gabimet e politikës së Perëndimit, i cili duket se u zu i papërgatitur për t'u marrë me problemet komplekse që qëndronin në rrugën e zhvillimit demokratik në gadishullin ballkanik.

Megjithatë, sot, 20 vjet pas rënies së komunizmit dhe 10 vjet pas fundit të luftrave që shoqëruan shpërbërjen e ish-Jugosllavisë, situata në Ballkan ka ndryshuar në mënyrë domethënëse. Nëse deri në fund të viteve 1990-të pushteti në shumicën e vendeve, të cilave

sot u referohemi me termin Ballkani Perëndimor ishte në duart e nacionalistëve autokratë, sot Ballkani është shndërruar në një rajon të përbërë nga demokraci ku pushteti mbahet prej udhëheqësish pro-europianë të zgjedhur në mënyrë demokratike. Nëse deri në fund të viteve 1990-të, rajoni ishte thjesht një **konsumator i sigurië** me prani të rëndësishme ushtarake ndërkombëtare të vendosur në vendet e dala rishtas prej një serie luftrash të përgjakshme, sot kjo prani ushtarake është pakësuar shumë dhe Ballkani po shndërrohet në një **ofruer sigurie**, i cili kontribuon në misionet e Kombeve të Bashkuara (OKB) dhe Organizatës së Traktatit të Atlantikut të Veriut (NATO) në Afganistan, Bosnje, Çad e gjetkë.

Për fat të keq, pavarësisht të gjitha ndryshimeve dramatike që kanë ndodhur në Ballkan, diskutimet mbi Ballkanin në Perëndim ende mbeten të paqarta dhe shpesh të vjetëruara. Të krijohet përshtypja se kur njerëzit flasin mbi këtë rajon, nuk flasin për Ballkanin e ditëve të sotme, por thjesht diskutojnë për Ballkanin e djeshëm. Imazhi është i ngjirë.

Gjatë dy dhjetëvjeçarëve të tranzicionit të tyre, demokracitë e reja të Ballkanit, sidomos ato të cilave sot iu referohemi me termin Ballkani Perëndimor, janë përballur me katër axhenda të ndërlidhura ngushtë e që ndikojnë mbi njëra-tjetrën.

Së pari, është **axhenda post-komuniste**, e cila pavarësisht nga koha e gjatë që ka kaluar qysh nga rënia e komunizmit, vazhdon të ushtrojë ndikim domethënës mbi rrugën e Ballkanit drejt ndërtimit të demokracisë, si dhe mbi sjelljen e aktorëve të ndryshëm.

Së dyti, është **axhenda post-konflikt**, e cila ende ka shumë peshë mbi rajonin në tërësi, dhe në veçanti mbi vendet që lindën nga ish-Jugosllavia dhe që u përfshinë në konfliktet dramatike e të përgjakshme të dhjetëvjeçarit të fundit të shekullit të kaluar. Kjo axhendë kërkon prej ketyre vendeve dhe popujve që të gjejnë kurajon për t'u përballur me këtë trashëgimi të rëndë.

Në fakt, këto ishin axhendat kryesore mbizotëruese gjatë dhjetëvjeçarit të parë të tranzicionit ballkanik. Në dhjetëvjeçarin e dytë, pas fundit të luftrave dhe rënies së regjimeve autoritare, në plan të parë dolën dy axhenda të reja që filluan të shtrinin ndikimin e tyre.

E para prej këtyre dy axhendave të reja, ose axhenda e tretë në tërësi, është **axhenda e globalizimit** e cila ka bërë progres edhe në fshatin tonë të vogël ballkanik sikurse si dhe në pjesën më të madhe të botës.

E fundit dhe sigurisht më e rëndësishmja është e ashtuquajtura **axhenda e europianizimit**, e cila përbën pa asnjë dyshim një forcë të mirëfilltë shtytëse që qëndron pas zhvillimeve në të gjitha demokracitë e reja në Ballkan.

Të gjitha vendet e rajonit janë rrugës drejt Bashkimit Europian, edhe pse largësia e mbetur për në destinacion varion shumë për secilin vend. Kështu, Kroacia, IRJ e Maqedonisë, Mali i Zi dhe Turqia tani janë vende kandidatë për në BE. Shqipëria dhe Serbia kanë dorëzuar aplikimet e tyre për anëtarësim. Edhe Bosnje-Hercegovina është një vend që pret anëtarësimin.

Mirëpo për të ofruar një analizë realiste të situatës në rajon, duhen mbajtur parasysh edhe pengesat dhe zigzagjet që po shkaktojnë zhvillimet në secilin vend, si dhe në mbarë rajonin. Janë ende 17 mosmarrëveshje dypalëshe (disa të mëdha e disa të vogla) që duhen zgjidhur midis vendeve të ndryshme të rajonit. Nga Shqipëria në Malin e Zi, nga IRJ e Maqedonisë në Bosnje-Hercegovinë, modeli demokratik që demokracitë e reja të Ballkanit po vënë në zbatim duket ai i 'demokracive joliberalë,' të cilat kanë për veçori një 'drejtues të fortë por institucione të dobëta.' Sfera publike mbizotërohet nga partitë politike që thuajse kanë ndërtuar një regjim partitokracie, në të cilin hapësira për shoqërinë civile dhe zërat e pavarur po ngushtohet dita-ditës.

Populizmi po shndërrohet nga një metodë që synon marrjen e votave gjatë fushatave zgjedhore në një metodë të re qeverisjeje dhe ndërsa nacionalizmi etnik i fundit të shekullit të kaluar duket se ka humbur terren, një lloj i ri nacionalizmi (ksenofobik, anti-oma, anti-imigracion) po fiton terren.

Në një mënyrë, mund të thuhet se vendet e Ballkanit gjenden të kapura midis 'konflikteve të ngrira' nga njëra anë dhe 'demokracive të ngrira' nga ana tjetër.

Në mënyrë të natyrshme, natyra e vështirë dhe komplekse e tranzicionit në Ballkan ka pasur një ndikim domethënës mbi zhvillimin e medias gjatë

të dy dhjetëvjeçarëve deri në vitin 2010. Tani është koha që media të hedhë një vështrim të serioz dhe të ngultë tek vetja. Është koha për një rishqyrtim të vetvetes.

TË MOS HARROJMË MEDIA WARS

Një gjykim realist do të pranonte se, nga njëra anë, shtypi i lirë përbën ndoshta arritjen më të qartë të demokracive të reja të Ballkanit dhe, nga ana tjetër, që roli i po këtyre mediave gjatë dy dhjetëvjeçarëve deri në vitin 2010 shpesh është përshkruar nga kontradiktat. Mediat, sigurisht, kanë qenë një forcë shtytëse në demokratizimin e shoqërive të Ballkanit, por, në të njëjtën kohë, kanë shërbyer edhe si instrument në duart e forcave nacionaliste, të cilat sollën dramën e përgjakshme të fundshekullit të njëzetë.

Në raportin e tij mbi rolin e mediave në origjinën e luftërave në ish-Jugosllavi (1995), emisari i OKB-së Tadeusz Mazowiecki arrinte në përfundimin që media duhet fajësuar për nxitjen e urrejtjes raciste edhe etnike, duke kontribuar kështu drejtpërdrejt në shpërthimin e këtyre luftërave. Nuk është rastësi që në librin e tij *Farkëtimi i Luftës* (1999), eksperti për Ballkanin Mark Thomson perfrazonte shprehjen e njohur të von Clausewitz me fjalët 'Lufta është vazhdim i lajmeve televizive me anë mjetesh të tjera.'

Kasaphana që ndodhi në Bosnje-Hercegovinë nuk ndodhi thjesht ngaqë e donte Kasapi i Ballkanit (Sllobodan Milosheviç), por edhe ngaqë ai e të tjerët si puna e tij gjetën një tufë mercenarësh të gatshëm për t'u shërbyer ambicieve të tyre. 'Fushatat' e medias ishin pararendëse të fushatave ushtarake; mercenarët e mikrofonit dhe lapsit udhëhoqën mercenarët e kallashnikovëve dhe minave. Siç shprehet Adam Miçnik, 'Lufta ballkanike së pari filloi në gazeta, radio dhe televizione' (1995, f. 74).

Gazetarët u gjendën përballë një dileme të vështirë: të tregoheshin 'patriotë' apo profesionistë. Një pjesë e konsiderueshme e tyre zgjedhën alternativën e parë. Të tjerë e refuzuan atë. 'Patriotët' u shndërruan në instrumente të thjeshta të propagandës zyrtare nacionaliste të Milosheviçit e të tjerëve. Ishte shumë e vështirë të refuzoje.

Oslobodjenje në Sarajevë, Radio B92 në Beograd, **Feral Tribune** në Zagreb, **Koha Ditore** në Prishtinë e kështu me radhë mund të shihen me të drejtë si fronti i rezistencës i medias së lirë në Ballkan kundër nacionalizmit dhe autoritarizmit. Megjithatë, një numër i madh mediash mund të thuhet pa dyshim se përbënin frontin kolaboracionist, përkrah nacionalizmit dhe agresorëve. Timothy Garton Ash e etiketonte regjimin e Milosheviçit një 'diktaturë televizive' (cituar në Brunner et al., 2000, f. 93).

Fakti që disa segmente të medias u vunë në shërbim të politikave të genocidit dhe nxitën urrejtje kombëtare ngre një dilemë të vështirë: si mund t'iu vihet fre zërave që nxisin urrejtje pa penguar zërin e lirisë? Me fjalë të tjera, a duhet kufizuar liria e shtypit me qëllim që të mbrohet demokracia? Ose, për ta thënë ndryshe, ç'duhet bërë kur gazetarët dhe media e kalojnë 'vijën e kuqe,' për shembull, kur nxisin urrejtje dhe dhunë?

Afro një dhjetëvjeçar pas fundit të këtyre konflikteve të përgjakshme, sot kemi arritur largësinë e nevojshme për një shqyrtim serioz dhe të qetë të rolit që media ka luajtur në to. Në fakt, vetë-shqyrtimi është procesi i përbaljes me të vërtetën. Kjo nuk nënkupton kritikizmin thjesht moralist të profesionit të gazetarisë. Ajo çka nevojitet është një analizë serioze e semantikës së luftrave: ngritja e miteve nacionaliste, projektimi i imazhit të tjetrit, përdorimi i "gjuhës së urrejtjes" dhe "heshtjes së urrejtjes", e kështu me radhë.

PJESËRISHT E LIRË?

Përgjithësisht, sot në të gjitha vendet e rajonit ka një spektër të tërë pluralist të të gjitha orientimeve e ngjyrave të medias së shkruar dhe elektronike. Kjo përbën një arritje të rëndësishme, sidomos po të marrim parasysh pikën prej nga u nisëm. Propaganda vertikale (parti-komb) imponuar nga 'zëri suprem,' Partia Komuniste, nuk ekziston më. Opinonet, çfarëdo qofshin ato, po shprehen. Europa Jug-Lindore nuk është më një rajon gojësh të mbyllura.

Gjithashtu, në të gjitha vendet e rajonit, kushtetutat e miratuara në periudhën post-komuniste garantojnë lirinë e shprehjes. Në të gjitha këto vende është miratuar edhe një korpus i tërë legjislativi mbi median. Ligjet mbi fyerjen dhe shpifjen janë reformuar ose janë në

proces reformimi. Ligjet për aksesin në informacion janë ndër më të avancuarat në continent. Ligjet e fazës së parë mbi transmetimet po zëvendësohen nga ligje të reja, të cilat marrin parasysh përparimin e shpejtë të procesit të dixhitalizimit.

Megjithatë, në Ballkan nuk është diçka e panjohur që ligjet shkruhen sipas standardeve europiane ndërsa zbatimi i tyre kryhet sipas standardeve ballkanike. Përcaktimi i një kuadri legjislativ modern për median është një gjë, mirëpo aplikimi dhe vënia në zbatim janë diçka krejt tjetër. Ligjet janë të shumta, por mungon ligji për zbatimin e ligjeve. Mënyra në të cilën zbatohet legjislatiioni ndikohet prej një sërë faktorësh, të cilët lidhen me ekonominë, infrastrukturën, politikën, traditat, e kështu me radhë.

Megjithëse kemi kaluar përtej fazës së represionit, mund të thuhet pa hezituar shumë që po kalojmë fazën e **presionit**. Me fjalë të tjera, burgosja dhe sulmet fizike kundër gazetarëve duket se i përkasin të kaluarës, por presioni me të cilin përballen ata mbetet dhe, në fakt, po bëhet gjithnjë e më i sofistikuar.

Është e qartë që kontrolli i drejtpërdrejtë i shtetit mbi shtypin është pakësuar ndjeshëm, veçanërisht gjatë viteve më të fundit. Censura është zhdukur, por kujtimi dhe ndikimi i saj kanë mbetur. Në shumicën e vendeve të Ballkanit Perëndimor dhe në Turqi, media është ekspozuar ndaj presionit politik ose financiar.

Megjithëse nuk mund të krahasohen me udhëheqësit autoritarë të fazës së parë të tranzicionit, udhëheqësit e sotëm ballkanikë ende nuk janë të përgatitur të pranojnë një shkallë të lartë kritikizmi. Zakonisht, këta reagojnë ashpër ndaj kritikave dhe më shpesh janë të interesuar më shumë të kontrollojnë se sa të kontrollohen.

Duket se kohërat kur policët përdoreshin për të sulmuar gazetarët kanë kaluar. Në pjesën dërrmuese, janë zëvendësuar me inspektorë tatimorë dhe gjykatës që i shërbejnë qeverisë. Gjithashtu duket se, ndërsa koha e kërcënimeve të hapura ka kaluar, kërcënime të tilla thjesht janë zëvendësuar nga kërcënime anonime me anë të internetit apo mesazheve me telefon celular.

Kështu, në Turqi, grupi mediatik Dogan Holdings u gjobit me shumë absurde prej 2.5 miliardë dollarësh për shkak të kritikave ndaj

kryeministrin Erdogan. Në Shqipëri, Gjykata e Tiranës gjobiti televizionin Top Channel me 400,000 euro për 'dhunim të privatësisë' sepse kishte transmetuar një regjistrim ku shfaqej qartë ish-ministri i kulturës teksa kërkonte favore seksuale në shkëmbim të një vendi pune.

Në Kosovë – siç kuptohet në kontekstin e Rezolutës 1244 (1999) të Këshillit të Sigurimit – gazetarja Jeta Xharra u përfshi nga një valë sulmesh nga zyrtarë vendas pasi kishte transmetuar një program ku shpreheshin shqetësime për lirinë e medias në fushat që ata kontrollonin. Në Kroaci, gazetari i njohur Drago Hedl mori kërcënime me vdekje pas botimit të një serie artikujsh mbi krimet e luftës. Në Serbi, gazetarja e B92 Brankica Stankovic mori kërcënime me vdekje në internet pasi kishte denoncuar raste të krimit të organizuar dhe korrupsionit në programin e saj *Insider*.

Raportet e fundit nga organizatat ndërkombëtare kanë vërejtur një prirje drejt përkeqësimit të lirisë së shprehjes në vendet e Ballkanit. Sipas Reporterëve pa Kufi (RSF), në vitin 2010, vendet e Ballkanit Perëndimor renditeshin midis numrave 47 (Bosnje-Hercegovina) dhe 104 (Mali i Zi) në Renditjen Botërore për Lirinë e Shtypit (shih Tabela 0.1). Turqia renditej në vendin 138. Ndërkohë që ka prirje drejt përmirësimit në Shqipëri dhe Kroaci, në të gjitha vendet e tjera në rajon, RSF vinte re një përkeqësim në lirinë e shprehjes. Sipas Renditjes Botërore të Freedom House për Lirinë e Shtypit për vitin 2009 (shih Tabela 0.2), të gjitha vendet e Ballkanit klasifikohen si vende me 'shtyp pjesërisht të lirë.'

Tabela 0.1**Indeksi i Lirisë së Shtypit 2010**

Renditja	Vendi	Nota
47	Bosnjë-Hercegovina	13.50
62	Kroacia	17.50
68	IRJ e Maqedonisë	18.40
80	Shqipëria	21.50
85	Serbia	23.00
92	Kosova*	24.83
104	Mali i Zi	28.50
138	Turqia	49.25

Burimi: *Reporters sans Frontières (2010)*.

* Kuptuar në kontekstin e Rezolutës 1244 (1999) të Këshillit të Sigurimit

Tabela 0.2**Renditja Botërore për Lirinë e Shtypit për vitin 2009, Freedom House**

Renditja	Vendi	Nota	Statusi
78	Mali i Zi	37	Pjesërisht i lirë
81	Kroacia	38	Pjesërisht i lirë
83	Serbia	39	Pjesërisht i lirë
98	Bosnjë-Hercegovina	47	Pjesërisht i lirë
98	IRJ e Maqedonisë	47	Pjesërisht i lirë
101	Shqipëria	50	Pjesërisht i lirë
101	Turqia	50	Pjesërisht i lirë

Burimi: *Freedom House (2009)*. Shënim: Nuk ka të dhëna për Kosovën – kuptuar në kontekstin e Rezolutës 1244 (1999) të Këshillit të Sigurimit

Është me rëndësi të shënohet se ndërkohë që gjatë dhjetëvjeçarit të parë të tranzicionit, qeveritë identifikoheshin si fajtoret kryesore për shtypjen e lirisë së medias, aktualisht situata paraqitet më pak problematike, por shumë më komplekse. Presioni kundër medias tani e ka zanafillën gjithnjë e më shumë nga grupet e biznesit, pa përfshirë klanet e ndryshme të krimit të organizuar. Siç vë në dukje me të drejtë gazetari i mirënjohur serb Veran Matic:

gjatë kohës së Milosheviçit, e dinim që policia sekrete qëndronte praktikisht pas çdo akti dhune që kishte në shënjestër median apo gazetarët; sot, situata është më komplekse. Ekzistojnë qendra paralele pushteti që funksionojnë pas perdes dhe përdorin grupe të marginalizuara si tifozët e futbollit dhe huliganët për të paralajmëruar dhe detyruar mediat apo organizatat jo-qeveritare të pabindura që të vihen në radhë. (Matic, nd)

NJË ZGJATIM I POLITIKËS

Marrëdhënia midis medias dhe politikës në periudhën e tranzicionit post-komunist ka qenë shumë komplekse dhe është karakterizuar nga shumë kundërshti. Më shumë se gjithçka, politika ka pasur ndikim mbi zhvillimin e medias.

Shtypi ballkanik i ditëve të sotme është më shumë një zgjatim i politikës se sa përfaqësues i opinionit publik. Një pjesë e konsiderueshme e medias vazhdon të kontrollohet nga grupe të fuqishme politike. Në njëfarë kuptimi, ato lloje komentesh që një numër autorësh (si Karol Jakubovicz, Mihai Coman, Colin Sparks dhe Tomasz Goban-Klas) kanë përdorur për të karakterizuar situatën e medias në shoqëritë post-komuniste kanë vlerë edhe për rajonin e Ballkanit: 'Shtypi u bë pluralist, por jo i pavarur,' dhe 'Shtypi u bë i lirë, por jo i pavarur.'

Zhvendosja nga 'modeli i medias sovjetike' tek 'modeli i përgjegjesisë shoqërore' (p.sh. McQuail, 2000) duket se ka qenë më i vështirë se sa ishte menduar. Zakonet e trashëguara nga koha e komunizmit duan të thonë që politikanët dhe partitë politike rreken pa pushim të ndikojnë – në fakt, të kontrollojnë – median, sepse vazhdon të mbetet e fortë bindja se kushdo që kontrollon informacionin ka edhe pushtetin. Klasat politike, të cilat nga natyra e kanë obsesion mbajtjen e pushtetit, 'e

konsiderojnë median jo si instrument madhor; por kryesor për politikën' (Goban-Klas 1997, f. 37). Goban-Klas komenton, 'Ky vizion për median është një-dimensional, i tejpolitizuar dhe i thjeshtëzuar; ai beson në rolin misionar të gazetarëve dhe në shtypin e ideologizuar' (1997, f. 37).

Nëse do të më kërkohet të përshkruaj me dy fjalë kyçe problemin themelor me të cilin përballet media në Ballkanin e sotëm, pa dyshim këto fjalë do të ishin: **ripolitizim** dhe **klientelizëm**. Në fakt, këto mund të shihen si dy anët e së njëjtës monedhë.

Për të ndjekur dialektikën e marrëdhënies midis medias dhe politikës, mund të pohohet pa hezitim që gjatë dekadave të tranzicionit pas-komunist, politika ka ndikuar dhe i ka dhënë formë medias më shumë se sa media ka ndikuar dhe i ka dhënë formë politikës.

Është fakt i pashmangshëm që një shoqëri e ngarkuar me konflikte dhe tejet e politizuar (çka vazhdon të jetë e vertetë për shoqëritë e Ballkanit) e infektton median e saj dhe e tërheq në konflikte e luftra, madje e përdor si një mjet të rëndësishëm për zhvillimin e këtyre konflikteve, duke shkatërruar kështu pavarësinë, paanshmërinë dhe profesionalizmin e saj gjatë këtij procesi. Një pjesë e medias është treguar e paafte t'i bëjë ballë presionit dhe joshjes së politikës (dhe jo vetëm politikës); një pjesë e medias thjesht e sheh të pamundur të imagjinojë rolin e vet jashtë këtij partizanizmi.

Kjo anshmëri, mbi të gjitha, është pasqyrim i natyrës së politikës, e cila perceptohet më shumë si konflikt se sa si dialog. Është edhe pasqyrim i faktit që shoqëritë e Ballkanit janë më shumë shoqëri politike se sa shoqëri të informacionit, më shumë shoqëri politike se sa shoqëri civile.

Format më të zakonshme të klientelizmit politik gjenden tek transmetuesit publikë, të cilët në Shqipëri, IRJ të Maqedonisë, Kosovë (sipas Rezolutës 1244 të Këshillit të Sigurimit) dhe Malin e Zi vazhdojnë të jenë nën kontrollin e qeverive qendrore, të cilat i përdorin e keqpërdorin ato gjatë dhe përtej fushatave politike. Megjithëse do ishte e pamundur të krahasoheshin transmetuesit e sotëm publikë me bastionet e propagandës të periudhës së autoritarizmit të ri, prapëseprapë, në shumicën e rasteve, kanalet televizive të ashtuquajtura publike mbeten televizione të 'tapetit të kuq;' pra, janë të mbushura me protokoll dhe informacion të qeverisë. Këto kanale publike më shumë i ngjajnë një Ministrie Propagande se sa medias normale.

Klientelizmi në media përbën një fenomen kompleks që duhet parë si i lidhur ngushtë me kontekstin e zhvillimit shoqëror dhe politik në vendet e rajonit. Politika në Ballkan është shndërruar në **tele-politikë**. Në përgjithësi, debati politik dhe publik është zhvendosur nga sheshet e tubimeve në ekranet debateve televizive, çka është sigurisht një zhvillim pozitiv. Ndërkohë që dikur politika zhvillohej në rrugë, tani ka kaluar në debatet e studiove televizive. Megjithatë, duket se medias i është dashur të paguajë një çmim për këtë ndryshim.

Kjo 'tele-politikë' mund të shihet si një aspekt i mediatizimit të politikës, çka është një zhvillim tërësisht normal. Mirëpo duket se në vend të mediatizimit të politikës, në fakt, tele-politika përbën më shumë klientelizimin politik i medias. Duke qenë se fokusi i medias zhvendoset nga publiku tek politika, për rrjedhojë, kjo i shërben politikës në vend që t'i shërbejë publikut. Ajo që vërehet në Shqipëri, Kosovë (sipas Rezolutës 1244 të KS) dhe IRJ të Maqedonisë është **përdorimi, keqpërdorimi dhe abuzimi** i medias nga politika.

Për ta përshkruar këtë situatë, analisti shqiptar Fatos Lubonja përdor termin 'regjim mediatik.' Sipas Lubonjës, 'ndërsa në regjimet e ashtuquajtura policore apo ushtarake, përdoren policia, ushtria, apo shërbimet sekrete që regjimi të qëndrojë në pushtet, në rastin tonë përdoret media' (2009, f. 10). Ndoshta termi më i saktë për t'u përdorur në këtë rast është **media-kracia**. Megjithëse në teori, çështjet që kanë të bëjnë me median paraqiten si çështje të demokracisë, në realitet, ato shndërrohen në çështje pushteti. Siç shkruajnë Sandra B. Hrvatin dhe Brankica Petkovic, 'sot duket e pamundur të qëndrosh në pushtet pa mbështetjen e medias' (2004, f. 10).

Samuel Huntington ka folur mbi rreziqet që i kanosen demokracisë nga vetvetja. Në fakt, instrumentalizimi i medias e bën median pjesë të kësaj loje. Nëse keqpërdoren, mediat shndërrohen nga mekanizëm i demokracisë në një mekanizëm që punon 'për të reduktuar apo shkatërruar demokracinë' (cituar tek Sartori, 1999, f. 173).

Ekziston edhe një pririje tjetër, e cila, në pamje të parë, mund të duket si e kundërta e kontrollit dhe presionit, por që në fakt të çon tek e njëjta gjë. Në disa raste, gazetarët mund të shkruajnë çfarë të duan, mund të kritikojnë sa të duan, mirëpo paskëta askush nuk reagon dhe nuk ndodh kurrëgjë. Kjo gjendje është vëzhguar në Shqipëri, ku reagimi i

dikurshëm nervoz ndaj kritikave tani po zëvendësohet me indiferencën totale ndaj këtyre kritikave. Njerëzit mund të shkruajnë çfarë të duan, por askush s'e vret mendjen. Në dy vitet e fundit janë botuar artikuj të rëndësishëm investigativë, por si autoritetet ashtu edhe sistemi ligjor as nuk kanë reaguar e as nuk kanë filluar hetimet që artikuj të tillë kërkojnë. Me fjalë të tjera, gazetarët kanë të drejtën të flasin, por jo të drejtën për t'u dëgjuar. Indiferenca ndaj kritikave çon në zhvlerësimin e fjalës së lirë.

NJË ALEANCË E PASHENJTË: MEDIA, BIZNESI, POLITIKA

Kur analizon situatën e medias në Ballkan, duhet mbajtur mend që klientelizmi dhe instrumentalizimi politik në media përbëjnë vetëm një aspekt. Tabloja nuk do të ishte e plotë nëse analiza do të kufizohej vetëm tek këto dy elementë. Në realitet, në vendet e Ballkanit Perëndimor, media është në një pozicion sanduiç midis politikës dhe biznesit, herë për shkak të presioneve me të cilat përballen, por herë të tjera sepse e vendosin vullnetarisht veten në këtë pozitë. Kështu, media duket të jetë një zgjatim i politikës nga njëra anë dhe një aneks i bizneseve të ndryshme nga ana tjetër.

Skena mediatike e mbingarkuar dhe fragmentarizuar në Shqipëri, IRJ të Maqedonisë, Serbi, Mal të Zi dhe Kosovë (sipas Rezolutës 1244 të KS) nuk shpjegohet dot nga pikëpamja e logjikës së tregut. Për shembull, Shqipëria mban vendin e parë në Europë për nga numri i gazetave të përditshme për frymë (26 të tilla, në një vend me një popullsi prej afro 3.5 milionë banorë), por renditet e fundit në Europë kur bëhet fjalë për tirazhin e gazetave të përditshme për frymë, sepse në total, këto 26 të përditshme prodhojnë më pak se 100,000 kopje.

Shumica e këtyre të përditshmeve mund të konsiderohen 'buletine të kompanive të ndërtimit.' Kompanitë i furnizojnë këto gazeta me fonde jo që ato t'iu shërbejnë interesave të publikut, por që të mund t'iu shërbejnë interesave të bizneseve përkatëse. Po t'i pyesësh këto kompani se pse harxhojnë para çdo muaj për një veprimtari që nuk u sjell asnjë përfitim, përgjigja që merr rëndom është që me anë të këtyre gazetave 'ato mbrojnë bizneset e tyre.' Kjo ndoshta është pjesërisht e vërtetë, por vetëm pjesërisht. Me anë të këtyre gazetave, bizneset mund të ushtrojnë presion dhe të sigurojnë favore. Dhe, hera-herës, ajo çka

nuk botohet (për shembull, hollësi për një ryshfet të dhënë për të marrë një kontratë) është më e rëndësishme se sa ajo që botohet.

'Media nuk është fitimprurëse, por shihet si fitimprurëse tërthorazi. Media bëhet fitimprurëse vetëm si mjet për të siguruar leje ndërtimi dhe favore të tjera nga qeveria. Me fjalë të tjera, në llogaritë e tyre, bilanci është në tërësi pozitiv,' thotë një aktivist i medias, cituar në raportin e fundit të organizatës spanjolle FRIDE mbi Shqipërinë (FRIDE, 2010).

Një raport i Institutit Shoqëria e Hapur (OSI) nënvizon faktin që 'Sektori i tejnogopur i medias në Serbi shkon përtej potencialit tregtar të ekonomisë dhe shumë organe të tjera mbijetojnë vetëm falë raportimit të anshëm. Konkurrenca e padrejtë e bën të vështirë lulëzimin e gazetarisë së pavarur premtuese' (2010).

Sot jemi dëshmitarë të një aleance të pashenjtë midis politikës, biznesit dhe medias, e cila, në rastet më ekstreme, mund të çojë në një formë të rrezikshme të kapjes së shtetit. Siç vinte në dukje me të drejtë gazetari kroat Drago Hedl, teksa komentonte vrasjen e Ivo Pukanic, gazetar dhe botues i revistës **National**, në tetor 2008, kjo vrasje ofron prova 'mbi vijën e hollë që ndan politikën, biznesin dhe median nga mafia, krimi dhe korrupsioni' (Hedl, nd).

Në një kuptim, mund të thuhet se jo rrallë, presionet politike janë shndërruar në ekonomike. Siç thotë eksperti bullgar i medias Ivan Nikolchev, gazetarët 'po përballen me zgjedhjen e vështirë midis punës nën presion politik ose ekonomik. Shpesh, as këtë zgjedhje nuk e kanë dhe punojnë nën të dyja ato' (2000, f. 23). A mund të thuhet se faktorinot e rinj ekonomikë kanë zëvendësuar ish-gardianët politikë? Deri në njëfarë mase, po.

Media në rajon nuk përballet më me presionin e qeverisë në përmasat e disa viteve të shkuar. Tani media përballet me trende kapitaliste dhe presione financiare të tilla si kapitali i huaj, shpërndarja, transparenca, pronësia, politika e punës dhe korrupsioni. Kështu, **proletariati i medias** është një fenomen në lindje e sipër tani në Ballkan. Ditët e sotme, pronarët dhe redaktorët përbëjnë një kërcënim më të drejtpërdrejtë apo të afërt ndaj gazetarëve, se sa qeveritë. Për rrjedhojë, çështjet e nxehta në rajon tani përqendrohen tek marrëdhëniet midis organeve të medias dhe punonjësve të tyre, tregut të punës, sindikatave profesionale dhe pronësisë së medias. Kjo është një axhendë që duhet trajtuar.

Kjo situatë ka çuar në atë që mund të përshkruhet si auto-censurë. Gazetarët, disa prej të cilëve punojnë pa kontrata, duhet t'iu përshtaten interesave dhe shijeve të pronarëve të tyre dhe të zbatojnë axhendat e atyre. Më tej, në një situatë kur reklamata qeveritare vazhdojnë të jenë një prej burimeve kryesore për shumicën e organeve të medias (për shembull, në IRJ të Maqedonisë, qeveria është reklamuesi i dytë më i madh), pronarët e medias përpiqen t'i vënë fre kritikave të gazetarëve të tyre ndaj qeverisë në këmbim të më shumë reklamave qeveritare.

