



South East European Network
for Professionalization of Media

ETIKA: PRIORITET I ULËT NË MEDIA

Vetërregullimi në media në Shqipëri

Ilda Londo

MEDIA JONË:

Një projekt i shoqërisë civile për të nxitur edukimin për median dhe aktivizmin, kundër polarizimit, në dobi të dialogut



South East European Network
for Professionalization of Media

MEDIA JONË:

Një projekt i shoqërisë civile për të nxitur edukimin për median dhe aktivizmin, kundër polarizimit, në dobi të dialogut

ETIKA: PRIORITET I ULËT NË MEDIA **Vetërregullimi në media në Shqipëri**

Autor: Ilda Londo

Editor, përgjegjës rajonal i studimit: Brankica Petković

Përkthyes: Altin Fortuzi

Redaktor: Kristina Lani

Dizajn: Špela Kranjec

Botues:

Instituti Shqiptar i Medias, Shqipëri, Tiranë

Fondacioni "Mediacentar", Sarajevë

Tiranë, tetor 2023



Albanian Media Institute
Instituti Shqiptar i Medias



MEDIACENTAR
SARAJEVO



*Botimi u krye me mbështetjen financiare të Bashkimit Europian.
Përmbajtja e tij është përgjegjësia e vetme e autorit dhe botuesve
dhe nuk reflekton domosdoshmërisht pozicionin e Bashkimit Europian.*

PËRMBAJTJA

PËRMBLEDHJE E PËRGJITHSHME	4
I. HYRJE	6
II. ANALIZË E PËRGJITHSHME: TABLOJA E SITUATËS AKTUALE	7
III. KODET E ETIKËS	11
3.1. KODI I ETIKËS PËR GAZETARËT	12
3.1.1. Udhëzime Etike për Gazetarinë Online	13
3.2. PARIMET EDITORIALE TË RADIO-TELEVIZIONIT PUBLIK RTSH	14
3.3. KODI I SJELLJES PROFESIONALE TË FREE AND FAIR MEDIA GROUP	15
3.4. RREGULLORET DHE POLITIKAT VETËRREGULLUESE TË MEDIAVE TË TJERA	15
3.5. KODET E ETIKËS TRAJTOJNË PARIMET BAZË	16
IV. ORGANIZMA DHE INSTRUMENTE VETËRREGULLUESE	18
4.1. KËSHILLI SHQIPTAR I MEDIAS DHE ALEANCA PËR MEDIA ETIKE	19
V. PENGESA DHE SHEMBUJ VETËRREGULLIMI NË MEDIAT ONLINE DHE RRJETET SOCIALE	23
VI. SFIDA DHE SHEMBUJ VETËRREGULLIMI NË RADIO-TELEVIZIONIN PUBLIK	25
VII. PRAKTIKË E MIRË: INICIATIVË VETËRREGULLUESE QË MBËSHTETET TEK ANËTARËSIMI I MEDIAVE	27
VIII. KONKLUZIONE DHE REKOMANDIME	28
LITERATURA DHE BURIME INFORMACIONI	30
RRETH AUTORES	32

PËRMBLEDHJE E PËRGJITHSHME

Përpjekjet për vetërregullimin e sistemit mediatik në Shqipëri kanë kaluar nëpër një proces të gjatë dhe të vështirë, ndërsa rezultatet e nismave vetërregulluese nuk kanë qenë gjithmonë të kënaqshme. Ndonëse ka pasur edhe shembuj pozitivë ndër vite - madje vazhdojnë ende përpjekjet për të ngritur një sistem vetërregullues dhe për të reflektuar mbi standardet profesionale në media - deri më sot nuk ka pasur asnjë shembull apo instrument specifik që mund të konsiderohet si arritje e suksesshme dhe të shërbejë si shembull për vetërregullimin në media.

Sistemi mediatik aktual karakterizohet nga probleme që rrjedhin nga mungesa e transparencës së pronësisë dhe financimit në media, si dhe nga ndërhyrjet e pronarëve në përmbajtjen editoriale, dhe kjo situatë e vështirëson krijimin e një fronti të përbashkët nga komuniteti mediatik për mbrojtjen e standardeve etike. Këto standarde po vihen vazhdimisht në sprovë nga zhvillime të reja, duke përfshirë rritjen e ndjeshme të numrit të mediave online, presionin nga konkurrenca midis organeve të medias, si dhe kalimin në plan të dytë të respektimit të standardeve profesionale nga një numër gjithnjë në rritje mediash, paralelisht me reduktimin e numrit të gazetarëve në redaksi.

Konkluzionet kryesore të renditura më poshtë janë nxjerrë pas konsultimeve me palët e interesuara dhe nga analizimi i të dhënave studimore:

- Kodet dhe udhëzimet ekzistuese të sjelljes profesionale në përgjithësi ofrojnë një bazë të kënaqshme orientimi për raportim etik.
- Organet mediatike, me disa përjashtime të vogla, nuk kanë hartuar kodet apo mekanizmat e tyre për të nxitur sjelljen etike brenda redaksive.
- Kodet dhe udhëzimet aktuale nuk merren në mënyrë të hollësishme me mediat online, ndërsa debati profesional mbi zhvillimet e reja, si përafrimi me standardet e BE-së, ose ndikimi i algoritmeve dhe inteligjencës artificiale mbi median është në nivele minimale.

- Ka pasur edhe përpjekje pozitive për nisma vetërregulluese si Aleanca për Media Etike, por është ende e paqartë sa të qëndrueshme dhe të efektshme do të jenë këto iniciativa në të ardhmen.
- Ndryshimet e fundit ligjore nxisin vetërregullimin dhe bashkërregullimin por zbatimi në praktikë mbetet akoma në pikëpyetje.
- Ka një nevojë urgjente për vetërregullimin e mediave online duke pasur parasysh edhe rregullat e vendosura nga Facebook dhe rrjetet e tjera sociale, duke qenë se kjo mund të ketë një ndikim të menjëhershëm në përmbajtjen e mediave online.
- Interesat financiare të organeve mediatike dhe presioni i tregut dhe konkurrencës janë disa nga sfidat dhe pengesat kryesore për redaksitë që tentojnë të nxisin sjelljen etike në punë.
- Një tjetër pengesë për vetërregullimin janë bërë edhe disa media që kanë zgjedhur modele biznesi që shfrytëzojnë sensacionalizmin, publikimin e materialeve karrem për klikime (*clickbait*), publikimin e përmbajtjeve të pafiltruara nga përdoruesit, anonimatit dhe metoda të tjera të ngjashme.
- Qytetarët nuk kanë shumë besim në aftësitë e institucioneve për të ushtruar në mënyrë të efektshme kërkesën e llogarisë ndaj medias nëpërmjet mekanizmave ekzistues vetërregulluese. Nga ana tjetër, edhe niveli i edukimit mbi median dhe informacionin duhet të përmirësohet ndjeshëm në mënyrë që të shtohet presioni pozitiv i publikut mbi mediat për t'u vetërregulluar, si dhe për të treguar më shumë integritet dhe përgjegjshmëri ndaj publikut.

I.

HYRJE

Ky raport shqyrton situatën aktuale në lidhje me kodet e etikës dhe nismat e vetërregullimit në vendin tonë, si dhe i analizon këto zhvillime nga këndvështrimi i reformave që duhet të ndërmerren për përafrimin e normave dhe standardeve me BE-në, si dhe në raport me evoluimin e profesionit dhe sfidave të reja të gazetarisë. Ky raport rendit dhe analizon dokumentet kryesore ekzistuese në lidhje me legjislacionin dhe vetërregullimin, së bashku me mekanizmat që duhet të kontribuojnë në zbatimin e rregullave dhe standardeve profesionale. Po kështu, ky raport analizon edhe sfidat që lindin nga zhvillimet e sektorit të medias në vend, si dhe mënyrën se si faktorë dhe aktorë të ndryshëm ndikojnë në ecurinë e përpjekjeve për vetërregullim në median shqiptare. Kjo analizë bazohet në studime ekzistuese, raporte monitorimi dhe intervista të hollësishme me përfaqësues të enteve rregullatore, organeve të vetërregullimit, medias dhe ekspertëve të medias. Puna kërkimore është kryer gjatë periudhës mars-korrik 2023.

II.

ANALIZË E PËRGJITHSHME: TABLOJA E SITUATËS AKTUALE

Kodi i Etikës për Gazetarët është përditësuar për herë të fundit në vitin 2018 dhe në përgjithësi nuk merret drejtpërdrejt me mediat online dhe problemet specifike të këtij sektori, por sidoqoftë parimet bazë janë të njëjta dhe mund të zbatohen edhe nga mediat online. Nga ana tjetër, edhe organe mediatike individuale nuk kanë hartuar kodet e tyre të etikës, të paktën jo kode etike të detajuara. Si pasojë e bashkëpunimit të Facebook me organizata të verifikimit të fakteve, disa redaksi janë detyruar kohët e fundit që të vendosin disa rregulla për përmbushjen e kriterëve në lidhje me postimin e shkrimeve, fotografive dhe materialeve të tjera në platformat e mediave sociale.

Një zhvillim pozitiv, së fundmi, ishte edhe ndryshimi i ligjit mbi mediat audiovizive në vitin 2023 për të shtuar një nen të veçantë mbi vetërregullimin dhe bashkërregullimin e medias. Sipas këtij neni, enti rregullator duhet t'i kërkojë mediave që të hartojnë kode të sjelljes profesionale me standarde dhe praktika për të garantuar respektimin e të drejtave dhe dinjitetit të njeriut. Në këto dispozita kërkohet gjithashtu edhe një monitorim i rregullt i objektivave të përcaktuara në këto kode për të siguruar një zbatim të kënaqshëm të atyre normave, duke përfshirë edhe masa ndëshkimore efikase dhe proporcionale.¹ Një kërkesë e ngjashme u përfshi edhe në listën e kushteve për lëshimin e licencës për stacione televizive dhe radio, ku kërkohet hartimi i detyrueshëm i një kodi të brendshëm pune, por kjo dispozitë nuk është respektuar në praktikë. Sipas entit rregullator audiovizual, Autoriteti i Mediave Audiovizive (AMA), ky organ po luan një rol promovues në këtë drejtim dhe po planifikon të organizojë tryeza pune dhe të ofrojë asistencë për mediat në lidhje me hartimin e këtyre kodeve.² Sidoqoftë, këto ndryshime në legjislacion kanë pak kohë që janë miratuar nga parlamenti dhe ende nuk ka filluar procesi i hartimit të kodeve; mbetet për t'u parë se cilat do të jenë rezultatet e këtyre masave dhe reagimet e medias ndaj tyre.

