

DORACAK

**PËR INTERESIN PUBLIK
NË GAZETARI**



Shkup, 2016



DORACAK PËR INTERESIN PUBLIK NË GAZETARI

Botues: Instituti i Studimeve të Komunikimit
Shkolla e Lartë për Gazetari dhe Marrëdhënie me Publikun
Jurij Gagarin 17-1/1, Shkup, Maqedoni
www.iks.edu.mk
www.vs.edu.mk

Autorë: Vesna Shopar, Zoran Dimitrovski,
Sefer Tahiri, Aleksandra Temenugova
Redaktorë: Zhaneta Trajkoska, Aleksandra Temenugova
Lektura: Tatjana B. Eftimoska
Përktheu në gjuhën shqipe: Sefer Tahiri
Dizajni dhe përpunimi teknik: Luben Dimanovski

Shtypi: "Vinsent- grafika"
Tirazhi: 50



British Embassy
Skopje

Ambasada Britanike në Shkup mbështeti përgatitjen e këtij publikimi, brenda projektit "Shprehja e interesit publik: rritja e fuqisë së mediave dhe qytetarëve në mbrojtjen e politikave publike në Maqedoni"

Përbajtja e këtij botimi nuk pasqyron domosdoshmërisht qëndrimin apo mendimet e Ambasadës Britanike në Shkup.

CIP - Каталогизација во публикација
Национална и универзитетска библиотека „Св. Климент Охридски“, Скопје

316.774:316.64(035)

316.774:174.4(035)

DORACAK për interesin publik / [Vesna Shopar ... и др.]. -
Shkup : Instituti i studimeve të komunikimit, Shkolla e lartë për
gazetari dhe marrëdhënie me publikum, 2016. - 90 стр. ; 25 см

Автори: Vesna Shopar, Zoran Dimitrovski, Sefer Tahiri, Aleksandra
Temenugova. - Библиографија: стр. 87-90

ISBN 978-608-65406-9-2

1. Shopar, Vesna [автор]

а) Медиими - Јавен интерес - Прирачници б) Јавно мислење - Етика
во новинарството - Прирачници

COBISS.MK-ID 100707338

Përmbajtja

● I PËR DORACAKUN.....	6
● II HYRJE.....	8
● III PARIMET E GAZETARISË ME INTERES PUBLIK.....	16
● 1 BESUESHMËRIA DHE MBROJTJA E INTERESIT PUBLIK.....	20
● 2 SAKTËSIA DHE E VËRTETA.....	24
● 3 PAANSHMËRIA.....	30
● 4 TRANSPARENCA	36
● 5 LLOGARIDHËNIA.....	40
● 6 INTEGRITETI DHE PAVARËSIA E POLITIKËS EDITORIALE.....	44
● 7 NDERSHMËRIA – TË QENIT TË DREJTË.....	50
● 8 DËMI DHE FYERJA.....	56
● 9 PRIVATËSIA.....	62
● 10 FËMIJËT DHE TË RINJTË SI BURIM I INFORMACIONEVE DHE BASHKËPUNËTORË.....	70
● IV TESTI I INTERESIT PUBLIK.....	76
● V LITERATURA E SHFRYTËZUAR.....	90



Për Doracakun

Në këtë doracak janë sublimuar vlerat e pranura, parimet, standardet dhe praktikat profesionale mbi të cilat bazohet gazetaria. Doracaku, para së gjithash u dedikohet gazetarëve, editorëve dhe punonjësve të tjerë mediatik, që marrin pjesë në krijimin e përmbajtjeve gazetareske, pa dallim nëse vijnë nga mediat publike ose komerciale, media tradicionale ose e re. Doracaku ka për qëllim që tu ndihmojë ose t'i përkujtojë njerëzit, që veten e quajnë gazetarë ose profesionistë mediatik me parimet dhe standardet, të cilat duhet t'i respektojnë gjatë kryerjes së punës së tyre, e cila, para së gjithash, i shërben interesit publik.