Një studim i kryer nga Rrjeti i Europës Jug-Lindore për Profesionalizimin e Medias (SEENPM) në 17 vende ish-komuniste, përfshi të gjitha vendet e Ballkanit, arriti në disa përfundime interesante lidhur me pronësinë e medias dhe ndikimin e saj mbi pavarësinë dhe pluralizmin e medias (Hrvatini dhe Petkovic, 2004). Nuk janë faktorët ekonomikë që vënë në lëvizje tregjet mediatiqe në Ballkan. Një numër relativisht i madh gazetash të përditshme erdhën në jetë me qëllim mbështetjen e interesave të caktuara politike. Disa pronarë blejnë organe të medias me qëllim që të sigurojnë mbështetje për linjat e tjera të bizneseve të tyre (Hrvatini dhe Petkovic, 2004, f. 22-3). Në fakt, media në Ballkan duket se funksionon në një fazë para-treg, duke pasur parasysh që termi 'treg' nënkupton ekzistencën e një sistemi, i cili në fakt mungon.

Studimi arrin përfundimin që pronësia e medias në vendet ish-komuniste, përfshi Ballkanin, është e paqartë dhe jotransparente. Megjithëse në shumicën e vendeve të tilla ka legjislacion të miratuar që, përgjithësisht, është mjaft i përparuar, dhe që ndalon përqendrimin e pronësisë së medias në pak duar, individë të fuqishëm, shpesh me lidhje të dyshimta, mbizotërojnë gjithmonë e më shumë në tregun e medias, duke anashkaluar legjislacionin ekzistues. Sipas sondazheve, pas partive politike, media është institucioni më jo-transparent në Shqipëri (shih www.institutemedi.org).

Ndodh jo rrallë që i njëjti pronar (që interesin kryesor ka industrinë e naftës apo ndërtimit, në mënyrë tipike) të ketë në pronësi një gazetë, të ketë aksione në një kompani televizive, të ketë kompaninë e vet të internetit, dhe sigurisht klubin e vet të futbollit. Ndërkohë që ky mund të jetë përjashtimi nga rregulli në disa vende, në Shqipëri, ky fenomen përbën rregullin.

Nga ana tjetër, në thujtse të gjitha vendet mund të vihet re një prani e madhe e pronarëve të huaj të medias. Grupi gjerman Westdeutsche Allgemeine Zeitung (WAZ) kontrollon gazetave kryesore në të gjitha vendet e Ballkanit. Nëse dhjetë vjet më parë njerëzit në Ballkan filluan të flisnin mbi privatizimin e medias, sot mund të flasin fare mirë për *priWAZizimin* e medias.

Prania e pronarëve të huaj të medias është shoqëruar me probleme dhe debate në rajon. Botuesit vendas të gazetave janë ankuar për pozicionin monopolist të WAZ dhe çmimet damping të aplikuara nga gjigandi gjerman i medias, të cilat e kanë vështirësuar pikërisht mbijetesën e tyre. Të tjerë mendojnë që WAZ është i gatshëm të flirtojë me qeveritë në rajon, apo të paktën t'i lërë rehat në mënyrë që fitimet e kompanisë të mos preken.

Të tjerë mendojnë se prania e pronarëve të huaj mediatikë ka pasur një ndikim pozitiv. WAZ dhe të tjerë janë përpjekur të nxisin vendosjen e rregullave në tregje ku, në fakt, këto rregulla ose nuk ekzistonin ose thjesht shkeleshin. Pronarët e huaj përgjithësisht janë më të distancuar se ata vendas nga interesat politike të ditës. Siç u shpreh në një intervistë Përfaqësuesi i Organizatës për Siguri dhe Bashkëpunim në Europë (OSBE) për Lirinë e Medias Miklós Haraszti, 'më mirë pronari i huaj se sa oligarku vendas; më mirë investim nga një kompani profesioniste mediatike se sa, ta zëmë, bankat vendase, kompanitë vendase të naftës, kompanitë vendase të energjisë, secila prej të cilave ka median e vet për qëllimet e veta në të cilat mund t'u kanosen apo të censurojnë gazetarët e tyre' (Haraszti, nd).

Nëse do të ndaleshim tek çështja e transparencës në pronësinë e medias (who owns what), thjesht do gërvishtnim sipërfaqen. Pronësia mediatike mund të jetë e fshehtë, por nuk është mister. Nuk është e vështirë të këqyrësh regjistrat e pronësisë së medias dhe të zbulosh në to emrat e bashkëshorteve dhe të afërmeve të politikanëve. Po të gërmosh pak më thellë, arrin tek çështja më problematike e transparencës së financimit të medias (who pays whom). Çështja e transparencës është zhvendosur nga shqetësimet mbi transparencën e pronësisë tek shqetësimet mbi transparencën e financimit të medias. Këtu qëndron edhe misteri. Vite më parë, kryeministri i Shqipërisë Fatos Nano deklaroi në parlament se 'thujtse 50 përqind e financimeve të medias vijnë nga burime të

panjohura' (raportuar në **Sot**, 6 korrik 2004). E njëjta shifër citohej edhe nga Indeksi mbi Qëndrueshmërinë e Medias për vitin 2010, sipas të cilit nga të gjitha bilancet financiare të paraqitura në Këshillin Kombëtar të Radio Televizionit (KKRT), 'deri 50 përqind e shpenzimeve nuk mbuloheshin dhe nuk shpjegoheshin' (IREX, 2010, f. 13). Duke pasur parasysh mungesën e transparencës së tregut të reklamave dhe mungesën e kërkimeve në këtë fushë, si edhe mungesën e vullnetit të vetë medias për të ofruar të dhëna të tilla, deri më sot, burimet e financimit të medias mbeten të paqarta.

TË RUASH QENIN ROJE

Po gazetaria investigative? A është e mundur, në rrethana të tilla, që media të përmbushë rolin e vet si qen roje që kontrollon qeveritë? Edhe pse ka një numër arritjesh të pamohueshme, gazetaria investigative në Ballkan mbetet në nivele të pakënaqshme për një numër arsyesh.

Së pari, Ballkanit i mungon tradita e gazetarisë investigative. Gazetaria propagandë e periudhës komuniste, në njëfarë mase, u zëvendësua nga gazetaria e anshme e epokës post-komuniste. Mjedisi tejet i politizuar ballkanik ka ushtruar ndikimin e vet edhe mbi zhvillimin e medias.

Së dyti, vështirësitë e tranzicionit ballkanik, prania e madhe e krimit të organizuar dhe një sistem gjyqësor i dobët nuk përbëjnë mjedis të favorshëm për zhvillimin e gazetarisë investigative, edhe pse pikërisht për këto arsye, gazetaria investigative është më e nevojshme se kurrë. Gazetarët që dëshirojnë të investigojnë në Ballkan duhet të marrin parasysh që shkelin në terren të parrahur, mbushur me rreziqe. Këto rreziqe mund ta vijnë, për shembull, nga sektorët qeveritarë, grupet kriminale apo mafia.

Së treti, në rajon vazhdon të lulëzojë mentaliteti i fortë sipas të cilit informacioni është monopol i shtetit dhe jo pronë publike. Megjithëse vendet e Ballkanit kanë miratuar disa prej ligjeve më të përparuara mbi aksesin në informacion (për shembull, në Shqipëri, Bosnje-Hercegovinë dhe Malin e Zi), strukturat shtetërore, dhe jo vetëm strukturat shtetërore, janë ende tepër hermetike dhe të mbyllura. Mjedisi ballkanik zor se mund të konsiderohet transparent. Marrja e informacionit konsiderohet privilegj më shumë se sa detyrim i përcaktuar në ligj dhe mungon kultura

e hapjes. Këto rrethana thjesht përbëjnë një pengesë shtesë përpara gazetarisë investigative.

Së katërti, në rajon ekziston një fenomen që mund ta quanim banalizim të luftës kundër krimit dhe korrupsionit. Me fjalë të tjera, ekziston një situatë në të cilën, ngaqë kushdo akuzon cilindo për përfshirje në krime dhe korrupsion, edhe historitë e vërteta që zbulojnë gazetarët përballen me mosbesim dhe skepticizëm. Në mënyrë të ngjashme, fakti që askush nuk reagon pasi akuzat botohen në shtyp çon në një atmosferë shkurajuese për gazetarët.

Së pesti, gazetaria investigative, nga natyra, kërkon kohë dhe para. Jo të gjitha organet e medias i kanë burimet e nevojshme për të investuar në njerëz, kohë dhe para për histori investiguese. Në mënyrë paradoksale, ato organe të medias që nuk kanë interes për gazetarinë investigative, për shkak të karakterit tabloid apo lidhjeve të dyshimta me biznesin dhe politikën, janë pikërisht ato që zotërojnë kohë dhe para të mjaftueshme. Ndërsa ato media që kanë interes nuk kanë mjetet e nevojshme financiare për ta bërë këtë.

Së gjashti, lidhjet e ngushta midis medias, biznesit dhe politikës, e ashtuquajtura sindroma Berlusconi, të cilat kanë ndikuar në mënyrë të konsiderueshme peisazhin mediatik të Ballkanit, nuk e favorizojnë gazetarinë investigative të pavarur. Kjo sindromë kërkon që gazetarët t'u shërbejnë interesave të pronarëve të medias, jo atyre të publikut. Ky fenomen mund të shihet mjaft qartë në Malin e Zi, ku debati gazetaresk profesionist është zëvendësuar nga debati midis pronarëve të medias mbi interesat e bizneseve të tyre. Duket se edhe media nga ana e saj është e prekur deri diku edhe nga korrupsioni. Është e qartë që nuk mund të presim gazetarinë e duhur investigative nga një organ i korruptuar i medias.

Së shtati, gazetaria investigative kërkon trajnim, i cili kushton gjithashtu. Sidomos gjatë viteve 2000 janë zhvilluar një seri kursesh trajnimi mbi gazetarinë investigative, por në shumicën e rasteve nuk kanë qenë të lidhura mes tyre dhe nuk ka pasur punë në vijimësi.

Megjithatë, pavarësisht vështirësive dhe problemeve, janë për t'u përmendur disa arritje të dukshme të gazetarisë investigative në Ballkan.

Një prej programeve televizive më popullore në Shqipëri, **FIKS FARE**, i cili prodhohet nga televizioni Top Channel, në fakt, është një format original i gazetarisë investigative. (Sipas një anketimi të Institutit për Kërkimet e Zhvillimit dhe Alternativat (IDRA, 2009), publiku shqiptar e konsideron median si institucionin që kontribuon më shumë në luftën kundër korrupsionit.)

Gazetari kroat Drago Hedl është bërë i mirënjohur për artikujt e tij investigativë mbi krimet e luftës në ish Jugosllavi, por këto kanë çuar edhe në disa kërcënime me vdekje kundër tij.

Rrjeti i gazetarisë investigative BIRN po ashtu po jep një kontribut domethënës për zhvillimin e gazetarisë investigative në rajon. Gazetarët e BIRN jo vetëm kanë investiguar me sukses një numër çështjesh të rëndësishme, por edhe kanë ofruar standarde të reja gazetarie në Ballkan.

DILEMA ETIKE, TË REJA DHE TË VJETRA

Një shqyrtim i rolit të medias në shoqëritë ballkanike në tranzicion nuk do të ishte i plotë pa një analizë të perceptimeve të publikut të treguara nga media dhe imazhin e medias siç perceptohet prej audiencave të saj. Sigurisht, këto perceptime dhe imazhe nuk janë statike. Ndryshojnë dhe ndryshojnë shpejt.

Për ironi, jetojmë në një kohë kur, ndërkohë që kërkesa për produktet e medias rritet me shpejtësi, imazhi i medias përpara publikut është në rënie. Sipas një sondazhi të kryer nga Instituti Shqiptar i Medias mbi ndikimin e medias në shoqërinë shqiptare aktualisht, 60 përqind e të pyeturve u përgjigjën se media shkakton problem dhe vetëm 23 përqind u shprehën se media jep një kontribut pozitiv për mjedisin shoqëror. Vetëm 12.5 përqind e të pyeturve ishin të kënaqur me gazetartë ndërkohë që pjesa tjetër shprehën pakënaqësi ose indiferencë lidhur me rolin e medias në shoqërinë shqiptare.

Duket paradoksale: ndërkohë që shtypi i lirë është një prej arritjeve më të rëndësishme të demokracive të reja, imazhi i tij në sytë e publikut është përgjithësisht negativ. Për mendimin tonë, kjo nuk do të thotë që publiku është i lodhur nga fjala e lirë; në fakt, duhet parë si një sinjal i qartë që njerëzit kërkojnë një shtyp më të përgjegjshëm.

Kjo do të kërkojë kohë. Marrëdhënia e padrejtpeshuar midis lirisë dhe përgjegjshmërisë në media është një pasqyrim i drejtpërdrejtë i ekuilibrit (ose ndoshta çekuilibrit) të kësaj dikotomie në shoqëritë ballkanike, në të cilat demokracia shihet më shumë në kuptimin e lirisë dhe të drejtave se sa në kuptimin e detyrave dhe përgjegjësiave.

Në rajon mund të vëzhgohen dy shkolla mendimi. E para është ajo që i sheh gazetarët si 'djaj të nevojshëm' dhe i demonizon ata; tjetra është ajo që i sheh ata si përfaqësues të pushtetit të katërt, cka hera-herës, bën që media të marrë rolin e mjeshtrit që di gjithçka dhe thotë fjalën e fundit mbi gjithçka.

Jo pa arsye ekziston një skepticizëm i përhapur kaq gjerësisht mbi etikën e medias dhe fuqinë në rritje të saj. Ajo që po shohim në rajonin e Ballkanit, sot, është një krizë e profesionit të gazetarisë, që shoqërohet nga një rënie e shpejtë në standardet e gazetarisë. Siç nënvizohet me të drejtë në strategjinë e re të SEENPM, 'tabloidizimi i mediave të lajmeve duket se është një rrymë mbizotëruese dhe paraqitja sensacionale shpesh del mbi raportimin e thelluar, të paanshëm dhe të saktë' (Orban, 2010).

Për fat të keq, liria e shprehjes ndonjëherë është përkthyer si 'licensë për gjueti'. Shënjestrat e kësaj gjuetie nuk janë vetëm politikanët dhe njerëzit e biznesit, por në fund të fundit, vetë qytetarët. Siç shkruan gazetari i mirënjohur serb Veran Matic, 'shumë kompani paguajnë për hapësirë reklamash dhe mbështesin tabloidet financiarisht që të mund të fillojnë fushata të orkestruara kundër shënjestrave të caktuara. Një karrierë mund të shkatërrohet edhe për 500 euro; një kundërsulm është po aq i mundur, por kushton shumë më tepër' (Matic, nd).

Arroganca e medias po bëhet pothuajse normë. Ky banalitet në media është po aq reflektim i banalitetit në politikë sa dhe rezultati i mungesës së profesionalizmit (ose ndoshta mediokritetit) të stafëve që mund të gjenden në dhomat e sotme të lajmeve. (Mos ndoshta kemi zëvendësuar diktaturën komuniste me diktaturën e banalitetit? Kjo ishte pyetja e ngritur në Konferencën e fundit mbi Etikën e Gazetarisë në Stamboll, në shkurt 2010, e cila i referohej standardeve të ulëta profesionale të gazetarisë së sotme në Ballkan.)

'A po e humb media ballkanike betejën me tabloidizimin?' Ky ishte titulli i një artikulli të botuar në **Balkan Insight** në maj 2010. Kjo është një pyetje që pasqyron një shqetësim në rritje mbi disa prirje negative në zhvillimin e medias në Ballkan si dhe në zona të tjera. Besim Spahic, profesor në Fakultetin e Shkencave Politike të Sarajevës, flet mbi një 'revolucion koshi' në media, i cili 'i shkon për shtat më së miri interesave politike, duke i bërë anestezi masave përballë realiteteve të egra ekonomike.' 'Tabloidizimi ka të bëjë më shumë se sa me shitjet; ai ka një axhendë. Ka të bëjë me shmangien, pasvizimin, tërheqjen e vëmendjes kah tema e çështje të parëndësishme,' përfundon Spahic (2010).

Kriza financiare e goditi rëndë median në rajon, sidomos botimet e shtypit që kishin qenë në vështirësi që më parë. Si rezultat i falimentimeve, shkurtimeve në masë dhe uljes së pagave, pozita e gazetarëve në tregun e punës është përkeqësuar ndjeshëm. Kjo ndikon drejtpërdrejt në punën e reporterëve dhe, në vend që të çojë në cilësi, çon në 'gazetarinë sasiore.' Sipas së përditshmes **Vreme** të Beogradit, 'e gjithë industria e medias po kthehet kah përmbajtja që asimilohet lehtë dhe është tërheqëse për reklamuesit,, ndërkohë që lë pas dore informacionin e thelluar dhe të domosdoshëm' (Cremer, 2010).

Lindja e teknologjive të reja e ka revolucionizuar zhvillimin e medias dhe po e ndryshon në mënyrë radikale profesionin e gazetarëve. Kultura e e-mailit dhe rrjetet sociale po përhapen me shpejtësi në rajon. Për shembull, IRJ e Maqedonisë, një vend me 2 milionë banorë, ka 400,000 profile në Facebook, Shqipëria me 3,5 milion banorë ka një milion profile në Facebook.

Përveç dilemave tradicionale etike, përhapja e internetit ka shtuar një numër të ri dilemash të reja dhe ka ngritur disa pikëpyetje mbi profesionin e gazetarisë. Blogjet, forumet e diskutimit dhe mjete të tjera e kanë demokratizuar gazetarinë në mënyrë domethënëse, ndërkohë që, në të njëjtën kohë, e kanë bërë edhe më komplekse.

Ndërkohë që nga njëra anë interneti, media e re dhe teknologjitë e reja sigurisht kanë ofruar më shumë shanse për lirinë e shprehjes, gazetarinë qytetare dhe demokracinë në përgjithësi, nga ana tjetër, kjo liri ka çuar edhe në shqetësime të reja, të tilla si përhapja e thashethemeve, akuzat e pabaza, kritikrat e tepërta dhe, në raste më ekstreme, në gjuhën e urrejtjes.

Ajo që mund të vërehet anembanë rajonit, por sidomos në Kroaci, IRJ të Maqedonisë, Shqipëri dhe Kosovë (nën Rezolutën 1244 të KS), është transformimi i blogosferës në një 'sferë të gjuhës së urrejtjes,' ku, në fakt, është shpallur përsëri lufta midis nacionalistëve dhe ekstremistëve që vijnë kryesisht nga diasporat. Standardet e gazetarisë profesioniste dhe kodet e sjelljes nuk para zbatohen në blogosferën ballkanike.

Në të gjitha vendet e rajonit janë hartuar dhe miratuar kode etike, por në përgjithësi ato ngelen vetëm në letër. Ndërkohë që kode të tilla ekzistojnë, mekanizmat apo organet që i vënë ato në zbatim, të tilla si këshillat e shtypit, komisionet për ankesat e shtypit, ombudsmenët e shtypit e kështu me radhë ose janë në hapat e parë të jetës ose mungojnë plotësisht.

Sipas ekspertit bullgar të medias Ognian Zlatev, miratimi i mekanizmave vetë-rregulluese ka qenë një proces i ngadaltë dhe deri më sot i papërfunduar. Rruga drejt konsensusit mbi standardet e gazetarisë që i shërbejnë interesave të të gjithë bashkësisë demokratike është e vështirë dhe shpesh e dhimbshme. Një konsensus i tillë është i vështirë dhe problematik veçanërisht në kontekstin e ripolitizimit të medias. Sipas Zlatev, faktorë të tjerë që i zënë rrugën ngritjes së mekanizmave të tilla janë mungesa e traditës dhe përvojës me vetë-rregullimin në të gjithë rajonin; përmasat e vogla të tregjeve mediatike, çka do të thotë që organet e medias nuk mund të mbijetojnë ekonomikisht pa ndërhyrjen financiare të grupeve të tjera; presioni këmbëngulës politik sidomos mbi median e shërbimit publik, si dhe mbështetja për gazetarinë besnike (kundrejt gazetarisë kritike); bashkëpunimi i ngushtë dhe varësia e ndërsjellë midis elitave politike e grupeve të biznesit me interesa në industrinë e shtypit dhe medias, çka i ekspozon gazetarët ndaj varësisë si politike ashtu edhe ekonomike (Zlatev, 2009, f. 1).

Megjithëkëtë, përvojat në Turqi, Bosnje-Hercegovinë dhe Kosovë (nën Rezolutën 1244 të KS) ku këshillat e shtypit funksionojnë, sugjerojnë që vetë-rregullimi në Ballkan nuk është mision i pamundur. Nga ana tjetër, përpjekjet për të ngritur organe të tilla vetë-rregulluese në Malin e Zi, Serbi dhe IRJ të Maqedonisë tregojnë që nuk ekziston ndonjë formulë a recetë e gatshme që mund të zbatohet në të gjitha vendet. Vështirësitë që po e shoqërojnë këtë proces në Shqipëri dhe Kroaci demonstrtojnë që vetë-rregullimi është një proces që as mund të importohet e as mund të imponohet.

Një analizë e situatës së medias në Ballkan (ashtu si çdo analizë mbi Ballkanin) mbart gjithmonë rrezikun që të kthehet në një inventar problemesh aq sa, kur arrin në fund, s'ka se si të mos krijohet përshtypja se përqsja ka qenë tepër negative. Ndoshta këto faqe nuk kanë qenë të imunizuara nga kjo sindromë. Megjithatë, autori duhet të theksojë faktin që nëse duam të përdorim një kuadër apo sistem krahasues, ky duhet të përbëhet nga standardet që përdoren në vendet demokratike dhe jo ato të regjimeve totalitare dhe autoritare që kemi lënë pas.

'Kurrfarë krahasimi, asnjë i tillë, nuk është i mundur midis peizazhit djerrë të medias komuniste, e cila ishte e anshme politikisht dhe përdorte një gjuhë të drunjtë dhe medias së tanishme, e cila karakterizohet nga diversiteti, dinamizmi dhe ndryshimi i shpejtë,' shkruanin gazetarët rumunë Marian Chiriac dhe Daniel Cain (2000). Në rajonin tonë media i ka lënë pas ditët e vjetra të komunizmit, por konturet e së ardhmes së tyre mbeten të mjegullta.

REFERENCA

- Balkan Insight.** 2010. In-depth: Balkan media losing the battle with tabloidisation? *Balkan Insight*, 28 May. Available <http://www.balkaninsight.com/en/article/in-depth-balkan-media-losing-the-battle-with-tabloidisation> (Accessed on 10 December 2010.)
- Brunner, N. S.,** Gredelj, S., Hodžic, A. and Krištofic, B. eds. 2000. Media and war: Centre for Transition and Civil Society Research, Belgrade.
- Brzezinski, Z.** 1995. Fifty years after Yalta: Europe and the Balkans' new chance. *Balkan Forum* (Skopje), Vol. 3, No. 2, p. 9.
- Chiriac, M.** and **Cain, D.** 2000. Role of the media in the post-communist period. *Balkan Media* (Bucharest), Vol. 9, Spring.
- Cremer, D.** 2010. Footprint of the financial crisis in the media, Serbia. Open Society Institute Media Program, January.
- Freedom House** (2009) *Press Freedom World Ranking 2009*. Available at: <http://www.freedomhouse.org/template.cfm?page=251&year=2009> (Accessed on 25 November 2010.)
- FRIDE.** 2010. *Democracy in Albania*. Madrid, Publicaciones FRIDE, April. Available at <http://www.fride.org/publication/758/democracy-in-albania> (Accessed on 26 November 2010.)
- Goban-Klas, T.** 1997 *The Orchestration of the Media*. Boulder, Colo., Westview Press.
- Haraszti, M. A** shifting media landscape. Available at: <http://www.eurozine.com/articles/2009-03-20-haraszti-en.html> (Accessed on 25 November 2010.)
- Hedl, Drago.** Us and them: Croatia, mafia, media and murder. Available at: <http://www.eurozine.com/articles/2009-03-20-hedl-en.html> (accessed 25 November 2010.)
- Hrvatín, S. B.** and **Petković, B.** 2004. *Media Ownership and its Impact on Media Ownership and Pluralism*. Ljubljana, SEENPM-Peace Institute.
- Institute for Development Research and Alternatives (IDRA).** 2009. *Corruption in Albania: Perception and Experience Survey 2009*. Available at <http://www.idra-al.org/cs2009/index2.php> (Accessed on 26 November 2010.)

IREX. 2010 *Media Sustainability Index 2010*. Available at: <http://www.irex.org/project/media-sustainability-index-msi> (Accessed on 26 November 2010.)

Lubonja, F. 2009. On the miserability of media. *Gazeta Tema* (Tirana). 17 October.

Mazowiecki, T. 2005. Special Report on the Media in Former Yugoslavia. Available at: <http://assembly.coe.int/Main.asp?link=/Documents/WorkingDocs/Doc96/EDOC7510.htm> (Accessed on 10 December 2010.)

Matic, V. Serbia: Media maneuvers in a wounded society. Available at: <http://www.eurozine.com/articles/2009-03-20-matic-en.html> (Accessed on 26 November 2010.)

McQuail, D. 2000. *McQuail's Mass Communication Theory*, 4th edn. Sage, London.

Michnik, A. 1995. Samizdat goes public. *Media Studies Journal* (New York) Summer, p. 74.

Nikolchev, I. 2000. Quoted in *Global Network* (Bucharest), No. 13. Available at: <http://www.scribd.com/doc/25254348/The-Global-Network-Le-rEseau-Global-I> (Accessed on 26 November 2010.)

Open Society Foundations. 2010. Footprint of financial crisis in the media. London, Open Society Media Program, January. Available at: http://www.soros.org/initiatives/media/articles_publications/publications/financial-crisis-media-20091201 (Accessed on 26 November 2010.)

Orban, S. South East European Network for Professionalization of the Media. Conference paper, Tirana.

Reporters sans Frontières. 2010. Press Freedom Index 2010. Available at: <http://en.rsf.org/press-freedom-index-2010,1034.html> (Accessed on 26 November 2010.)

Sartori, G. 1999. *What Is Democracy?* Tirana, Dituria.

Spahic, B. 2010. Are the Balkan media losing the battle with tabloidization? *Balkan Insight*, May.

Thompson, M. 1999. *Forging War: The Media in Serbia, Croatia, Bosnia and Herzegovina*. Luton, UK, University of Luton Press.

Zlatev, O. 2009. Self-regulation in South East Europe. Conference paper, Tirana, March.

'ROJTARI I VETMUAR' SI MISIONAR I NDËRGJEGJES: ROLI I OMBUDSMENIT TË LAJMEVE

Yavuz Baydar

HYRJJE

Për dhjetëvjeçarë të tërë, ka pasur një shqetësim në rritje mbi mënyrën se si gazetarët mund të ushqejnë, apo në shumë raste të rivendosin, besimin midis vetes dhe audiencës së tyre. Ekzistojnë një numër arsyesh pse besimi publik në cilësinë e lajmeve dhe sjelljen etike të atyre që i prodhojnë ato është venitur, duke ndikuar të gjithë median anekënd botës. Janë zhvilluar zgjidhje dhe modele institucionale të ndryshme për ta trajtuar problemin dhe këto kanë arritur shkallë të ndryshme suksesi. Është e domosdoshme për gazetarinë si profesion që të trajtohet çështja e besimit të publikut tek lajmet dhe tek ata që i prodhojnë ato.

Në demokracitë në tranzicion apo në lindje e sipër, media e besueshme dhe e pavarur është parë se ka rëndësi kyçe për stabilitetin politik dhe shoqëror. Në këto mjedise, mediat shpesh janë një prej aktorëve kryesorë që mbështesin proceset demokratike, përforcojnë domenin e të drejtave dhe të lirisë, si dhe ndihmojnë për të eliminuar mentalitetin që pranon shtypjen.

Një sektor i guximshëm i medias duhet edhe të investigojë dhe luftojë korrupsionin. Abuzimi i pushtetit është një pengesë për ato shoqëri që përpiqen të kryejnë tranzicionin për në demokraci. Me qëllim që të sjellin ndryshim dhe të kenë një ndikim pozitiv jetëgjatë, është e domosdoshme që vetë media të jetë e pastër, transparente dhe llogaridhënëse.

Një prej modeleve më eficiente të zhvilluara në dhjetëvjeçarët e kaluar për të ruajtur integritetin e medias është institucioni i ombudsmanit të medias, një koncept modern 'i brendshëm' për vetë-kritikën dhe vetë-rregullimin. Dallon nga forma të tjera mbikqyrjeje të cilat mbështeten tek agjencitë e jashtme apo një zë kolektiv. Përderisa ombudsmani i

medias është një rol që i akordohet një individi, është relativisht e lehtë të zbatohet si dhe fleksibël dhe që mund të përshtatet për organe lajmesh individuale dhe audienca specifike.

Numri i madh i ombudsmenëve të lajmeve, të ndodhur në mbi 20 vende, provon që model ii ombudsmanit funksionon. Ombudsmenët ofrojnë një shërbim suksesi i të cilit është i vërtetueshëm dhe cilësia e të cilit është e prekshme.

Ky studim është një sprovë për të hedhur dritë mbi aspekte të ndryshme të modelit të ombudsmanit të lajmeve. Është edhe sprovë për të shpjeguar se pse rolet që ombudsmenët luajnë mund të jenë një aset për një sektor të medias që përpiket të arrijë cilësinë dhe besueshmërinë.

HISTORIKU: ORIGJINA E ZYRËS SË OMBUDSMENIT

Ombudsmenët datojnë që nga fillimet e shekullit të nëntëmbëdhjetë, kur mbreti i Suedisë dhe parlamenti suedez ranë dakord për një metodë me anë të së cilës të merreshin me ankesat nga qytetarët që e shihnin veten viktime të qeverisjes me të meta. Në vitin 1809 u ngrit një zyrë inspektimi të pavarur, kryesuar nga një zyrtar të cilit iu dha statusi i një ministri. **Justitieombudsman** (ombudsmeni i drejtësisë) kishte të drejtën të gjykonte një apelim individual kundër një organi qeverisës duke ofruar kështu mbrojtje prej autoritetit arbitrar të shtetit.

Art Nauman, një ish-ombudsmen për gazetën **Sacramento Bee** (Kaliforni, SHBA) dhe president i Organizatës së Ombudsmenëve të Lajmeve (OOL), i referohet një studiuesi amerikan që kishte gjurmuar zanafillën e konceptit tek një term shumë më i vjetër skandinav për kujdestarin shtëpiak 'njeriu që kujdeset që të hiqen dëbora dhe plehurat nga rrugët dhe të pastrohen oxhaqet.' Megjithatë, koncepti i ombudsmenit ka zhvilluar një kontekst të ri historik dhe ka arritur të marrë kuptimin e 'një personi që përfaqëson publikun,' 'një person i deleguar' dhe 'përfaqësuesi i qytetarëve' (Nauman, 1994). Ombudsmani është bërë një term ndërkombëtar i konsoliduar gjerësisht dhe që përdoret për të përkufizuar një organ që ka pavarësi të mirëfilltë për të kontrolluar autoritetet. Në Suedi, koncepti u zgjerua dhe përfshiu ombudsmenë në

fusha të ndryshme: barazia racore dhe gjinore, të drejtat e fëmijëve, si dhe shtypin.