Problemi kryesor për mediat në vendin tonë nuk ka qenë ndonjëherë mungesa e legjislacionit, politikave apo kodeve të sjelljes, por respektimi nga ana e mediave të praktikave të vetërregullimit dhe vullneti i tyre për të krijuar mekanizma vetërregulluese dhe për t'iu përmbajtur atyre rregullave.

1 <https://ama.gov.al/wp-content/uploads/2020/07/Ligji-nr.-30-2023-Per-disa-ndryshime-dhe-shtesa-ne-ligjin-nr.-97-2013-Per-mediat-Audiovizive-ne-Republiken-e-Shqiperise-te-ndryshuar.pdf>

2 Intervistë me Kejsi Ziun.

Po kështu, në korrik 2023, u aprovuan disa ndryshime në Kodin e Transmetimit të AMA-s³. Ky Kod shërben si udhëzues i parimeve etike që duhet të respektohen nga mediat audiovizive gjatë veprimtarisë së tyre. Kodi përdoret gjithashtu si bazë për paraqitjen e ankesave të qytetarëve para Këshillit të Ankesave të AMA-s, i cili mund të vendosë masa ndëshkimore ndaj organeve të medias. Ndryshimet kryesore në Kod kishin të bënin me shtimin e listës të përmbajtjeve problematike dhe grupeve të cenushme të shoqërisë, por nuk pasqyroheshin risitë teknologjike të sektorit. Në këto ndryshime përfshihen parime dhe rregulla të reja për promovimin e barazisë gjinore, parandalimin e diskriminimit mbi baza gjinore dhe luftën ndaj seksizmit në mediat audiovizive, si dhe parandalimin e gjuhës së urrejtjes, nxitjes së radikalizmit dhe ekstremizmit të dhunshëm. Aksesit në mediat audiovizive dhe mbrojtja e të drejtave të personave me aftësi të kufizuara ishte një tjetër element në legjislacionin, ndërsa kapitulli mbi fëmijët dhe të miturit u rishikua dhe u përditësua me kriteret e reja për politikën e mbrojtjes së fëmijëve.

Sidoqoftë, problemi kryesor për mediat në vendin tonë nuk ka qenë ndonjëherë mungesa e legjislacionit, politikave apo kodeve të sjelljes, por respektimi nga ana e mediave të praktikave të vetërregullimit dhe vullneti i tyre për të krijuar mekanizma vetërregulluesë dhe për t'iu përmbajtur atyre rregullave. Janë ndërmarrë disa iniciativa për hartimin e kodeve të përgjithshme të sjelljes profesionale, si dhe kode që mbulojnë fusha më specifike, si raportimi në zgjedhje, raportimi gjinor, gazetaria investigative, raportimi mbi të miturit, etj. Por, edhe pse mediat kryesore kanë marrë pjesë në konsultime gjatë hartimit të kodeve dhe në diskutimet mbi zbatimin e tyre, nuk është arritur dot që të krijohen mekanizma vetërregulluesë dhe zbatimi i Kodit varet nga vullneti dhe integriteti profesional i gazetarëve dhe redaktorëve të veçantë.

Përpjekja më e fundit për vetërregullim, që duket se ka bërë disa hapa përpara, është ndërmarrë në vitin 2020, kur u krijua Aleanca për Media Etike. Më shumë se 30 media online janë bërë anëtare të kësaj nisme që u themelua dhe u mbështet nga Këshilli Shqiptar i Medias. Këshilli "është një organizatë e pavarur gazetarësh, e regjistruar si OJQ, që synon të arrihet në një media më etike, profesionale dhe të pavarur."⁴ Megjithatë, këto përparime mbeten të brishta dhe ka dyshime mbi qëndrueshmërinë dhe vazhdimësinë e kësaj iniciative. Nga ana tjetër, kryetari i Këshillit Shqiptar të Medias thotë se pritshmëritë për këtë organizatë shpesh janë të ekzagjeruara dhe të paarsyeshme: "Ata presin që një shoqatë e thjeshtë mediash dhe gazetarësh të zgjidhë të gjitha problemet e tranzicionit të medias shqiptare dhe të arrijnë sukses aty ku nuk ia kanë dalë dot as gjyqësori apo elementë të tjerë më të fuqishëm."⁵

Në fakt, ka një sërë faktorësh që ndikojnë në suksesin apo dështimin e përpjekjeve për vetërregullim. Në përgjithësi, ndërgjegjësimi për respektimin e parimeve profesionale dhe integriteti për t'iu përkushtuar ndaj tyre vazhdojnë

Ata presin që një shoqatë e thjeshtë mediash dhe gazetarësh të zgjidhë të gjitha problemet e tranzicionit të medias shqiptare dhe të arrijnë sukses aty ku nuk ia kanë dalë dot as gjyqësori apo elementë të tjerë më të fuqishëm.

Nuk kemi ndonjë traditë të konsoliduar që të orientojë mediat online për zgjidhjen e dilemave etike, nëse përballen me këto probleme, pasi nuk kemi arritur akoma të krijojmë një traditë profesionale të vetë-monitorimit dhe vetërregullimit, si për mediat tradicionale ashtu dhe për mediat e reja.

3 <https://ama.gov.al/wp-content/uploads/2020/07/Kodi-i-Transmetimit-AMA-.pdf>

4 <https://kshm.al/en/about-us/>

5 Intervistë me Koloreto Cukalin.

të mbeten zgjedhje individuale të gazetarëve, duke pasqyruar në këtë mënyrë kulturën e përgjithshme profesionale në media dhe gazetari në vendin tonë. Sidoqoftë, problemet sistemike të sektorit të medias dhe ndikimi i zhvillimeve botërore në lidhje me median online, shkojnë përtej nivelit të profesionalizmit dhe integritetit të gazetarëve dhe redaktorëve.

Në këtë drejtim mungon tradita dhe nuk ka asnjë pikë referimi apo procese të veçanta për mediat. “Nuk kemi ndonjë traditë të konsoliduar që të orientojë mediat online për zgjidhjen e dilemave etike, nëse përballen me këto probleme, pasi nuk kemi arritur akoma të krijojmë një traditë profesionale të vetëmonitorimit dhe vetërregullimit, si për mediat tradicionale ashtu dhe për mediat e reja,”⁶ thotë gazetari dhe eksperti i medias Lutfi Dervishi.

Presioni i konkurrencës – përpjekjet e vazhdueshme për të tërhequr sa më shumë publik dhe sa më shumë të ardhura – ka bërë që mediat online të përfshihen në një luftë të ashpër me njëra-tjetrën. Këto media publikojnë përmbajtje mediatike me cilësi të dyshimtë profesionale dhe etike, duke vënë në plan të parë anën komerciale të aktivitetit të tyre dhe jo parimet profesionale. Për fat të keq, edhe mediat tradicionale, ndonëse janë në një pozicion disi më të konsoliduar, nuk është se kanë imunitet ndaj rreziqeve të tilla.

Presioni për të mbajtur një ritëm frenetik të postimit të lajmeve dhe materialeve të tjera mediatike, dhe presioni për të mos humbur audiencën ndërkohë që punohet me staf shumë të reduktuar në redaksi, natyrisht që ndikon në cilësinë dhe etikën gazetareske. Si pasojë e zbatimit të dobët të së drejtës së autorit, tendenca për copy-paste haset rëndom përgjatë punës së tyre, çka shpesh rezulton në shpërndarjen shumë të shpejtë dhe shumëfishim e lajmeve ose materialeve të paverifikuara ose joetike. “Presioni për prodhim lajmesh me ritme mjaft të larta është shumë i fortë si pasojë e konkurrencës në treg, dhe është vështirë që t’i kërkohet gazetarëve që të respektojnë Kodin, dhe kjo bën që ambienti mediatik të jetë një terren shumë i vështirë për sa i përket vetërregullimit.”⁷

Duke pasur parasysh problemet serioze me të cilat përballen gazetarët për shkak të situatës së tyre social-ekonomike, dhe nivelit të ulët të autonomisë brenda strukturës së medias, nuk është aspak çudi që etika nuk konsiderohet si prioritet. Sipas studimeve të mëparshme dhe intervistave me redaktorë dhe gazetarë, mediat shpesh nuk kanë ndonjë interes apo motivim për të ndërmarrë iniciativa që fokusohen tek etika. “Vetërregullimi presupozon se po aspiron të përmirësosh nivelin profesional ose etik. Mediat tona nuk kanë asnjë motivim për t’u vetërregulluar, pasi standardet dhe etika nuk shihen si elemente të rëndësishme për suksesin në treg.”⁸ Çdo analizë dhe vlerësim i përpjekjeve për vetërregullim duhet të shqyrtohet në kontekstin e tyre profesional dhe social.

Si pasojë e funksionimit për vite të tëra pa një sistem vetërregullimi në media, e shoqëruar kjo edhe me mungesën e politikave dhe programeve të edukimit mbi median dhe informacionin për qytetarët, niveli i njohurive të përgjithshme mbi funksionimin e medias është i ulët, veçanërisht për sa i përket vetërregullimit.

6 Intervistë me Lutfi Dervishin.

7 Intervistë me Erlis Çelën.

8 Intervista të thelluara me redaktorë. Shiko edhe Instituti Shqiptar i Medias. (2019). *Media shqiptare dhe standardet evropiane*. <https://www.institutemedia.org/albanian-media-scene-vs-european-standards/>.

“Nuk mund të ketë vetërregullim nga punonjës që nuk kanë marrë rrogën, nuk ka pikë kuptimi.”⁹

Sipas opinioneve të të intervistuarve, aspekti më problematik i shkeljeve etike në media lidhet me raportimin e kronikës së zezë, si publikimi i pamjeve të personave të vrarë dhe dëshmime të fëmijëve të dhunuar. Ndonëse pranohet se raportimi etik është përmirësuar në krahasim me 20 vite më parë, perspektivat për të krijuar një sistem të suksesshëm vetërregullimi në media janë goxha të zymta nëse nuk përmirësohet më parë situata e të drejtave elementare të gazetarëve.