Gazetarët e kanë për detyrë që tu kërkojnë përgjegjësi bartësve të funksioneve shtetërore ose funksioneve të tjera publike, të hulumtojnë dhe të ndriçojnë temat që janë me interes për publikun. Por, ajo që i intereson publikut nuk do të thotë se çdoherë është interes publik. Për shkak të kësaj, ky Doracak për herë të parë e përfshin konceptin e *Testit për gazetarinë e interesit publik*, i cili në mënyrë praktike i trajton dilemat etike, me të cilat çdo ditë ballafaqohen gazetarët.

Gjithashtu, ai u dedikohet edhe qytetarëve, të cilët në cilësinë e publikut, duhet të dinë se çfarë të presin nga gazetarët, në mënyrë kritike t'i pranojnë informacionet dhe të dinë të identifikojnë gazetarinë joprofesionale. Në një shoqëri demokratike, interes publik është respektimi i së drejtës së lirisë së shprehjes, funksionimi i demokracisë, i shtetit juridik, ndërsa qytetarët e edukuar mediatik do të dinë si të reagojnë, kur ajo është e shkelur.

Përmbajtja e këtij Doracaku, bazohet mbi përvojat dhe nevojat e mediave dhe gazetarëve në Maqedoni, mbi legjislaturën vendore dhe të huaj, e cila trajton çështjet e raportimit etik dhe profesional, bazohet mbi kodekse të shumta gazetareske, si dhe mbi praktika dhe politika, të cilat zbatohen në shtëpitë mediatike me më shumë ndikim në botë.

Doracaku për gazetarinë e interesit publik është pjesë e projektit *Shprehja e interesit publik: zmadhimi i fuqisë së mediave dhe qytetarëve në mbrojtjen e politikave publike në Maqedoni*.

Projekti është mbështetur nga Ambasada e Britanisë së Madhe në Shkup.



Hyrje

Viteve të fundit gazetaria në Maqedoni kalon nëpër një proces turbulent serioz dhe krizë të identitetit. Në vend të “demokratizimit” të mediave, në praktikë ndodh instrumentalizimi, politizimi, klientelizimi. Të ngjuar midis interesave politike dhe atyre të biznesit/komerciale, mediat “lehtë” bien pre e korrupsionit dhe propagandës. Punojnë në kushte të rënda dhe të pasigurta ekonomike, ndërsa kësaj duhet t’i shtohet manipulimi i qendrave të fuqisë ekonomike dhe politike. Gazetarët ballafaqohen me presione, kërcënime, dënime, madje edhe me burgosje. Është e dukshme ulja e standardeve gazetareske, erozioni i profesionalizmit, populizmi, gjuha e urrejtjes, por edhe rritja e jokompetencës profesionale dhe ndikimit të politikës e biznesit. Thuajse është e pamundur të flitet për autonomi editoriale dhe gazetareske, veçanërisht në televizionet më të mëdha private. Në pozicionet më të rëndësishme editoriale emërohen të dëgjueshëm luajalë që brengosen për përmbushjen e interesave të pronarëve mediatik, politikanëve dhe reklamuesve. Në një atmosferë të tillë mbretëron censura (e hapur dhe e fshehur) dhe autocensura. Gazetarët janë të ndarë jo vetëm politikisht, por edhe profesionalisht. Interesat e tyre i përfaqësojnë dy shoqata, të polarizuara përgjatë linjave politike. Përveç kësaj, pjesa më e madhe e gazetarëve janë të paguar dobët dhe nuk kanë paga të rregullta, por janë edhe pa mbrojtje sociale e shëndetësorë.

Marrëdhëniet e punës i janë lënë mëshirës dhe jomëshirës së pronarëve të mediave,

ndërsa organizimi sindikalist i gazetarëve është nën presion të përhershëm.

Në tregun mediatik ekzistojnë një numër i madh i mediave (veçanërisht elektronike) që më shpesh përkufizohet si pluralizim dhe llojllojshmëri e mediave. Por, pikërisht kjo nuk tregon asgjë për zhvillimin, pluralitetin, llojllojshmërinë, transparencën pronësore dhe profesionalizmin e mediave. Në thelb, rritet numri i mediave buzë mbijetesës, veçanërisht ato në nivel lokal. Mediat e mëdha elektronike komerciale (në nivel kombëtar) funksionimin e tyre në mënyrë dominante e bazojnë tek reklamimi jo i fshehur qeveritar, që drejtpërdrejt reflektohet ndaj politikës editoriale dhe strukturës së programit.