Proto-forma të institucionit të ombudsmenit i gjejmë edhe tjetërkund në histori. Studiuesi brazilian Javio Faria Mendes shkruan se 'Përpara përvojës suedeze kishin ekzistuar 'dëgjuesit.' Në Brazilin kolonial peshkopët kishin funksionin e 'dëgjuesve të kurorës,' çka çoi në lindjen e shprehjes popullore 'Ankoju peshkopit.' Në Romën e lashtë, tribuna e njerëzve dëgjonte ankesat e qytetarëve (Mendes, 1999).

'Tregoja hallet Marko Pashës!' vazhdon të jetë një thënie popullore në Turqi, e cila i referohet traditës shekullore otomane të 'Ahi' apo 'burrat e mençur.' Ky ka qenë një model që funksiononte në Perandorinë Otomane dhe ofronte një formë të drejtpërdrejtë komunikimi midis sulltanit dhe subjekteve të tij mbi çështje që kishin të bënin me etikën e punës. Ishte një kanal perms të cilit subjektet e sulltanit, kur ndjenin se po keqtrajtoheshin, përballeshin me diskriminim, apo/dhe lireshin pas dore.

Kërkimet e kohëve të fundit sugjerojnë që Mbreti Karl i XII-të i Suedisë, gjatë periudhës së gjatë si 'vizitor' i sulltanit në fillim të shekullit të tetëmbëdhjetë (pas mundjes së suedezeve në betejën e Poltavës me ushtrinë ruse) u frymëzua nga tradita otomane e Ahi dhe e importoi në Suedi. Më pas koncepti u perhaps nga Suedia në Finlandë (1919), Danimarkë (1955) e pastaj në Novergji dhe Zelandën e Re (1962).

Ombudsmenët dhe shtypi

Në fillimet e shekullit të njëzetë, shtypi ndjente nevojën për t'iu përgjigjur një ndjenje trazimi në rritje mes lexuesve. Lexuesit po ngrinin pikëpyetje mbi ato që lexonin dhe që priteshin të besonin. Pasaktësitë u rritën me të njëjtin ritëm si dhe tirazhi i gazetave. Suedezët largpamës vendosën në vitin 1916 që të ngrinin Këshillin Suedeze të Shtypit – i njohur edhe si 'Gjykata e Nderit' – për t'u marrë me spektrin e gjerë të ankesave.

Këshilli funksionoi deri në vitin 1969 kur u ripërkufizua si Allmaenhetens Pressombudsman (ombudsmeni i shtypit për publikun). Një gjë e tillë ndodhi si përgjigje ndaj zhgënjimit publik në rritje lidhur me sjelljen joetike, veçanërisht lidhur me shkeljet e privatësisë, raportimin sensacional të kronikës dhe vrasjet e përhapura të personalitetit të figurave publike.

'Nga ana e tij, shtypi suedez trembej se do miratoheshin ligje që do ta kufizonin median nëse sistemi ekzistues apo vetë-disiplina nuk vihej në pozita të tilla që t'i përgjigjeshin më shumë shkëljeve' (Mendes, 1999).

Shtypi i SHBA në fillimet e shekullit të njëzetë ishte po aq i shqetësuar mbi skepticizmin publik në rritje. Në vitin 1913, Ralf Pulitzer, i biri i botuesit legjendar Joseph Pulitzer, vendosi të ngrinte një Byro të Saktësisë dhe Lojës së Ndershme në gazetën *New York World*. Qëllimi i deklaruar ishte 'të korrigjohej pakujdesia dhe hiqeshin qafe falsifikimet dhe falsifikatorët.' Anëtarët e stafit – një drejtor dhe dy ndihmës – investigonin ankesat, shkruanin korrigjimet, mbanin një regjistër të gazetarëve që kishin përgjegjësi për gabimet, si dhe iu përgjigjeshin korrespondencës me lexuesit e pakënaqur. Byroja vazhdoi të funksiononte derisa gazeta u shit në vitin 1931.

Byroja frymëzoi institucione të ngjashme, ndonëse jetëshkurtra, në gazeta të tilla si *Sacramento Bee*, *Minneapolis Tribune* dhe *Philadelphia Ledger*. Në të vërtetë, nëntë vjet pas vendimit të Pulitzer për të krijuar Byronë, *Asahi Shimbun* në Tokio krijoi një komitet për të marrë dhe për t'u marrë me ankesat. Kërkimet e Takeshi Miezwawa, nga Universiteti Keizai i Tokios, sugjeron që ky komitet kishte qenë modeluar sipas Byrosë së gazetës *New York World* (1999).

Një tjetër gazetë japoneze, *Yomiuri Shimbun*, e cila aktualisht ka një prej tirazheve më të larta në botë (afro 14 milionë kopje shpërndahen çdo ditë), ngriti një komitet të stafit të vet në vitin 1938 për të kontrolluar përmbajtjen e saj. Projekti, i cili u fillua sepse raportimet e gazetës kishin çuar në një numër padish, u zhvillua dhe u bë një 'komitet ombudsmeni 28-anëtarësh' në vitin 1951. Komiteti u quajt Komiteti i Inspektorëve të Përmbajtjes së Gazetës dhe ishte një model unik dhe eficient i ombudsmenit të lajmeve që vazhdon të funksionojë (Miezawa, 1999).

Në Shtetet e Bashkuara, nevoja për të zhvilluar mekanizma të vetë-rregullimit u rishfaq në axhendë pas Luftës së Dytë Botërore. Henry Luce, themelues i revistave of *Time* dhe *Life*, mbledhi një grup studiuesish dhe jo-gazetarësh të respektuar në vitin 1947 për të studiuar të metat e shtypit. Pas një studimi të gjatë të grupit, i cili arriti të njihet me emrin Komisioni Hutchins mbi Lirinë e Shtypit, lëshoi një paralajmërim: shtypi duhet të monitorojë veten, ose të rrezikojë të monitorohet nga qeveria:

Një prej mënyrave më të efektshme për të përmirësuar shtypin është e bllokuar prej vetë shtypit. Me anë të një ligji të pashkruar, shtypi injoron gabimet e keqpërfaqësimet, gënjeshttrat e skandalet, për të cilat anëtarët e tij janë fajtorë. (JaCoby, nd)

Gjetjet dhe përfundimet e Komisionit Hutchins nuk ishin ato që donte të dëgjonte shtypi. Ato u injoruan nga elita mediatike e SHBA, e cila gjeti strehim në një periudhë të zgjatur mohimi. Megjithatë, fryma kundër establishmentit në vitet 1960 në SHBA i shtyu pronarët dhe redaktorët e medias ta rishikonin qëndrimin. Një publik në moshë të re, i cili ishte radikalizuar dhe nuk kishte besim tek autoritetet gjatë Luftës së Vietnamit, nuk i fshehnin dyshimet e tyre për median.

Në mars 1967, Ben H. Bagdikian, në atë kohë redaktor i gazetës *Washington Post*, u bë gazetari i parë në SHBA që sugjeroi ombudsmenin e medias si mënyrë për të rifituar besimin. Në një artikull në revistën *Esquire*, shkroi se shtypi në SHBA po vuante nga një mungesë besimi e publikut dhe shpesh, arsyet qëndronin. Për të rifituar publikun, Bagdikian shpresonte se 'ndonjë pronar trim, ndonjë ditë, do të vendoste të kishte një ombudsmen të publikut në bordin e gazetës së tij... për të përfaqësuar; për të folur; për të ofruar një simbol dhe, nëse do kishte fat, për të ushtruar interesin publik në fatin përfundimtar të gazetës amerikane' (cituar në JaCoby, nd).

Bagdikian u pasua nga A. H. Raskin, një reporter me përvojë i sindikatave në gazetën *New York Times*. Në revistën e së dielës të asaj gazete, Raskin sugjeronte që çdo gazetë të ngrinte një Departament të Kritikës së Brendshme: 'Kreut të departamentit i duhet dhënë pavarësi e mjaftueshme në gazetë për të shërbyer si ombudsmen për lexuesit, armatosur me autoritetin për performancë më të efektshme të të gjitha shërbimeve të gazetës për komunitetin, sidomos me patrullimin që i bën kufijve të mendimit dhe veprimt' (cituar në JaCoby, nd).

Ombudsmeni i parë i lajmeve – në Kentaki

Një javë pas botimit të shkrimit të Raskin, në SHBA u krijua posti i parë i ombudsmenit të parë të lajmeve. Në fund, ky do të shndërrohej në një model universal. Nuk ishte as *Washington Post* as *New York Times*, por një e përditshme e vogël e respektuar në shtetin e Kentakit, gazeta *Louisville Courier-Journal*, e cila krijoi postin e parë të ombudsmenit të medias. Redaktori i saj, Barry Bingham Sr., kishte ndjekur debatin mes

kolegëve të tij në Bregun Lindor mbi përgjegjshmërinë e medias, i kishte pëlqyer ideja e ombudsmenit, dhe këmbënguli që një koleg në moshë, John Herchenroeder, të merrte rolin e ombudsmenit të medias.

Nuk kaloi shumë dhe **Washington Post** bëri të njëjtën gjë. Mund të argumentohej se **Post** në fakt përcaktoi tonin real të rolit të ombudsmenit, sepse Ben Bradlee, redaktori legjendar i gazetës, e kishte mbrojtur me forcë idenë përpara bordit të redaktorëve të tij (të cilët ishin të shqetësuar që ai pozicion do të minonte, në vend që të rriste, besueshmërinë e gazetës). Ai argumentonte se lexuesi mesatar i gazetës **Post** ishte po aq inteligjent sa edhe redaktorët apo gazetarët e tij, në mos më shumë. Bradlee shkoi edhe më tej se sa gazeta e Kentakit. Udhëzoi ombudsmenin e pavarur të **Post** që jo vetëm t'ua vinte veshin ankesave, por edhe të komentonte në mënyrë publike dhe kritike performancën e gazetës në kolonën e përhershme. Ky ishte dallimi kryesor me gazetën **Courier-Journal**, ombudsmeni i së cilës raportonte vetëm brenda gazetës. Për rrjedhojë, ngritja e postit të ombudsmenit në gazetën **Washington Post** me gjasë përbën fillimin e vërtetë të epokës së ombudsmenëve të lajmeve.

Në vitet 1970 dhe 1980, shumë gazeta në SHBA dhe Europë (megjithëse pa përfshirë **New York Times**) bënë të njëjtën gjë. Atyre iu bashkuan edhe gazeta **Le Monde** në Francë, **El Pais** dhe **La Vanguardia** në Spanjë, **Volkskrant** në Holandë, **Folha de Sao Paulo** në Brazil, **Guardian** dhe **Observer** në Mbretërinë e Bashkuar, **O Publico** në Portugali, **Maariv** në Izrael, **Politiken** në Danimarkë, **Toronto Sun** në Kanada, **Milliyet** dhe **Sabah** në Turqi, dhe **The Hindu** në Indi, si edhe mjaft të tjera.

Megjithëse ishte media e shkruar ajo që udhëhoqi krijimin e pozicioneve të ombudsmenëve, të njëjtin shembull ndoqën edhe organet e medias elektronike. Transmetuesit publikë në Francë, Kanada dhe Australi ngritën zyrat e ombudsmenëve, duke iu dhënë pavarësi të gjerë 'përfaqësuesve të shikuesve' të tyre, si dhe duke shpalosur një vendosmëri të palëkundur për të institucionalizuar vetë-rregullimin.

Aktualisht, ekzistojnë 47 ombudsmenë me kohë të plotë që janë regjistruar si anëtarë të OOL. Ka 25 anëtarë të asociuar, persona që ose janë ombudsmenë me kohë të plotë apo të pjesshme, ose janë gazetarë dhe studiues të interesuar në këtë fushë. Megjithatë, meqenëse jo të gjithë ombudsmenët në botë identifikohen me OOL, numri i vërtetë i ombudsmenëve të lajmeve është më i lartë, me gjasë midis 100 dhe 200.

RACIONALJA: PSE NEVOJITEN OMBUDSMENËT

Karakteristikat që dallojnë gazetarinë nga profesionet e tjera janë dhe ato që i përkufizojnë gazetarët në një mënyrë të caktuar. Gazetarët e mirë janë informues të pavarur dhe të mprehtë, investigues këmbëngulës të fakteve reale, shqyrtues agresivë të rretheve dhe institucioneve të pushtetit, komentues të lirë dhe këshillues të besueshëm, të cilët praktikojnë profesionin gjithmonë nën dritën udhëheqëse të mendjeve kritike dhe skeptike. Pa themele të forta të etikës, gazetarët, ashtu si dhe mjekët dhe avokatët, do të humbisnin ndjenjën e tyre të qëllimit.

Se kujt i shërbejnë gazetarët dhe çfarë prodhojnë ata duhet gjykuar gjithmonë mbi bazën e përkushtimit të tyre moral dhe dhe ndërgjegjes së tyre. Megjithëse organet e medias duhet të funksionojnë me sukses si biznese në tregje të lira, si dhe duhet të përmbushin pritshmëritë financiare të pronarëve të tyre, media ka edhe angazhimin shoqëror: detyra e tyre parësore është t'i shërbejnë interesave të publikut. Atyre iu është besuar e mira e përbashkët e publikut: vepërimitaria e gazetarëve ka në qendër grumbullimin e sa më shumë informacioni që të mundën dhe shpërndarja e tij në mënyrë të saktë dhe të drejtë. Për t'i shërbyer interesit të publikut, media duhet të ndjekë në mënyrë agresive lajmet dhe të ngrenë pikëpyetje këmbëngultaz mbi institucione dhe individë të fuqishëm, duke i bërë të japin llogari dhe duke nxitur transparencë. Shpesh, e vërteta ka një mijë fytyra dhe ushtrimi i gazetarisë mund të përfshijë drejtimin e pyetjeve shumë të vështira.

Kjo detyrë e veçantë, nëse kryhet mirë, mund të shërbejë si një motor për demokracinë: gazetarët paraqesin lajmet sa më saktë dhe drejt që të mundën, në mënyrë që të ndihmojnë qytetarët të marrin vendimet më të mirëinformuara. Demokracitë ia dalin ose dështojnë sipas masës në të cilën janë në gjendje të bien dakord mbi transparencën dhe llogaridhënie e institucioneve të tyre. Fshehtësia është jo vetëm helmuese për qeveritë qendrore dhe vendore e agjencitë e tyre; fshehtësia është edhe një kërcënim për sektorin privat dhe figurat publike.

Lufta kundër korrupsionit dhe krimeve të tjera bën të nevojshme një media të pavarur dhe të lirë. Me qëllim që media të ketë ndikim dhe të gëzojë besimin e publikut, ato vetë duhet të mbeten të pakorruptuara dhe etike.

Gazetarët veprojnë në emër të publikut duke bërë pyetje dhe duke vëzhguar institucionet publike; ata i bëjnë këto institucione të japin llogari. Por, a do të thotë kjo që media është e përjashtuar nga kritikata nëse gazetarët nuk ia dalin ta bëjnë punën e tyre si duhet? A duhet përjashtuar media nga standardet e transparencës dhe llogaridhënës? A kanë ndonjë të drejtë gazetarët që të kërkojnë që subjektet e lajmeve të jenë transparente dhe llogaridhënëse nëse vetë media nuk është transparente dhe nuk jep llogari?

'E gjitha ka të bëjë me transparencën. Besimi rrjedh nga transparenca. Tregojuni lexuesve se kujdeseni për saktësinë, ndershmërinë, nxjerrjen e lajmit siç duhet dhe keni fituar besimin e tyre. Nëse kanë besim, do të të blejnë,' thotë Stephen Pritchard, president i OOL dhe ombudsmen i **Observer**, në Londër; duke shtuar:

Nuk më shkon në mend asnjë arsye se pse shtypi – me të gjithë ndikimin dhe fuqinë e tij mbi jetët dhe mendjet e njerëzve – nuk duhet t'i nënshtrohet të njëjtit kontroll që i nënshtrohen edhe segmente të tjera të fuqishme të komunitetit: qeveria, ushtria, biznesi, arti, feja, financa e të gjithë me radhë. Sigurisht, është në vetë interesin e shtypit që ky kontroll – i kryer me ndershmëri dhe pa frikë – të vijë nga vetë shtypi. Nëse nuk e bëjmë ne, mund ta bëjë dikush tjetër – ndoshta me motive të liga. (Pritchard, 2009a)

Kultura e gazetarisë

Dihet mjaft mirë që anëtarët e medias përgjithësisht perceptohen si arrogantë kundrejt publikut; që gazetarët kanë 'lëkurë të trashë' kur vjen fjala për kritikata prej lexuesve, dëgjuesve dhe shikuesve të tyre. Pandjeshmëria e gazetarëve ka arritur të ushqejë dyshimet që gazetarët shpesh motivohen prej interesave që nuk përkojnë me ato të publikut dhe që rendin pas axhendave të veta.

Publiku hera-herës mund të tregojë me gisht lajme që janë ekzagjeruar apo mbuluar si fakte për këto 'qëllime të fshehura' të gazetarëve. Mungesa e transparencës lidhur me gazetarinë i bën njerëzit të besojnë që 'ka diçka të dyshimtë atje tej.'

Ashtu si individët në profesione të tjera, edhe gazetarët bëjnë gabime. Si çdo institucion, edhe gazetata e stacionet bëjnë gabime, përfshi pasaktësi,

gabime faktesh, trajtim të padrejtë të burimeve apo subjekteve të lajmeve, mungesë ekuilibri dhe ndershmërie në lajme, anshmëri, përzierje faktesh me opinionet, si dhe titujt çorientues. Këto mund të ndodhin edhe në organet më me emër të medias. Disa raste të ushtrimit të dobët mediatik janë gabime në gjykim që mund të jenë të dëmshme për individët. Të tjerat mund të përfshijnë gënjeshtër, sajesa apo elementë të plagjiaturës. Do të ishte e ndershme të thuhej se është po aq e pamundur të botosh një gazetë të përsosur, pa as edhe një gabim, sa ç'është e pamundur të zhvillosh një transmetim 24-orësh radiofonik apo televiziv të përsosur. Gazetarëve u duhet të jetojnë me këtë fakt.

Gazetarët e dinë që ekzistenca e tyre varet nga pasja e një audience. Stephen Pritchard shpjegon:

Çdo redaktor do të të thoshte se njerëzit më të rëndësishëm për ta janë njerëzit që lexojnë gazetën e tyre, faqen e tyre të internetit, dëgjojnë stacionin e tyre të radios apo shohin kanalën e tyre televiziv. Megjithatë, shtangesh me mënyrën e dobët se si media trajton ata që e konsumojnë atë. Është e vërtetë që kanë faqet për letrat e lexuesve dhe blogjet, kanë departamentet e shërbimit për klientët dhe grupet e fokusimit të marketingut, por sa prej tyre kanë një anëtar të stafit që qëndron i tërhequr nga zallamahia dhe vërtet i dëgjon, e për më tepër, ndërmerr veprime mbi komentet e tyre duke u nisur nga një pozitë vërtet e pavarur brenda organizatës? (Pritchard, 2009b)

Sipas Pritchard, është e qartë që ekzistenca e një ombudsmeni të pavarur ndihmon në ndërtimin e besimit. Për ta vërtetuar këtë tezë, citonte një sondazh të ndërmarrë nga **Observer** në vitin 2007, i cili zbuloi se 77 përqind e lexuesve të tyre u përgjigjën se besimi i tyre përforcohej nga ekzistenca e një redaktori të lexuesve (2009b).

'Ndërgjegjja' e raportimit të lajmit

Ombudsmenët luajnë një rol kyç në ato institucione që e kuptojnë vlerën e transparencës, llogaridhënies dhe sjelljes etike. Ombudsmenët ndërtojnë një urë midis publikut dhe gazetës apo stacionit. Ata ndihmojnë që institucionet e lajmeve të bëhen më transparente karshi audiencës në mënyrë që të shohin se si institucioni i lajmeve funksionon për së brendshmi. Ombudsmenët bëhen zëri kritik i publikut aty brenda.

Duke i dhënë audiencës një ndjenjë përkitjeje, ata promovojnë një marrëdhënie më besimplotë midis audiencës dhe organit të medias.

Për ombudsmenët janë përdorur shumë analogji. Disa thonë se ata janë larësit publikë të të palarave. Të tjerë i përshkruajnë ombudsmenët si 'mjekë të shtëpisë.' Por ndoshta më i përshtatshmi është përshkrimi i rolit të ombudsmenit si 'ndërgjegja e raportimit të lajmit.' Ekzistojnë një numër arsyesh pse ombudsmenët sjellin ndryshime në gazeta dhe stacione. OOL i përmbledh rolet e një ombudsmeni të medias – në këtë mënyrë, edhe arsyet pse një gazetë a stacion duhet ta ketë një të tillë – si më poshtë:

- ✓ Për të pëmirësuar cilësinë e raportimit të lajmit duke monitoruar saktësinë, ndershmërinë dhe ekuilibrin.
- ✓ Për të ndihmuar ofruesin e tij/saj të lajmit që të jetë më i aritshëm dhe llogaridhënës për lexuesit apo anëtarët e audiencës dhe, në këtë mënyrë, të bëhet më i besueshëm.
- ✓ Për të nritur ndërgjegjësimin e profesionistëve të lajmeve mbi shqetësimet e publikut.
- ✓ Për të kursyer kohë për botuesit dhe redaktorët e lartë, apo drejtorët e stacioneve apo të lajmeve, duke kanalizuar ankesat dhe pyetje të tjera drejt një individi përgjegjës.
- ✓ Për të zgjidhur disa ankesa që, përndryshe, mund t'i dërgoheshin avokatëve dhe të shndërroheshin në padi të kushtueshme. (cituar tek Pritchard, 2009b).

Gjithashtu, ombudsmenët ndihmojnë për t'i shpjeguar dhe sqaruar audiencës themelet e praktikave të përditshme të organeve të lajmeve si dhe mënyrën e të menduarit të gazetarëve.

SHTRESAT E FUNKSIONIMIT: DETYRAT E OMBUDSMENIT

Ombudsmenët e lajmeve, në thelb, janë arbitra. Ata veprojnë si vëzhgues të jashtëm të procesit të gazetarisë në organet e tyre mediatike dhe 'i fryjnë bilbilin' kurdo që diçka devijon nga rregulli apo është e padrejtë. Një ombudsmen i lajmeve merr dhe heton ankesat nga lexuesit e gazetave, dëgjuesit e radiove dhe shikuesit e televizioneve. Në fushën e internetit, ekzistojnë një numër në rritje ombudsmenësh që kanë përgjegjësi të

ngjashme me ata që punojnë për organe më tradicionale të medias: kontrollojnë përmbajtjen e lajmeve mbi bazën e ankesave nga audiencia.

Ombudsmenët e lajmeve punojnë në dy kanale, nga jashtë brenda dhe nga brenda jashtë. Ata funksionojnë si zëdhënës për lexuesit, dëgjuesit, shikuesit dhe përdoruesit kur prezantojnë zërin e tyre në organin mediatik, si dhe hetojnë kundravajtjet e brendshme. Ata mund të luajnë edhe një rol për t'i shpjeguar audiencës se si funksionon gazetaria e përditshme, se si qeniet njerëzore (përfshi gazetarët) nuk janë të përkryer, si dhe trajtojnë dyshimet dhe stereotipet negative që publiku mund të ketë kundër ushtrimit të gazetarisë.

Funksioni i parë dhe parësor i një ombudsmeni të lajmeve është të ndihmojë nxitjen e transparencës dhe llogaridhënies në organet e lajmeve. Gjithashtu, një ombudsmeni i lajmeve ndihmon me nxitjen e audiencës që të ndihet se është pjesë e procesit dhe që zëri i tyre dëgjohej dhe merret seriozisht. Duke nxitur transparencën në organet e medias dhe duke krijuar një ndjenjë përfshirjeje për audiencën, ombudsmeni ndihmon në ndërtimin e besimit midis organit mediatik dhe publikut të tij.

Duke ndihmuar përfshirjen e audiencës në organin mediatik, ombudsmenët e sjellin botën e gazetarëve gjithnjë e më pranë publikut, të cilit janë të përkushtuar t'i shërbejnë. Sa më i qartë të jetë roli i gazetarëve për audiencën e tyre, aq më i fortë është angazhimi i audiencës në komunikimin me dy kahe të ombudsmenit.

Detyrat kyçe

Siç përmbledhet në mënyrë të përsosur nga Michelle McLellan, një ish redaktore publike e **Oregonian**, një gazetë e përditshme në SHBA, ekzistojnë gjashtë detyra kyçe të ombudsmenëve:

- ✓ ankesat dhe komentet e lexuesve
- ✓ komunikimi me stafin
- ✓ komunikimi me lexuesit
- ✓ kolonat
- ✓ korrigjimet
- ✓ zgjatja e dorës lexuesve (McLellan, 1999).

Ankesat dhe komentet janë burimi kryesor i punës për ombudsmenët. Numri i ankesave dhe komenteve të marra nga ndonjë organ i medias varion për shkak të faktorëve ku përfshihen përmasat dhe audienca apo tirazhi. Shumica e gazetave të lajmeve marrin mijëra ankesa çdo muaj, McLellan shpjegon:

Njerëzit telefonojnë ose shkruajnë për gabime faktike në gazetë, nëse mendojnë se një artikull tregon anshmëri, apo nëse nuk i pëlqen titulli. Ose nëse mendojnë se një foto është e vrazhdë. Apo nëse nuk pëlqejnë karikaturat. Është e rëndësishme t'u përgjigjesh sa më shumë prej tyre që të jetë e mundur. Kjo është e rëndësishme. Njerëzit që ndjejnë se komentet e tyre injorohen shohin vërtetësinë e ankesave të tyre. (McLellan, 1999)

Teksa vijnë ankesat, dhe ndërkohë që identifikohen ato që kërkojnë një përgjigje, është e rëndësishme që stafi i organit mediatik të informohet mbi natyrën e ankesave. Stafi duhet mbajtur i informuar mbi prijeten e ankesave me qëllim që të kuptojnë se ku qëndrojnë ndjeshmëritë kritike të lexuesve. Të kuptuarit e shqetësimeve të audiencës mund të ndihmojë redaktorët sepse ata marrin vendimet se si duhen reformuar mekanizmat e prodhimit të lajmeve.

Me qëllim që stafi të mbetet i përditësuar mbi natyrën e komenteve dhe ankesave të audiencës, një numër i konsiderueshëm ombudsmenësh përgatisin memorandume të përditshme apo të përjavshme, ndërsa të tjerë ua vënë në dispozicion të gjithë stafit ankesat me postë elektronike të lexuesve. Në pak raste, ombudsmenët kanë organizuar diskutime të brendshme dhe seanca etike për stafin.

Një ombudsmen dhe zyra e tij duhet të jetë sa më lehtësisht në dispozicion të lexuesve. Lexuesit shpesh ndihen të irrituar kur nuk ia dalin të arrijnë deri tek redaktorët apo gazetarët dhe ndihen të pranuar sa herë që është dikush që ka kohën dhe mirësjelljen për t'i dëgjuar apo për t'u përgjigjur email-eve dhe fakseve të tyre. Kjo nuk do të thotë që një ombudsmenduhet të 'monopolizojë' komunikimet midis lexuesve dhe organit të lajmeve; përkundrazi, duhet të nxisin stafin që të jetë i hapur ndaj audiencës.

Numri i telefonit dhe adresa e ombudsmenit duhet të shfaqen dukshëm në gazetë çdo ditë. Ombudsmenët duhet të jenë sa më transparentë që të mundën në punën e tyre. Nëse kanë një kontratë dhe një kod sjelljeje, këto i duhen bërë të njohura publikut (për shembull, në faqen e internetit të organizatës).

Kolonat dhe 'këshillat e lexuesve'

Shumica e ombudsmenëve shkruajnë kolona të rregullta. Është elementi më i rëndësishëm që i bën të dukshëm. Ata 'transmetojnë ankesat e lexuesve dhe vlerësojnë nëse gazeta po iu përmbahet standardeve të pranuar. Edhe kolonat mund të shpjegojnë politikën e gazetës apo të shqyrtojnë çështje të gjera të gazetarisë' (McLellan, 1999). Kolonat e korigjimeve dhe sqarimeve janë një pjesë e praktikës së rregullt të ombudsmenit. Është me rëndësi kyçe që të pranohen gabimet dhe që jepet informacion i saktë. Disa gazeta kanë politikën e kolonave të përditshme, fikse; të tjera i shtypin me raste, sipas nevojës.

'Në disa gazeta, ombudsmeni thotë fjalën e fundit lidhur me botimin e një korigjimi dhe gjithmonë anon kah botimi. Shumë prej nesh kanë hezitimin e natyrshëm për të pranuar gabimet publikisht. Roli i ombudsmenit është të vendosë largësi nga vendimi në emër të lexuesve,' shpjegon McLellan (1999).

Ombudsmenët mund të kenë rëndësi themelore për shtrirjen e dorës drejt publikut. Në disa raste, gazetatat kanë eksperimentuar me 'këshillat e lexuesve' për të përforcuar përpjekjet e tyre drejt ndërtimit të besimit. Kjo aplikohet veçanërisht mirë në gazetatat ku audienca është një komunitet vendor. Në rastet kur ekzistojnë këshillat e lexuesve, ombudsmenët mund të luajnë një rol kyç për organizimin dhe formësimin e kontaktit dhe grupeve të diskutimit, si dhe mund të jenë të dobishëm për lehtësimin e dialogut me menaxhimin editorial për të ndihmuar përmirësimin e përmbajtjes së gazetës.

KUALIFIKIMET: ÇFARË E BËN NJË OMBUDSMEN TË MIRË

Përvoja historike ka treguar se ombudsmenët e rekrutuar për organet e lajmeve vijnë nga dy fusha, gazetaria ose akademia. Opinioni varet nëse përvoja në gazetari apo akademi të përgatit më mirë për rolin e ombudsmenit. Ndërkohë që është argumentuar se ombudsmenët me përvojë akademike theksojnë fort pavarësinë, ata janë kritikuar sepse nuk kanë arritur të jenë realistë. Ombudsmenët me përvojë akademike shpesh priren të përqendrohen më shumë tek teoria se sa tek praktika dhe kanë hasur probleme besueshmërie mes stafëve.

Botuesit dhe redaktorët parapëlqejnë shumë më tepër ombudsmenë që kanë pasur një karrierë të fortë, theksojnë integritetin profesional dhe janë të përkushtuar ndaj vlerave të gazetarisë. Këta ombudsmenë duhet të kenë shprehuri në psikologji si dhe të kenë idenë se si të ekuilibrojnë aspektet e përditshme të punës me idealet e profesionit.

Përvoja ka treguar se sa më shumë dijeni të ketë ombudsmeni për organin e vet të lajmeve, aq më lehtë pranoen si kritikë të brendshëm. Sa më shumë të pranohet ombudsmeni nga stafet e organeve mediatike, aq më i thellë do të jetë ndikimi i pikëpamjeve të tyre dhe aq më shumë respekt do të tregohet ndaj tyre.