Një problem tjetër është edhe pritshmëria e qytetarëve ndaj mediave dhe bindjet e tyre personale, veçanërisht duke pasur parasysh edhe nivelin shumë të ulët të besimit tek institucionet dhe vetërregullimi. “Njerëzit e zakonshëm, madje edhe gazetarët, nganjëherë anojnë nga masat më ekstreme për zgjidhjen e problemeve, duke qenë se janë lodhur nga shkeljet etike në media, në vend që të kalojnë përmes sistemit të ankesave, ndërmjetësismit, etj.”¹⁰ Si pasojë e funksionimit për vite të tëra pa një sistem vetërregullimi në media, e shoqëruar kjo edhe me mungesën e politikave dhe programeve të edukimit mbi median dhe informacionin për qytetarët, niveli i njohurive të përgjithshme mbi funksionimin e medias është i ulët, veçanërisht për sa i përket vetërregullimit. Duke qenë se qytetarët luajnë një rol kryesor në vënien para përgjegjësisë të medias përmes vetërregullimit, ky hendek është një tjetër faktor që ndikon negativisht të gjithë procesin.

Ndoshta faktori më problematik që pengon përpjekjet për të ngritur një sistem të suksesshëm vetërregullimi është mënyra se si funksionon vetë media dhe shoqëria, ku biznesi, politika dhe media janë të ndërthurura në një rrjet ndikimi të ndërsjellë. Lidhjet midis politikës, biznesit dhe medias kanë luajtur rol vendimtar në zhvillimin e peizazhit mediatik në 20 vitet e fundit, ndaj edhe vetërregullimi nuk i shpëton dot kësaj vorbulle, për sa kohë që nuk përdoren modele alternative të financimit të medias. “Edhe mediat apo gazetarët që duan të jenë më profesionistë dhe seriozë në punën e tyre dhe që mund ta mbështesin vetërregullimin, nuk mund t’ia lejojnë vetes këtë nëse vetërregullimi do të kërcënonte mbijetesën e tyre ekonomike, dhe për pasojë do të tërhiqen,”¹¹ thotë kryetari i Këshillit Shqiptar të Medias.¹²

Ndoshta faktori më problematik që pengon përpjekjet për të ngritur një sistem të suksesshëm vetërregullimi është mënyra se si funksionon vetë media dhe shoqëria, ku biznesi, politika dhe media janë të ndërthurura në një rrjet ndikimi të ndërsjellë.

9 Intervista të thelluara me redaktorë. Shiko edhe Instituti Shqiptar i Medias. (2019). *Media shqiptare dhe standardet evropiane*. <https://www.institutemedia.org/albanian-media-scene-vs-european-standards/>.

10 Intervistë me Koloreto Cukalin.

11 Intervistë me Koloreto Cukalin.

12 Intervistë me Koloreto Cukalin.

III.

KODET E ETIKËS

Gjatë 30 viteve të fundit ka pasur disa nisma për hartimin e kodeve apo rregulloreve të etikës, por kanë gjetur shumë pak zbatim në praktikë. Vetëm pak organe mediatike kanë hartuar kodet e tyre, ndërkohë që duket se preferohet hartimi i kodeve më të përgjithshme që më pas mund të përshtaten nga media të ndryshme sipas nevojës përgjatë punës së tyre. Nga ana tjetër, ka pasur edhe organizata që kanë hartuar kode dhe udhëzime për fusha të veçanta, si raportimi gjinor, raportimi i zgjedhjeve, raportimi mbi të miturit, raportimi i trafikimit të qenieve njerëzore, raportimi mbi terrorizmin dhe ekstremizmin, etj.

Tabela 1: **KODET E ETIKËS NË MEDIAN SHQIPTARE**

TITULLI I KODIT	I PËRGJITHSHËM OSE SPECIFIK	VITI I MIRATIMIT DHE NDRYSHIMET*	ZBATIMI NË PRAKTIKË - PO OSE JO	ORGANET VETËRREGULLUESE QË MONITOROJNË ZBATIMIN E KODIT DHE SHQYRTOJNË ANKESAT NË LIDHJE ME KODIN
Kodi i Etikës për Gazetarët	I përgjithshëm	2018	Varet nga media dhe rastet e veçanta	Aleanca për Media Etike, e drejtuar nga Këshilli Shqiptar i Medias
Udhëzime etike për gazetarinë online	Specifike – media online	2018	Varet nga media dhe rastet e veçanta	Aleanca për Media Etike, e drejtuar nga Këshilli Shqiptar i Medias
Parimet Editoriale të RTSH	Specifike – RTSH, radio-televizioni publik	2016	Nuk ka informacion	Nuk ka organ për monitorimin e zbatimit
Kodi i Etikës të FFM Group	Specifike – FFM Group	N/A	Nuk ka informacion	Punonjësit duhet ta konsiderojnë kodin si pjesë të kontratës, por nuk ka informacion për organ monitorues për zbatimin e tij

3.1. KODI I ETIKËS PËR GAZETARËT

Në vitin 2017 Instituti Shqiptar i Medias, në bashkëpunim me Këshillin Shqiptar të Medias, mblodhi një grup ekspertësh për rishikimin dhe përmirësimin e Kodit të Etikës. Kodi kaloi nëpër disa faza konsultimi me përfaqësues të ndryshëm të medias, si gazetarë, redaktorë dhe organizata të shoqërisë civile. Kodi¹³ u hartua duke u mbështetur tek shumë kode të sjelljes profesionale, kryesisht nga vendet e Evropës Perëndimore, madje në hartimin e variantit përfundimtar dha kontributin e tij edhe një gazetar i huaj mjaft i njohur.

Vetë kodi nuk bën dallim midis medias online dhe medias tradicionale, por rendit dhe trajton parimet profesionale në gazetari, duke i konsideruar parimet profesionale të njëjta, pavarësisht nga lloji i mediumit të përdorur për shpërndarjen e lajmeve dhe përmbajtjes mediatike. Në paragrafin ku shpjegohet fushëveprimi i tij, Kodi thotë: “Parimet e këtij Kodi aplikohen në mënyrë të barabartë ndaj të gjitha platformave mediatike dhe gazetareske, offline dhe online, përfshi gazetarinë e shpërndarë nëpërmjet medias sociale dhe portaleve në internet.”¹⁴

Hartimi i Kodit përkoi gjithashtu me një situatë gjithnjë e më shumë problematike në lidhje me mungesën e etikës dhe filtrimit të komenteve të përdoruesve në mediat online. Këto shqetësime e shtynë qeverinë që të propozonte një ligj që u konsiderua shumë kufizues për lirinë e medias, çka shkaktoi protesta nga komuniteti mediatik derisa qeveria e tërhoqi atë projektligj. Në këtë kontekst, Kodi i ndryshuar i vitit 2018 përfshinte edhe një kapitull të veçantë me titullin “Përgjegjësia pas publikimit”. Dispozitat e këtij kapitulli e konsiderojnë botuesin dhe redaktorin përgjegjës jo vetëm për botimin e artikujve, por edhe të letrave drejtuar redaktorit, komentet dhe replikat. Sipas këtyre dispozitave, kushtet dhe kriteret për publikimin e komenteve nga publiku duhet t’i bëhen të qarta përdoruesit, dhe mediat duhet të monitorojnë dhe filtrojnë komentet nga publiku, duke rezervuar të drejtën që të mos i publikojnë fare. Kodi këshillon gjithashtu që përpara se të publikohet një koment që përmban akuza të rënda kundër një pale të tretë, redaksia duhet të verifikojë nëse këto akuza kanë bazë dhe palës së akuzuar duhet t’i jepet mundësia që të përgjigjet.¹⁵

Duke pasur parasysh situatën aktuale të mediave online në vendin tonë - që shpesh cilësohet si xhungël nga profesionistët e medias - udhëzimet dhe pritshmëritë e paraqitura në Kod mund të mos jenë tërësisht të arsyeshme apo të realizueshme. Në fakt, edhe Kodi e pranon këtë fakt, madje në të thuhet se redaktime apo ndryshime mund të bëhen edhe pas publikimit:

13 Këshilli Shqiptar i Medias (2018). *Kodi i Etikës së Gazetarit*. <https://ksh.al/wp-content/uploads/2018/04/Kodi-i-Etikës-final-shqip-3.pdf>

14 Këshilli Shqiptar i Medias (2018). *Kodi i Etikës së Gazetarit*. <https://ksh.al/wp-content/uploads/2018/04/Kodi-i-Etikës-final-shqip-3.pdf>

15 Këshilli Shqiptar i Medias (2018). *Kodi i Etikës së Gazetarit*. <https://ksh.al/wp-content/uploads/2018/04/Kodi-i-Etikës-final-shqip-3.pdf>, Kapitulli 7.

“Nuk do të ishte realiste të pritet që të gjitha komentet të lexohen, redaktohen apo refuzohen përpara publikimit. Megjithatë, redaksia apo redaktorët mund të fshijnë apo heqin komente të papranueshme nga botimi kur ato janë abuzive, me gjuhë urrejtjeje, apo gjykohet se përmbajnë pretendime keqdashëse dhe të pabazuara”. (Kodi i Etikës së Gazetarit)

Në fakt është vënë re se mediat online zakonisht marrin masa ekstreme për monitorimin e komenteve: ose nuk i monitorojnë fare, ose vendosin të mos i japin fare mundësi publikut që të bëjë komente. Madje shumica e mediave duket se nuk e ka luksin që të caktojë një person të veçantë në redaksi që të merret vetëm me analizimin dhe filtrimin e komenteve nga publiku.