Gjendja në shërbimin radiodifuziv publik nuk është më ndryshe. Ai vite me radhë, e sidomos në disa vitet e fundit, është poligon për realizimin e interesave të drejtpërdrejta politike të çdo elite politike, si në politikën editoriale, poashtu edhe në atë kuadrovike të kësaj shtëpie mediatike. Thuajse nuk ekziston parti politike, përkatësisht grup politik që mendon më ndryshe sa i përket shërbimit publik, posaçërisht nga aspekti i interesit të tyre.

Gjendjen e këtillë të mediave në Maqedoni e vërtetojnë edhe raportet e shumta të organizatave ndërkombëtare që merren me analizën e mediave. Kështu, sipas Indeksit të lirisë së mediave të Reporterëve pa kufi (Reporters without Borders), Maqedonia në vitin 2015 është e renditur në vendin e 117¹, që është e

1 Indeksi i Reporterëve pa kufi për lirinë e mediave në Republikën e Maqedonisë në vitin 2014, i disponueshëm në <http://index.rs.org/#/>

dhënë dëshpëruese, kur dihet se vetëm para pesë viteve ishte në vendin e 34 (viti 2009). Raporti i Fridëm Haus (Freedom House) nga viti 2015² për pavarësinë e mediave vërteton rritjen e politizimit të mediave në Maqedoni, varshmërinë e tyre nga reklamata qeveritare për mbështetje financiare dhe humbjen e kredibilitetit tek publiku. E njëjta evidentohet edhe në disa raporte të Bashkimit Evropian për përparimin e Maqedonisë.³ Në to shprehet brengosje për autocensurën, kontrollin jo të drejtpërdrejt shtetëror ndaj mediave përmes reklamave qeveritare, animin politik të shërbimit radiodifuziv publik, mungesën e raportimit të vërtetë dhe të pavarur, për të drejtat e dobësuar të gazetarëve, etikën dhe standardet e këqija profesionale, vazhdimin e ngritjes së padive të gazetarëve kundër gazetarëve për shpifje dhe politikanëve kundër gazetarëve, njësoj për shpifje.

Veçanërisht janë brengosëse vërejtjet e Raportit të fundit të Bashkimit Evropian nga viti 2015⁴, në të cilin në veçanti theksohen tentimet që të kufizohet raportimi i mediave për çështje të interesit publik, minimi i të drejtave dhe detyrimeve themelore të mediave që të transmetojnë informacione dhe ide, që janë të interesit publik dhe e drejta e publikut që t'i marrë ato informacione, i shoqëruar me përzjerjen e rregullt politike në politikën editoriale të mediave, veçanërisht e pranishme tek radiodifuzerët kombëtarë, përmes kontrollit të drejtpërdrejt të përmbajtjes dhe kohës së transmetimit në lajme.

Sa i përket RTM-së, mossauesi i saj që ta informojë publikun për çështje të interesit publik në mënyrë të balancuar dhe joselektive vazhdon ta minojë rolin e saj si shërbim radiodifuziv publik.⁵

RREGULLIMI NORMATIV I INTERESIT PUBLIK NË MEDIA

Vallë është dhe si është i rregulluar interesi publik në Maqedoni? Shqyrtimi i legjislaturës mediatike tregon se as Ligji i Mediave, e as Ligji i Shërbimeve Audio dhe Audiovizuale nuk përkufizojnë se çfarë është interes publik në media. Ligji i Mediave e garanton lirinë e mediave (neni 3), i cili midis tjerash përfshin pavarësinë e mediave, lirinë e grumbullimit, humlumtimit, publikimit, përzgjedhjes dhe transmetimit të informacioneve për informimin e publikut, pluralizmin dhe llojllojshmërinë në media, hapjen e mediave ndaj mendimeve, besimeve dhe përmbajtjeve të ndryshme, qasjen deri te informacionet me karakter publik, respektimin e individualitetit njerëzor, privatisë dhe dinjitetit, mëvetësisë së editorit, gazetarit, autorit të përmbajtjeve. Në Ligjin e Shërbimeve Audio dhe Audiovizuale, interesin publik e përmbajnë detyrimet programore, standardet dhe parimet gjatë prodhimit dhe prezantimit të programeve të radios dhe televizionit si në shërbimin publik, ashtu edhe në radiodifuzerët privat (neni 104, 107 dhe 110).