Siç shpjegon më tej Art Nauman, karakteristikat e një ombudsmeni të mirë janë:

Së pari, të kuptuarit e thellë të procesit të gazetarisë. Ai apo ajo duhet të jetë një reporter apo redaktor veteran. Ai ose ajo duhet 'të ketë qenë atje,' siç themi, dhe duhet të kuptojë pikërisht se si gazetarët e zhvillojnë punën e tyre. Së dyti, të kuptuarit e thellë të komunitetit të cilit i shërben gazeta; demografia e tij, historia e tij, gjeografia e tij. Së treti, interesi i mirëfilltë tek njerëzit – aftësia për t'i dëgjuar ata pa ngritur në çast mure mbrojtëse. Takti dhe të qenurit miqësor, dukshëm, kanë të bëjnë shumë. Së fundi, ombudsmeni i suksesshëm ka nevojë për një lëkurë të jashtme të ashpër dhe forcë karakteri e vendosmëri për t'i bërë ballë sertësive psikologjike të asaj 'vetmie' që vjen tek çdo ombudsmen. (Nauman, 1994)

SJELLJA DHE MJETET: SI PUNOJNË OMBUDSMENËT

Ombudsmenët monitorojnë lajmet dhe specialet, materialet pamore dhe grafike (mbi bazën e një kodi etike) dhe cilësinë e shtypjes. Ata i sjellin mangësitë dhe gabimet në vëmendje të stafit dhe menaxhimit editorial. Gjithashtu, ata hetojnë dhe iu përgjigjen pyetjeve, komenteve dhe ankesave nga lexuesit, përfshi shpjegime dhe argumente nga redaktorët anëtarë të tjerë të stafit kur është e përshtatshme.

Disa ombudsmenë merren edhe me përkrahimin e rutinës së përditshme dhe 'arsyetimin' në takimet për lajmet, si dhe ekspozimin e ndryshimeve

në organin e lajmeve. Megjithatë, edhe pse kanë disa përgjegjësi të përbashkëta, nuk ka dy ombudsmenë që të punojnë në mënyrë identike. Profile dhe karakteri i organit të lajmeve, mjedisi kombëtar apo rajonal në të cilin funksionon ky organ, personaliteti i ombudsmenit, përkufizimi i detyrave siç janë përshkruar në kontratën e ombudsmenit, si dhe kultura e dhomës së lajmeve luajnë role të rëndësishme dhe vendimtare në dhënien formë natyrës së punës së ombudsmenit.

Disa ombudsmenë e quajnë veten 'redaktor të lexuesve' apo 'përfaqësues të lexuesve'. Të tjerë njihen si 'redaktorë publikë,' përfaqësues të shikuesve,' 'avokat të lexuesve' apo 'zëdhënës të lexuesve'. Në Francë, përshkruhen si '*médiateur*' apo '*médiatrice*'. Shumica e tyre janë të dukshëm për publikun; pak prej tyre nuk janë. Të parët e ndajnë produktin e tyre haptas me audiencën; të dytët raportojnë vetëm për së brendshmi.

Vite më parë, Art Nauman (1994) tha se 'disa ombudsmenë kanë më shumë pavarësi se sa të tjerët,' dhe kjo vazhdon të jetë shumë e vërtetë edhe sot.

Çelësi është pavarësia

Ky pohim vë në dukje edhe faktin që pavarësia, e perceptuar dhe reale, është elementi thelbësor i punës së një ombudsmeni dhe duhet garantuar plotësisht. Sipas Michelle McLellan:

Pavarësia është kyçe për ombudsmenin. Botuesit dhe redaktorët që duan një ombudsmen duhet të jenë të gatshëm të marrin kritika, të shohin ankesat të transmetuara publikisht dhe të lënë ombudsmenin të ofrojë vlerësimet e tij/saj lirisht edhe nëse nuk janë në një mendje me të. Me pak fjalë, ka pak vlerë të jesh ombudsmen për një organizatë mediatike drejtuesit ekzekutivë të së cilës duan thjesht vitrinën. (McLellan, 1999)

Kontrata si garanci

Vite të tëra përvoja ndërkombëtare kanë provuar që më shumë pavarësi iu jepet atyre ombudsmenëve që kanë një kontratë me organin mediatik, një angazhim me shkrim. Ombudsmenët e gazetave *New York Times* (SHBA), *Washington Post* (SHBA), the *Guardian* (MB) dhe *Sabah* (Turqi), për shembull, kanë të gjithë kontrata. Një kontratë me shkrim jo vetëm

garanton statusin e ombudsmenit, por edhe shërben si një deklaratë publike e përkushtimit dhe respektit të punëdhënësit për ombudsmenët. Kontrata me shkrim bën të qartë që ombudsmeni nuk mund të shkarkohet për deklarata me gojë a me shkrim, publike apo të brendshme.

Pavarësisht nëse kanë apo jo një kontratë, ombudsmenët duhet të funksionojnë në liri të plotë; atyre iu duhet dhënë pushteti të zgjedhin nëse dhe si do të hetojnë ankesat, arrijnë përfundimet e tyre, dhe angazhojnë publikun në mënyrën që parapëlqejnë. Shumica e ombudsmenëve i botojnë gjetjet e tyre çdo javë; të tjerë i botojnë çdo dy javë ose çdo muaj, ose kurdo që e kërkojnë rrethanat.

Vetëm ombudsmenët mund të redaktojnë kolonat e ombudsmenëve

Mund të diskutohet që kolonat e shkruara nga ombudsmenët i përkasin vërtet lexuesve të gazetës apo (periodikut) me të cilin punojnë. Ajo çka shkruajnë ata nuk mund t'i nënshtrohet ndërhyrjeve, negociatave, apo censurës së jashtme. Nga shkrimet pritet që të pasqyrojnë ankesat e lexuesve dhe të ruajnë një pikëpamje të pavarur. Me fjalë të tjera, kolonat e shkruara nga ombudsmenët janë 'territor i shenjtë' që i akordohet lexuesve, një provë e vazhdueshme e angazhimit të organit mediatik për transparencë dhe llogaridhënie. Megjithëse shumica e ombudsmenëve merren me ankesa specifike të lexuesve, disave iu është dhënë juridiksioni të reagojnë ndaj gabimeve dhe mangësive që perceptojnë në përmbajtje në përgjithësi.

Edhe mënyra e funksionimit të ombudsmenëve në gazetarinë elektronike varion. Disa prej tyre i ndajnë gjetjet dhe pikëpamjet e tyre publikisht në programe radiofonike apo televizive; të tjerë funksionojnë si kritikë të brendshme, duke raportuar ankesat vertikalisht dhe/ose horizontalisht brenda organizatave të tyre.

Pavarësisht nga dallimet në mënyrat dhe metodat e përdorura nga ombudsmenët, ka një element kyç që i bashkon të gjithë: janë të angazhuar në veprimtari auto-kritike dhe mbeten të përkushtuar gjatë gjithë kohës për të ruajtur saktësinë, ekuilibrin, drejtësinë dhe ndershmërinë në lajme.

Roli i kodeve të etikës

Kur monitorojnë dhe gjykojnë vlefshmërinë e ankesave, ombudsmenët duhet të kenë gjithmonë një 'bazë,' e cila është ose një kod kombëtar etike, ose, parapëlqehet, një kod specifik që i detyron organet mediatike për punë të ndershme dhe parimore. Një përqsasje e tillë është e dobishme për të mbajtur publikun në dijeni të etikës së organizatës mediatike, si edhe shërben si një kujtesë e përhershme për reporterët dhe redaktorët lidhur me etikën që duhet zbatuar.

Ombudsmenëve nuk u jepen – dhe nuk duhet t'u jepen – fuqi për të sanksionuar. Ata nuk kanë autoritetin për të marrë në punë apo pushuar reporterë apo redaktorë. Ajo çka ombudsmenët raportojnë duhet marrë vetëm si sugjerim; ombudsmenët vetëm mund të paraqesin problemet dhe të ofrojnë zgjidhje të mundshme për to. Vendimet fundore për mënyrën e zgjidhjes së ankesave duhet të mbeten në dorën e menaxhimit të organit mediatik.

Ombudsmenët angazhohen në reagime dhe vlerësime për produktin fundor të lajmeve, por nuk mund të angazhohen në kontroll parandalues. Për rrjedhojë, shumë ombudsmenë nuk parapëlqejnë të marrin pjesë në mbledhjet e dhomës së lajmeve. Megjithëkëtë, përqsasja e ombudsmenëve varion: disa marrin pjesë në takime për planifikimin e lajmeve dhe të tjerë në debatet e përditshme mbi, për shembull, përmbajtjen e faqes së parë, sepse duan të jenë në gjendje t'i shpjegojnë publikut arsyetimin e gazetareve në zgjedhjen dhe dhënien formë artikujve të tyre.

Pothuajse nga asnjë ombudsmen nuk pritet që të merret me kolonat e opinioneve apo editorialet. Siç e shpjegon Art Nauman, 'çdo opinion editorial është i padrejtë, i paekulibruar dhe i pasaktë – sipas pikëpamjes së dikujt... Pikërisht në kolonat e lajmeve pritet – dhe është absolutisht thelbësore – saktësia dhe ekuilibri' (1994). Përveç qëndrimit larg kolonave të opinioneve apo editorialeve, nga ombudsmenët përgjithësisht nuk pritet të merren me kolonat personale të opinioneve, sepse këto zakonisht janë subjektive, të njëanshme dhe pasqyrojnë një pikëpamje personale dhe të anshme. Prej ombudsmenëve nuk pritet të merren edhe me ankesat mbi opinionet sepse ankesa të tilla zakonisht thjesht pasqyrojnë faktin që ankuesi ka një pikëpamje të ndryshme.

Publiku nuk duhet nxitur të besojë që ombudsmenët mund të veprojnë si censurues të opinioneve. Po kështu, publiku nuk duhet nxitur të presë që ombudsmenët të kufizojnë 'raportimin e guximshëm të lajmeve, në çështje me interes absolut për publikun,' siç vinte në dukje Nauman (1994). Megjithatë, ka zona në fushën e opinioneve ku disa ombudsmenë ndjejnë se kanë të drejtë të hyjnë: ombudsmenët kanë korrigjuar gabime faktike apo gjuhësore në opinione. Ombudsmenët gjithashtu janë përfshirë në opinione në raste plagjiature apo një manipulimi të qëllimshëm të fakteve – për shembull, nëse statistikatat e përdorura në një shkrim ndoshta janë çorientuese për publikun.

Si komunikojnë ombudsmenët

Ombudsmenët komunikojnë me lexuesit, dëgjuesit dhe shikuesit me anë mjetesh të ndryshme. Në epokën e internetit, posta elektronike është bërë kanali mbizotërues i komunikimit. Megjithatë, telefonatat dhe fakset vazhdojnë të mbeten shumë popullore, ndërkohë që posta e rregullt ka humbur shumë nga joshja që ka pasur.

Në varësi të tirazhit të gazetës apo periodikut, apo numrit të dëgjuesve apo shikuesve, ombudsmenët mund të jenë shumë të zënë, madje edhe të mbingarkuar me punë. Rutina e përditshme e një ombudsmeni të lajmeve përfshin përgjigjet për ankesat apo pyetjet individuale, në varësi të legjitimitetit të asaj që thonë apo kërkojnë njerëzit. Edhe masa e lexuesve që rritet shpejt në lajmet online e shton në mënyrë të konsiderueshme presionin mbi ombudsmenin. Për të përballuar rrjedhën e punës në organet mediatike kryesore, shumica e ombudsmenëve punojnë me të paktën një ndihmës.

Lindje dhe Perëndim

Ekzistojnë një numër dallimesh mes rutinës ditore të ombudsmenëve të lajmeve në Perëndim dhe në Lindje. Të gjithë ombudsmenët në Perëndim, pavarësisht nëse kanë stafin e tyre apo jo, punojnë si një mendje dhe zë i vetëm. Një ombudsmene legjendare e gazetës *Washington Post* në vitet 1980, Joann Byrd, shpjegoi një herë se rutina e saj ditore fillonte me shqyrtimin e gazetës, e cila i merrte pesë orë në ditë, dhe nëntë orë në rastin e botimit të së dielës. Më pas, fliste personalisht me redaktorët ose reporterët, ose përgatiste shënime apo griste seksione të gazetës për t'ia dërguar individualisht

personelit përkatës. Gjithashtu, mbliidhte shembuj të gabimeve apo çështjeve problematike, të cilat i përfshinte në një memorandum që i dërgohej të gjithë stafit dhe drejtuesve të gazetës në mënyrë periodike. Në bazë të temave që i cilësonte me interes të përgjithshëm apo për të cilat merrte një numër domethënës reagimesh, shkruante një kolonë në gazetën e së dielës.

Në mënyrë të dukshme, ajo theksonte pavarësinë si diçka me rëndësi kritike për të siguruar besueshmërinë e lexuesve dhe vinte në dukje se 'ombudsmeni mund t'i sjellë funksionimit të lajmeve atë që redaktori i sjell artikullit: një palë sy të rinj që mund të pikasë gjërat që personi i cili bën punën nuk mund t'i shohë' (Byrd, 1994). Byrd shpjegonte se nuk ishte e punësuar në mënyrë të përhershme me gazetën *Washington Post*, por kishte një kontratë si agjente e pavarur për dy vjet, çka mund të rinovohej vetëm një herë për të njëjtën periudhë kohe, duke përjashtuar mundësinë që ajo të punonte ndonjëherë tjetër për atë organ mediatik. Kjo klauzolë synonte të siguronte që ombudsmeni nuk do kishte anshmëri pozitive të motivuar nga dëshira për të përfituar një kontratë të përhershme si anëtare e stafit. Byrd gjithashtu vinte në dukje që ata që kishin postet më të larta në organizatën *Washington Post* kurrë nuk i jepnin komente, rekomandime, apo mendime mbi punën e saj dhe se komentet pozitive apo negative i merrte vetëm nga stafi i nivelit të mesëm.

Kritikat e saj të brendshme nuk i shihnte askush tjetër përpara se të shkonin tek i gjithë stafi dhe redaktori i kopjes, i cili lejohej vetëm të korrigjonte gramatikën dhe ortografinë, ishte i vetmi që e shihte kolonën e saj të së dielës përpara se të dilte në shtyp. Po kështu, Byrd nuk mund të pushohej nga puna për shkak të përmbytjes së shkrimeve të saj. Ajo sqaronte se kishte vetëm autoritetin moral dhe nuk shihte asnjë shkrim përpara se të dilte gazeta. Megjithëse ka qenë dëshmitare në shumicën e takimeve ku redaktorët mermin vendime mbi faqen e parë, ajo nuk thoshte asgjë derisa të shihte gazetën e botuar; të cilën e merrte në të njëjtën kohë si pajtimtarët (Byrd, 1994).

Modeli 'kolektivi i ombudsmenëve' në gazetën *Yomiuri Shimbun*

Përvojat e ombudsmenëve të lajmeve në Japoni ndryshojnë nga stili 'ombudsmeni individual' i Perëndimit. Stili japonez i ombudsmenit të lajmeve personifikohet nga gazeta *Yomiuri Shimbun*, ku ombudsmenët kanë ndërtuar një skemë pune si grup dhe jo si individë.

Yomiuri ka një komitet ombudsmenësh, ku numërohen nga 23 në 28. Secili anëtar i komitetit ka përgjegjësinë për të kontrolluar dhe dëgjuar ankesat e lexuesve lidhur me seksione dhe numra të caktuar të gazetës (gazeta përditësohet dhe gjatë ditës dalin botime të reja).

Çdo ditë, në një orar fiks, anëtarët e komitetit takohen me redaktorët përgjegjës për seksionet dhe/ose faqet e ndryshme. Çdo 'nën-ombudsmen' lexon me zë ankesat dhe gjetjet ndërkohë që redaktori mban shënim korrigjimet dhe modifikimet që duhen kryer. Megjithëse ky është një shembull i qartë i një kulture specifike të gazetarisë në Japoni, ky model i funksionit të ombudsmenit varet edhe nga mirëqenia financiare e gazetës, e cila mundëson përjasjen në grup.

'KIBER-OMBUĐSMENËT': SI TA BËJMË GAZETARINË ON-LINE TË MBAJË PËRGJEGJËSI?

Pa kurrfarë dyshimi, interneti ka pasur një ndikim domethënës tek gazetaria anekënd botës. Internet jo vetëm ka ndihmuar nxitjen e një shpërthimi në numrin e organeve të lajmeve, faqet e internetit dhe blogjet e pavarura, por edhe ka hapur qoshe të shtypura të botës kundrejt rrjedhës së lirë të informacionit. Gjithashtu, ka lejuar publikun të jetë më i përfshirë në procesin e lajmit si dhe ka ndryshuar praktikën dhe përmbajtjen e gazetarisë.

Interneti dhe shpërthimi i organeve të lajmeve në linjë kanë paraqitur sfida të reja gjigande për dijet dhe etikën konvencionale të gazetarisë. Teksa interneti dobëson kontrollin editorial të përmbajtjes, nevoja për vetë-rregullim në sferën virtuale është bërë më e dukshme dhe urgjente se kurrë. Organet e lajmeve duhet të përballojnë kontrollin dhe ngarkimin e një vëllimi të stërmadh informacioni që vihet në dispozicion me anë të internetit me shpejtësi të rritur:

Sfidat për organet kryesore të lajmeve që punojnë në gjuhët e folura më gjerësisht (anglisht, spanjisht, arabisht, frëngjisht, e kështu me radhë) janë të dukshme: audienca e tyre nuk kufizohet prej kufijve gjeografikë. Ndërkohë që internet ndryshon industrinë e lajmit, janë ngritur një sere pyetjesh të rëndësishme mbi vlerat dhe etikën tradicionale të gazetarisë (të tilla si llogaridhënia, ndershmëria, dhe ekuilibri). Për shembull, a mund të vazhdojnë të ruajnë vlera dhe institucione demokratike ato organizata

lajmesh që janë të sfiduara nga pikëpamja financiare? Cila është vlera e medias kryesore kur internet duket se tërheq më shumë vëmendje dhe të ardhura? Dhe, si mund ta ruajnë organizatat e medias besimin e lexuesve, dëgjuesve dhe shikuesve të tyre? Për këto pyetje nuk ka përgjigje të lehta.

Jeffrey Dvorkin, sekretar i përgjithshëm i OOL dhe ish-ombudsmen i National Public Radio (NPR) në SHBA, sheh që nevoja për ombudsmenë rritet shumë në epokën e internetit. Sipas tij, ndërkohë që përdoruesit kërkojnë informacion në forma dhe vende të reja si internet, media tradicionale duket se është gjithnjë e më shumë në mbrojtje lidhur me rëndësinë e rolit të saj. Ky kontekst ka bërë që kritikët – sidomos përdoruesit e blogjeve – të argumentojnë se kjo lloj gazetarie është gjithnjë e më pak të përshtatshme.

Dvorkin pohon se kjo akuzë mund të qëndrojë në kuptimin që, si rezultat i rënies në renditje dhe tirazhe, organet e medias po mbulojnë gjithnjë e më shumë lajmet që kanë të bëjnë me personat e famshëm dhe kronikën. Më tej, po përqendrohen tek popullimi i faqeve të tyre të internetit për të joshur popullsinë e re në moshë, duke lënë raportimin investigativ dhe aspekte të tjera të kushtueshme pas dore, dhe duke pushuar nga puna stafin me përvojë (përfshi reporterë, redaktorë dhe ombudsmenë) (Dvorkin, 2010).

Në lidhje me këtë krizë ekzistenciale që gazetaria duket qartë se po e kalon, Dvorkin ngre pyetjet nëse gazetaria mund të mbijetojë pa gazetarët dhe nëse organet e lajmeve mund të mbështeten tek kritikën online në vend të ombudsmenëve. Përgjigja e tij është që roli i ombudsmenit ka rëndësi kritike më shumë se kurrë, përderisa edhe pse interneti është një kanal i rëndësishëm për shprehjen e shqetësimeve publike, ombudsmenët janë më të përgatitur se sa kritikët online për t'i kërkuar llogari medias dhe për të promovuar transparencën. Bashkëndarja e dijeve në këtë kontekst do jetë veçse pozitive për përdoruesit e medias, duke përforcuar besueshmërinë dhe transparencën e informacionit, kudo që të kërkohet ky (Dvorkin, 2010).

Ombudsmenët janë në një pozicion të privilegjuar për të lidhur nevojën e audiencave për llogaridhënie me pranimin nga mediat të nevojës që ato kanë për të përmirësuar punën në kohët e tashme, shpjegon Dvorkin. Për të qenë në ballë të kësaj lidhjeje, ombudsmenët duhet të hapen edhe më kundrejt kritikave online si dhe të bëjnë avokatinë për një udhëzues etikë për përdoruesit e blogjeve. Ai sugjeron që kodi i etikës i gjendur në adresën www.cyberjournalist.net është i aplikueshëm në shkallë të gjerë. Ashtu si udhëzuesit e etikës për media të tjera, kjo faqe internet, midis shumë

aspektesh të tjera, promovon ndershmërinë, paanshmërinë, llogaridhënien dhe minimizimin e dëmit ndaj të tjerëve tek përdoruesit e blogjeve.

Dvorkin përdor termin 'kiber-ombudsmenë' për t'iu referuar llojit të ri të profesionistit që kërkon koha e sotme dhe që duhet të jetë i pajisur me një paketë të re shprehish. Ndryshe nga 'figura e vetmuar, me përvojë dhe disi e izoluar në dhomën e lajmeve,' kiber-ombudsmenët do duhet të ishin më proaktivë, me më shumë dije mbi kiber-diskutimet që lidhen me gazetarinë dhe të kishin kapacitete që lidhen, për shembull, me kërkimet në internet, algoritmet dhe vendosjen e lidhjeve me përdoruesit e blogjeve. Kiber-ombudsmenët do të kapërcenin hapësirën midis medias tradicionale, përdoruesve tradicionalë dhe kiber-kritikëve. E gjithë kjo do të nënkuptonte rishikimin, nga organizatat e medias dhe ombudsmenët, të funksioneve të tyre përkatëse, lidhjet me njëri-tjetrin dhe audiencat e tyre. Do të kërkonte gjithashtu edhe përfshirjen e rritur të një numri më të madh gazetarësh, sidomos të rinj, të cilët kanë kapacitete dhe perspektiva të reja.

Dvorkin e krahason rolin e ri të ombudsmenëve në epokën dixhitale me 'shahun tri-dimENSIONAL':

Kur bëhet si duhet, është një detyrë kërkuese, shpesh e tillë që kërkon vëmendje shtatë ditët e javës. Mirëpo kjo detyrë mbart edhe një pasivitet të brendshëm. Ombudsmenët shpesh presin që publiku të identifikojë një fushë që përbën shqetësim dhe pastaj përgjigjen. Por kjo përjasje më e lirshme po merr fund së bashku me padurimin e publikut për ndryshim. Përmbajtja po lëviz drejt internetit dhe të njëjtën gjë duhet të bëjnë edhe ombudsmenët.

Imagjino të jesh ombudsmen në kiber-hapësirë, së cilës i mungojnë kufijtë, afatet dhe kufizimet. Një analogji do të ishte të luaje shah tri-dimENSIONAL ku lojtarët mund të mos e parashikojnë gjithmonë se nga do të vijë sulmi i radhës. (Dvorkin, 2010)

PRAKTIKA TEK GAZETA «GUARDIAN»: NJË MODEL GLOBAL?

Shembujt më të mirë të ombudsmenit të shtypit praktikohen ndoshta në tri prej gazetave kryesore të botës: *Washington Post*, *New York Times* dhe *Guardian*. Gazetat *Washington Post* dhe *New York Times* tradicionalisht i

kanë rekrutuar ombudsmenët nga brenda organizatës si mjet që garanton pavarësi të plotë. Nga ana tjetër, **Guardian** i ka dhënë të njëjtat të drejta, por deri më sot ka marrë gjithmonë ombudsmenë nga brenda vetë organizatës.

Është e vështirë të thuash se cilat janë më të efektshme, punësimet brenda apo ato jashtë; ka pika pro dhe kundër tek të dyja. Ata që anojnë më shumë nga të jashtmit thonë se ka ndikim më të madh nëse gazeta kontrollohet nga dikush që është i paanshëm dhe i mungon dija e brendshme e organizatës. Mbrojtësit e modelit të brendshëm argumentojnë se dija dhe familjariteti me punën dhe stafin e një organizate janë të dobishme për të marrë vendime të pavarura.

Megjithatë, nga pikëpamja e përkushtimit, strukturimi dhe produkti i rolit të ombudsmenit në praktikën e gazetës **Guardian** bien në sy për një numër arsyesh. E para është për shkak të natyrës së pronësisë së gazetës londineze (është pronë e Trustit Scott, pra nuk është e orientuar vetëm kah fitimi). Së dyti, përkushtimi i redaktorit të gazetës **Guardian** ndaj funksionit të ombudsmenit, deri më sot, ka qenë i shkëlqyer. Së treti, roli i ombudsmenit është përkufizuar tërësisht, duke e lejuar ombudsmenin të veprojë në mënyrë të pavarur me transparencë dhe llogaridhënie me shumë shtresa?

Ian Mayes, redaktori i parë i lexuesve (ky është titulli që gazeta i jep ombudsmenit të saj) të gazetës **Guardian**, shërbeu në atë post midis nëntorit 1997 dhe prillit 2007. Kur shpjegoi rolin e tij në gazetë, ai vuri në dukje se shumica e ankesave (përfshi ato që nuk kishin zënë vend në kolonën e tij mbi korrigjimet) si dhe përgjigjet e tij për lexuesit (me përjashtim të rasteve kur privatësia ruhej për arsye të posaçme), ishin në dispozicion të të gjithë gazetarëve që punonin për **Guardian**. Mund të shiheshin në radhën e 'lexuesit' ku renditeshin të gjithë mesazhet me e-mail që merrte (kjo ishte mënyra më e zakonshme në të cilën kontaktohej). Ai theksoi se ky mekanizëm ishte zhvilluar për të qenë më hapur. Mekanizmi lejonte akses për profesionistë të tjerë të medias dhe akademikë, edhe nga jashtë Mbretërisë së Bashkuar, duke iu dhënë mundësi të shihnin llojet e ankesave të paraqitura si dhe ato që ishin refuzuar apo nuk ishin zgjidhur. Praktikisht të gjitha ankesat që kishte marrë i qenë dërguar gazetarëve përkatës (Mayes, 2000).

Mayes theksoi se si redaktor i lexuesve gëzonte pavarësi të plotë. Redaktori i gazetës nuk mund ta shkarkonte dhe as të përfshihej në përmbajtjen e dy kolonave që shkruante ai (një kolonë për korrigjimet

dhe një kolonë 'Dera e Hapur'). Askush tjetër nga stafi nuk mund të ndërhynte në materialet e tij. Si redaktor i lexuesve, kishte nuk kishte kurrfarë roli kur vinte puna tek prodhimi i përmbajtjes apo caktimi i detyrave. Kjo lloj marrëveshjeje për punën, sipas Mayes, 'kishte bërë të përballueshëm një pozicion që përndryshe do kishte qenë i pamundur – midis gazetarëve të **Guardian** dhe mbi 1 milionë lexuesve të saj' (dhe afro 40 milionë përdoruesve unikë online, mund të thuhet sot) (Mayes, 2000).

Atij nuk iu kërkua kurrë të mbronte gazetën dhe në rastet kur nuk mund të gjente një zgjidhje të drejtë për aktorët e ndryshëm (përfshi ankuesin dhe gazetarin përkatës), Mayes sugjeronte shtigjet e mundshme që mund të ndiqeshin. Këto përfshinin çuarjen e ankesës tek ombudsmeni i jashtëm i gazetës **Guardian** (sidomos nëse ka pasur kënaqësi lidhur me mënyrën në të cilën redaktori i lexuesve i kishte trajtuar çështjet), i cili gjithashtu e kishte të garantuar pavarësinë. Një mundësi tjetër ishte paraqitja e ankesës përpara Komisionit të Ankesave për Shtypin (PCC) dhe mundësia e tretë ishte padia. Redaktori i lexuesve nuk do të kishte rol të mëtejshëm nga momenti kur ankesa i paraqitej PCC apo nëse kishin filluar veprimet ligjore (Mayes, 2000).

Duke vërejtur që **Guardian** jo vetëm e zbatonte kodin e etikës të PCC por edhe kishte pritshmëritë e veta nga gazetarët e saj që shkonin përtej atyre të përcaktuara nga PCC Mayes shprehej:

Sipas kodit, **Guardian** i kërkohet të sigurohet që rregullat zbatohen rigorozisht, jo vetëm nga stafi i saj, por nga cilido që kontribuon për botimet e saj. Kjo nënkupton gazetën apo faqen e internetit apo ndonjë formë tjetër botimi për të cilën **Guardian** ka përgjegjësi. Përtej dispozitave të kodit, **Guardian** përpiket të jetë skrupuloze lidhur me deklaratimet e interesave nga ana e kontribuesve të saj si dhe në dënimin që i bën plagjaturës. Ka nevojë urgjente për udhëzime, apo thjesht një letër miqësore, për të ndihmuar sidomos ata që punojnë freelance; unë po përpiqem të nxirr formulimin e diçkaje që mund të ndihmojë në këtë drejtim. (Mayes, 2000)

PLATFORMA: ORGANIZATA E OMBUDSMENËVE TË LAJMEVE (OOL)

E themeluar në vitin 1980, OOL është një korporatë jofitimprurëse me një anëtarësi ndërkombëtare anëtarësh aktivë dhe të asociuar. Ajo mban kontakt me ombudsmenët e lajmeve anekënd botës dhe organizon konferenca vjetore, të cilat zhvillohen në qytetin e një prej anëtarëve, për të diskutuar praktikat e lajmeve dhe një gamë të gjerë çështjesh që lidhen me punën e ombudsmenit.

Qëllimet e saj të deklaruara përfshijnë ndihmën që profesionistët e gazetarisë të arrijnë dhe të ruajnë standarde të larta etike në punën e tyre, duke forcuar kështu besueshmërinë e tyre në sytë e publikut, si dhe ngritjen dhe përsosjen e udhëzimeve që lidhen me ombudsmenët e lajmeve apo përfaqësuesit e lexuesve. Synon gjithashtu të zgjerojë krijimin e posteve të ombudsmenëve të lajmeve brenda organeve të medias si dhe lehtësimin e një hapësire për shkëmbimin e përvojave, informacionit dhe ideve. Së fundi, OOL kërkon të lidhet me botuesit, redaktorët, këshillat e shtypit dhe organizata të tjera profesioniste, të ofrojë zëdhënës për grupe të posaçme të interesuarish dhe t'iu përgjigjet pyetjeve të medias (OOL, 2010a).

Deklarata e misionit të OOL-së u miratua në vitin 2005 me votë unanime. Aty deklarohet:

Ombudsmeni i lajmeve i përkushtohet mbrojtjes dhe përforcimit të cilësisë së gazetarisë duke nxitur diskutimin me respekt dhe vërtetësi mbi praktikat dhe qëllimet e gazetarisë.

1. Objektivi parësor i ombudsmenit të lajmeve është promovimi i transparencës brenda organizatës së tij/saj të lajmeve.
2. Ombudsmeni punon për të mbrojtur lirinë e shtypit dhe për të promovuar gazetari të përgjegjshme dhe të cilësisë së lartë.
3. Një pjesë e rolit të ombudsmenit është marrja dhe hetimi i ankesave lidhur me raportimin e lajmeve në emër të anëtarëve të publikut.
4. Ombudsmeni rekomandon rrugën më të përshtatshme të veprimit për të zgjidhur çështjet e ngritura në ankesa.