“Është e pamundur t’i kontrollosh komentet, zakonisht mediat thjesht i lejojnë të publikohen direkt. Kur kemi mundësi i heqim disa prej tyre, zakonisht komentet ofenduese. Sidoqoftë, vetëm pak media mund ta përballojnë që të kenë këtë lloj kontrolli, ndaj shumica e mediave zakonisht heqin dorë nga kontrolli i komenteve dhe publiku është i lirë të shkruajnë çfarë të dojë.”¹⁶

Përgjegjësia për filtrimin e komenteve nga publiku është e vetmja dispozitë në Kod që merret veçanërisht me mediat online. Kjo ishte një zgjedhje e qëllimshme e grupit të ekspertëve gjatë hartimit të kodit; pasi ata vendosën që Kodi do të parashtronte parimet e sjelljes profesionale pavarësisht nga mediumi, por paralelisht me miratimin e Kodit të ri në vitin 2018 u hartua edhe një manual i veçantë për mediat online, për të mbushur boshllëkun e udhëzimeve etike për mediat online.¹⁷

3.1.1. Udhëzime Etike për Gazetarinë Online

Udhëzimet theksojnë nevojën që mediat online të respektojnë të gjitha parimet e paraqitura në Kod, dhe përmbajnë disa rregulla specifike për publikimet online. Për shembull, udhëzimet nënvizojnë nevojën për të ndarë në mënyrë të qartë përmbajtjen redaksionale nga materialet e krijuara nga përdoruesit, madje ka një kapitull të veçantë për filtrimin e komenteve nga publiku. Ky kapitull trajton nevojën për të monitoruar këto materiale, për të hequr çdo koment që mund të konsiderohet gjuhë urrejtjeje, si dhe për të përcaktuar politika dhe procedura të qarta për monitorimin, filtrimin dhe redaktimin e komenteve nga publiku, duke përfshirë këtu edhe krijimin e instrumenteve të thjeshta që mund t’i japin mundësi përdoruesit që të denoncojë komente ofenduese.¹⁸

16 Intervistë me Luis Tanushin.

17 Këshilli Shqiptar i Medias (2018). *Udhëzime Etike për Gazetarinë Online*. <https://kshm.al/wp-content/uploads/2018/04/UDH%C3%8BZIME-ETIKE-P%C3%8BR-GAZETARIN%C3%8B-ONLINE-3.pdf>

18 Këshilli Shqiptar i Medias (2018). *Udhëzime Etike për Gazetarinë Online*. <https://kshm.al/wp-content/uploads/2018/04/UDH%C3%8BZIME-ETIKE-P%C3%8BR-GAZETARIN%C3%8B-ONLINE-3.pdf>

Po kështu, Udhëzimet thonë se është e nevojshme që redaksitë e mediave online të krijojnë një sistem të thjeshtë “njoftimi dhe heqje” [notice and take down], dhe sugjerojnë 48 orë si kohën maksimale për t’iu përgjigjur ankesave dhe kërkesave për heqjen e përmbajtjeve të papërshtatshme. Dy pika të tjera tek Udhëzimet kanë të bëjnë me mënyrën se si media duhet të trajtojë përmbajtjen e publikuar në rrjete sociale, ripublikimin e materialeve arkivore dhe të drejtat e autorit.

Përveç kodit të përgjithshëm të etikës janë hartuar edhe udhëzime, kode apo manuale të tjera për fusha të veçanta, si për gazetarinë investigative, raportimin për viktimat e trafikimit, raportimin për të miturit, raportimin për grupet vulnerabël, etj. Sidoqoftë, zbatimi i rregullave të etikës vazhdon të lihet në varësi të vullnetit të mirë dhe ndërgjegjes së gazetarëve, dhe nuk monitorohet fare zbatimi në praktikë.

Përveç Kodit të Etikës së Gazetarit, Udhëzimeve për mediat online dhe kodeve për fusha të veçanta të gazetarisë, edhe radio-televizioni publik ka miratuar një kod të sjelljes profesionale jashtëzakonisht të detajuar.

3.2. PARIMET EDITORIALE TË RADIO-TELEVISIONIT PUBLIK RTSH

Parimet Editoriale të RTSH¹⁹ u hartuan me ndihmën e Bashkimit Evropian të Transmetuesve (EBU) dhe mbulojnë aspekte të shumta të sjelljes së punonjësve të radio-televizionit publik, duke filluar që nga parimet themelore profesionale deri tek mënyra e veshjes, rregullat për ftesën e personave në programe, telefonatat nga publiku, e për shumë situata të tjera. Në përgjithësi, shumica e dispozitave duket se përqendrohet tek transmetimet televizive, por një nga kapitujt u kushtohet mediave online, rrjeteve sociale dhe materialeve nga publiku. Ky kapitull bën thirrje që të bëhet kujdes kur merren informacione nga rrjete sociale dhe kur ftohen në emisione televizive persona të kontaktuar përmes këtyre rrjeteve. Theksohet nevoja që të verifikohet informacioni dhe për t’ia bërë të qartë publikut se një informacion i caktuar është marrë nga rrjetet sociale. Po kështu, ky kod merret edhe me sjelljen e punonjësve të RTSH-së në rrjetet sociale, për t’u siguruar që sjellja e tyre të mos vërë në dyshim apo të dëmtojë integritetin apo profesionalizmin e RTSH-së. Me fjalë të tjera, ky kapitull merret më shumë me filtrimin dhe këshillat për sjelljen në rrjetet sociale, madje edhe përmbajtja online e RTSH trajtohet vetëm nga kjo pikëpamje dhe jo nga këndvështrimi i gazetarisë profesionale.

19 RTSH. (n.d.). Kodi i Etikës, *Parimet Editoriale dhe Standardet Profesionale të RTSH*. https://rtsh.s3.eu-central-1.amazonaws.com/4fe8d4a805a246d7a33ff6dc658036e9_202004071647.pdf

3.3. KODI I SJELLJES PROFESIONALE TË FREE AND FAIR MEDIA GROUP

Një kod sjelljeje akoma më i hollësishëm është hartuar nga Free and Fair Media group,²⁰ që ka në pronësi median online Shqiptarja.com, stacionin e lajmeve Report TV, dhe Radio Rash. Ky mund të jetë rasti i vetëm i një grupi mediatik privat që publikon kodin e vet të etikës, dhe FFM deklaron se kodi bazohet në udhëzues të ngjashëm të mediave të huaja, si BBC. Kodi mbulon shumë aspekte profesionale, është shumë i hollësishëm dhe i kushton vëmendje të veçantë programeve televizive në disa kapituj, duke u fokusuar madje edhe në këndet e kamerave gjatë regjistrimit apo transmetimit, portretizimin e grupeve dhe kategorive të veçanta, kodin e veshjes, etj. Sidoqoftë, edhe pse është shumë i hollësishëm, Kodi nuk merret në mënyrë specifike me mediat online dhe sfidat e reja profesionale, por parashtron parimet profesionale që duhet të respektohen gjithmonë nga media, pavarësisht nga mënyra e përcimit të informacionit tek publiku.

3.4. RREGULLORET DHE POLITIKAT VETËRREGULLUESE TË MEDIAVE TË TJERA

Organe të tjera mediatike nuk kanë kode të hollësishme apo të strukturuar për sjellje profesionale, por kanë hartuar politika mbi transparencën ose përgjegjësinë për materialet që publikojnë. Këto media zakonisht financohen nga donacione, ose janë media që publikojnë përmbajtje të sponsorizuar nga donatorë të huaj. Kështu, BIRN Albania ka publikuar në faqen e internetit rregullat mbi privatësinë dhe tema të tjera,²¹ ku shpjegohet përdorimi i cookies dhe informacionit të mbledhur nga vizitorët në faqe. Një paragraf tjetër në po të njëjtën faqe merret me publikimin e ankesave nga publiku, që ka shumë të ngjarë të jenë persona ose kompani që janë vënë në shënjestër nga raportimet dhe investigimet e BIRN Albania,²² duke përfshirë ankesat dhe reagimin e BIRN ndaj ankesave, si dhe korrigjimet e informacionit kur është e nevojshme. Rrjeti investigativ Investigative Network Albania, që është një projekt i financuar nga SHBA dhe administrohet nga tre OJQ shqiptare, ka hartuar një udhëzues redaksional për të orientuar gazetarët që bashkëpunojnë me rrjetin mbi parimet profesionale që duhet të ndjekin.²³ Së fundmi, edhe Faktoje.al, e vetmja faqe interneti për verifikimin e fakteve në Shqipëri, ka publikuar në faqen e saj, përveç Kodit të Etikës, edhe një kapitull mbi korrigjimin e informacionit. Faktoje.al thekson në faqen e saj se duke qenë pjesë e Rrjetit Ndërkombëtar të Verifikimit të Fakteve (IFCN) respekton kodin e etikës të kësaj organizate. Nëpërmjet faqes së internetit lexuesit mund të lidhen direkt me IFCN dhe të

20 FFM Media Group. (n.d.). *Kodi Etik i FFM Group*. <https://shqiptarja.com/faqe/kodi-etik>

21 BIRN Albania. (n.d.) *Politika e privatësisë dhe rregullat e tjera*. <https://www.reporter.al/politika-e-privatesise-dhe-rregullate-tjera/>

22 BIRN Albania. *Ankesa dhe korrigjime*. <https://www.reporter.al/ankesa-dhe-korrigjime/>

23 INA Media. (n.d.). *Udhëzuesi Editorial*. <https://ina.media/wp-content/uploads/1606/91/Udhezuesi-Editorial-FIND-Albania.pdf>

ankohen drejtpërdrejt tek kjo organizatë për ndonjë pasaktësi gjatë punës së Fakteje.al ose për probleme të tjera me informacionin.²⁴

Një tjetër formë vetërregullimi që përdoret veçanërisht nga mediat online është hartimi i rregulloreve të brendshme mbi disa aspekte të publikimit në internet, sidomos në platformat e mediave sociale. Redaktorët dhe gazetarët e intervistuar për këtë studim theksojnë se këto masa janë bërë aktualisht më të nevojshme si rezultat i rregullave të reja të Facebook për publikimin e materialeve. Në korrik 2022, Facebook dhe një organizatë partnere në Shqipëri nisën bashkëpunimin e tyre²⁵ si pjesë e përpjekjeve të Facebook për të luftuar lajmet e rreme, në bashkëpunim me organizata të verifikimit të fakteve në vende të ndryshme.

“Në redaksi kemi vendosur rregulla të brendshme që duhet të kemi parasysh kur postojmë materiale, duke përfshirë edhe imazhe që nuk mund të publikohen, fjalë dhe shprehje të veçanta, etj.”²⁶ Një tjetër redaktor i intervistuar për këtë studim thekson se ndryshe nga përvojat e mëparshme të punës, redaksitë tani duhet të modifikojnë sjelljen e tyre në mediat sociale, “veçanërisht kur kemi të bëjmë me imazhe shumë të dhunshme ose lakuriqësi.”²⁷ Këto materiale nuk mund të publikohen më, pasi përndryshe platformat e mediave sociale do të ndëshkojnë shkelësit e rregullave, duke penalizuar praninë e tyre dhe reduktimin e publikut në mediat sociale. Në këtë aspekt, duket se platformat sociale, më konkretisht Facebook, nëpërmjet rregullave të reja dhe bashkëpunimit me organizata të verifikimit të fakteve, po i nxisin mediat që të vetërregullojnë disa aspekte të punës së tyre. Sidoqoftë, disa nga të intervistuarit theksojnë se edhe ky proces ka të metat dhe problemet e veta.