Përveç kësaj, në mënyrë decide është përkufizuar se Radiotelevizioni Maqedonas si shërbim radiodifuziv publik, kryen “veprimtari të interesit publik në fushën e radiodifuzionit në Republikën e Maqedonisë”.

Konkretisht RTM-ja, midis tjerash, është e detyruar që të krijojë dhe transmetojë programe për publikun e përgjithshëm, me qëllim që të kontribuojë për krijimin dhe zhvillimin e mendimit dhe informimit të lirë të publikut, të sigurojë informim të përshershëm, të vërtetë, të plotë, të paanshëm, të drejtë dhe në kohë

2 Raporti i Fridëm Haus për pavarësinë e mediave në Maqedoni për vitin 2015, i disponueshëm në <https://freedomhouse.org/report/nations-transit/2015/macedonia>

3 Raporti për përparimin e Republikës së Maqedonisë për vitin 2014, Raporti i përparimit për Republikën e Maqedonisë për vitin 2013, i disponueshëm në: <http://www.sobranie.mk/dokumenti-rm-eu-cbb3490c-fe7d-4750-82f4-67c619c46a6a.nsp>

4 Raporti për përparimin e Republikës së Maqedonisë për vitin, i disponueshëm në: http://www.sobranie.mk/content/%D0%9D%D0%A1%D0%95%D0%98/PR2015_All_CK_FF_MK_16.11.2015.pdf

5 Këtë e konfirmon edhe Monitorimi i përmbajtjeve mediatike përmes Mekanizmit për vëzhgim dhe reagim, i realizuar nga 23 nëntori deri më 18 dhjetor i vitit 2015, në kuadër të Institutit të Studimeve të Komunikimit. Shif: http://respublica.edu.mk/images/modem/attach/MODEM-eden_18%20noemvri%20_23%20dekemvri.pdf

për te gjitha ngjarjet dhe ndodhitë politike, ekonomike, sociale, shëndetësore, kulturore, arsimore, shkencore, religjioze, ekologjike, sportive, ta promovojë dhe avancojë kulturën e dialogut publik dhe të mundësojë arenë për debat të gjerë publik, lidhur me çështje të interesit publik, të mos mbrojë qëndrime ose interesa të ndonjë partie të caktuar politike, grupeve politike, religjioze ose të tjera, të kontribuojë për respektimin dhe promovimin e lirive dhe të drejtave themelore, të sigurojë debat të hapur dhe të lirë lidhur me të gjitha çështjet e interesit publik.

Gazetarët dhe editorët e shërbimit publik janë të detyruar që tu përmbahen parimeve të vërtetësisë, paanshmërisë dhe gjithëpërfshirjes së informacioneve, baraspeshës politike dhe pluralizmit të qëndrimeve, prezantimit të informacioneve, të cilat qytetarëve do tu mundësojnë lirshëm t'i formojnë mendimet e tyre, të respektojnë privatësinë, dinjitetin, autoritetin dhe nderin e individit, t'i respektojnë kriteret për cilësi, profesionalizëm, vlera kulturore dhe kompetencë profesionale në kuptim të standardeve më të larta e të pranuar kombëtare e evropiane dhe parimeve etike për gazetari të pavarur dhe program cilësor.