- 5.** Ombudsmeni është një zyrtar i pavarur që vepron në interesin më të mirë të konsumatorëve të lajmeve.
- 6.** Ombudsmeni përpiqet të mbetet plotësisht neutral dhe i drejtë.
- 7.** Ombudsmeni shmang përfshirjen në veprimtari që mund të krijojë konflikt interesi.
- 8.** Ombudsmeni i shpjegon publikut rolet dhe detyrimet e gazetarisë.
- 9.** Ombudsmeni shërben si ndërmjetës midis pritshmërive të publikut dhe përgjegjësive të gazetarëve. (OOL, 2010b)

Adresa në internet e OOL është ONO is www.newsombudsmen.org

REFERENCA

- Byrd, J.** 1994. The ombudsman as internal critic. Presentation at the symposium 'Press Regulation: How far has it come?', Seoul, Korea, June 1994.
- Dvorkin, J.** 2010. Cyberombudsmen: the evolution of media accountability. January.
- JaCoby, A.** nd. The newspaper ombudsman: a personal memoir of the early days. www.newsombudsmen.org/jacoby.html (Accessed 20 December 2010.)
- Mayes, I.** 2000. Why I am here. *Guardian*, 4 November. www.guardian.co.uk/books/2000/nov/books/guardianreview7?INTCMP=SRCH (Accessed 20 December 2010.)
- McLellan, M.** 1999. Quality and self-control in the media. Speech to the Association of Turkish Journalists, Istanbul, September 1999.
- Mendes, J. F.** 1999. Ombudsman: self criticism in the newspapers. M.A. thesis, Federal University of Rio de Janeiro, Brazil.
- Miezawa, T.** 1999. The controversy over the origins and functions of ombudsmanship. Keizai University, Tokyo.
- Nauman, A.** 1994. News ombudsmanship: its history and rationale. Presentation at the symposium 'Press Regulation: How far has it come?', Seoul, Korea, June 1994.
- ONO.** 2010a. What are ONO's purposes? <http://newsombudsmen.org/about> (Accessed 24 November 2010.)
- ONO.** 2010b. Mission statement. <http://www.newsombudsmen.org/mission.html> (Accessed 24 November 2010.)
- Pritchard, S.** 2009a. Address to the convention of World Editors' Forum, Hyderabad, India, November 2009.
- Pritchard, S.** 2009b. The challenges for ombudsmen. Address to the national roundtable on media self-regulation, Istanbul, 21 September 2009.

PËRVOJA TURKE: OMBUDSMENI NË NJË MJEDIS ARMIQËSOR

4

Yavuz Baydar

HYRJE

Koncepti i ombudsmenit të lajmeve në shtyp u prezantua në shtypin tuk në pranverën e vitit 1999. Kam qenë unë, autori i këtij shkrimi, të cilit redaktori i së përditshmes *Milliyet* i foli në fund të vitit 1989 mbi punën e ombudsmenit. Redaktori, Umur Talu, sapo ishte riemëruar në postin e tij pas disa vitesh mungesë. Ai kishte qenë autori i një kodi kombëtar etike për Shoqatën e Gazetarëve Turq (TGC), dhe ma kishte treguar mua dhe disa kolegëve të tjerë. Ishte thellësisht i shqetësuar dhe argumentonte se duheshin ndërmarrë disa hapa me qëllim që të rivendosej besimi i publikut tek shtypi. Besimi tek shtypi kishte rënë në pikën më të ulët ndonjëherë, në një masë të madhe për shkak të korrupsionit të përhapur gjerësisht në median turke dhe ushtrimit të keq të përdorimit të medias për të çuar përpara qëllime politike, ushtarake dhe burokratike.

Kolona e parë e ombudsmenit u shfaq si një faqe e plotë më 22 mars 1999. Përpara se të ndodhte kjo ishte bërë shumë punë për të zhvilluar metodat operative. Studiova gjerë e gjatë forma të ndryshme të përvojës ndërkombëtare dhe kalova disa kohë për t'ua prezantuar idenë redaktorëve dhe reporterëve, në përpjekje për t'i ngrohur me idenë e ombudsmenit të lajmeve.

Stafit të *Milliyet* iu desh ca kohë për të pranuar nocionet e të qenurit 'të ekspozuar' përpara lexuesve dhe kërkesës për të treguar llogaridhënie dhe transparencë. Duheshin dhënë shpjegime mbi rëndësinë e rolit të ombudsmenit. Këto përpjekje nuk do të kishin qenë të suksesshme nëse redaktori nuk do të kishte shfaqur haptas dhe me forcë mbështetjen e tij për rolin e ombudsmenit. Kështu, ky është një prej mësimëve themelore të funksionit të ombudsmenit kudo në botë: për të siguruar eficiencë dhe konsequencë duhej mbështetje e fortë nga nivelet e menaxhimit.

Në vitin e parë, kolona e ombudsmenit vazhdoi si një faqe e plotë, duke përfshirë shpesh intervista apo shkrime nga ombudsmenë aktivë në pjesë të ndryshme të botës. Këto intervista dhe artikuj iu shpjegonin rolin e ombudsmenit lexuesve të *Milliyet*.

Kolonat e përjavshme të hënave vazhduan për pak më shumë se pesë vjet dhe përfaqësuesi i lexuesve në gazetën *Milliyet* mbulonte një gamë të gjerë çështjesh. Kolona bazohej mbi çështjet e ngritura në 500 ankesat që merrte çdo javë nga lexuesit. Ankesat vinin për shumë çështje, nga gabime të thjeshta faktike, në raste anshmërie, e tek reklammat në faqe të parë e kështu me radhë.

PËRPLASJA

Megjithatë, roli i ombudsmenit, i konsideruar një sukses nga vëzhguesit e peisazhit mediatik të Turqisë, përfundoi në konflikt gjatë verës së vitit 2004. Në qershor, një artikull i marrë nga kolona e shefit të byrosë së Ankarasë për gazetën *Milliyet* shkaktoi një valë ankesazh dhe mohimesh. Kishte të bënte me një takim sekret 'ekspertësh' në Departamentin e Shtetit të SHBA.

Artikulli, një përzierje pretendimesh të bazuara mbi një burim anonim, dhe komentesh nga shkruesi, pretendonte gjithashtu të citonte njerëz të ndryshëm që pretendojnë se kishin marrë pjesë në takim. Artikulli kishte të bënte me kurdët e veriut të Irakut dhe merrej me çështjen politikisht shpërthyesë të një marrëje të mundshme të qytetit Kirkuk nga milicia kurde. Pothuajse të gjithë personat e përmendur në artikull mohuan se kishin marrë pjesë ndonjëherë në një takim të tillë dhe disa ofruan edhe prova konkrete për këtë. 'Faktet' në artikull nuk ishin verifikuar kurrë së dyti, as nga korrespondenti i gazetës në Uashington (edhe ajo e mohoi që një takim i tillë të kishte ndodhur). Më tej, në një lëvizje të pazakontë, Ambasada Amerikane në Ankara nxori dy mohime të njëpasnjëshme për artikullin, por *Milliyet* refuzoi t'i botonte.

Autori i shkrimit, shefi i byrosë së Ankarasë, refuzoi të bashkëpunonte me ombudsmenin që kërkonte të prodhonte një korrigjim dhe të kërkonte ndjesë si duhej. Nuk dha përgjigje për pyetjet, por zbuloi emrin e burimit të tij anonim në konfidencë. Burimi, i inatosur dhe i frikësuar se identiteti i tij do të zbulohet në publik, iu përgjigj disa prej pyetjeve

të ombudsmenit dhe u betua se thoshte të vërtetën. Pretendoj se i ishte dhënë informacion mbi takimin nga disa gjeneralë nga komanda ushtarake e shtabit; megjithatë, nuk kishte prova që një takim i tillë kishte ndodhur ndonjëherë.

Në pikëpamjen e ombudsmenit, kishte një të dhënë të qartë që 'faktet' ishin sajuar. Ai ndjente se dukej qartë që **Milliyet** ishte përdorur si mjet për keqinformim dhe çorientim të publikut. Ombudsmeni besonte që gjeneralët e përfshirë kishin dashur që qeveria civile të mos i përmirësonte marrëdhëniet me udhëheqësit kurdë irakenë në atë kohë.

Tri ditë përpara afatit të botimit të kolonës së ombudsmenit, shefi i byrosë së Ankarasë kërcënoi se do të dorëhiqej nëse kolona e ombudsmenit do të merrej sadopak me çështjen. Disa redaktorë dhe autorë kolonash, nga ana tjetër, deklaruan haptas besimin e tyre se e vetmja mënyrë për të pastruar rrëmujën në gazetë ishte hetimi i ombudsmenit dhe një autokritikë tërësore.

Me kërcënimin për dorëheqjen e shefit të byrosë, lindi një krizë. Dy ditë përpara se kolona e ombudsmenit të shkonte në botim, ombudsmeni u thirr me nxitim në zyrën e pronarit. Në një takim të tensionuar privat, u urdhërua nga pronari të mos shkruante asgjë mbi çështjen. Ombudsmeni refuzoi, duke thënë se kjo përbënte ndërhyrje të pavend në punën e tij, dhe se po bënte pikërisht atë për të cilën paguhej. Këmbënguli që artikulli kritik të botohej.

Në fund, menaxhimi vendosi që kolona duhej të botohej. Pas afro tre javësh marrëdhënie të tensionuara, ombudsmenit iu tha se koha e tij në gazetë kishte mbaruar. U detyrua të hiqte dorë nga të gjitha detyrat dhe u largua. Pronari refuzoi të botonte edhe një lamtumirë mirësjelljeje nga autori për lexuesit e gazetës **Milliyet**.

NJË MËSIM I DHIMBSHËM

Gjatë punësimit si ombudsmen në gazetën **Milliyet**, menaxhimi nuk kishte pasur vullnetin të hartonte një kontratë specifike që do t'i garantonte atij pavarësi të plotë. Çështja nuk u mbyll kurrë. Për pasojë, për fat të keq, në kohën e krizës, nuk pati asnjë pikë reference që të siguronte pozicionin e ombudsmenit.

Pak pas incidentit, ombudsmeni u rekrutua nga gazeta e përditshme rivale turke **Sabah**. Tani që kishte nxjerrë disa mësimë të vlefshme nga incidenti tek **Milliyet**, specifikoi dy kushte për punësimin e tij. së pari, do duhej të nënshkruhej nga të dyja palët një kontratë specifike që garantonte pavarësinë e ombudsmenit dhe sqaronte kodin e sjelljes për të dyja palët. Së dyti, në kreun e gazetës do duhej të shpallej posti i ombudsmenit dhe emri i personit që mbante postin. E para do t'i jepte ombudsmenit siguri të plotë për vendin e punës dhe e dyta do t'i deklaronte lexuesve, çdo ditë, përkushtimin e gazetës për të qenë transparente dhe llogaridhënëse në çdo kohë. Menaxhimi i **Sabah** ra dakord për të dy kushtet.

Kodi i sjelljes shfaqet në faqen e internetit të gazetës. Që nga nëntori 2004, kolona e përfaqësuesit të lexuesve në gazetën **Sabah** është botuar çdo të hënë, pa asnjë ndërhyrje apo përpjekje për të censuruar përmbajtjen e saj. Përfaqësuesi i lexuesve nuk merr pjesë në mbledhjet e dhomës së lajmeve që të shmangë kërkesat për të komentuar mbi çështje të ndryshme përpara se shkrimet të botohen. Megjithatë, me raste, ai merr pjesë në takime për të diskutuar faqen e parë, kur është gati për të dalë një lajm madhor dhe i ndërlikuar. Ombudsmeni merr pjesë në këto takime me qëllim që të mund t'u përcjellë lexuesve arsyetimin e stafit mbi aspekte të ndryshme të lajmit.

Aktualisht, tri gazeta kanë ombudsmenë aktivë në Turqi: **Sabah**, **Star** dhe **Milliyet**. Gazta **Hürriyet** e shkurtoi pozicionin vitin e kaluar, pas një mosmarrëveshjeje midis redaktorit dhe ombudsmenit. Përvoja dhjetëvjeçare e ombudsmenit në Turqi ka ndihmuar forcimin e argumentit për ombudsmenin individual, në vend të këshillave të shtypit, si një formë më eficiente e vetë-rregullimit.

Në demokracitë e reja në tranzicion, media priret të jetë më e ndarë, më e polarizuar dhe ideologjike se sa në demokracitë e pjekura, duke e bërë më të vështirë ndërtimin e unitetit rreth çështjeve që kanë të bëjnë me gazetarinë. Në demokraci të tilla të reja, përpjekjet për të ndërtuar konsensus mbi çështje kritike që lidhen me demokracinë mund të hasin sfida të mëdha.

Në shumë raste, është bërë e dukshme që është e vështirë të mbahet përkushtimi ndaj një forme të jashtme vetë-rregullimi. Në një medis të trazuar mediatik, është më e lehtë që secili organ mediatik të angazhohet në një model të brendshëm vetë-rregullimi.

MBI TRANSMETIMIN E SHËRBIMIT PUBLIK DHE OMBUDSMENIN

5

Jacob Mollerup

BAZAT JANË TË NJËJTAT

Gjatë viteve 1990 dhe 2000, më shumë se njëzet transmetues publikë anembanë globit, kanë vendosur të kenë një ombudsmen të brendshëm. Modelet janë të ndryshme dhe ombudsmenët kanë kushte të ndryshme pune. Po kështu ndryshojnë edhe problemet e çështjet madhore me të cilat përballen ata. Por gjithsesi, një numër idesh bazë janë të njëjtat; madje, janë saktësisht të njëjtat si për të gjitha gazetatat që kanë vendosur të kenë një ombudsmen të brendshëm, një redaktor publik, një redaktor të lexuesve apo ndonjë post të ngjashëm. Pavarësisht nga lloji i medias, koncepti i ombudsmenit të pavarur, të vendosur në organin e medias, ka një qëllim të ngjashëm.

Në thelb, e gjitha ka të bëjë me vetë-rregullimin dhe llogaridhënien. Veçanërisht për transmetuesit e shërbimit publik, është me rëndësi parësore të gjenden metodat që mund të ndihmojnë zgjidhjen e një problemi themelor: si të bëhet që media e pavarur të japë llogari.

Çështja qendrore është se si transmetuesit e shërbimit publik të mund të mbrojnë integritetin e tyre editorial. Një pjesë e rëndësishme e përgjigjes është krijimi i mekanizmave për të qenë të hapur dhe transparentë. Gjithashtu, ka të bëjë edhe me gjetjen e mënyrave për të qenë një organizatë që jep përgjigje – për shembull, duke ngritur një sistem ankesash që ofron edhe të drejtën e apelimit – si një alternativë kundrejt përgjigjeve të pavarura dhe mbrojtëse nga transmetuesi. Asnjë zgjidhje nuk është e përsosur. Megjithatë, sfida bazë është pranimi i përgjegjësive të mëdha të medias dhe, në të njëjtën kohë, mbrojtja e pavarësisë së medias së përgjegjshme dhe lirisë së shprehjes.

E gjitha ka të bëjë me mënyra të thjeshta por të efektshme për vetë-rregullimin që mund të ndihmojnë promovimin e medias së lirë dhe

llogaridhënese dhe të përmirësojnë cilësinë. Ka të bëjë gjithashtu edhe me zhvillimin e metodave praktike për krijimin e mediave që kanë një marrëdhënie të hapur me audiencat e tyre.

Pozicioni i ombudsmenit po përhapet në gjithnjë e më shumë stacione televizive dhe radiofonike si dhe tek mediat e lajmeve me bazë internetin që kërkojnë kërkojnë besueshmërinë që shoqëron pasjen e një ombudsmeni. Megjithatë, është me rëndësi të kuptohet që modeli i mirënjohur i gazetës për ombudsmenin e lajmeve nuk se mund thjesht të kopjohet në kontekstin e medias elektronike. Sistemi është i ndryshëm. Audiencia është më e shumëllojshme. Në të bëjnë pjesë shumë platforma të ndryshme mediatike. Për ta thënë me fjalë të tjera, media elektronike është një sistem më kompleks dhe duhen zgjidhur shumë probleme praktike. E megjithatë, potenciali është po aq i madh.

Në këtë kapitull, hulumtojmë ngjashmëritë dhe dallimet midis medias së shkruar dhe asaj elektronike në fushën e vetë-rregullimit. Përshkruajmë sfidat e posaçme që ndodhen përballë medias së shërbimit publik, si dhe hulumtojmë një numër modelesh të ndryshme që janë prezantuar nëpër botë.

TRANSMETUESIT PUBLIKË DHE VETË-RREGULLIMI

Tradita e ombudsmenëve të lajmeve vazhdon të jetë më e fortë tek gazetave. Siç është vënë në dukje në Kapitullin 3 me autor Yazuv Baydar mbi ombudsmenin e lajmeve, modeli i një ombudsmeni të pavarur, të vendosur në organizatën mediatike, është përdorur nga disa prej gazetave më të mira në botë. Në rastin e transmetuesve publikë, tradita nuk është dhe aq e konsoliduar. E megjithatë, situata po ndryshon: më shumë se 20 transmetues publikë anëmbanë botës kanë ngritur postin e ombudsmenit të lajmeve. Mes tyre janë transmetues nga Amerika Veriore, Amerika Latine dhe Europa.

Kuadri ndryshon nga modeli i njohur i gazetave në tri aspekte kryesore, të cilat diskutohen më poshtë.

Transmetuesit publikë dhe shteti: një marrëdhënie e vështirë

Ndërkohë që një gazetë normalisht ka pronësi private – dhe kontrollohet plotësisht nga pronari – qeverisja e transmetimeve të shërbimit publik, në mënyrë tipike, rregullohet imtësisht me ligj. Shumica e transmetuesve kanë një lloj pronësie publike dhe, historikisht, transmetuesit në shumicën e pjesëve të botës janë rregulluar më imtësisht se sa gazetat.

Të kesh një ombudsmen të pavarur është një mënyrë për të treguar vullnetin për të qenë i hapur dhe për të dhënë llogari. Në të njëjtën kohë, është një mënyrë për të pakësuar nevojën për kontroll të jashtëm – sepse transmetuesi angazhohet të japë llogari nëpërmjet kontrolluesit të vet të pavarur.

Një gjë e tillë është me rëndësi të posaçme për transmetuesit e shërbimit publik. Shpesh ata përballen me politikanë dhe qeveri me bindje të forta lidhur me mbulimin e çështjeve sensitive. Në rastin më të mirë një transmetues i shërbimit publik duhet të prodhojë gazetari të pavarur, duke i kërkuar llogari atyre në pushtet. Për rrjedhojë, mediat e shërbimit publik që punojnë siç duhet iu kërkojnë llogari të tjerëve. E rëndësishme është që organizatat e medias përballen edhe me kërkesën për të dhënë vetë llogari. Mirëpo nëse kjo bëhet me anë të rregullimeve nga afër prej shtetit apo ndërhyrjeve të drejtpërdrejta nga qeveria, atëhere kompromentohet pashmangshmërisht pavarësia dhe integriteti gazetaresk.

Pikërisht për këtë arsye është aq e rëndësishme që në transmetuesit e shërbimit publik të prezantohet koncepti i i vetë-rregullimit. Koncepti i një ombudsmeni të pavarur, të brendshëm – sëbashku me forma të tjera vetë-rregullimi dhe transparence – mund të jenë kontribute të domethënëse për t'iu përgjigjur pyetjes madhore: si mund të kryhet rregullimi në mediat e lira? Si mund të sigurohen media të shërbimit publik që janë të përgjegjshme dhe japin përgjigje pa përfunduar në kontroll nga afër dhe kërcënues nga shteti?

Thuajse apriori, organizatat mediatike të shërbimit publik janë në qendër të diskutimeve mbi ndikimet politike dhe pavarësinë editoriale. Kjo shpesh krijon trazim shumë më të fortë se sa ai me të cilin përballen gazetat. Paguesit e licensës po ashtu kanë bindje të forta lidhur me transmetuesin publik për të cilin paguajnë – dhe shumë politikanë dhe

qeveri përpiqen fort që të ndikojnë linjën editoriale të mediave të shërbimit publik. Në këtë mjedis të ashpër, ka rëndësi kritike të mbrohet pavarësia editoriale, por në të njëjtën kohë edhe që këto media të jenë të hapura, transparente dhe të japin përgjigje.

Është me rëndësi të theksohet se traditat variojnë shumë nëpër botë. Në një numër vendesh ka pasur periudha të gjata ku shteti ka pasur kontroll total mbi televizionin dhe radion. Vende të tjera kanë ndërtuar sisteme pavarësie relative për transmetuesit publikë, përfshi këtu organe të ndryshme vetë-rregulluese.

Nuk është e lehtë të kategorizohen organizatat e mediave të shërbimit publik sipas këtyre llojeve të ndryshme të qeverisjes dhe rregullimit. Është një diskutim në vazhdim – dhe një transmetues që ka fituar pavarësi editoriale relative prapë mund të përjetojë zbrapsje përgjatë rrugës.

Transmetuesit: shumë kanale dhe shumë audienca

Ditët e sotme, transmetuesit publikë kanë sisteme funksionimi mjaft komplekse. Shpesh janë organizata multimediatike: është normale që transmetuesit e shërbimit publik në shumë pjesë të botës të kenë një numër kanalesh televizive dhe/ose stacione radiofonike. Shpesh një faqe interneti me shumë veçori të posaçme është pjesë e integruar e paketës. Gjithashtu, po bëhet gjithnjë e më i zakonshëm prodhimi i përmbajtjes për telefonat celularë dhe/ose smart-phone, ofrimi i podcasting, e kështu me radhë.

Variacioni i gjerë i programeve dhe audienat e shumta e të shumëllojshme paraqesin një sfidë të madhe për rregullatorët si edhe për përpjekjet për t'i dhënë vetë-rregullimit një rol të madh dhe qendror.

Kujtoni për shembull se si Joann Byrd e gazetës *Washington Post* përshkruante rutinën e saj të përditshme (shih Kapitulli 3 nga Yazuv Baydar mbi ombudsmenët e lajmeve). Ajo shfrytëzonte faktin që një gazetë e përditshme normalisht mund të mund të lexohet e gjitha në pak orë. Në gazetën e shtypur, një person arrin të shohë produktin e përgjithshëm. Në të njëjtën kohë, gazeta e shtypur përbën një platformë të vetme prej së cilës mund të arrish çdo ditë tek audienca. Një vend specifik në gazetë mund të përdoret çdo ditë për korrigjime

dhe sqarime dhe një kolonë në javë ose çdo dy javë mund të ngrejë pyetje dhe diskutime të rëndësishme – dhe të tregojë në praktikë rolin e ombudsmenit apo redaktorit të lexuesve.

Sot, botimet në platforma të shumëfishta po shndërrohen në standardin e ri të kompanive mediatike – përfshi botuesit tradicionalë të shtypit. Po ashtu, në shumë transmetues të shërbimit publik, i njëjti produkt shpesh përdoret në shumë platforma. Audienca përdor një numër kanalesh të ndryshme dhe ndjek programe të ndryshme. Gjithashtu, ekzistojnë dallime të mëdha në audienca nga një kanal në tjetrin, nga një program në tjetrin, dhe në kohë të ndryshme gjatë ditës. Ka aq shumë kanale dhe aq shumë programe të ndryshme sa është e pamundur që një person të mund t'i ndjekë të gjitha. Po ashtu, duket sikur edhe redaktorët e lajmeve e kanë humbur kontrollin.

Pasja e një ombudsmeni është një sistem më kompleks kur të duhet të merresh me më shumë se sa thjesht produktin tradicional, të mirëpërkufizuar që shtypet çdo ditë. Është një sfidë të gesh mënyrat për ta bërë ombudsmenin të dukshëm dhe të efektshëm në mjedisin e ri shumë-platformësh. Dhe kjo sfidë është veçanërisht e madhe kur vjen fjala për transmetuesit e shërbimit publik. Këtu kërkohen një numër zgjidhjesh praktike, siç përshkruhen më poshtë.

Radio e televizioni: traditë e dobët me korrigjimet!

Ekzistojnë modele të shumta të konsoliduara për të pranuar gabime dhe për të bërë korrigjime. Mirëpo shumica e transmetuesve të shërbimeve publike në fakt kanë histori jo të mirë korrigjimesh dhe sqarimesh. Në gazeta – të paktën tek më të mirat – standardi është përpjekja për t'i korrigjuar gabimet sa më parë që të jetë e mundur: Në gazetat cilësore normalisht nuk është ndonjë gjë e madhe të botosh disa radhë korrigjime në një kolonë të shkurtër në gazetën e ditës tjetër: Gjithashtu, nuk është fundi i botës t'i ofrosh një ankuesi mundësinë të japë versionin e tij në faqen e opinionëve për një artikull të diskutueshëm.

Megjithatë, qëndrimi në televizione dhe radiostacione shpesh është shumë i ndryshëm. Për shumë redaktorë televizivë është problem i madh të nxjerrin një korrigjim në **Nine O'Clock News** – apo sido qoftë emri i lajmeve kryesore në ditët e sotme.

Redaktorët shpesh gjejnë lloj-lloj argumentesh kundër transmetimit të korigjimeve apo sqarimeve. Druhen se një korigjim në transmetim mund të shkaktojë ngecje në program. Kanë frikë se shikuesit, të cilët mund të mos e kenë parë gabimin fillimisht, mund të çorientohen dhe argumentojnë se mund të jetë e vështirë që korigjimin ta vendosësh në kontekstin e duhur nëse lajmi është i ndërlikuar. Shpesh këto dhe argumente të tjera të ngjashme shndërrohen në shfajësime për të shmangur pranimin e një gabimi.

Për ombudsmenin në një transmetues të shërbimit publik nuk është detyrë e lehtë të sigurohet që të gjitha gabimet e rëndësishme të korigjohen, por gjithsesi shumë ombudsmenë luftojnë për ta arritur këtë. ata argumentojnë që transmetuesit e shërbimit publik kanë detyrimin e posaçëm për t'iu përmbajtur standardeve më të mira profesionale.

Sfidat e ndryshme: përfundim

The ombudsman model from the quality newspapers offers lots of inspiration to public service broadcasters, but it cannot just be copied. The model needs to be developed further to fit the special demands of broadcasting and public service.

GJASHTË ROLE TË NDRYSHME PËR OMBUDSMENIN

Transmetuesit e shërbimit publik anembanë botës historikisht janë përfshirë në forma të ndryshme pronësie, qeverisjeje, financimi, legjislacioni dhe rregullimi. Vetëm Europa shpaloj një numër modelesh. Pikënisjet shumë të ndryshme dhe diskutimet e ndryshme kombëtare kanë çuar në një numër modelesh për ombudsmenët.

Në këto modele, ombudsmenët – në forma të ndryshme – kombinojnë disa prej gjashtë roleve të shpjeguara më poshtë. Këto gjashtë role mund të kombinohen në shumë mënyra dhe puna e një ombudsmeni zakonisht përfshin disa prej këtyre roleve.

Qeni roje që leh

Në këtë rol, ombudsmeni vepron si kritik i pavarur por i brendshëm i programeve dhe sidomos lajmeve që prodhohen nga stacioni.

Ombudsmani merret në punë nga bordi ose nivelet e larta të menaxhimit. Personi që merr këtë post ka të drejtën (dhe detyrimin) për të mbajtur një pozicion të pavarur dhe të bëjë publike kritikën kurdo që është vendi. Audienca mund ta kontaktojë ombudsmenin dhe të kërkojë ndërhyrjen e tij. Pozicionit nuk i vishet ndonjë pushtet formal.

Kreu formal i apelimeve

Një ombudsmen i brendshëm i pavarur mund të funksionojë si kreu i apelimeve në lidhje me një sistem formal ankesash. Ankesat fillimisht trajtohen nga redaktorë përgjegjës ose menaxherët. Nëse refuzohet një ankesë që ka të bëjë me një çështje etike apo me një shkelje të standardeve editoriale, ankuesi informohet mbi të drejtën për të apeluar tek ombudsmeni. Pas hetimit dhe shqyrtimit të rastit, ombudsmeni ka mundësinë t'i paraqesë një rekomandim kryeredaktorit. Kjo lloj procedure njihet mirë në traditën e ombudsmenit të përgjithshëm. Normalisht, sistemi bazohet mbi supozimin që rekomandimet e ombudsmenit do respektohen, megjithëse normalisht zbatimi i tyre nuk është i detyrueshëm.

Spikeri i lajmeve – nxjerrja e gjithçkaje në transmetim

Platforma e ombudsmenit përkufizohet si një program televiziv ose radiofonik, shpesh me një faqe interneti kushtuar asaj. Programi prezantohet nga ombudsmeni, i cili edhe kryeson diskutimet mbi çështjet aktuale që përbëjnë shqetësim për audiencën. Shpesh, ombudsmeni ia prezanton ankesat redaktorëve përgjegjës në transmetim dhe sigurohet që kritikën me vend të trajtohen si duhet.

Ndërmjetësi

Këtu, çështja kryesore për ombudsmenin është t'ia shpjegojë median audiencës si dhe t'i shpjegojë audiencën medias. Fokusi qëndron tek dialogu dhe kompromisi. Ombudsmeni nuk është në pozitat e një arbitri që vendos çfarë është e drejtë dhe çfarë është e gabuar. Përkundrazi, detyra kryesore është të sigurojë një debat serioz dhe të hapur mbi çështjen që diskutohet me qëllim që të arrihet mirëkuptim i ndërsjellë.

Përfaqësuesi komunikues dhe i hapur i dëgjuesve dhe/ose shikuesve

Fokusi qëndron tek pasja e një personi të dukshëm dhe të hapur që shqyrton gjithë kohës ankesat dhe komentet e audiencës. Në qendër të vëmendjes është ajo që shqetëson audiencën. Nuk kemi të bëjmë domosdoshmërisht me etikën e programit: mund të jenë probleme praktike me zërin, probleme teknike me faqen e internetit, kritika mbi mbylljen e një seriali të njohur, pakënaqësi me ritransmetimet në prime time e kështu me radhë. Ombudsmeni përqendrohet tek shpjegimi dhe komunikimi i të gjitha llojeve të temave që janë me rëndësi për audiencën.

Ombudsmeni i kodeve të brendshme

Ombudsmeni vlerëson ankesat formalisht krahasuar me një kod praktike dhe (në fund) përfaqëson organizatën përpara rregullatorit të medias nëse çështja përfundon tek rregullatori. Normalisht, ky nuk është ndonjë rol që nënkupton një profil të lartë publik. Ideja është për një person me status të posaçëm që merret me ankesat serioze dhe, në këtë mënyrë, përmirëson cilësinë dhe sinqeritetin me të cilin transmetuesi merret me ankesat.

Një numër stacionesh të mëdha televizive kanë edhe zyrtarë ekzekutivë për standardet editoriale, por poste të tilla normalisht nuk shihen si poste ombudsmeni. Zyrtarët ekzekutivë të standardeve editoriale kanë një përgjegjësi të posaçme për proceset e përcaktimit të standardeve editoriale dhe shpesh përfshihen në trajtimin e ankesave serioze dhe etike. Normalisht, u mongon pavarësia që ka rëndësi kyçe në rolin e ombudsmenit.

Gjashtë rolet e ndryshme të ombudsmenit ilustronjë edhe më tej stidat me të cilat përballen ombudsmenët në korporatat elektronike publike. Nëpër gazeta, rolet kanë qenë gjithmonë më pak. Sistemi atje është normalisht më i thjeshtë: ombudsmeni tipik i gazetës shkruan çdo javë ose çdo dy javë një kolonë – duke lehur ose jo. Disa ombudsmenë redaktojnë artikullin ditor të përgjigjeve dhe pothuajse të gjithë merren me ankesat e lexuesve dhe përpiqen të zgjidhin mosmarrëveshjet.