“Problemi është se ka raste kur nuk jam dakord me vendimin e tyre për materialet që kam publikuar, apo rekomandimet që japin. Nuk kam asnjë vend ku të ankohem, por dhe kundërshtimi i vendimit do të na prishte punë për postimin e materialeve në të ardhmen dhe shpërndarjen e tyre në rrjetet sociale, kështu që thjesht e mbyllim gojën edhe kur nuk jemi plotësisht dakord.”²⁸

3.5. KODET E ETIKËS TRAJTOJNË PARIMET BAZË

Intervistat e thelluara me përfaqësues të komunitetit mediatik treguan se profesionistët e medias kanë përgjithësisht të njëjtin opinion në lidhje me cilësinë e kodeve të sjelljes dhe etikës: ato janë instrumente ndihmëse që trajtojnë parimet bazë të profesionit, pavarësisht problemeve në zbatimin e

24 Fakteje.al. (n.d.). *Udhëzuesi Redaksional IFCN*. <https://fakteje.al/njihuni-me-ne/ifcn/>

25 Fakteje.al. (5 korrik 2022). *Facebook lancon programin e verifikimit të fakteve me Fakteje ne Shqipëri*. <https://fakteje.al/facebook-lancon-programin-e-verifikimit-te-fakteve-me-fakteje-ne-shqiperi/?fbclid=IwAR0ku49JbvNQ4FYTCS2QFso6c010lebhb36ed7h97YeSXTc6TEaBVra-Lc>

26 Intervistë me Emirjon Senjën.

27 Intervistë me Luis Tanushin.

28 Intervistë me Emirjon Senjën.

tyre gjatë punës së përditshme. “Gjatë procesit të hartimit të Kodit kishim si synim që të përqendroheshin mbi disa nga praktikat më të mira të vendeve të tjera, dhe u përpoqëm të hartonim një version optimal të këtyre kodeve,”²⁹ thotë Lutfi Dervishi, një nga ekspertët që ka punuar për rishikimin e kodit. Në të njëjtën kohë, ai e pranon se Kodi nuk mund të jetë shterues dhe të mbulojë çdo problem apo dilemë të mundshme.

“Është si vetë jeta, edhe Kodi ka zona gri që nuk janë të qarta. Gjithmonë do të ketë raste të diskutueshme, kur nuk mund të jesh 100 për qind i sigurt nëse një veprim është etik apo jo. Sidoqoftë, duhet të kemi parasysh se kodet e etikës nuk janë masa ndëshkimore, por duhet të shërbejnë si referencë.”³⁰

Kur pyeten nëse kodi i etikës mund t’i përgjigjet nevojave dhe sfidave të ditës, të intervistuarit bien dakord se parimet bazë të profesionit mbeten të njëjta, por duhet bërë më shumë për të analizuar seriozisht risitë e mediave online dhe teknologjisë. “Sfidat e paraqitura nga teknologjia janë disa hapa përpara dhe nuk përputhen me situatën aktuale të komunitetit të medias apo diskutimet mbi etikën. Ne flasim për inteligjencë artificiale, por jemi ende shumë prapa kur vjen puna për kode apo rregullore,”³¹ thotë Erlis Çela, ish-gazetar dhe pedagog i gazetarisë. “Bota digjitale po ndryshon vazhdimisht, ndërkohë që Kodi ka parimet e veta bazë dhe duhet shumë më tepër kohë për ta ndryshuar dhe përshtatur. Bazat janë gjithmonë po ato dhe nuk ndryshojnë, por duhet gjithmonë t’i japim zgjidhje problemeve dhe çështjeve që shfaqen nga teknologjitë e reja,”³² thotë redaktori i një prej mediave online.

Parimet bazë të profesionit mbeten të njëjta, por duhet bërë më shumë për të analizuar seriozisht risitë e mediave online dhe teknologjisë.

29 Intervistë me Lutfi Dervishin.

30 Intervistë me Lutfi Dervishin.

31 Intervistë me Erlis Çelën.

32 Intervistë me Luis Tanushin.

IV.

ORGANIZMA DHE INSTRUMENTE VETËRREGULLUESE

Përvoja e vetme e funksionimit të një organi vetërregullues brenda një redaksie deri më sot është përjetuar në gazetën Shekulli. Ky organ i krijuar në vitin 1998 përfshinte edhe Kodin e Etikës dhe Zyrën e Etikës, “që nuk përqendrohej tek ankesat e lexuesve por bënte një analizë javore retrospektive të punës së gazetarëve nga pikëpamja etike. Sidoqoftë, kjo iniciativë nuk erdhi nga redaksia, por nga pronari i gazetës.³³ Probleme financiare dhe mungesa e interesit çuan në mbylljen e kësaj zyre pas disa vitesh.

Për momentin nuk ka asnjë pozicion apo zyrë në media që të shërbejë si ndërmjetës midis gazetarëve dhe publikut. Në një situatë kur redaksitë punojnë me staf gazetaresk minimal, punësimi i një personi që duhet të merret vetëm me etikën do të ishte një luks i tepërt që nuk mund të përballohet prej tyre.

Tabela 2: **ORGANE VETËRREGULLUESE**

TITULLI I ZYRËS / INSTRUMENTIT VETËRREGULLUES	VITI I KRIJIMIT	THEMELUESIT	BURIMI I FINANCIMIT	AKTIV / PASIV
Aleanca për Media Etike	2020	Këshilli Shqiptar i Medias dhe 19 organe mediash	Fillimisht UNESCO / BE, tani në bazë projekti	Aktiv

33 Londo, I. (2008). Shqipëria. Në SEENPM, Marrëdhëniet në Punë dhe Media: Analizimi i situatës të marrëdhënieve në punë në vendet e SEENPM (Albania. In SEENPM, *Labor relations and media: Analyzing patterns of labor relations in the media of SEENPM member countries*) https://seenpm.org/wp-content/uploads/2016/01/Labor_Relations_and_Media.pdf

4.1. KËSHILLI SHQIPTAR I MEDIAS DHE ALEANCA PËR MEDIA ETIKE

Një tjetër zhvillim pozitiv ishte krijimi në vitin 2015 i Këshillit Shqiptar të Medias nga një grup gazetarësh. Këshilli u mbështet fillimisht nga Këshilli i Evropës dhe më pas edhe nga UNESCO me një projekt të bashkëfinancuar nga Bashkimi Evropian. Qëllimi i tij ishte përmirësimi i nivelit profesional në gazetari përmes respektimit të Kodit të Etikës.³⁴ Pas fazës fillestare për ndërgjegjësimin e sektorit mediatik, në vitin 2020 u themelua Aleanca për Media Etike. Kjo aleancë është “një grup vullnetar i mediave shqiptare të përkushtuara për të zbatuar rreptësisht Kodin e Etikës së Gazetarit. Anëtarët zbatojnë vendimet për shkelje në raportim të marra nga Bordi i Etikës, i përzgjedhur nga anëtarët e Aleancës.”³⁵ Po kështu, Aleanca thekson se misioni i saj është “të promovojë raportimin cilësor në të gjitha format, në mënyrë që t’i tregojë publikut se anëtarët e Aleancës janë burimet e besueshme të informacionit.” Aleanca fillimisht kishte 19 media anëtare, duke përfshirë edhe disa nga mediat online kryesore në vend, si dhe faqet në internet të stacioneve televizive të njohura. Aktualisht aleanca ka 32 anëtarë.³⁶ Mediat anëtare shfaqin logon e Aleancës në faqet e tyre në internet, së bashku me një *link* që u jep mundësi lexuesve të ankohen mbi një artikull ose material të caktuar.

Sipas statutit të Aleancës, anëtarët e saj zgjedhin një bord për të shqyrtuar ankesat nga publiku, ndërsa si sekretari për ankesat shërben Këshilli Shqiptar i Medias.³⁷ Mediat duhet të dorëzojnë formularë aplikimi dhe të paraqesin dokumentet e kërkuara për t’u anëtarësuar në Aleancë. Si persona fizikë ashtu dhe juridikë (kompani dhe organizata) mund të bëjnë ankesa, ndërsa ankesat anonime nuk merren parasysh. Ankesat mund të paraqiten deri në tre muaj pas publikimit të një artikulli apo materiali, ndonëse ky afat mund të shtyhet deri në një vit në raste të veçanta, në varësi të ankesës. Përpara se bordi të marrë në shqyrtim një ankesë, kryetari apo kryetarja vendos nëse ankesa është me vend dhe mund të shqyrtohet nga bordi; ndërsa në rast refuzimi informohet aplikanti për arsyet e refuzimit të ankesës. Sipas statutit, bordi duhet të mbledhet të paktën një herë në muaj dhe vendimet merren me konsensus nga të gjithë anëtarët, ose me shumicën e votave të anëtarëve të pranishëm nëse nuk mund të arrihet një konsensus. Bordi përbëhet nga pesë anëtarë që duhet të jenë profesionistë me reputacion në fushën e gazetarisë, ligjit ose shoqërisë civile. Anëtarët, Këshilli Shqiptar i Medias, dhe Departamenti i Gazetarisë në Universitetin e Tiranës propozojnë kandidatë për bord. Anëtarët e bordit duhet të deklarojnë qartë nëse kanë konflikte interesi përpara se të fillojë shqyrtimi i një anekese.

34 Java News. (28 korrik 2015). *Formohet “Këshilli i Medias”*. <http://www.javanews.al/fomohet-keshilli-i-medias> Aleanca për Media Etike <https://aleancaetike.media/sq/kush-jemi/>

35 Aleanca për Media Etike. <https://aleancaetike.media/sq/kush-jemi/>

36 Shiko <https://aleancaetike.media/sq/anetaret/>

37 Të gjitha informacionet mbi procedurat e Aleancës janë marrë nga statuti dhe rregullorja: <https://aleancaetike.media/sq/statuti-dhe-rregullorja-e-bordit/>

Pas marrjes së një ankese, bordi kërkon nga ankimuesi dhe nga media në fjalë të paraqesin të gjitha faktet dhe informacionet e nevojshme për të mbështetur pretendimet e tyre, ndërsa media duhet t'i paraqesë bordit informacionin e kërkuar brenda shtatë ditëve. Mund të caktohet edhe një seancë dëgjimore për median dhe ankimuesin. Bordi ka afat 30 ditë për të marrë vendim mbi ankesën. Bordi duhet të fillojë një pajtim të palëve në mosmarrëveshje dhe kërkon nga media që të përdorë të drejtën e saj për t'u përgjigjur, duke publikuar korrigjime apo sqarime ndaj ankesës. Pas marrjes së vendimit, bordi i kërkon medias që të publikojë vendimin në të njëjtin vend apo hapësirë ku ishte publikuar artikulli ose materiali problematik. Bordi ka për detyrë të njoftojë anëtarët e Aleancës në rast se media refuzon ta publikojë vendimin. Bordi mund të shqyrtojë edhe ankesa ndaj mediave që nuk janë pjesë e Aleancës, duke ndjekur të njëjtën procedurë.

Ky lloj organizimi është relativisht i ri në Shqipëri, ku mediat nuk janë angazhuar më parë në ndonjë përpjekje dhe bashkëpunim për të ngritur sisteme vetërregullimi. Gazetarët e kanë patur të vështirë që të bashkëpunojnë edhe për çështje që i prekin më nga afër interesat e tyre personale, si marrëdhëniet e punës. Në këtë kontekst, çdo iniciativë vetërregullimi do të përballet me sfida dhe probleme të mëdha, si në aspektin e risisë, ashtu dhe për ngritjen e kapaciteteve, duke mos harruar këtu edhe klimën e mosbesimit dhe mungesën e bashkëpunimit nga shumë aktorë dhe elementë të rëndësishëm.

Në këtë situatë, arritjet dhe efektshmëria e deritanishme e Aleancës duhen analizuar duke marrë parasysh një sërë faktorësh. Sipas Koloreto Cukalit, kryetar i Këshillit Shqiptar të Medias, kjo është akoma një nismë e brishtë, por ka pasur edhe shenja pozitive që kjo iniciativë edhe mund të funksionojë dhe të përmirësojë deri diku vetërregullimin. Sipas tij, problemi kryesor brenda vetë kësaj iniciative lidhet me efikasitetin dhe qëndrueshmërinë e saj, gjëra që lidhen ngushtë dhe varen nga mënyra e organizimit, burimet njerëzore dhe fondet. Cukali shpjegon se në kohën e krijimit të Këshillit, qeveria kishte propozuar një paketë ligjore antishpifje dhe Këshilli duhej të reagoje publikisht për të denoncuar problemet që do të krijoheshin për mediat. "Kjo bëri që të shiheshim si organizatë antiqeveritare, dhe shumë media ngurruan në fillim që të anëtarësoheshin në këtë nismë, pasi nuk donin të ngatërroheshin në atë situatë."³⁸ Pas këtij starti të ngadaltë Këshilli vendosi të krijojë një shoqatë të re, Aleancën për Media Etike, dhe ftuan organe të medias që të bëhen anëtare të shoqatës së re.

Ndonëse ia kanë dalë mbanë që të krijojnë një bashkim mediash të interesuara për vetërregullim, problemi është se Aleanca nuk mund të aplikojë për fonde pasi nuk figuron zyrtarisht si organizatë apo shoqatë.

38 Intervistë me Koloreto Cukalin.

“Nuk e kemi regjistruar Aleancën si organizatë apo shoqatë në gjykatë, sepse në momentin që regjistrohesh duhet të paguash edhe detyrimet. Në situatën aktuale të medias shqiptare dhe me vështirësitë ekonomike që përballet vazhdimisht media, nuk e besoj se do të jetë njeri i interesuar që të paguajë një kuotë për t’u bërë anëtarë të shoqatës.”³⁹

Nga ana tjetër, mungesa e statusit zyrtar të Aleancës nuk i lejon që të aplikojnë për fonde nga donatorët, që mund të jetë një burim alternativ të ardhurash. Në këtë situatë të pasigurt, është parë si zgjidhje që Këshilli Shqiptar i Medias të aplikojë për fonde dhe të veprojë si sekretariat i Aleancës duke u marrë edhe me procesin e administrimit të analizimit dhe përcjelljes së kërkesave, thirrjen e mbledhjeve dhe procedura të tjera. Në të njëjtën kohë, donatorët nuk po ofrojnë më mbështetje afatgjatë për organizata dhe “në një kohë kur kemi mungesë serioze personeli, na duhet të shpenzojmë energji për projekte afatshkurtra dhe nuk mund të përkushtohemi më për ndërgjegjësimin e mediave, afrimin e anëtarëve të rinj dhe forcimin e procesit të vetërregullimit,”⁴⁰ thotë Cukali.

Pavarësisht nga vështirësitë, nevojës për ndryshim mendësie, dhe mosbesimit të publikut ndaj vetërregullimit, Cukali mendon se kjo iniciativë ka filluar të tregojë shenja pozitive, ndonëse këtu duhen marrë parasysh dhe problemet e sektorit dhe peizazhi mediatik i ditëve tona. Ai përmend shembullin e Jeta Osh Qef - një faqe interneti shumë e suksesshme që ndërthur postime nga përdoruesit me lajme - që ka qenë për një kohë të gjatë mishërimi i mungesës së etikës në mediat online. Sipas Cukalit, JOQ donte ta ndryshonte këtë perceptim dhe kanë qenë shumë më të hapur ndaj ankesave, edhe pse publikojnë një vëllim të madh materialesh dhe ndoshta për këtë arsye i vijnë edhe më shumë ankesa. “Në fillim refuzonin të publikonin emrat e gazetarëve duke pretenduar se donin t’i mbronin, dhe na u desh t’i bindim se anonimatimi është i papranueshëm në media serioze, dhe tani kanë filluar të publikojnë emrat,” thotë Cukali. Ai e pranon se këto janë vetëm hapat e para dhe kanë pasur vetëm përparime të vogla, por duke pasur parasysh çimentimin e problemeve sistemike që pengojnë vetërregullimin në vendin tonë, këto arritje nuk mund të injorohen.

Edhe gazetarë dhe ekspertë të tjerë të medias e pranojnë se në situatën aktuale të medias vetërregullimi përballet me sfida dhe probleme serioze.

“Interesat e mediave janë faktori kryesor që pengon procesin e vetërregullimit. Asnjë media nuk mund të pretendojë se është më etike në krahasim me mediat e tjera në një kohë kur të gjitha e shkelin etikën nën presionin e tregut për më shumë shikime ose klikime, ose thjesht nga konkurrenca e rivalëve të tyre.”⁴¹

39 Intervistë me Koloreto Cukalin.

40 Intervistë me Koloreto Cukalin.

41 Intervistë me Luis Tanushin.

Në fakt, ka dyshime të forta se mediat e mbështesin modelin e tyre të biznesit mbi përfitimet që vijnë nga shkeljet etike. Siç vëren eksperti i medias Lutfi Dervishi:

“Mediat online vrapojnë pas klikimeve, titujve të bujshëm, clickbait, përfitojnë nga fatkeqësitë, nga fëmijët, kronika e zezë, e të gjitha këto. Nuk është se nuk e kuptojnë që nuk duhet ta bëjnë këtë, por thjesht shpresojnë që e gjithë kjo të sjellë pak më shumë klikime, publik, reklama dhe para; është kthyer në model biznesi.”⁴²

Përveç këtij modeli biznesi, edhe media të tjera më etike dhe profesionale duhet të përballen me problemin e dedikimit të burimeve njerëzore për vetërregullim, që vështirë se mund ta përballojnë.

“Kodet mund të jenë të mira, por mbeten të vështira për t’u zbatuar. Kjo mund të funksionojë në vende më të mëdha ose më të pasura, në redaksi me staf të mjaftueshëm ku edhe redaktori ndihmon në procesin e filtrimit. Me ngarkesën aktuale nuk ia dal dot që të kontrolloj edhe raportimet e mia edhe ato të praktikantëve dhe gazetarëve të rinj për ndonjë shkelje, thjesht nuk kemi kohë dhe energji.”⁴³

Po kështu, të gjithë të intervistuarit përmendën reduktimin e stafit të redaksive në krahasim me kohët e mëparshme. “Më parë kishte disa redaktorë, zëvendës-redaktorë që kontrollonin dhe filtronin punën, tani ka shumë pak njerëz në redaksi, punohet me orare intensive botimi, dhe është shumë e lehtë të kalojnë gjëra pa u kontrolluar dhe të bëhen gabime.”⁴⁴

Më parë kishte disa redaktorë, zëvendës-redaktorë që kontrollonin dhe filtronin punën, tani ka shumë pak njerëz në redaksi, punohet me orare intensive botimi, dhe është shumë e lehtë të kalojnë gjëra pa u kontrolluar dhe të bëhen gabime.

42 Intervistë me Lutfi Dervishin.

43 Intervistë me Luis Tanushin.

44 Intervistë me Luis Tanushin.

V.

PENGESA DHE SHEMBUJ VETËRREGULLIMI NË MEDIAT ONLINE DHE RRJETET SOCIALE

Të gjithë ekspertët bien dakord se pengesa kryesore për suksesin e nismave të vetërregullimit është në radhë të pare të bindësh vetë organet mediatike se ky është një proces i nevojshëm që duhet të burojë nga brenda sektorit. Luis Tanushi, një nga redaktorët e intervistuar thotë se:

“Para së gjithash duhet të jemi të bindur për nevojën e angazhimit në këtë proces dhe të mos e shohim si ndëshkim. Duhet ta pranojmë faktin se si ne ashtu dhe kolegët tanë abuzojmë me lirinë e fjalës, mund të ofendojmë dikë, mund të ketë shpifje, apo akoma më keq, edhe shantazh nga media. Nuk mund të fshihemi më pas të drejtave tona dhe të protestojmë për gjithçka; edhe qytetarët duhet ta ushtrojnë të drejtën e tyre për të mos u ofenduar dhe nëpërkëmbur nga ne.”⁴⁵

Përveç kësaj, ekspertë të tjerë nënvizojnë edhe ndërgjegjen e dobët profesionale të disa gazetarëve, si dhe mungesën e organizimit në redaksitë e mediave në këtë drejtim, edhe për vetë faktin se profesioni i gazetarit nuk rregullohet me ligje apo rregullore administrative.⁴⁶ Në lidhje me këtë pikë, Këshilli Shqiptar i Medias mendon se do të ishte i dobishëm një rishikim i Kodit të Etikës nga anëtarët e Aleancës, si për ta përditësuar atë, ashtu edhe për t'i dhënë një ndjenjë pronësie e krenarie këtyre organeve mediatike, duke i bërë më të pasionuara dhe të përkushtuara ndaj këtij procesi.⁴⁷

Të gjithë ekspertët bien dakord se pengesa kryesore për suksesin e nismave të vetërregullimit është në radhë të pare të bindësh vetë organet mediatike se ky është një proces i nevojshëm që duhet të burojë nga brenda sektorit.