Në krahasim me gazetatat, organizatat transmetuese publike shpesh janë sisteme më të mëdha me më shumë burokraci dhe për të cilat ka më shumë kërkesa të mëdha si rezultat i legjislacionit dhe rregullimit

qeveritar. Kjo ka çuar në një variacione modelesh dhe traditash për llojin e rolit të ombudsmenit dhe shpesh një sistem më formal.

Ombudsmenët në transmetuesit e shërbimeve publike normalisht kombinojnë disa prej gjashtë roleve të përmendura më sipër. Forca e tyre varet kryesisht nga:

- ✓ pavarësia e tyre
- ✓ qartësia e pozicionit të punës
- ✓ vizibiliteti i tyre
- ✓ respekti që fitojnë për gjetjet e tyre dhe për 'leljen me zë të lartë.'

NËNTË STUDIME RASTESH: TRANSMETUES PUBLIKË QË KANË OMBUDSMENË

Ombudsmenët nga transmetuesit publikë i përkasin një grupi plot shumëllojshmëri. Vështirë të gesh dy modele që janë plotësisht njësoj. Më poshtë vijojnë gjashtë shembuj ombudsmenësh

ERR (Estoni)

Në Kompaninë Estoneze të Transmetimit Publik (EER), ombudsmeni i parë, Tarmu Tammerk, u emërua nga bordi në vitin 2007. Pozicioni u ngrit nga ligji mbi transmetimet publike. Ombudsmeni merret me ankesat e shikuesve dhe dëguesve dhe mbikqyr ekuilibrin dhe paanshmërinë e mbulimit. Ombudsmeni mund të hetojë edhe raste me nismën e vet si dhe mund të kryejë trajnime mbi etikën për gazetarët. Shumica e ankesave që merr ombudsmeni kanë të bëjnë me anshmërinë politike në lajme dhe çështjet aktuale si dhe me stilet e intervistimit dhe imazhet e dhunës. Për të siguruar pavarësinë, ombudsmeni i EER i jep llogari bordit të guvernatorëve, jo menaxherëve në detyrë.

Tarmu Tammerk ka programin e tij radiofonik që merret me komentet e audiencës dhe çështje të gazetarisë. Del rregullisht në televizionin publik mbi çështje të etikës së medias dhe citohet në gazetatat kombëtare, përpos botimit të shkrimeve të tij në faqen e internetit të ERR.

Internet: <http://www.err.ee>

Email: Tarmu.Tammerk@err.ee

France 3

France Television ka përcaktuar një variant të posaçëm francez të ombudsmenit të medias, të quajtur *le médiateur/la médiatrice*. Kata ndërmjetës luajnë një rol kyç në dialogun dhe debatin me publikun. Ata emërohen për tre vjet dhe kanë një kanal të drejtpërdrejtë kontakti me presidentin e France Television. France Television ka pesë ndërmjetës, një për të gjithë transmetimet publike dhe një për secilin prej katër stacioneve televizive. Secili prej tyre drejton programe ku diskutohet mes redaktorëve dhe ankuesve e të interesuarve të ndryshëm. Këta komunikojnë edhe nëpërmjet faqeve të internetit dhe mediave të tjera. Marie-Laure Augry është *Médiatrice des rédactions* në kanalën France 3.

<http://info.france3.fr/mediateur/>

Email: marie-laure.augry@france3.fr

Të gjithë ndërmjetësit francezë janë paraqitur në këtë adresë:

<http://www.francetelevisions.fr/contact/mediateurs.php>

CBC (Kanada)

Canadian Broadcasting Corporation (CBC) ka qenë pioniere dhe ka emëruar ombudsmenin e saj të parë në vitin 1992. Sot, ajo ka dy ombudsmenë, një për shërbimet në gjuhën angleze dhe një për shërbimet në gjuhën franceze. Të dy funksionojnë sipas modeleve paralele.

Ombudsmeni në CBC është plotësisht i pavarur nga stafi i programit dhe menaxhimi dhe i raporton drejtpërdrejt presidentit të CBC. Ombudsmeni vepron si një autoritet apelimi për ankuesit që janë të pakënaqur me përgjigjet prej stafit programues apo menaxhimit të CBC. Ombudsmeni vendos nëse procesi gazetaresk ose transmetimi që është subjekt i ankimit ka shkelur politikën e standardet e gazetarisë së korporatës. Ombudsmeni informon ankuesin dhe stafin e drejtuesit përkatës mbi gjetjet e tij dhe i bën këto publike në faqen e internetit. Ombudsmeni sinjalizon rregullisht gazetarët dhe menaxherët mbi çështje që shkaktojnë shqetësim publik.

Ky model kanadez i jep ombudsmenit një mandat të fortë, por puna e tyre dhe procesi nuk janë shumë të dukshme për audiencën.

Internet: <http://www.radio-canada.ca/apropos/ombudsman>

Email: ombudsman@radio-canada.ca

Internet: <http://www.cbc.ca/ombudsman/>

Email: ombudsman@cbc.ca

NPR (SHBA)

Në vitin 2000, National Public Radio (NPR) ishte organizata e parë e lajmeve në SHBA që krijoi pozicionin e ombudsmenit. Ombudsmeni është përfaqësuesi i publikut për NPR dhe ka fuqinë t'iu përgjigjet pyetjeve serioze, komenteve e kritikave lidhur me programet e NPR. Ombudsmeni merr ankesa nga publiku lidhur me programet e NPR dhe ia referon ato drejtuesve përkatës për përgjigje. Nëse një ankues e konsideron të pakënaqshme nga drejtuesit e NPR, ombudsmeni ka fuqinë të hetojë standardet dhe praktikatat e NPR lidhur me çështjen e ngritur, t'i përgjigjet ankuesit, të informojë drejtuesit për gjetjet dhe përfundimet, si dhe të bëjë publike çfarëdo konkluzioni nëse çështja ka të bëjë me publikun e jo thjesht me ankuesin. Zyra e Ombudsmenit është plotësisht e pavarur nga stafi dhe drejtuesit e NPR, i raporton drejtpërdrejt presidentit dhe, nëpërmjet presidentit, edhe bordit të drejtorëve të NPR. Ombudsmeni përdor transmetimet dhe diskutimet në grup në transmetim dhe internet për të paraqitur çështje dhe për të sugjeruar mënyra se si praktikatat e NPR mund të zbatojnë standardet më të larta profesioniste. Publikut i bëhet i njohur edhe një raport vjetor.

Internet: <http://www.npr.org>

Email: ombudsman@npr.org

PBS (SHBA)

Public Broadcasting Service (PBS) e ngriti pozicionin e ombudsmenit në vitin 2005 dhe mori në punë Michael Getler për këtë detyrë. Ombudsmenit i është dhënë pavarësi e plotë editoriale. Së pari, pasqyron dhe komenton ankesat nga publiku në kolonën 'Çanta e Postës së Ombudsmenit.' Pozicioni nuk ka autoritet formal. Në PBS, roli i ombudsmenit është të shërbejë si kanal për llogaridhënie në të cilin shikuesit mund të sigurojnë një vlerësim të pavarur dhe të botuar nga ombudsmeni si dhe të shohin se pikëpamjet e tyre janë regjistruar, debatuar, refuzuar apo mbështetur. Edhe redaktorët e producentët kanë të drejtën për një përgjigje të hollësishme.

Internet: www.pbs.org/ombudsman

Email: ombudsman@pbs.org

RCN (Kolumbi)

Peisazhi mediatik në Amerikën Latine ishte dëshmitar i emërimit të shumë ombudsmenëve gjatë viteve 2000. Kanali RCN në Bogota, Kolumbi, ishte një prej stacioneve të para televizive që emëroi një ombudsmen. RCN është një stacion privat por ofron edhe transmetime të shërbimit publik. Consuelo Cepeda Cediell, emëruar ombudsmen (*defensor*) prej vitit 2002, është drejtues i një programi që merret me çështjet aktuale që shqetësojnë shikuesit.

Në këtë model, ombudsmeni është shumë i dukshëm dhe i trajton shqetësimet e publikut drejtpërdrejt, por nuk merret formalisht me ankesat.

Internet: <http://www.canalrcnmsn.com/>

Email: defensor@canalrcn.com

DR (Danimarkë)

Danish Broadcasting Corporation (DR) e prezantoi në vitin 2005 pozicionin e 'redaktorit të dëgjuesve dhe shikuesve' pas një vendimi të bordit. Redaktori u emërua kreu i apelimeve dhe iu dha akses i lirë për të monitoruar dhe kritikuar programet e stacionit.

Nga viti 2007, parlamenti e detyron DR të ketë një redaktor të lexuesve dhe shikuesve – në të njëjtën kohë, ligji i kërkon bordit të drejtorëve të punësojnë një redaktor të tillë.

Ombudsmeni del rregullisht në programe radiofonike dhe siguron edhe mbulim në gazeta. Një raport i gjerë dyvjetor përshkruan gjetjet dhe vë në dukje rekomandimet.

Nga viti 2005, këtë post e ka mbajtur Jacob Mollerup (autor i këtij kapitulli). Në vitin 2010, ai u bë president i Organization of News Ombudsmen (ONO).

Internet: www.dr.dk/etik

Email: jmol@dr.dk

SBS (Australi)

Special Broadcasting Service (SBS) në Australi ka një ombudsmen të kodeve të brendshme – një person që vlerëson ankesat formalisht kundrejt një kodi praktike, përfaqëson organizatën përpara rregullatorit të medias dhe përfshihet në diskutime të gjera mbi standardet editoriale.

Ombudsmeni i SBS heton të gjitha ankesat formale, i raporton drejtpërdrejt drejtorit menaxhues dhe bordit të SBS dhe është i pavarur nga të gjitha departamentet e programeve. Ombudsmeni i SBS ka përgjegjësi të sigurojë hetimin e duhur dhe të drejtë si dhe të përcaktojë nëse një ankesë është apo jo e vlefshme. Zyra e Ombudsmenit të SBS i përgjigjet ankesave dhe administron pyetjet dhe çështjet lidhur me procesin e trajtimit të ankesave. Në disa raste, për shembull aty ku ankesa ngre çështje komplekse mbi një kod, ankesa referohet brenda organizatës, në Komitetin e Ankesave të SBS (ku ombudsmeni është anëtar) për shqyrtim të mëtejshëm.

Ombudsmenia aktuale e SBS, Sally Begbie, është edhe zëvendës-presidente e ONO.

Internet: www.sbs.com.au

Email: Sally.Begbie@sbs.com.au

RTV (Slloveni)

Në vitin 2009, RTV (transmetuesi publik i Sllovenisë) emëroi prezantuesen Misa Molk si ombudsmenen e tij të parë. Misa Molk del rregullisht në programe televizive ku iu përgjigjet pyetjeve nga publiku dhe komenteve mbi çështje aktuale të transmetimit. Ajo drejton edhe një blog: <http://www.rtvsllo.si/blog/misamolk>

Email: Misa.Molk@rtvsllo.si

British Broadcasting Corporation (BBC) nuk jepet si shembull këtu, por për shkak të profilit të lartë duhet theksuar se BBC ka një sistem vetë-rregullimi, të cilit i jepet shumë përparësi. Nuk përdor konceptin e ombudsmenit, por ideja bazë në procesin e trajtimit të ankesave në BBC dhe mundësitë për apelime janë të ngjashme me modelin e ombudsmenit. Sistemi i BBC shpjegohet në:

<http://www.bbc.co.uk/complaints/homepage/>

OMBUDSMENËT – PJESË E NJË PROCESI

Peisazhi mediatik në pjesë të ndryshme të botës ka secili sfondin e vet historik si dhe problemet e veta. Nuk ka ndonjë formulë të vetme për të çuar përpara dhe inkurajuar median e hapur dhe llogaridhënese që arrin cilësi të lartë, besueshmëri, standarde të shëndosha etike, diversitet, integritet të lartë e kështu me radhë.

Një ndër shumë kontribute

Çështja kyçe është të përmirësohet cilësia e medias në përgjithësi – me gjithçka që përfshin kjo nga pikëpamja e edukimit, ndërgjegjësimit politik, debateve, kritikave të medias, respektit për lirinë e shtypit dhe llogaridhënien e kështu me radhë. Ombudsmenët sigurisht nuk i zgjidhin të gjitha këto probleme, por ekzistenca e një ombudsmeni mund të jetë një përkushtim i thjeshtë dhe praktik ndaj llogaridhënies, të qenurit të hapur dhe standardeve të larta. Ndoshta do të jetë vetëm një pjesë e vogël e të gjithë tablosë, por është një mekanizëm që relativisht i lehtë të zbatohet nëse vendimarrësit janë të përkushtuar ta bëjnë këtë si dhe mund të ndihmojë përparimin e proceseve të tjera përkatëse.

Nisja nga një pikë e vështirë?

Por, po sikur situata e medias të jetë vërtet e vrenjtur? Po sikur pika e nisjes të jetë një peisazh mediatik me elementë të fortë të populizmit dhe tabloidizimit dhe me shumë propagandë të stilit të vjetër në stacionet e shërbimeve publike, me shumë pengesa për integritetin editorial dhe probleme të mëdha të cilësisë? Në një rast të tillë, duket se emërimi i një ombudsmeni do të ishte një ilaç i paefektshëm dhe i pamjaftueshëm.

Koncepti i një ombudsmeni rezident të pavarur njihet më mirë në kontekstin e mediave me cilësi relativisht të lartë, ku punësimi i një ombudsmeni është një përpjekje për të theksuar përkushtimin e organizatës ndaj ndershmërisë dhe standardeve më të mira etike. Megjithatë, edhe për një transmetues të shërbimit publik me nivel të ulët, të njohur për historinë e vet të standardeve të ulëta, punësimi i një ombudsmeni mund të jetë një lëvizje realiste. Nëse drejtuesit duan të bëjnë një kthesë të fortë, ngritja e postit të ombudsmenit mund të jetë shenjë e qartë e përkushtimit të vërtetë për ndryshim, cilësi dhe llogaridhënie. Duke marrë një gazetar me përvojë dhe të respektuar për të kryer këtë detyrë dhe për të tërhequr vëmendje publike, stacioni mund të hidhte një hap të rëndësishëm përpara.

E parë nga kjo perspektivë, ombudsmeni mund të shërbejë si shtysë për standarde më të larta dhe, nëse bëhet si duhet, ky rol mund të ndihmojë edhe edukimin e audiencës.

Dritare mundësish

Historia ofron një numër historish për pozicionet e ombudsmenëve që janë ngritur menjëherë pas skandaleve të mëdha mediatike. Shembulli më i mirënjohur është skandali Jayson Blair, i cili çoi në punësimin e një redaktori publik në gazetën *New York Times*. Histori të ngjashme mund të tregohen edhe për transmetuesit e shërbimit publik. Pasi zbulohen gabime madhore, organizatat e medias kanë nevojë t'i dërgojnë një sinjal të qartë publikut mbi përkushtimin e tyre ndaj vetë-rregullimit dhe cilësisë së lartë. Punësimi i një ombudsmeni dërgon pikërisht atë lloj mesazhi.

Është historia e vjetër për krizën që ofron mundësi të reja. Një debat i madh mbi një skandal mediatik mund të jetë shumë mirë një mundësi

për të prezantuar propozime, për t'iu drejtuar vendimarrësve, për të bërë avokatin e modeleve të përshtatshme e kështu me radhë.

Kutia e veglave

Më poshtë vijojnë disa shembuj të çështjeve dhe pyetjeve që shpesh shfaqen në lidhje ombudsmenët dhe vetë-rregullimin. Komentet paraqesin këshilla dhe mjete që kanë funksionuar për të tjerët.

Nevoja për një mandat të fortë

Gjetjet e ombudsmenit në raste të diskutueshme potencialisht mund të jenë në qendër të sulmit nga shumë anë. Prandaj, është me rëndësi të madhe që ombudsmeni të ketë një mandat të qartë dhe të fortë. Një pjesë e kësaj duhet të jetë një kontratë e qartë që siguron integritetin e ombudsmenit dhe e bën të pamundur shkarkimin e tij gjatë mandatit për të cilin është rëndë dakord.

Kur bëhet e detyrueshme

Disa vende e kanë bërë të detyrueshëm pozicionin e ombudsmenit për transmetuesit e shërbimit publik dhe – ç'është më e rëndësishmja – dhënien atij të një pozicioni të pavarur. Nëse bordi i transmetuesit publik ka mandatin të punësojë një ombudsmen, ky ka potencialin të jetë një metodë e mirë për vetë-rregullim.

Shfrytëzimi i rrjeteve ndërkombëtare

Ombudsmenët dhe promovuesit e pozicionit të ombudsmenit mund të gjejnë lehtë ndihmë dhe frymëzim nga kolegët në botë. ONO ka shumë anëtarë që janë transmetues të shërbimeve publike dhe organizata ndërkombëtare si UNESCO dhe Organizata për Sigurinë dhe Bashkëpunimin në Europë (OSBE) ofrojnë ndihmën e tyre. E dobishme mund të jetë edhe organizata e transmetuesve publikë në Europë (EBU).

I dukshëm

Për ombudsmenin është e favorshme nëse është i dukshëm. Audiencia duhet të dijë mbi funksionin e tij, duhet të informohen si të kontaktojnë transmetuesit dhe si të lidhen me ombudsmenin nëse kanë nevojë. Disa ombudsmenë tek transmetuesit kanë programin e vet të transmetimit ose shfaqen rregullisht në programe. Të tjerë komunikojnë me audiencën në radhë të parë nëpërmjet postës elektronike dhe faqes së internetit. Për këta mund të jetë e favorshme nëse janë të dukshëm në gazeta dhe forume të tjera debati. Nëse mundet, një ombudsmen duhet të marrë pjesë edhe në debate publike, të japë leksione e kështu me radhë.

Demonstrimi i pavarësisë

Në shumë raste, ombudsmenët nuk mund të mbështeten tek mbulimi mediatik për të ofruar një prezantim të plotë të pozicionit. Për njëdhjetë, është me rëndësi që ombudsmenët të tregojnë gjithmonë rolin e tyre të pavarur në mënyrën se si komentojnë dhe trajtojnë rastet. Është e domosdoshme që thuajse çdo koment në vetvete të demonstrojë pavarësinë e tyre.

Kur duhet ngritur zëri

Nëse një rast tërheq shumë vëmendje publike, kjo i jep ombudsmenit edhe një dritare mundësie për të ngritur zërin dhe për të shpjeguar parimet në fjalë, por në disa raste ombudsmeni duhet të marrë në konsideratë heshtjen. Së pari, është i rëndësishëm përqendrimi tek rastet më domethënëse. Së dyti, ka rëndësi që drejtuesve t'u jepet mundësia të flasin në emër të stacionit. Kur shihet e nevojshme, ombudsmeni duhet të përgatitet të denoncojë konkluzionet e drejtuesve apo redaktorëve, por këtu ka rëndësi koha. Nuk duhet bërë me shumë nxitim dhe ndërhyrja nuk duhet të jetë tepër e vonuar sa diskutimi të ketë mbaruar apo të ketë ecur përpara. Në të gjitha rastet, është e rëndësishme për ombudsmenin që të informojë drejtuesit që herët për arsyet e kritikës.

Social media dhe potenciali i tyre i madh

Rritja e shpejtë në përdorimin e social media çon në një sfidë tjetër. Shumë ombudsmenë e kanë parë se sa e lehtë është që debatet e

hapura në internet mbi median e shërbimit publik mund të përfundojnë në diskutime pa edukatë që joshin zëra negativë dhe të inatosur. Shumë debate janë mbyllur pikërisht prej këtij problemi. Por, ka edhe shumë shembuj që tregojnë potencialin e madh për përdorimin e social media për të komunikuar, bashkëndarë, komunikuar me mjete ku burimi janë shumica e njerëzve, zhvilluar marrëdhënie e kështu me radhë.

Rreziku i mbingarkesës

Puna e një ombudsmeni është interesante dhe shpesh shumë kërkuese. Shumë nga ata që e kanë provuar detyrën kanë parë se si brenda një nate kanë marrë në kutinë postare elektronike me qindra mesazhe. Një transmetim publik ndonjëherë mund të debatohet ethshëm në çdo orë të ditës në dhjetëra faqe debatesh dhe mijëra blogje. Shpesh mund të duket edhe mbyhtëse dhe e vështirë për t'u përballuar. Ashtu është! Por, nuk ke ku të fshihesh – dhe nuk ka asnjë mënyrë për të shmangur një diskutim të çiltër e të hapur mbi të gjitha çështjet që përbëjnë shqetësim real për publikun. Një ombudsmen sigurisht nuk mund të jetë e vetmja pikë kontakti për disa milionë dëgjues, shikues dhe përdorues interneti. Por një ombudsmen mund të jetë një ambasador aktiv dhe i dukshëm – i tillë që audienca mund t'i drejtohet, nëse besojnë se redaktorët dhe drejtuesit e kanë gabim në raste të rëndësishme.

Sistemi i apelimit

Në shumë gazeta, ombudsmeni mund të merret me shumicën e ankesave serioze. Por, veçanërisht për kanalet televizive dhe radiostacionet me audienca të mëdha, dhe mijëra komente e ankesa nga audienca çdo muaj, mund të jetë me vlerë që ombudsmenit t'i lejohet drejtimi i një sistemi apelimi. Të gjitha ankesat fillimisht duhen trajtuar nga redaktorët dhe departamentet përkatëse, të cilët duhet të informojnë ankuesit mbi mundësinë për të apeluar tek ombudsmeni nëse nuk janë të kënaqur me përgjigjen. Pas hetimit të këtyre rasteve, ombudsmeni duhet t'i paraqesë gjetjet tek drejtuesi kryesor apo kryeredaktori, i cili formalisht duhet të thotë fjalën e fundit.

Ombudsmeni transparent

Ombudsmeni duhet të përpiqet të jetë sa më i hapur dhe transparent që të jetë e mundur. Një mënyrë për ta praktikuar këtë është botimi i të gjitha gjetjeve të tij. Një faqe interneti normalisht duhet të jetë pjesë e sistemit për ta bërë këtë. Të gjitha gjetjet duhet të bëhen publike në faqe dhe raportet e shpeshta mund të tregojnë se si funksionon sistemi, si dhe të ofrojnë një vlerësim të temave që kanë tërhequr numrin më të madh të ankesave të fundit.

Zhvillimi i duhur i proceseve

Në një transmetues të shërbimit publik që ka shumë programe, ndoshta në disa kanale televizive dhe/ose radiostacione, procesi i dialogut dhe ankesave përfshin shumë persona. Për këtë arsye, është e rëndësishme që të ketë rregulla të qarta dhe drejtuesve, redaktorëve dhe gazetarëve t'iu jepen udhëzime të qarta mbi mënyrën e trajtimit të rasteve dhe të përgjigjes për ankesat. Është e rëndësishme që sistemi të mbikqyret pa pushim me qëllim që të pikasen gabime të mundshme në trajtimin e ankesave nga dëgjuesit dhe shikuesit. Nëse këto procese nuk funksionojnë, kjo mund ta minojë pozicionin e ombudsmenit.

Mos-shmangia e gjërave teknike

Nëse një çështje është e rëndësishme për dëgjuesit dhe shikuesit, atëherë duhet të jetë me rëndësi edhe për ombudsmenin, i cili shërben si ambasadori i tyre. Disa prej çështjeve kanë të bëjnë me probleme teknike – shumë prej të cilave kanë të bëjnë me shërbimet në internet – dhe ankesa për probleme me fjalën e folur. Duhet parë si pjesë e rëndësishme e punës të sigurohesh që këtyre problemeve iu kushtohet vëmendje.

Përdorimi i kodit

Për shumë ombudsmenë, kodi etik i transmetuesit është me rëndësi të madhe. Ata shpesh e quajnë punë të tyre që të sigurohen që transmetuesi i tyre i qëndron kodit të vet të etikës. Nëse kodi i etikës është i paqarta apo i pamjaftueshëm, ombudsmeni duhet ta quajë pjesë të punës së tij propozimin e standardeve të reja.

Promovimi i parimeve

Është e rëndësishme që ombudsmeni të promovojë sjelljen e duhur dhe bën avokatin e të qenurit të hapur. Një mënyrë për ta bërë këtë është promovimi këmbëngultas i propozimeve konkrete për të qenë më të hapur, për të pasur udhëzime më të forta etike, mënyra më të mira për të siguruar dialogun, e kështu me radhë.

Korrigjime, korrigjime, korrigjime!

Siç është shpjeguar më sipër, transmetuesit e shërbimit publik shpesh kanë një historik të dobët të publikimit të korrigjimeve dhe sqarimeve. Është pjesë e rëndësishme e detyrave të ombudsmenit që ta zmbarsë këtë situatë. Përveç nevojës për korrigjime më të shpejta, më të qarta dhe më të shpeshta në transmetim, duhet të jetë e mundur edhe të gjenden të gjitha korrigjimet në faqen e transmetuesit.

Diskutimi i gazetarisë së mirë dhe dilemave etike

Puna thelbësore e një ombudsmeni është të analizojë çështjet e nxehta. A është reportazhi i drejtë? A duhet t'i ishin paraqitur akuzat personave të përfshirë përpara publikimit? A quhet gjuhë urrejtjeje një fjalim dhe a duhet lejuar transmetimi i saj? A është e pranueshme të përdorësh një kamera të fshehtë në një dokumentar? A mjafton korrigjimi? A është edicioni i lajmeve i anshëm? A është i drejtë për të gjitha partitë formati i zgjedhur për një debat për zgjedhjet? Këto janë vetëm disa shembuj. Çdo temë mund të jetë subjekt i shumë reflektimesh dhe diskutimesh mbi mënyrën e drejtpeshimit të shqetësimeve të ndryshme. Është me vend që ombudsmenët t'i diskutojnë këto çështje thellësisht me gazetarët dhe kolegët nëpër botë.

Pas faktit, kujdesu

Për një ombudsmen – dhe cilindo kritik mediatik – është gjithmonë rrezik kur përfundimet nxirren pas faktit. Ndërkohë që mëson nga gabimet – dhe korrigjimi i tyre – është e rëndësishme të merret parasysh presioni i kohës dhe stresit që janë shpesh pjesë e raportimit të lajmeve. Problemi kryesor nuk është domosdoshmërisht që dikush bëri një gabim. I ndodh

kujt do hera herës, sidomos kur je nën presion. Problemet më serioze lindin kur njerëzit i mbrojnë gabimet dhe refuzojnë përpjekjet për t'i korrigjuar ato.

PERSPEKTIVAT

Koncepti i ombudsmenit të pavarur mund t'i ofrojë shumë transmetuesve të shërbimit publik. Është një hap praktik drejt transparencës dhe llogaridhënies.

Nëpër botë janë duke u provuar shumë modele të ombudsmenit. Po zhvillohet një shkëmbim aktiv përvojash. Rezultati i mundshëm është zhvillimi i metodave më të mira dhe modeleve më të mira për ta bërë ombudsmenin të funksionojë në mënyrë të efektshme për transmetuesit publikë modernë.

Modeli i biznesit për shumë media cilësore është shumë i trazuar aktualisht. Kjo kërcënon të ulë cilësinë si të raportimit të lajmit ashtu edhe të debatit demokratik dhe vendos përgjegjësi edhe më të madhe mbi shpatullat e transmetuesve të shërbimit publik. Për ata, parimet e transparencës dhe llogaridhënies sigurisht që nuk janë përgjigja për të gjitha problemet, por zgjidhjet afatgjata zor të arrihen pa i provuar.

PËRVOJA E EPOKËS SË INTERNETIT NË MEDIAN E EUROPËS JUG-LINDORE

6

Gordana Vilović

Na duhen ligje dhe rregulla që na ndihmojnë të kontrollojmë sjelljen tonë në internet, ashtu siç na duhen rregullat e trafikut për të rregulluar sjelljen tonë për të ngarë makinat dhe për të mbrojtur veten dhe të tjerët nga aksidentet. Hera-herës ajo që duhet është rregullimi nga qeveria për të na mbrojtur nga instiktet tona më të këqija dhe procedurat më vetë-shkatërruese. (Andrew Keen, 2010, f. 209)

HYRJE

World Wide Web festoi ditëlindjen e njëzetë në nëntor 2010. 'Njëzet vjet më parë, shkencëtari britanik Tim Berners-Lee së bashku me kolegun e tij nga Belgjika, Robert Cailliau, propozuan krijimin e një rrjeti kompjuterik botëror të bazuar mbi lidhjet hipertekstuale, kushtuar në radhë të parë shoqërisë akademike, kërkuesve dhe shkencëtarëve për të shkëmbyer dije dhe të dhëna' (Karakaš, 2010, f. 3–4). Pesë vjet më vonë, në vitin 1995, ndodhi përballja ime e parë me internetin. Në atë kohë, sapo kisha filluar punë si bibliotekare lajmesh në Librarinë e Lajmeve Freedom Forum¹ të vendosur në Fakultetin e Shkencës Politike në Universitetin e Zagrebit. Kisha një kompjuter shumë të ngadaltë e një adresë elektronike por nuk ia kisha idenë për fuqinë e internetit. Studentët e gazetarisë që e vizitonin rregullisht Librarinë e Lajmeve Freedom Forum zakonisht kërkonin libra mbi median, gazeta të përditshme dhe revista kroate, si dhe CD-ROM-e me numrat e vjetër të gazetave. Shumicën e ditëve, vetëm pak vetë donin të kërkonin në internet. Në vitin 1996, Kroacia po vuante nga depresioni i pas-luftës dhe media e lirë kufizohej në pak revista të përjavshme private dhe një numër stacionesh radiofonike të pavarura. Shumica e gazetave dhe transmetuesve të tjerë, përfshi transmetuesin e shërbimit publik

(Radio dhe Televizioni Kroat, HRT), ishin plotësisht proqeveritare. Në këto rrethana, burimet e medias për ata që kërkonin variacion opinionesh dhe informacioni ishin televizioni satelitor dhe interneti. Numri i përdoruesve të internetit në atë kohë ishte shumë i ulët. Në thelb, ishte privilegj që e kishin ata që punonin në universitete, në industrinë e teknologjisë së informacionit ose në sektorin publik.