45 Intervistë me Luis Tanushin.

46 Intervistë me Erlis Çelën.

47 Intervistë me Koloreto Cukalin.

Një tjetër problem që u përmend shpesh gjatë punës kërkimore për këtë studim është edhe niveli i angazhimit të qytetarëve dhe niveli i ulët i edukimit të publikut mbi median dhe informacionin (MIL). Instituti Shqiptar i Medias ka punuar gjatë tre viteve të fundit që të përfshijë kurrikulat mbi EMI në sistemin arsimor parauniversitar dhe universitar, duke ndihmuar edhe me trajnimin e mësuesve dhe nxënësve, duke botuar materiale mësimore, dhe me iniciativa të tjera. Sidoqoftë, ky është një proces afatgjatë që do kohë që të japë rezultate; presioni pozitiv i qytetarëve ndaj medias në lidhje me vetërregullimin mund të realizohet vetëm kur qytetarët ta njohin më mirë median. “Ne mund ta ndërmarrim këtë iniciativë vetërregullimi dhe të ngremë strukturën e nevojshme, por do të duhet shumë kohë për të edukuar publikun dhe sigurisht deri në një farë mase kjo do të ndikojë në vetërregullim,”⁴⁸ thotë Cukali.

Po kështu, nuk ka patur ndonjë debat profesional apo iniciativë të veçantë për fenomene të reja si algoritmet dhe inteligjenca artificiale (AI). Ka patur shumë pak artikuj në media mbi këto tema, dhe zakonisht publikohen vetëm artikuj të marrë nga mediat e huaja. Ndonëse gazetarët dhe redaktorët e mediave online mund të kenë më shumë dijeni mbi rolin e algoritmeve, këtë njohuri i përdorin kryesisht për qëllime komerciale për të tërhequr sa më shumë publik për materialet që postojnë në platformat e tyre sociale, dhe nuk ka reflektim mbi ndikimet që mund të kenë këto zhvillime teknologjike mbi profesionin e tyre. Në të njëjtën kohë, të intervistuarit theksojnë edhe risinë dhe ndjenjën e pasigurisë rreth këtyre temave, çka mund të shpjegojë edhe mungesën e debatit të brendshëm mbi këto tema.

“Ne mund ta ndërmarrim këtë iniciativë vetërregullimi dhe të ngremë strukturën e nevojshme, por do të duhet shumë kohë për të edukuar publikun dhe sigurisht deri në një farë mase kjo do të ndikojë në vetërregullim.”

Ndonëse gazetarët dhe redaktorët e mediave online mund të kenë më shumë dijeni mbi rolin e algoritmeve, këtë njohuri i përdorin kryesisht për qëllime komerciale për të tërhequr sa më shumë publik për materialet që postojnë në platformat e tyre sociale, dhe nuk ka reflektim mbi ndikimet që mund të kenë këto zhvillime teknologjike mbi profesionin e tyre.

48 Intervistë me Koloreto Cukalin.

VI.

SFIDA DHE SHEMBUJ VETËRREGULLIMI NË RADIO-TELEVIZIONIN PUBLIK

Rasti i vetërregullimit të RTSH ngjason deri diku me përpjekjet e tjera vetërregulluese në media të tjera. RTSH përdori konsulentë të huaj dhe miratoi një dokument shumë të hollësishëm mbi parimet editoriale. Problemi është se në kod nuk shpjegohet qartë se si do të zbatohet, nëse është i detyrueshëm apo jo për punonjësit; në të thuhet vetëm se është i disponueshëm për publikun në faqen e internetit të RTSH-së, dhe se do t'u shpërndahet punonjësve e printuar në letër.⁴⁹

Deri më sot, nuk ka asnjë informacion për zbatimin e tij në praktikë dhe nuk është krijuar ndonjë organ i posaçëm për të monitoruar zbatimin e tij. Vetë kodi nuk specifikon rregulla apo instrumente për të siguruar zbatimin e parimeve të tij në praktikë. Ky kod përmendet vetëm në një vend tjetër: statuti i RTSH thotë ndër të tjera se veprimtaria e RTSH bazohet në kodin etik dhe në Parimet Editoriale.⁵⁰ Nga ana tjetër, të gjitha drejtoritë e RTSH kanë hartuar rregulloret e tyre të brendshme, duke përfshirë edhe rregulla të hollësishme në lidhje me paraqitjen dhe mënyrën e veshjes në ambientet e institucionit, por nuk ka sqarime të mëtjshme për funksionimin e ndonjë instrumenti vetërregullues.⁵¹

49 RTSH. (n.d.) Kodi i Etikës, *Parimet Editoriale dhe Standardet Profesionale të RTSH*. https://rtsh.s3.eu-central-1.amazonaws.com/4fe8d4a805a246d7a33ff6dc658036e9_202004071647.p

50 RTSH. (n.d.) *Statuti i Radio Televizionit Shqiptar*. https://rtsh.s3.eu-central-1.amazonaws.com/cf4f4293531344ad9af0cbaccd1e078_202004071650.pdf

51 RTSH. (n.d.) *Programi i Transparencës*. <https://rtsh.al/rreth-rtsh/programi-i-transparenes>

“Po të analizojmë rastin e etikës dhe radio-televizionit publik, në letër kemi etikën, kemi të gjitha këto kategori, gjininë, gjuhën e urrejtjes, gjithë këto parime editoriale shumë të hollësishme dhe të hedhura bukur në letër. Por në praktikë nuk ka asgjë konkrete për respektimin e këtyre parimeve. Nuk ka asnjë organ që të kujdeset për zbatimin e tij; edhe pse kodi në pamje të parë duket i shkëlqyer, por është lënë vetëm në letër.”⁵²

Në përgjithësi, problemi kryesor për radio televizionin publik është perceptimi i njëanshmërisë politike ose mungesës së pavarësisë nga qeveria, edhe pse politizimi ka depërtuar thellë në median shqiptare dhe shpesh kjo duket qartë edhe tek mediat private. Sipas raportit të fundit të misionit të vëzhguesve për fushatën e zgjedhjeve vendore të vitit 2023, RTSH i dha më shumë kohë transmetimi Partisë Socialiste në pushtet, ose 43 për qind; koalicioni Bashkë Fitojmë mori 35 për qind; ndërsa PD mori vetëm 17 për qind.⁵³ Por ndërkohë, edhe në stacionet e tjera televizive përqindjet ishin të ngjashme,⁵⁴ çka tregon se radio televizioni publik i trajtoi partitë politike njëloj si i trajtuan edhe televizionet e tjera.

52 Intervistë me Lutfi Dervishin.

53 OSCE/ODIHR. (14 maj 2023). *Republika e Shqipërisë – Zgjedhjet vendore, 14 maj 2023: Deklarata e vëzhgimeve dhe konkluzioneve paraprake*. <https://www.osce.org/files/f/documents/6/b/543561.pdf>

54 Sipas të njëjtit raport, dy televizionet e tjera kombëtare i dhanë 39 për qind dhe 51 për qind të kohës së transmetimit elektorale partisë në pushtet.

VII.

PRAKTIKË E MIRË: INICIATIVË VETËRREGULLUESE QË MBËSHTETET TEK ANËTARËSIMI I MEDIAVE

Është e vështirë që të jesh i suksesshëm në përpjekjet për vetërregullimin e medias në vendin tonë, pasi një sërë faktorësh sistemikë ushtrojnë presion mbi sektorin e medias deri në atë pikë sa etika dhe profesionalizmi shpesh konsiderohen si luks i papërballueshëm. Po kështu, ndryshimet në peizazhin mediatik, roli i mediave online dhe tendencat e reja që sjellin, kanë futur në treg praktika të dyshimta biznesi, duke favorizuar fitimin financiar në kurriz të parimeve profesionale.

Në këtë kontekst, një arritje deri diku e suksesshme që mund të merret si shembull është krijimi i Aleancës për Media Etike, që aktualisht ka më shumë se 30 anëtarë. Realisht, praktika të tilla janë shumë më të efektshme nëse iniciativa vjen drejtpërdrejt nga mediat që e konsiderojnë situatën aktuale si kërcënim për vlerat dhe reputacionin e tyre. Vetë fakti që ato media janë anëtarësuar në këtë nismë me dëshirën e tyre tregon një farë forme reflektimi profesional që është mundur nga kjo strukturë, dhe kjo është një arritje më vete. Gjatë intervistave disa redaktorë shprehën dëshirën për t'u bashkuar me Aleancën, duke e konsideruar si një hap pozitiv për sa i përket raportimit etik, ndërkohë që e pranojnë se ndikimi i saj është i kufizuar në kushtet aktuale të sektorit të medias. Edhe pse është akoma e paqartë se sa e qëndrueshme do të jetë kjo nismë në të ardhmen, sigurisht që është një hap konkret përpara, dhe ka dhënë kontributin e vet për të ndërgjegjësuar mediat dhe publikun mbi etikën në gazetari.

VIII.

KONKLUZIONE DHE REKOMANDIME

Përpjekjet për vetërregullim në sektorin e medias kanë patur më shumë sukses në kuadrin e hartimit të rregulloreve dhe kodeve të sjelljes profesionale, ndërkohë që iniciativat për respektimin dhe zbatimin e këtyre kodeve janë përballur me sfida dhe probleme të shumta. Interesat personale të mediave si biznese të lidhura dhe të varura nga politika dhe kompani të tjera të pronarëve të tyre kanë lënë pak hapësira për zbatimin e rregullave etike në gazetari. Edhe në ato media ku ekziston vullneti i mirë për të respektuar parimet profesionale dhe etikën, nevoja për të mbijetuar në një treg të vogël dhe të fragmentarizuar shpesh mbizotëron mbi integritetin profesional.

Tendencat dhe metodat e reja të huazuara nga mediat online, si anonimati, publikimi i pafiltruar i materialeve të postuara nga përdoruesit, materialet karrem për klikime (*clickbait*), copy-paste e përmbajtjes dhe informacionit pa i verifikuar, janë vetëm disa nga sfidat me të cilat përballen media për momentin. Të gjitha këto probleme dhe mangësi kanë thelluar akoma më tej mosbesimin e publikut ndaj medias, madje kjo krizë mosbesimi prek edhe mediat tradicionale, në vend që të kufizohej vetëm tek mediat online. Së fundmi, çdo nismë vetërregullimi ndikohet negativisht nga numri i vogël i gazetarëve në redaksitë e mediave, dhe nga prioriteti që i jepet mbijetesës ekonomike, duke lënë në plan të dytë etikën gazetareske.