Kur Berners-Lee sugjeroi konceptin e një rrjeti kompjuterik botëror kushtuar bashkësisë akademike në nëntor 1990, ndoshta nuk e imagjinonte se si mediat e reja do t'i jepnin formë dhe do ndryshonin jetët tona. Njëzetë vjet më vonë, e dimë që kanë bërë pikërisht këtë. Në vitin 2010 ishte shumë e qartë që World Wide Web kishte shkaktuar një revolucion mediatik në shkallë të gjerë anembanë botës. Saša Matanovic, një ekspert kroat për kompjuterat dhe internetin, u shpreh kohët e fundit:

Interneti, nga ideja e tij fillestare, ka një qëllim tërësisht të ndryshëm sot: shkarkimi i jashtëligjshëm i muzikës dhe filmave, ankandet virtuale, historitë e dashurisë, blerjet elektronike, prezantimet në internet, katalogjet elektronike, një industri më e fortë erotike dhe pornografike ... Ndryshimi më i madh i ndikuar nga interneti ka qenë ai në median tradicionale: falë www, lajmet dhe ngjarjet e ndryshme që ndodhin kudo janë të përditësuara – dhe bashkëndahen menjëherë me audiencat anekënd botës. (cituar në Karakaš, 2010, f. 3–4)

Vërtet, shumë gjëra ndryshuan në dhjetëvjeçarin që u mbyll në vitin 2010. Interneti përdoret në një gamë të gjerë rastesh dhe çështja më e madhe që ka lindur është ajo e rregullimit dhe vetë-rregullimit të internetit si një medium. A e besojmë informacionin e publikuar në faqet e internetit? A është zhvendosur e folura e urrejtjes nga mediat tradicionale në portalet e lajmeve nëpërmjet komenteve të lexuesve? Si mund të parandalojmë plagjiaturën dhe shkarkimin e papërgjegjshëm të teksteve? Si funksionon blogosfera dhe a mund të paditet dikush që publikon materiale të papranueshme? Po çështjet e privatësisë, si për shembull mbajtja e informacionit që njerëzit ngarkojnë në Facebook në sferën virtuale? A janë përdoruesit e internetit të ndërgjegjshëm për keqpërdorimin e mundshëm të të dhënave të tyre personale? Deri në ç'masë mund të shpërmdahen nëpërmjet grupeve gënjeshtat dhe materialet e papranueshme dhe si mund të parandalohet kjo? Dhe së fundi, cila është përgjegjësia e përdoruesve të materialeve me bazë internetin?

Ç'pozicion kanë mbi të gjitha këto çështje vendet e Europës Jug-Lindore që po përpiqen të vendosin një mënyrë më sistematike për të rregulluar materialin e publikuar në portalet e internetit? Një gjë është e sigurt: portalet e internetit dhe rrjetet sociale po shtynjë më tej kufijtë e lirisë së medias në mënyrë të përditshme. Shpesh kjo përfshin materiale pa shije dhe sjellje të papërgjegjshme. Këto zhvillime kanë pasur një efekt domethënës mbi komercializimin e medias tradicionale. Kjo është veçanërisht e dukshme në vendet evropiano-juglindore, ku gazetaria gjysmë-tabloid thuhetse ia ka marrë tërësisht tregun gazetave serioze.

PËRDORIMI I INTERNETIT NË EUROPËN JUG-LINDORE: ZHVILLIM I SHPEJTË

Interneti nuk është rritur si medium i ri në vendet e Europës Jug-Lindore në të njëjtën masë sa në demokracitë perëndimore. Një prej artikujve të parë kërkimorë të plotë mbi shtrirjen dhe përdorimin e internetit në këtë pjesë të botës u krye nga shkencëtarët dhe redaktorët Orlin Spasov dhe Christo Todorov, botuar në fillim të vitit 2003 në libring e tyre ***New Media in Southeast Europe***. Kërkimi i tyre, bazuar në kontribute nga shkencëtarë dhe autorë të njohur nga Shqipëria, Bosnje-Hercegovina, Bullgaria, Kroacia, Ish-Republika Jugosllave (IRJ) e Maqedonisë, Greqia, Rumania, Sllovenia, Turqia, Serbia dhe Mali i Zi, tregoi se në vitin 2003 kishte dallime domethënëse në zhvillimin e përdorimit të internetit në varësi të disponibilitetit të rrjetit, kushtet e përgjithshme të sistemit të telekomunikacionit dhe traditës së konsumit të medias së vjetër: Në përmbledhjen e kapitullit të parë, i cili analizonte disponibilitetin dhe ndikimin e internetit mbi zhvillimet dhe ndërlidhjen rajonale në Europën Jug-Lindore, Spasov dhe Todorov thanë:

Kjo pjesë e kontinentit është po aq komplekse sa çdo pjesë tjetër e Europës. Pikërisht diversiteti i saj nuk na lejon ta përkufizojmë Europën Jug-Lindore thjesht si periferi. I parë si një hapësirë e vetme, rajoni është shumëçka në të njëjtën kohë dhe pikërisht kjo pasuri është kontributi i tij për identitetin evropian ... ky rajon ofron gjithashtu diçka për të cilën si zor të ishte krenar por që gjithsesi është një precedent: përdorimi i internetit në kontekstin e luftës reale. E gjithë kjo e bën Europën Jug-Lindore një laborator të përshtatshëm për hulumtimin e të gjitha aspekteve të mediumit të ri. (Spasov dhe Todorov, 2003, f. 11)

Është e vështirë të paraqesësh grafikisht rritjen e përdorimit të internetit në vendet e Europës Jug-Lindore sepse nuk ka në dispozicion të dhëna të besueshme, por mund të thuhet me siguri që interneti është bërë një medium i pashmangshëm dhe që njerëzit në këtë rajon tani përdorin mjete dhe rrjete sociale të ndryshme të internetit, ndoshta jo në të njëjtin nivel si në pjesën tjetër të Europës. Disa të dhëna nga Kroacia ndihmojnë për ta treguar këtë. Stjepan Malović, në vitin 2002 'Kroacia kishte 610,000 përdorues të internetit ose 15.4% të popullsisë kroate' (Spasov dhe Todorov, 2003, f. 140). Shifrat aktuale të përdorimit të internetit në Kroaci janë krejt të ndryshme. Kërkimet nga agjencia ndërkombëtare GfK në vitin 2010 treguan se:

Përqindja e qytetarëve kroatë që përdorin internetin është 53%. Pothuajse 1.85 milionë kroatë e përdorin internetin rregullisht. Kroacia është në të njëjtin nivel përqindjeje si Italia dhe Polonia, por Republika Çeke dhe Hungaria janë më mirë se Kroacia, me 59% përdorues interneti. Në Sllovakia dhe Slloveni, internetin e përdorin 65% e qytetarëve. (S. Pavić, 2010)

Një hulumtim shumë interesant i kryer nga Nokia në nëntor 2010, mes përdoruesve kroatë të telefonave celularë, tregoi se '28% e qytetarëve hyjnë në internet nëpërmjet telefonave të tyre celularë. Aplikimet më popullore janë multimedia, argëtimi, lajmet, parashikimet e kohës, rrjetet sociale dhe navigimi' (Arslani, 2010). Përqindjet e përdorimit rriten çdo ditë. Kur u përpoqëm me kolegët e mi që të gjenim të dhëna mbi përdorimin e internetit dhe rrjeteve sociale, të trajtuara në këtë libër, hasëm një gamë të dhënash që nuk përputheshin, bazuar në periudha të ndryshme kohe dhe të hartuara mbi baza të ndryshme. Një karakteristikë e përbashkët është që të dhënat në dispozicion bazohen të gjitha në përlogaritje ose hulumtime të agjencie.

Mes institucioneve dhe organizatave që monitorojnë rregullisht telekomunikacionet dhe përdorimin e internetit në Bashkimin Europian dhe më tej (në një total prej 30 vendesh europiane) është edhe Cullen International. Në kapitullin mbi përdorimin e internetit dhe broadband në vendet e Europës Qendrore dhe Lindore (CEE), **Raporti 3 – Raporti Krahasues i Vendeve – Mars 2007** pohon:

Statistikat e dhëna për penetrimin e përdoruesve të internetit bazohen mbi përlllogaritje ose sondazhe me kampion. Duke qenë se ka dallime në grupmosha, kohëzgjatja nga hera e fundit që një përdorues hyri në internet dhe teknikave të ndryshme të ndërtimit të kampionit, pra disa shifra paraqesin 'përdorues' ndërsa të tjera përfaqësojnë 'pajtimtarë,' krahasimet e drejtpërdrejta të shifrave nuk janë të mundura. Për rrjedhojë, nivelet e penetrimit duhen cilësuar vetëm si analitike. (Cullen International, 2010, f. 25–26)

Meqenëse është e qartë që të dhënat në dispozicion mbi përdoruesit e internetit dhe penetrimin nuk janë ekzakte, dhe se ka pak të dhëna për vitet 2009 apo 2010, nuk do të spekuloj për qëllimet e këtij shkrimi.

Ndryshimi i parë i madh: blogjet, MySpace, Facebook, Twitter

Me zhvillimin e rrjeteve sociale, në vitin 2004 ndodhën ndryshime të mëdha në përdorimin e internetit kudo në botë. Atë vit u themelua Facebook. Një vit më vonë, në vitin 2005, YouTube ishte shenjë e një revolucioni. Blogerat e parë u shfaqën në Europën Jug-Lindore. Në Shtetet e Bashkuara kishte një revolucion të mirëfilltë në disponibilitetin e lajmeve me interes kombëtar në internet kur blogerat ushtarë filluan të dërgonin komentet e tyre nga Iraku, por blogosfera në Europën Jug-Lindore u zhvillua pak më vonë, rreth vitit 2006. Në vitin 2007, një prej analistëve më të cituar të blogjeve dhe blogosferës, Mark Tremayne, pohonte:

Blogosfera është një forum për diskutime politike dhe një forum për alternativën, si një koleksion regjistrimesh elektronike Është edhe një sferë virtuale, ashtu edhe një vend për përhapjen e fjalëve Blogosfera konsiderohet 'hapësirë ku të rinjtë, të arsimuarit dhe të rinjtë e ndërgjegjshëm për teknologjinë mblihdhen bashkë, por edhe një vend për ata të stilit të vjetër dhe të barabartët.' (Tremayne, 2007, x–xii.)

Tremayne vërente vlerën e blogosferës, por në Europën Jug-Lindore nuk u zhvillua aq shpejt sa kishte ndodhur në Shtetet e Bashkuara të Amerikës, të cilën e kishin zënë ethet e blogjeve. Sipas kërkimeve mbi karakteristikat e një blogeri mesatar kroat nga viti 2008, në atë

vit 'kishte pasur midis 500,000 dhe 600,000 portale blogjesh në Kroaci' (Vilović dhe Širinić, 2009, f. 65). Igor Vobic, një shkencëtar dhe ekspert i shkencave të komunikimit nga Sllovenia, thotë që 'një blog mund të jetë një forum demokratik për diskutim publik për të arritur synime politike, ekonomike dhe të tjera' (cituar në Vilović dhe Širinić, 2009, f. 71) por ka blogje që 'plotësojnë vetëm synime të ngushta dhe specifike, për shembull blogje që qëllimisht publikojnë informacione të pasakta dhe krijojnë kaos në blogosferë (blogje të rreme) dhe nuk ofrojnë ndonjë informacion; fokusohen tek përfitimi nëpërmjet reklamave në internet' (cituar në Vilović dhe Širinić, 2009, f. 71). Një praktikë veçanërisht e keqe gjendet në universitete, ku studentët shkarkojnë të gjithë përmbajtjen e blogjeve dhe i riprodhojnë ato pa njohur autorësinë në esetë e tyre, ndoshta nën keqperceptimin se materiali i publikuar në internet nuk i nënshtrohet të drejtës së autorit por ndodhet në domenin publik. Përmbajtja e blogjeve, përgjegjësia dhe vetë-rregullimi kanë qenë çështje të nxehta në Kroaci për disa vite.

Deri në vitin 2009, numri i bloggerave kishte filluar të pakësohej por kishte një rritje të fortë në rrjetet sociale si Facebook, YouTube dhe Twitter:

ËTIKA DHE LIRIA E SHPREHJES NË INTERNET

Cilat janë standardet etike për portalet e internetit? Pse nuk ka një nivel minimal zbatimi? Pavarësisht nga të gjitha rekomandimet dhe sugjerimet e Komisionit Europian mbi mënyrën se si të trajtohen çështjet etike në internet, prapë lindi pyetje thujse çdo ditë se kush duhet të japë llogari mbi rregullimin (apo vetë-rregullimin) e portaleve të internetit.

Në shumicën e vendeve të Europës Lindore – edhe tek ato që kanë organe rregullatore – nuk ka një praktikë të zakonshme për ndërmarrjen e ndërhyrjeve, nxjerrjen e paralajmërimeve apo dhënien e rekomandimeve kur në internet publikohet material i papranueshëm. Një problem madhor është që shpesh nuk ka informacion mbi pronarin apo operatorin e një faqeje dhe vendndodhjen e tyre, edhe ngaqë interneti në radhë të parë është një rrjet global.

Në Kroaci ndodhi një skandal i madh në fillim të vitit 2010 kur një dokument top-secret – një listë veteranësh të Luftës së Atdheut, përfshi të dhënat e tyre personale – u publikua në internet. Më përpara, qeveria kroate kishte refuzuar ta publikonte këtë informacion sepse e konsideronte sekret shtetëror dhe u zhvillua një hetim lidhur me përgjegjësinë për publikimin. Mund të debatohet se publiku kishte të drejtën të dinte cilët ishin veteranët e luftës, sidomos ngaqë nuk ishte e qartë pse numri i atyre që pretendonin të ishin veteranë kroatë ishte rritur nga afro 300,000 në mbi 500,000 në vetëm pak vite. Edhe më i diskutueshëm nga pikëpamja etike ishte publikimi i të dhënave personale mbi personat në listë. Për të qenë realistë, asnjë medium i konsoliduar nuk do ta kishte botuar këtë informacion sepse do kishte shkaktuar sanksione ligjore kundër botuesit; e vetmja mënyrë ishte nëpërmjet një faqeje interneti të ndërtuar rishtas. Pavarësisht nga çështjet e privatësisë që lindin, ka një argument pozitiv që ky botim kontribuoi në zhvillimin e një shoqërie të hapur dhe demokratike.

Shumë ekspertë kanë kontribuar në debatin mbi rregullimin etik të faqeve të internetit. Ka shumë kundërshti. Për shembull, a duhen rregulluar si mediat tradicionale, apo ka nevojë për rregulla të reja për këtë medium shumë të ndryshëm?

Roger Darlington² është një komentator që ka shkruar mbi rregullimin etik dhe kuptimin e fjalës 'etikë' në kontekstin e internetit. Ai ofroi:

katër sugjerime, të cilat janë: 1) pranimi që interneti nuk është një zonë pa vlera (WWW nuk është Wild Wild Web); 2) aplikimi i ligjeve jashtë internetit për botën e internetit (aplikim i ligjit që kemi zhvilluar për hapësirën fizike në botën e hapësirës virtuale); 3) ndjeshmëri ndaj kulturave kombëtare dhe vendore (si fenomen global i kudondodhur, nuk mund t'i nënshtrohet një grupi vlerash si një gazetë lokale apo stacion televiziv kombëtar); dhe 4) ndjeshmëri ndaj opinionëve të klientëve apo përdoruesve (duke pranuar se përdoruesit e internetit – madje edhe jopërdoruesit – kanë të drejtën të kenë një ide se si funksionon. (Darlington, 2010)

Organizata për Sigurinë dhe Bashkëpunimin në Europë (OSBE) ndërmori një përqasje të ngjashme kur bëri rekomandime mbi mënyrën e trajtimit të etikës në internet ose/dhe rregullimin e materialeve në

internat, sidomos sot kur ka aq shumë dhoma lajmesh të konvergjuara në të gjithë Europën:

Rregullimi në internet mund të jetë posaçërisht i vështirë sepse bota online është vërtet globale. Ngaqë faqet e internetit mund të jenë të vendosura në vende larg prej audiencës që kanë në shënjestër; lindin probleme me shtrirjen e cilësdo organizatë rregullatore së cilës i është dhënë detyra të administrojë kodet mbikqyrëse. (Hulin dhe Smith, 2008, f. 41)

Për vendet e Europës Juglindore, sugjerimet e bëra nga OSBE ofrojnë një model të mirë për trajtimin e përmbajtjes së debatueshme dhe joetike në internet. Mirëpo shumë shpesh, pronarët, botuesit, dhe redaktorët e faqeve të internetit dhe portaleve të lajmeve refuzojnë të pranojnë edhe një minimum rregullimi, duke dhënë argumentin se liria e shprehjes është një e drejtë bazë. Gjithashtu, OSBE sugjeroi se:

organet vetë-rregullatore që në të kaluarën kanë mbikqyrur median e shkruar tani mund të rregullojnë edhe faqet e internetit të administruara nga gazetaret dhe revistat – edhe nëse variantet në linjë ndryshojnë nga botimi 'fizik.' Faqe të tilla mund të përmbajnë material audio-viziv me të cilin organi vetë-rregullues nuk është marrë tradicionalisht, dhe duhet të vendosë nëse ankesat për materiale të tilla duhen marrë ashtu si do bënte për një artikull apo fotografi të botuar në një gazetë apo revistë. (Hulin dhe Smith, 2008, f. 41)

Në vendet e Europës Jug-Lindore në të cilat organet vetë-rregullatore të medias nuk janë ngritur, siç është rasti i Kroacisë, mund të debatohet që detyrimin për t'u marrë me materialet joetike apo të debatueshme në internet e kanë organet e etikës gazetareske: për shembull, shoqatat sindikale të gazetarëve. Për ta mbyllur me një tjetër sugjerim të OSBE-së, mund të debatohet që disavantazhet e prezantimit të rregullimit etik për internetin mund të minimizohen nëse ka një garanci 'se rastet trajtohen sipas meritave të tyre dhe i kushtohet vëmendje e veçantë nivelit të mbikqyrjes editoriale të materialit' (Hulin dhe Smith, 2008, f. 41).

Në Malin e Zi ka një organ vetë-rregullator, Këshilli i Medias. Ka një diskutim aktualisht lidhur me nëse kodi i etikës i gazetarëve duhet ndryshuar që të mbulojë edhe sjelljen e gazetarëve në internet. Një

sugjerim është që kodi duhet t'i referohet në mënyrë specifike blogerave dhe pronarëve të faqeve të internetit. Nga të gjithë ata që botojnë në internet (si bloggerat ashtu edhe gazetarët në kontekste më formale) duhet pritur që të zbatojnë standardet e gazetarisë profesionale. Ndryshimet e propozuara gjithashtu nënkuptojnë që një gazetar që boton në internet dhe lejon lexuesit të bëjnë komente mbi faqen duhet të ketë përgjegjësinë që të sigurohet që këto komente të jenë të pranueshme nga pikëpamja etike. Është interesante të vërehet që propozimi e vendos këtë përgjegjësi tek gazetarët dhe jo tek pronarët e mediave apo redaktorët e portaleve në internet.

Interneti si burim lajmesh të lidhura me seksin dhe skandalet

Një material shumë i dobishëm mbi etikën në media është 'Udhëzuesi i etikës editoriale' botuar në vitin 2008 nga Qendra e Medias e Sarajevës. Botimi mbështetet në materiale nga dy kurse me pjesëmarrës nga dymbëdhjetë vende të Europës Jug-Lindore, në të cilat diskutojnë shkëlqet e parimeve etike në internet, duke iu referuar në mënyrë specifike incidenteve të njohura nga vendet e tyre.

Një pjesëmarrës nga Serbia paraqiti këtë artikull mbi café Osama:

Në 11 korrik 2006, një faqe interneti që pretendonte të ishte [kanali serb] B92 botoi një artikull mbi një café në Beograd të quajtur 'Osama' që i duhej të ndërronte emrin sepse ofendonte personelin e Ambasadës së SHBA në qytet. Artikulli ishte shkruar në mënyrë të tillë që dukej e besueshme dhe URL e faqes së internetit ishte ndryshuar që të dukej sikur artikulli kishte dalë në faqen e besueshme e të respektuar të B92. E përditshmja Kurir ishte e para që veprimi mbi lajmin dhe hetimet e reporterëve të tyre zbuluan se café Osama nuk kishte ekzistuar kurrë. (Qendra e Medias Sarajevë, 2008)

Në dhjetë vitet e fundit, në Kroaci kanë dalë një numër artikujsh, fillimisht të botuar në faqe interneti që ofendojnë standardet e konsoliduara etike të gazetarisë. Kanë qenë kryesisht artikuj seksi mbi njerëz të famshëm vendas dhe yje të sportit. Një incident i veçantë u bë i mirënjohur në gjithë botën në vitin 2004: një material që pretendonte të ishte një video private seksi me një këngëtare kroate u shfaq në Index.hr, një portal lajmesh i pavarur

kroat. Një tjetër video seksi u botua në të njëjtin portal lajmesh në mars 2010 me titullin 'Porno me Blanka Vlašić.' Videoja në fakt nuk shfaqte Blanka Vlašić, një prej atleteve më të suksesshme në botë në vitin 2010, e jo më ta tregonte duke bërë seks, por sigurisht që ishte pornografike. Nuk ishte e qartë nëse pjesëmarrësit faktikë kishin dhënë leje që materiali të shfaqej apo nëse ishte shkelje e privatësisë së tyre dhe, pavarësisht nga qëndrimi i tyre, faqja e internetit nxori pretendime tërësisht të pasakta mbi Blanka Vlašić! Matija Babić, pronar i portalit të lajmeve Index.hr, kërkoi menjëherë ndjesë tek Blanka Vlašić, por tashmë sugjerimi se ajo do të pozonte për këtë lloj videoje e kishte shkaktuar dëmin.

Bazuar mbi këto dy shembuj kroatë të pushtimit të privatësisë në internet, duket se rezultati tipik i daljes së këtij lloj materiali është që mediat e tjera (shtypi dhe elektronike) vazhdojnë duke e bërë shfaqjen e materialit një artikull më vete dhe e përdorin si shfaqës për të riprodhuar foto dhe përmbajtje të tjera të papërshtatshme nga pikëpamja etike prej faqes ofenduese të internetit, duke pushtuar edhe më tej privatësinë e viktimave.

Procedimet penale të lidhura me këto lloje çështjesh nuk kanë qenë të zakonshme në Kroaci, por njerëzit që ndihen të kërcënuar ose privatësia e të cilëve është dhunuar në faqe interneti në fakt nisin padi civile për t'u mbrojtur. Në rastet ekstreme ka edhe reagim nga Këshilli për Median Elektronike i Republikës së Kroacisë, një organ shtetëror rregullator detyra e të cilit është të reagojë ndaj këtyre lloje sulmeve ndaj dinjitetit dhe integritetit të individëve privatë dhe atyre në jetën publike.

Në korrik 2010, gazetat kroate raportuan mbi një padi nga një yll i ri në ngritje kundër pronarëve të një faqeje interneti, e cila kishte botuar foto të vjetra kompromentuese të saj. Ajo pretendonte se kjo i kishte shkaktuar vuajtje emocionale dhe e fitoi çështjen; përveç tërheqjes së materialeve, pronarët e faqes së internetit u urdhëruan nga gjykata t'i paguanin dëmshpërblim.

Është bërë praktikë e zakonshme tanimë që informacioni problematik në fillim të botohet nga faqet e internetit dhe më pas në median tradicionale. Megjithatë, është diçka shumë hipokrite nga ana e redaktorëve të gazetave dhe të tjerët si ta që të shpërndajnë më tej materialet ndërkohë që pretendojnë se skandalizohen nga shfaqja e tyre në internet. Në një shembull tjetër, në vitin 2008, një numër portalesh lajmesh publikuan video që përfshinin skena marrëdhëniesh të qarta

seksuale midis nxënësve të shkollave të mesme nga ishulli Hvar. Foto të pamjeve u shfaqën edhe në gazeta, sëbashku me shtirjen për shokim nga sjellja si e adoleshentëve të treguar edhe nga pronarët e faqeve të internetit. Në mendimin tim, do të kishte qenë shumë më mirë nëse redaktorët nuk do ta kishin raportuar lajmin, ose nëse ndjenin se kishte interes publik për ta diskutuar atë, duhej të ishte trajtuar shumë më ndryshe. Mbulimi vetëm do shkaktonte probleme shtesë për të rinjtë, sidomos kur ata vijnë, si në këtë rast, nga komunitete të vogla.

Një rast me disa pika të ngjashme ndodhinë IRJ të Maqedonisë:

Një faqe interneti botoi foto provokuese të një modeleje 15 vjeçare me këmishën zbërthyer. Faqja e internetit nuk mori përgjegjësinë për paraqitjen e fotove erotike sepse, sipas saj, sesioni i fotografimit ishte kryer nga një agjenci dhe fotot ishin botuar me lejen e nënës së vajzës dhe të agjencisë së modeles. (SEENPM, 2010)

Ashtu si me incidentet kroate, edhe organe të tjera të medias ishin shumë kritike ndaj qëndrimit të faqes së internetit, megjithatë i riprodhuan fotot fyese.

Një prej problemeve më të mëdha me shkeljen e etikës në internet është se aty ofrohet një 'arkiv' (SEENPM, 2010). Ndryshe nga një program televiziv apo një gazetë e përditshme, materiali në internet nuk ka automatikisht jetë të kufizuar. Nëse nuk ndërmerren veprime, foto apo video kompromentuese apo të sikletshme, pretendime të rreme, zbulime mbi jetët private të njerëzve dhe sajesa të pastra mund të vazhdonin të ishin të gjendshme nëpër portale e faqe të caktuar për një kohë të pacaktuar.

Gjuha e urrejtjes në komentet dhe postimet në internet

Në shumicën e vendeve të Europës Jug-Lindore, media online ofron mundësinë për postimin e komenteve pas botimit të një teksti apo komenti të caktuar. Është praktikë standarde që individët të lejohen të postojnë komente në të gjitha portalet e lajmeve dhe gazetave online në Kroaci, Bosnje-Hercegovinë dhe Serbi. Megjithatë, në Malin e Zi, sipas Nataša Ružić,³ nuk ndodh kështu. Në variantet online të gazetave të përditshme zor të gjesh komente. Përjashtim bëjnë disa portale të specializuara, të tilla si portali informativ-politik www.portalanalitika.me,

themeluesi dhe redaktori i të cilit është Draško Đuranović. Përdoruesit mund të lënë komentet e tyre aty, por është detyra e administratorit të faqes që të fshijë menjëherë çdo koment që promovon intolerancë apo zemërim. Sipas Đuranović, t'i hysh punës për t'u siguruar që gjuha në komente është politikisht korrekte ka rëndësi parësore për këtë faqe interneti, e cila shpesh citohet në vendet fqinje.

Në sistemin kroat, autorët e shkrimeve kanë opsionin të refuzojnë lejimin e postimit të komenteve me tekstet e tyre. Përvoja tregon se vetëm pak autorë, disa prej tyre të njohur, e shfrytëzojnë këtë. megjithatë, në Kroaci ndodh përditë që në komente të përdoret gjuhë politikisht jokorrekte. Herëherës përmbajnë gjuhë vërtet urrejtjeje. Në mënyrë tipike, kjo ndodh kur artikulli dhe komentet pasuese i referohen marrëdhënieve ndërkulturore apo shumëkulturore midis kombeve të ndryshme apo pakicave kombëtare, jetëve dhe problemeve të refugiatëve dhe azilkërkuesve, apo personave të zhvendosur që dëshirojnë të kthehen në shtëpi, si dhe njerëzve me orientime të ndryshme seksuale. Ekzistojnë një numër opinionesh mbi censurën e komenteve në internet. Disa analistë të medias besojnë se është e rëndësishme të mos censurohet zëri i popullit (*vox populi*), dhe të gjitha komentet duhen botuar në formën e tyre origjinale, në përputhje me idenë që interneti është një medium absolutisht i lirë. Të tjerët kundërshtojnë dhunshëm dhe ndjejnë se është e papranueshme të promovohet intoleranca dhe diskriminimi nëpërmjet komenteve në faqe interneti. Është e rëndësishme të vihet në dukje që portalet më popullore në internet e pranojnë këtë problem dhe zgjedhin, për shembull, t'i paralajmërojnë konsumatorët mbi natyrën e disa prej komenteve të postuara. Për shembull, faqja www.index.hr ka botuar këtë kusht:

Komentet në forum publikohen në kohë reale dhe index.hr nuk mund të jetë përgjegjës për të gjitha komentet e postuara. Ndalohet të fyhet, abuzohet dhe ofendohet. Postime të kësaj natyre do të fshihen dhe autorët do t'iu raportohen autoriteteve kompetente.⁴

Ka një shembull tipik kroat nga gushti 2010. Ka nevojë për pak kontekst për të kuptuar incidentin. Pas 'Operacioni Stuhia në vitin 1995, shumë njerëz vendas që i përkisnin popullsisë serbe në pakicë braktisën shtëpitë në qytetin Zemunik Donji (në rajonin Zadar të Kroacisë). Pasi ishin larguar serbët, shtëpitë e tyre i zunë disa romë. Mbetën aty për 15 vjet dhe në disa raste as nuk u kujdesën për shtëpitë. Në verën e vitit 2010, zyrtarët

vendorë në (kroatë etnikë) iu kërkuan romëve të largoheshin menjëherë nga shtëpitë që të mund të ktheheshin serbët e zhvendosur. Të gjitha gazetat e përditshme kroate patën mbulim të bollshëm çdo ditë për këtë 'skandal politik' dhe variantet e tyre online ofronin mundësinë që lexuesit të komentonin mbi 'çështjen Zemunik' dhe mbulimin e saj. Kjo prodhoi një pafundësi komentesh politikisht jokorrekte, të mbushura me intolerancë dhe gjuhë urrejtjeje, që kishte në shënjestër si romët ashtu edhe serbët. Shumë prej atyre që postoni komente i përshkruanin romët me fjalë të tilla si 'jevgi' (përgjithësisht i konsideruar si term përbuzës) dhe përdornin edhe fjalë përçmuese ndaj serbëve.⁵

Bëhet e qartë që shumë prej pjesëmarrësve online në këto diskutime janë pjesë e një komuniteti të konsoliduar. Postojnë rregullisht, e njohin njëri tjetrin nga postimet e mëparshme dhe janë në garë se kush mund të postojë fjalën më të rëndë të urrejtjes. I kushtojnë pak vëmendje gramatikës dhe ortografisë: kjo metodë e thjeshtë komunikimi priret të përmbajë shumë gabime gramatike, por komentuesit e kuptojnë njëri tjetrin menjëherë.

Blic, një gazetë e përditshme serbe, ka një paralajmërim në faqen e saj të internetit që ngjan shumë me shembullin kroat të index.hr:

Komentet që përmbajnë sharje, mesazhe ofenduese, vulgare, kërcënuese, raciste, apo shoviniste nuk do të botohen. Iu kërkohet mirësjellje lexuesve online të **Blic** t'i ndjekin këto udhëzime dhe të respektojnë rregullat gramatikore kur shkruajnë komentet e tyre. Ndalohet rreptësisht të përfshihen fakte të rreme apo çorientuese kur jepen komente. Komentet e shkruara me gërma kapitale nuk do të lejohen. Dhoma e lajmeve e **Blic** ka të drejtën të mos miratojë komente që janë të pështira, bëjnë thirrje për urrejtje racore dhe etnike, dhe nuk i kontribuojnë komunikimit të rregullt në këtë faqe.⁶

Për të ilustruar funksionimin e këtij paralajmërimi, le të shohim disa postime në përgjigje të një lajmi mbi djalin e biznesmenit të pasur kroat Todorić, i cili kishte rënë në dashuri me një prej modeleve kryesore serbe. Ky lajm i parëndësishëm por argëtues prodhoi 61 komente. Veçoria më e zakonshme ishte banaliteti; përveç kësaj, mbizotëronin komentet me humor. Kishte edhe komente thumbuese për marrëdhëniet midis kroatëve dhe serbëve. Ky lajm nuk provokoi komente apo gjuhë që mund të quhej seriozisht e papranueshme.

Së fundi, le të shqyrtojmë gazetën e përditshme me tirazhin më të madh në Bosnje-Hercegovinë, **Dnevni Avaz**. Në botimin online, të gjithë artikujt janë normalisht të hapur ndaj komenteve. Si shembull, mund të marrim një raport mbi Unionin Demokratik Kroat 1990, i cili përmbante pohimin se 'Asnjë gjykatë nuk mori vendimin' se ushtria kroate kishte shkatërruar 'Stari most' (një urë e vjetër e famshme në qytetin e Mostarit) në vitin 1994.⁷ Kjo shihet si pretendim i debatueshëm, por komentet e postuara rregullisht përmbanin shumë intolerancë dhe gjuhë urrejtjeje. Megjithatë, ishte e lehtë, teksa lexoje komentet, që të kuptoje përkatësinë etnike apo kombëtare të secilit. Mënyrat se si njerëzit theksonin fakte historike apo opinione të caktuara e bënin të qartë nëse ishin boshnjakë, myslimanë, serbë, apo kroatë.

Grupet sociale virtuale dhe etika e internetit

'Kushdo që dëshiron të jetë i përditësuar duhet të ketë profilin e vet në Facebook. Aty kam gjithçka më duhet.' Kjo është mënyra e përmbledhur se si një studente e vitit të parë në universitet për gazetari në Universitetin e Zagrebit shpjegoi rolin kryesor të rrjetit virtual social Facebook. Si mësuesja e saj u habita pak me pohimin e saj kategorik. Nuk ishte e vetmja. Shumica e studentëve dhe të rinjve mendojnë po njësoj. Për shembull, nga 54 studentë në klasë, vetëm dy u shprehën se nuk kishin ndërmend të përdornin ndonjë prej rrjeteve sociale.

Të dhënat në dispozicion mbi përdorimin e Facebook në Kroaci tregojnë se e përdorin 'rreth 1.1 milionë vetë' (Krešić, 2010) dhe se:

thujse një në katër kroatë gjendet në Facebook. Sot në Kroaci, në Facebook ka rreth 276 persona në moshën 13 deri 17 vjeç. Ky numër prej 276,000 fsheh një problem lidhur me përdoruesit e Facebook! Në fakt, sipas të dhënave zyrtare, në Kroaci jetojnë vetëm 250,000 të rinj të moshës 13 deri 17 vjeç, çka do të thotë që mbi 20,000 përdorues japin informacion të rremë. Këta mund të jenë fëmijë nën moshën 13 vjeç që mund të ndihen të rrezikuar për shkak të përdorimit të internetit. (Krešić, 2010)

Çfarë kuptimi ka Facebook sot për miliona përdoruesit e tij? Është një rrugë për një lloj të ri ftohjeje dhe varësie apo është mënyra më e mirë për të ushtruar demokracinë e vërtetë? Kush mund të pendohet për

postimet aty në të ardhmen, duke i gjykuar pastaj, në retrospektivë, si një pushtim i privatësisë së tyre? Si do të zhvillohet Facebook në të ardhmen e afërt?

'Megjithëse lexon shumë për paralajmërime për privatësinë në Facebook, kjo është faqja më pak private në internet,' thotë Jason Kaufman, një profesor sociologjie që ka kaluar nëntë vjet si lektor mbi kulturën popullore dhe politikën dhe tani hulumton sjelljen e njëjërëve në rrjetet sociale. 'Çdo gjë që shkruan dhe poston në një rrjet social synon të dalë jashtë, tek të tjerët ... Kur vendos foton e makinës së re apo bashkëshortit të ri, nuk e bën për të ndërtuar një album privat fotosh, por për t'i treguar kujtdo tjetër se çfarë ke' (cituar tek M. Pavić, 2010).

Duke përshkruar kundërshtitë që mund të prodhohen nëpërmjet Facebook, gazetari kroat Miran Pavić komenton analizën e Jason Kaufman si dhe fenomenin e gjuhës së urrejtjes që shpërndahet nëpërmjet rrjeteve sociale.

Facebook është një platformë për shkëmbimn e formave më të këqija të populizmit të majtë dhe të djathtë, përfshi gjuhën e urrejtjes ... Për shembull, nëse kërkon fjalën 'Croatia' të del një grup në Facebook, 'Kroatë, t'ua ndalojmë hyrjen në Kroaci sllovenëve' me afro 4,000 anëtarë ... Në gjithë Facebook ka komente si 'Shkelim serbët!' (M. Pavić, 2010)

Qartësisht është e lehtë që përdoruesit e Facebook të formojnë grupe që promovojnë urrejtje dhe diskriminim dhe përdoruesit mund të marrin pjesë në forma të ndryshme dhune verbale. Nga një kënd më pozitiv, Facebook mund të përdoret edhe për të organizuar grupe interesi që promovojnë humanizmin, kundërshtojnë dhunën apo janë të përfshirë në punë humanitare. Si çdo rrjet tjetër social, Facebook meriton të gjykohet ndershmërisht, duke marrë në konsideratë si avantazhet ashtu edhe dobësitë e tij.

Në pothuajse të gjitha vendet e Europës Jug-Lindore ka pasur rritje të dukshme të rrjetëzimit social. Shkalla e përdorimit dhe përqindja e popullsisë që është përdoruese variojnë në varësi të statusit teknologjik dhe të telekomunikacioneve të secilit shtet. Megjithatë, një gjë është e sigurt: blogerat shkojnë drejt derës, Facebook është këtu.

PËRFUNDIM

Vendet e Europës Jug-Lindore përballen me rritjen e teknologjive të telekomunikacionit, dixhitalizimit të medias elektronike dhe informatizimit, në mënyra që ndryshojnë në varësi të trashëgimisë dhe traditave kulturore. Teknikisht, situata nuk është identike me atë në vendet e zhvilluara të Europës Perëndimore, por çështjet e etikës, përgjegjësisë dhe mirësjelljes bazë në botimin e llojeve të ndryshme të përmbajtjeve janë po aq me vend këtu sa edhe në Europën 'e vjetër'. Internetit nuk i duhen vënë frerë me rregullore shtesë, por të gjithë përdoruesit kanë nevojë për një nivel minimal të alfabetizimit mediatik për të pasur akses dhe për të përdorur format dhe përmbajtjet e ndryshme. Nëse nuk mund të ndikohen të rriturit, atëherë një prej detyrave më të rëndësishme është të prezantohet alfabetizimi mediatik tek brezat e rinj të përdoruesve të medias online. Stafet e kopshteve, mësuesit e prindërit do bënin mirë të mësonin mbi mediat e reja. Është e vetmja mënyrë për të shmangur shkëputjen e plotë dhe situatën ku ndodhesh midis jetesës në botën reale dhe arratisjes në botën virtuale.

SHËNIME

- 1** Freedom Forum është një organizatë joqeveritare me qendër në SHBA që i përkushtohet lirisë së fjalës, lirisë së medias dhe lirisë së shpirtit.
- 2** Roger Darlington është një studiues britanik që ka qenë kryetari i parë i Internet Watch Foundation (IWF), një organ në Mbretërinë e Bashkuar që merret me luftën kundër përmbajtjes së paligjshme, sidomos abuzimit të fëmijëve, në internet.
- 3** Nataša Ružić Ph.D. është ndihmëse shkencore në Fakultetin e Shkencave Politike – Departamenti i Gazetarisë, Universiteti i Podgoricës, Mali i Zi.
- 4** nga www.index.hr/vijesti/clanak/potvrđeno-bivsi-sef-diokija-zdenko-belosevic-pocinio-samoubojstvo, 14 Nëntor 2010.
- 5** Përshembull, materiali që gjendet në www.slobodnadalmacija.hr/Hrvatska/tabid/66/articleType/ArticleView/articleId/114659/Default.aspx (kontrolluar më 14 shtator 2010.)
- 6** www.blic.rs/Zabava/Vesti/217186/Milica-ocarala-sina--lvice-Todorica/komentari (kontrolluar më 26 nëntor 2010.)
- 7** <http://www.dnevniavaz.ba/dogadjaji/izbor-2010/19765-HDZ-1990-Nijedan-sud-nije> (no longer accessible).

REFERENCA

Arslani, M. 2010. Najviše igramo igrice, samo 28 posto i surfa. *Jutarnji list*, 17 nentor.

Cullen International. 2010. Supply of services in monitoring regulatory and market developments for electronic communications and information society services in Enlargement Countries. *Report 3 – Country Comparative Report – March 2010*. Gjendet në: http://www.cullen-international.com/cullen/cipublic/studies/balkan2/enlargement_countries_monitoring_report_3.pdf (Accessed on 9 December 2010.)

Darlington, R. 2002. Internet ethics: oxymoron or orthodoxy? Available at: www.rogerdarlington.co.uk/internetethics.html (Accessed on 26 November 2010.)

Hulin, A. and **Smith, S.** (eds) 2008. *The Media Self-Regulation Guidebook (The OSCE Representative on Freedom of the Media, Miklos Haraszti)*. Vienna, Organization for Security and Co-operation in Europe (OSCE).

Karakaš, B. 2010. www.20 godina poslije. *Vecernji list*, 14 November; pp. 3–4.

Keen, A. 2010. *Kult amatera (The Cult of the Amateur: How Blogs, MySpace, YouTube and the Rest of Today's User-Generated Media are Destroying our Economy, our Culture, and our Values)*. Zagreb, Fraktura.

Krešic, H. 2010. Oko 26 tisuca Hrvata se lažno predstavlja na Facebooku. *Glas Istre*, 17 October.

Malovic, S. Slower than expected. 2003. O. Spasov and C. Todorov (eds), *New Media in Southeast Europe*, Sofia Sudosteupäisches Medienzentrum, p. 140.

Pavic, M. 2010. Faca iza Facebooka: Najdruštveniju mrežu na svijetu stvorio je – najnedruštveniji covjek. *Jutarnji list*, 1 February.

Pavic, S. 2010. Mladi Hrvati nemaju dvojbe: bez TV-a mogu, ali bez interneta ne. *Jutarnji list*, 19 August.

Sarajevo Media Center. 2008. Editorial ethics guidelines. Available at: www.seenpm.org/ne/files/Ethics%20Guidelines.doc (Accessed on 10 November 2010.)

South East European Network for Professionalization of Media (SEENPM). Ethical guidelines. Available at: www.seenpm.org/ne/files/Ethics%20Guidelines.doc (Accessed on 10 November 2010.)

Spasov, O. and Todorov, C. (eds) 2003. *New Media in Southeast Europe*. Sofia, Sudosteupäisches Medienzentrum.

Tremayne, M. (ed) 2007. *Blogging, Citizenship, and the Future of the Media*, New York, Routledge.

Vilović, G. and Širinić, D. 2009. Who are Croatian bloggers? *Medianali*, No. 5 (UDK 004.7385:655.4(497.5)).

PROMOVIMI I LLOGARIDHËNIES SË MEDIAS NË EUROPËN JUG-LINDORE: DUKE PASUR PARASYSH SFIDAT E ARDHSHME

7

Tarja Turtia dhe Adeline Hulin

Ky botim e mori nismën gjatë zbatimit të projektit 'Përafrimi me Standardet Ndërkombëtare në Sektorin e Medias në Vendet e Europës Jug-Lindore,' organizuar nga UNESCO me mbështetje financiare nga Komisioni European (KE) dhe Organizata për Sigurinë dhe Bashkëpunimin në Europë (OSBE). Projekti ka filluar në vitin 2008 dhe synonte të ndihmonte dhe përshpejtonte reformat e medias në Shqipëri, Bosnje-Hercegovinë, Kroaci, Malin e Zi, Serbi, Ish Republikën Jugosllave të Maqedonisë, Turqi, dhe Kosovë – në kontekstin e Rezolutës 1244 (1999) të Këshillit të Sigurimit. Projekti ka kontribuar për konsolidimin e standardeve të pranuar ndërkombëtarisht dhe përforcimin e mbrojtjes së gazetarëve, profesionalizmit, dhe llogaridhënies e pavarësinë e medias, mbi bazën e proceseve vullnetare vetë-rregulluese në iniciuara me anë të rjetëzimit mes profesionistëve të medias dhe këshillave të shtypit vendase.

Promovimi i lirisë së shprehjes dhe informacionit është një prej objektivave kryesore të programit të UNESCO-s për Komunikimin dhe Informacionin. Ai synon ta arrijë këtë duke çuar përpara avokatinë, rritjen e ndërgjegjësimit dhe monitorimin e kësaj të drejte themelore të njeriut. Një pjesë e rëndësishme e programit është të mundësohet trajnimi i profesionistëve të medias me standardet më të larta etike dhe profesionale si dhe të mundësohen njerëzit të kenë akses ndaj informacionit të besueshëm, ta vlerësojnë atë në mënyrë kritike dhe ta përdorin atë. Qëllimi kryesor i kësaj nisme ka qenë nxitja e zhvillimit të sistemeve të llogaridhënies së medias bazuar mbi vetë-rregullimin vullnetar të medias.

Projekti i ka nxitur pjesëmarrësit të zhvillojnë diskutime të thelluara mbi thelbin e gazetarisë cilësore. Ka ngritur një forum ku pjesëmarrësit të takohen dhe të shkëmbejnë ide dhe opinione mbi etikën dhe profesionalizmin në gazetari. E drejta e lirisë së shprehjes përfshin

mundësinë për të debatuar dhe kritikuar haptas autoritetet, me kusht që kjo të mos krijohet urrejtje kundër individëve apo të pengojë të drejtat e individëve. Është rënë dakord gjerësisht që gazetaria cilësore garantohet me anë të një pakete standardesh etike dhe profesionale, kodesh etike, udhëzimesh editoriale dhe mekanizmash për llogaridhënien e medias që bazohen mbi praktikatat e vetë-rregullimit vullnetar dhe vihen në zbatim nga vetë media. Qëllimi kryesor i gazetarisë cilësore, udhëhequr nga vetë-rregullimi vullnetar, është t'u ofrojë qytetarëve informacion të saktë dhe të besueshëm dhe kjo mund të bëhet vetëm duke u siguruar që përmbajtja të jetë e vërtetë, thelbësore dhe e paanshme: me pak fjalë, produkti i gazetarisë profesionale.

Projekti kishte dy qëllime kryesore: së pari, zhvillimi i mjeteve dhe mekanizmave vetë-rregulluese dhe rritja e ndërgjegjësimit dhe aplikimi i vetë-rregullimit mes profesionistëve dhe organizatave të medias; dhe, së dyti, përshpejtimi i përafrimit me standardet e BE-së dhe ato ndërkombëtare apo ekuivalentet e tyre sid he praktikatat më të mira në fushën e llogaridhënies së medias.

Gjatë tridhjetë muajve të zhvillimit të projektit, u zbatuan një numër veprimtarish. Dy seri vjetore tryezash të rumbullakëta lokale u organizuan në Shqipëri, Bosnje-Hercegovinë, Kroaci, Malin e Zi, Serbi, Ish Republikën Jugosllave të Maqedonisë, Turqi dhe Kosovë (sipas UNSCR 1244) në vitet 2009 dhe 2010. Në tryezat e rumbullakëta u diskutuan pyetje shumë konkrete dhe specifike për vendet përkatëse mbi këshillat e shtypit dhe sistemet e ombudsmenëve, me ndërhyrje nga ekspertët ndërkombëtarë. Gjatë vitit të dytë të projektit (2010), tema thelbësore ishte etika gazetareske profesionale në internet. Doli qartë se vetë-rregullimi në internet është një çështje që po merr rëndësi gjithnjë e më të madhe. Çështje të tjera me vend që u diskutuan ishin marrëdhënia midis medias dhe pushtetit politik, pronësia e organeve të medias, si dhe roli i mediave gjatë periudhave zgjedhore.

U zhvilluan gjithsej gjashtëmbëdhjetë tryeza të rumbullakëta në bashkëpunim të ngushtë me Zyrën e Përfaqësuesit të OSBE-së për Lirinë e Medias (në Vjenë), e cila ofroi ekspertë ndërkombëtarë për aktivitetet. Përpos veprimtarive vendore u zhvilluan edhe dy takime rajonale. E para, në Tiranë, në mars 2009, u përqendrua kryesisht tek sistemet e ombudsmenit të brendshëm dhe, e dyta, në Stamboll, në

shkurt 2010, u përqendrua në mënyrë më strategjike tek çështjet e vetë-rregullimit në rajon.

Gjithashtu, UNESCO financoi pjesëmarrjen e njëzetë përfaqësuesve nga vendet e Europës Jug-Lindore për të marrë pjesë në takimet vjetore të Aleancës për Këshillat e Pavarur të Shtypit të Europës (AIPCE), një rrjet europian i rregullatorëve të pavarur të përmbajtjes së shtypit dhe medias elektronike. Aleanca zhvilloi takimin e saj të njëmbëdhjetë vjetor në Oslo në vitin 2009 dhe takimin e dymbëdhjetë në Amsterdam në vitin 2010.

Gjatë zbatimit të veprimtarive të ndryshme të projektit, UNESCO ka ndërtuar partneritete të forta me Zyrën e Përfaqësuesit të OSBE-së për Lirinë e Medias (Vjenë) dhe AIPCE, si dhe natyrisht me sponsorin kryesor – Komisionin Europian. Gjatë projektit, UNESCO ka bashkëpunuar edhe me profesionistë dhe organizata vendase të medias. Një pjesë e madhe e veprimtarive u kryen në bashkëpunim me Rrjetin e Europës Jug-Lindore për Profesionalizimin e Medias (SEENPM), i cili është e vetmja organizatë rajonale joqeveritare për zhvillimin e medias në Europën Jug-Lindore që ka një histori në fushën e vetë-rregullimit të medias. Rrjeti ka lidhje shumë të mira me organet kryesore të medias dhe organizata në vendet përkatëse. Organizatat ndërkombëtare mund të lehtësojnë, promovojnë dhe motivojnë veprimtari që mund të përmirësojnë kushtet vendore për lirinë e shprehjes, por, në fund të fundit, gjithçka varet nga vullneti lokal politik në secilin prej vendeve ku u zbatua projekti.

Projekti përfundoi me një konferencë përfundimtare 'Etika e Gazetarisë dhe Vetë-rregullimi në Europë: Media të Reja, Dilema të Vjetra,' në Paris, në qendrën e UNESCO-s në janar 2011. Në konferencë u mbledhën ekspertë të njohur ndërkombëtarisht që punojnë në fushën e vetë-rregullimit të medias në Europë për të lehtësuar shkëmbimin e ideve dhe përvojave në kontekstin dhe rrymat e tanishme rajonale në lidhje me standardet profesionale të gazetarisë dhe vetë-rregullimin e medias, sfidat për llogaridhënien e medias në demokracitë e reja, si dhe mundësitë e pengesat që paraqet revolucioni dixhital. Morën pjesë nëtarë të këshillave të shtypit, ombudsmenë të lajmeve, redaktorë dhe gazetarë, akademikë, përfaqësues nga institute të medias, shoqëria civile dhe organizatat ndërkombëtare.

Po në këtë kuadër, UNESCO vazhdoi të mbështeste zhvillimin e portaleve në internet që lehtësojnë shkëmbimin e informacioneve për temat e llogaridhënies së medias, standardeve profesionale dhe vetë-rregullimit në kontekstin europian, duke çuar përpara shkëmbimin e mësimëve të nxjerra dhe praktikave më të mira mbi bazën e përvojës së vendeve të ndryshme. Në vitin 2010 u krijuan faqe të ngjashme interneti që fokusohen tek Afrika, Azia Jug-Lindore dhe Azia dhe për vitin 2011 parashikohen që më shumë rajone të kenë pikë-grumbullimet e veta mbi çështje lidhur me standardet etike dhe profesionale si dhe sistemet vetë-rregullatore të medias. Ato ofrojnë standardet përkatëse për vende të ndryshme, bazuar mbi çështje të lirisë së shprehjes, aksesit ndaj informacionit dhe detyrimeve etike të gazetarëve. Këto përqendrohen në tri fusha kryesore tematike:

- ✓ Legjislatiioni dhe rregulloret për median ofrojnë shembuj të ligjeve të përgjithshme të medias dhe kuadrove rregullatore si në nivel kombëtar ashtu edhe në nivel ndërkombëtar.
- ✓ Organet rregullatore paraqesin këshillat ekzistuese të shtypit dhe rrjete profesionale përkatëse si dhe paraqesin një shikim të shkurtër të llojeve të ndryshme të ombudsmenëve të medias. Ky seksion përfshin edhe shembuj të disa prej vendeve që kanë këshilla shtypi dhe/ose ombudsmenë që kanë arbitruar dhe gjykuar ankesat kundër shtypit.
- ✓ Kodet e etikës ofron lidhje me kodet vullnetare të etikës që janë miratuar, ose aty ku nuk ekzistojnë, kodin e praktikës së miratuar me ligj.
- ✓ Seksioni i burimeve në faqen e internetit përfshin materiale lidhur me llogaridhënien e medias dhe vetë-rregullimin, si botime, faqe interneti dhe kontakte të dobishme ku mund të merret informacion i mëtejshëm mbi temën.

Nga projekti pritej që të krijonte më shumë kompetencë dhe ndërgjegjësim mes përfituesve mbi mënyrën e zbatimit të praktikave më të mira, modeleve dhe standardeve të vetë-miratuara të llogaridhënies së medias, si dhe të krijonte bashkëpunim më të madh mes këshillave vendore të shtypit dhe organeve vetë-rregullatore të konsoliduara europiane. Duke kontribuar për përcaktimin e standardeve profesionale dhe etike si dhe çuarjen përpara të aplikimit të tyre, mekanizmat e

vetë-rregullimit të medias – përfshi kodet e etikës, këshillat e shtypit, ombudsmenët dhe redaktorët e lexuesve – mund të udhëheqin gazetarët në punën e tyre të përditshme e t'i ndihmojnë ata, veçanërisht kur përballen me dilema komplekse. Më tej, duke qenë të dobishme për konsolidimin e gazetarisë cilësore dhe duke shërbyer si urë midis medias dhe audiencës së saj, kode e mekanizma të tilla llogaridhënieje janë në të mirë të përdoruesve të medias dhe, për rrjedhojë, përforcojnë besimin e publikut tek gazetaria. Siç theksohet shpesh nga ekspertët, mekanizmat e vetë-rregullimit mund të ndihmojnë organet e medias të mbrohen nga veprimet ligjore dhe t'i përgjigjen kritikave, si dhe të pakësojnë numrin e profesionistëve të medias që çohen në gjykatë.

Konferenca e UNESCO-s u përqendrua tek etika e gazetarisë dhe vetë-rregullimi në Europë dhe erdhi vërtet në kohë, brenda një konteksti në të cilin mbeten ende për t'u përballur nga gazetarët profesionistë dilema të vjetra etike, ndërkohë që zhvillimi teknologjik me ritëm të shpejtë ka hapur një spektër të tërë të ri çështjesh për diskutim. Në kufi të këtij projekti tridhjetë-muajsh, është interesante të vërehet që sistemet e llogaridhënies së medias po fillojnë të përballen me sfida të reja lidhur me përdorimin e teknologjive të reja. Kjo prirje nuk është fort për t'u habitur po të kesh parasysh që interneti e ka zgjeruar shumë rrjedhën e informacionit dhe ka ndryshuar punën e përditshme të gazetarëve anekënd në botë. Udhëzuesit për etikën e medias dhe sidomos kodet e etikës, për rrjedhojë, duhet t'u përshtaten këtyre ndryshimeve. Të njëjtën gjë duhet të bëjnë edhe këshillat e shtypit nëpër botë. Në një numër vendesh europiane, këshillat e shtypit tashmë kanë marrë ankesa lidhur me materialin në internet, çka tregon prirjen e së ardhmes. Një gjë e tillë na sjell më pranë diskutimit të lirisë së shprehjes dhe privatësisë: si mund ta shfrytëzojmë plotësisht potencialin e mediave të reja pa kompromentuar të drejtat dhe liritë civile, sidomos lirinë e shprehjes dhe respektimin e privatësisë?

Në këtë kuptim, takimi më i fundit i AIPCE, zhvilluar në Amsterdam në 4-5 nëntor 2010, ilustroi se si interneti po transformon punën e organeve vetë-rregulluese. Gjatë vitit 2010, shumë këshilla shtypi morën për herë të parë ankesa nga përdorues mediash lidhur me shkelje të etikës gazetareske për sa i përket materialit online, ose pas përdorimit të informacionit të marrë nga rrjetet sociale prej gazetarëve.

Në fakt, aktualisht rrjetet sociale po ripërkufizojnë nocionin e privatësisë, një nocion që qëndron në thelb të punës së sistemeve të llogaridhënies së medias. Këshillave të shtypit iu kërkohet të përkufizojnë kufijtë e rinj të privatësisë individuale në kontekstin e internetit. Ditët e sotme, gjithnjë e më shumë qytetarë kanë një jetë të përditshme dixhitale që e jetojnë nëpërmjet rrjeteve sociale, të cilat janë edhe një burim i ri potencial informacioni për gazetarët. Megjithatë, disa qytetarë janë ankuar për shkelje të privatësisë së tyre pas përdorimit të të dhënave dhe materialeve të marra nga llogaritë e tyre në rrjetet sociale. Në Norvegji, këshilli i shtypit teksa gjykonte mbi një rast të tillë, rekomandoi 'që stafi editorial të marrë pëlqimin kur ka në plan të botojë imazhe private nga Facebook.' Në mënyrë më të përgjithshme, disa këshilla shtypi arritën në vendimin se gazetarët duhet të heqin vijën midis materialit të publikuar për një rreth të ngushtë miqsh dhe materialit që është lehtësisht i arritshëm nga publiku. Komisioni i MB për Ankesat për Shtypin shkoi më tej në përcaktimin e kriterëve që përkufizojnë nëse ka pasur shkelje të privatësisë. Ngriti pyetje të tilla si: Cila është cilësia e informacionit të dhënë nga gazetari? Kush e ka ngarkuar materialin në internet? Çfarë rregullash ka përdorur përdoruesi për të mbrojtur privatësinë e vet? Cili është interesi publik në këtë rast? Paralel me gjykimin e rasteve, disa këshilla shtypi kanë ndryshuar kodet e tyre të etikës për t'iu përshtatur mjedisit të ri online. Në Zvicër, për shembull, klauzolat lidhur me çështje të privatësisë janë rishikuar për të qenë më praktike për punën e përditshme të gazetarëve.

Një shembull tjetër i çështjeve me të cilat përballen këshillat e shtypit kohët e fundit lidhet me llojet e reja të përmbajtjes që gjenden në faqet e internetit të gazetave. Janë ngritur pyetje lidhur me shkallën e përgjegjësisë së redaktorit të gazetës lidhur me videot online, tweets apo komentet e lexuesve postuar në variantin online të gazetave të tyre. Organeve vetë-rregulluese iu është dashur të vendosin nëse gjykimi mbi materialet që nuk janë prodhuar drejtpërdrejt nga gazetarët është pjesë e punës së tyre. Këshillat e shtypit gjithmonë e më shumë kanë vendosur të pranojnë vetëm ankesa mbi përmbajtje të miratuar nga një moderator paraprakisht (para-moderuar). Siç u shpjegua nga Këshilli Gjerman i Shtypit, kur përmbajtja është e para-moderuar, nënkuptimi është që është marrë një vendim editorial nga organi i medias dhe për rrjedhojë, kjo justifikon aplikimin e udhëzimeve etike për këto lloje

materialesh. Nga ana tjetër, nëse materiali nuk ka qenë para-moderuar, disa këshilla shtypi kanë zgjedhur t'ia referojnë ankesat gazetës. Nuk ka dyshim që në të ardhmen do të lindin në të ardhmen e afërt.

Në mënyrë më të përgjithshme, interneti po lejon një rrjedhje më të shpejtë informacioni, duke ofruar vëllime më të mëdha informacioni dhe duke shumëfishuar numrin e mediave të reja, dhe të gjitha këto kanë rritur ngarkesën e sistemeve të llogaridhënies së medias. Ndërkohë, vëllime edhe më të mëdha informacioni me shpejtësi edhe më të madhe hedhin dyshime mbi besueshmërinë e informacionit online dhe ilustrojnë nevojën për të forcuar cilësinë dhe llogaridhënien e medias në internet. Megjithatë, a duhet që sistemet e llogaridhënies së medias të mbulojnë të gjitha llojet e lajmeve të përhapura nga portalet?

Në këtë drejtim, një nismë e këshillit të shtypit të Bosnje-Hercegovinës meriton të përmendet. Për shkak të ankesave lidhur me përmbajtjen online, bordi i drejtorëve vendosi të përfshinte portalet në internet në sistemin vetë-rregullues. Ideja është të fillohet me portalet e internetit që janë gati t'iu përmbahen standardeve profesionale të parashikuara nga kodi i shtypit. Një zgjedhje e tillë duket mënyra e duhur për të çuar përpara cilësinë e medias për informacionin online dhe sidomos për t'iu kundërvënë prëhapjes së gjuhës së urrejtjes në internet. Megjithatë, beteja kundër intolerancës nuk mund të fitohet kurrë nëpërmjet rregullimeve të qeverisë apo thjesht veprimeve legjislative. Gazetaria profesioniste që çon në informacionin cilësor qëndron në thelb të betejës për ta mbajtur internetin të lirë. Vlerat tradicionale dhe të pranuarra gjerësisht të standardeve profesionale dhe gazetareske, për rrjedhojë, duhen avancuar në mënyrë që të garantohet media cilësore e lirë dhe e pavarur në epokën dixhitale.

Teksa përballen me dilema të vjetra, gazetarët duhet t'u përmbahen standardeve të larta etike dhe profesionale në një mjedis të revolucionarizuar nga ndikimi i teknologjive të reja Jānis Kārklīņš, Ndihmēs Drejtor i Përgjithshēm për Komunikimin dhe Informacionin, UNESCO.

Shpesh, nën shqetēsimin e problemeve me presionet e jashtme dhe auto-censurën, shumë media të Europēs Jug-Lindore po përballen me tranzicionin drejt vetë-rregullimit. Ky botim shqyrton zbatimin e sistemeve të llogaridhēnies së medias, të krijuara dhe ndjekura nga profesionistē të medias mbi baza vullnetare. Artikujt mbulojnē Shqipērinē, Bosnje-Hercegovinēn, Kroacinē, Malin e Zi, Serbinē, Ish-Republikēn Jugosllave të Maqedonisē, Turqinē dhe Kosovēn (siç përkufizohet në Rezolutēn 1244 (1999) të Kēshillit të Sigurimit).

Libri do të jetē një burim me vlerē për gazetarēt, redaktorēt dhe pronarēt e organeve të medias, anētārēt e kēshillave të shtypit, ombudsmenēt e lajmeve, përfaqēsues të shoqērisē civile, studiues dhe aktorē të tjerē, si në rajon ashtu edhe mē tej. Botimi synon të rrisē ndërgjegjēsimin mbi një temē kyçe për promovimin nga UNESCO të rrejdhēs së lirē të ideve.

I prodhuar si pjesē e projektit 'Përafrimi me Standardet Ndērkombētare në Sektorin e Medias në Vendet e Europēs Jug-Lindore,' vënë në zbatim nga UNESCO me financimin e Komisionit Europian, botimi ka mbledhur në një artikuj nga ekspertē të vetë-rregullimit të medias që morēn pjesē në këtë nismē. UNESCO e zhvilloi projektin 30-mujor në bashkēpunim me Rrjetin e Europēs Jug-Lindore për Profesionalizimin e Medias (SEENPM), Organizatēn për Sigurinē dhe Bashkēpunimin në Europē (OSBE), dhe Aleancēn e Kēshillave të Pavarur të Shtypit të Europēs (AIPCE).



Organizata e
Kombeve të Bashkuara për
Arsimin, Shkencën dhe Kulturën

Sektori i Komunikimit
dhe Informacionit

ISBN 978-92-3-404193-5



9 789234 041935