Ka patur përpjekje pozitive por nuk dihet akoma sa të efektshme dhe të qëndrueshme do të jenë këto iniciativa. Aleanca për Media Etike ka shtuar numrin e anëtarëve në gjirin e saj dhe synon të shërbejë si një platformë për diskutim dhe reflektim mbi etikën profesionale. Ndërkohë ajo shërben edhe si pikë lidhëse për të diskutuar me publikun mbi rastet që konsiderohen shkelje flagrante. Sidoqoftë, Aleanca duhet të kapërcejë një sërë pengesash administrative dhe financiare, ndërkohë që duhet të punojë për të zgjeruar më tej grupin e anëtarëve dhe të shtojë ndikimin e saj tek organet mediatike, në mënyrë që të bëhet më efikase si instrument vetërregullimi.

Ndërkohë, përpjekjet e mediave për t'u vetërregulluar, si pasojë e rregullave të reja të vendosura nga Facebook në bashkëpunim me organizatat e verifikimit

të fakteve është një tjetër formë vetërregullimi. Po kështu, ndryshimet e reja në ligjin për mediat audiovizive synojnë të nxisin përpjekjet për bashkërregullim, nën drejtimin dhe mbikëqyrjen e AMA-s, por mbetet për t'u parë se çfarë rezultatesh do të kemi për sa i përket hartimit të kodeve dhe nivelit të zbatimit nga organet mediatike. Së fundmi, paralelisht me gjithë këto përpjekje dhe iniciativa, duhet të arrihet një nivel më i lartë ndërgjegjësimit dhe një përqsasje më mediatike dhe proaktive nga ana e qytetarëve, për t'u siguruar që publiku mund të shërbejë si mekanizëm kontrolli dhe kërkesë llogarie ndaj mediave dhe çdo përpjekjeje për vetërregullim.

Rekomandime:

- AMA duhet të luajë një rol më aktiv në monitorimin e shkeljeve të etikës dhe në orientimin e medias dhe publikut drejt edukimit mbi standardet që duhen ndjekur në raportimin profesional në media.
- AMA duhet të informojë mediat mbi zhvillimet më të fundit në legjislacionin e BE, që të jenë të përgatitura për punën në të ardhme në këtë drejtim.
- Aleanca për Media Etike duhet të jetë më proaktive në monitorimin e shkeljeve etike, duke inkurajuar mediat që të vetërregullohen dhe korrigjojnë gabimet e tyre, si dhe të promovojë një ndjesi më të madhe përgjegjësie midis mediave për mangësitë në raportim.
- Mediat, nën drejtimin e Aleancës për Media Etike ose organizatave të tjera, duhet të rishikojnë apo edhe të rihartojnë kodet dhe udhëzuesit ekzistues për të pasqyruar më mirë standardet profesionale që synojnë të arrijnë, dhe nevojat e reja që imponohen nga risitë dhe ndryshimet në sektorin e medias.
- Përpjekjet për përmirësimin e edukimit mediatik duhet të vazhdojnë në mënyrë të pandërprerë nga të gjithë aktorët në shoqëri. Qeveria duhet të hartojë një strategji dhe politika të qarta për përfshirjen e edukimit mediatik në kurrikula mësimore në formën e duhur. Shoqëria civile duhet të vazhdojë dhe të intensifikojë përpjekjet për të rritur nivelin e ndërgjegjësimit mbi mendimin kritik dhe edukimin mediatik. Institucionet shtetërore dhe shoqëria civile duhet të koordinojnë punën në këtë drejtim, ndoshta duke përfshirë edhe mediat në mbështetje të këtyre nismave dhe politikave.
- Si mediat tradicionale ashtu edhe ato online duhet të mendojnë seriozisht për vetërregullimin e tyre, qoftë në nivel individual ose si komunitet, për t'u përkushtuar ndaj standardeve etike në raportim.
- Mediat duhet t'u ofrojnë përdoruesve mundësi për t'i kontaktuar për ankesa, dhe të respektojnë parimet e publikimit të korrigjimeve kur është e nevojshme.
- Duhet të organizohen më shpesh fushata ndërgjegjësimit të publikut për të evidentuar standardet dhe arritjet profesionale në media, duke kontribuar edhe në debatin publik mbi punën e medias.

LITERATURA DHE BURIME INFORMACIONI

Këshilli Shqiptar i Medias. (2018). *Udhëzime Etike për Gazetarinë Online*. <https://kshm.al/wp-content/uploads/2018/04/UDH%C3%8BZIME-ETIKE-P%C3%8BR-GAZETARIN%C3%8B-ONLINE-3.pdf>

Këshilli Shqiptar i Medias. (2018). *Kodi i Etikës së Gazetarit*. <https://kshm.al/wp-content/uploads/2018/04/Kodi-i-Etikes-final-shqip-3.pdf>

Instituti Shqiptar i Medias. (2019). *Media shqiptare dhe standardet evropiane*. <https://www.institutemedia.org/albanian-media-scene-vs-european-standards/>.

Aleanca për Media Etike. <https://aleancaetike.media/sq/kush-jemi/>

Autoriteti i Media Audiovizive. (2023). *Ligji 30/2023* <https://ama.gov.al/wp-content/uploads/2020/07/Ligji-nr.-30-2023-Per-disa-ndryshime-dhe-shtesa-ne-ligjin-nr.-97-2013-Per-mediat-Audiovizive-ne-Republiken-e-Shqiperise-te-ndryshuar.pdf>

Autoriteti i Media Audiovizive. (2023). *Kodi i Transmetimit*. <https://ama.gov.al/wp-content/uploads/2020/07/Kodi-i-Transmetimit-AMA-.pdf>

BIRN Albania. (n.d.) *Politika e privatësisë dhe rregullat e tjera*. <https://www.reporter.al/politika-e-privatesise-dhe-rregullate-tjera/>

BIRN Albania. *Ankesa dhe korrigjime*. <https://www.reporter.al/ankesa-dhe-korrigjime/>

FFM Media Group. (n.d.). *Kodi i Etikësi FFM Group*. <https://shqiptarja.com/faqe/kodi-etik>

Faktoje.al. (n.d.). *Udhëzime Editoriale IFCN*. <https://faktoje.al/njihuni-me-ne-ifcn/>

Faktoje.al. (5 korrik 2022). *Facebook lancon programin e verifikimit të fakteve me Faktoje në Shqipëri*. <https://faktoje.al/facebook-lancon-programin-e-verifikimit-te-fakteve-me-faktoje-ne-shqiperi/?fbclid=IwAR0ku49JbvNQ4FYTCs2QFso6c010lebhb36ed7h97YeSXTc6TEaBVra-Lc>

INA Media. (n.d.). *Udhëzuesi Editorial*. <https://ina.media/wp-content/uploads/1606/91/Udhezuesi-Editorial-FIND-Albania.pdf>

Java News. (28 korrik 2015). *Formohet "Këshilli i Medias"*. <http://www.javanews.al/fomohet-keshilli-i-medias/>

Londo, I. (2008). Shqipëria. Në SEENPM, Marrëdhëniet në Punë dhe Media: Analizimi i situatës së marrëdhënieve në punë në vendet e SEENPM (Albania. In SEENPM, *Labor relations and media: Analyzing patterns of labor relations in the media of SEENPM member countries*). https://seenpm.org/wp-content/uploads/2016/01/Labor_Relations_and_Media.pdf

OSCE/ODIHR. (14 maj 2023). *Republika e Shqipërisë – Zgjedhjet vendore, 14 maj 2023: Deklarata e vëzhgimeve dhe konkluzioneve paraprake*. <https://www.osce.org/files/f/documents/6/b/543561.pdf>

RTSH. (n.d.) *Kodi i Etikës, Parimet Editoriale dhe Standardet Profesionale të RTSH*. https://rtsh.s3.eu-central-1.amazonaws.com/4fe8d4a805a246d7a33ff6dc658036e9_202004071647.pdf

RTSH. (n.d.). *Statuti i Radio Televizionit Shqiptar*. https://rtsh.s3.eu-central-1.amazonaws.com/cf4f4293531344ad9af0cbacccd1e078_202004071650.pdf

RTSH. (n.d.). *Programi i Transparencës*. <https://rtsh.al/rreth-rtsh/programi-i-transparenes>

LISTA E TË INTERVISTUARVE

Intervistat për këtë studim u zhvilluan në Tiranë, gjatë periudhës 19 - 26 qershor 2023. U intervistuan:

Erlis Çela - pedagog i gazetarisë;

Koloreto Cukali - Këshilli Shqiptar i Medias;

Lutfi Dervishi - ekspert i medias;

Emirjon Senja - redaktor tek Albeu.com;

Luis Tanushi - redaktor tek Tiranane.com;

Kejsi Ziu - drejtor i drejtorisë juridike, Autoriteti i Mediave Audiovizive.

RRETH AUTORES

Ilda Londo ka kryer studimet universitare në Gazetari / Shkenca Politike dhe është Koordinatore e Punës Kërkimore në Institutin Shqiptar të Medias. Ajo është autore e disa studimeve dhe punëve kërkimore që fokusohen në çështjet e zhvillimit të medias, etikës dhe profesionalizmit në gazetari, analizimit të përmbajtjes dhe narrativës mediatike, etj.

ETIKA: PRIORITET I ULËT NË MEDIA

Vetërregullimi në media në Shqipëri

Ky botim është pjesë e komponentit kërkimor të projektit “Media jonë: Një projekt i shoqërisë civile për të nxitur edukimin për median dhe aktivizmin, kundër polarizimit, në dobi të dialogut.” Seria e parë e raporteve studimore u krye si pjesë e kuadrit tematik të titulluar “analiza kritike e kodeve të etikës dhe vetërregullimit në media në Shqipëri, Bosnjë dhe Hercegovinë, Kosovë, Mal të Zi, Maqedoni e Veriut, Serbi dhe Turqi.”

Projekti “Media jonë: Një projekt i shoqërisë civile për të nxitur edukimin për median dhe aktivizmin, kundër polarizimit, në dobi të dialogut” zbatohet nga nëntë organizata për zhvillimin e medias nga Ballkani Perëndimor dhe Turqia, me mbështetjen financiare të Bashkimit Europian. Koordinator i këtij projekti tre-vjeçar është Fondacioni Mediacentar Sarajevë. Partnerët e projektit janë Instituti Shqiptar i Medias në Tiranë, Bianet në Stamboll, Instituti Maqedonas i Medias në Shkup, Instituti i Medias i Malit të Zi në Podgoricë, Shkolla e Gazetarisë të Novi Sad, Instituti i Paqes në Lubjanë; Këshilli i Shtypit të Kosovës në Prishtinë dhe Rrjeti i Evropës Juglindore për Profesionalizimin e Medias (SEENPM).