Sa i përket radiodifuzerëve privatë, ata, gjatë sigurimit të transmetimit televiziv apo në radio, midis të tjerash, duhet t'i përmbushin parimet si vijon: kultivimin dhe zhvillimin e vlerave morale dhe humane të njeriut dhe mbrojtjen e privatësisë e dinjitetin e personalitetit, ndjenjës së publikut për korrektësi dhe mbrojtjen e lirive demokratike, transparencën e programeve për shprehjen e kulturave të ndryshme, që janë pjesë përbërëse e shoqërisë, prezantimin objektiv dhe të paanshëm të ngjarjeve dhe trajtim të barabartë të pikëpamjeve dhe mendimeve të ndryshme dhe të mundësohet formimi i lirë i mendimit

të publikut për ngjarje dhe çështje të veçanta, mëvetësia, pavarësia dhe hapja e editorëve, gazetarëve dhe autorëve të tjerë gjatë krijimit të programeve dhe politikës editoriale.

Ndërkohë, Ligji i Shërbimeve Mediatike Audio dhe Audiovizuale veçanërisht dallon disa shërbime të caktuara mediatike (programe) që mbajnë parashenjën interes publik dhe për to normativisht është përkufizuar një regjim i veçantë. Këtu bëjnë pjesë detyrimet për transmetimin e veprave evropiane nga producentë të pavarur, si dhe detyrimet për transmetimin e muzikës e programeve burimisht të krijuara në gjuhën maqedonase dhe në gjuhët e bashkësive në Republikën e Maqedonisë, me ç'rast si programe të interesit publik veçanërisht dallohen programi vendor dokumentar dhe artistik (neni 107 dhe 110).

Të gjitha detyrimet në mënyrë të barabartë i përshkruhen si shërbimit radiodifuziv publik, ashtu edhe radiodifuzerëve privat-komercial (neni 61).⁶

Por në praktikë ata në mënyrë të ndryshme zbatohen. Kjo veçanërisht i përket standardeve dhe parimeve gjatë prodhimit dhe prezantimit të programeve të radios dhe atyre televizive, të cilat shërbimi publik dhe radiodifuzerët komercial ose nuk i njohin, gabimisht i interpretojnë ose nuk i respektojnë.

Në fushën e vetërregullimit, në Kodeksin Etik të Gazetarëve të Maqedonisë, interesi publik është i pranishëm në disa nene. Së pari, në parimet themelore të sjelljes, ndërsa duke u thirrur në Kushtetutën e Republikës së Maqedonisë (neni 16), e cila garanton lirinë e shprehjes së mendimit, lirinë e shprehjes, paraqitjen publike, informimin publik, qasjen e lirë deri tek informacionet, lirinë e pranimit dhe transmetimit të informacioneve..., ndalimin e censurës.

⁶ Këto dispozita paraqesin harmonizim të Ligjit të Shërbimeve Mediatike Audio dhe Audiovizuale me Direktivën e BE-së për Shërbime Mediatike Audiovizuale

Kodeksi thekson se detyrë parësore e gazetarëve është ta respektojnë të vërtetën dhe të drejtën e publikut të jetë i informuar. Gjithashtu, duke ndjekur rolin e vet në ndërtimin e demokracisë dhe shoqërisë civile, gazetarët do t'i mbrojnë të drejtat e njeriut, dinjitetin dhe lirinë, do ta respektojnë pluralizmin e ideve dhe qëndrimeve, do të kontribuojnë për përfundimin e shtetit juridik. Më tej, gazetari ka të drejtën e qasjes së lirë deri te burimet e informimit që janë në interes publik, do t'i respektojë ligjet e shtetit, por nuk do të publikojë ose fsheh diçka që është në kundërshtim me interesin publik. Ai do ta respektojë privatesinë e personalitetit, vetëm kur kjo është në kundërshtim me interesin publik. Gazetari me vetëdije nuk do të krijojë e as nuk do të përpunojë informacione që i cenojnë të drejtat dhe liritë njerëzore, nuk do të flasë me gjuhën e urrejtjes dhe nuk do të nxisë dhunë e diskriminim, mbi çfarë do qoftë baze.

Komunikimi i pashembullt me publikun është jokompatibil me profesionin gazetaresk. Por, sa këto rregulla respektohen në praktike është tërësisht çështje tjetër.

● ÇFARË ËSHTË GAZETARIA E INTERESIT PUBLIK?

Padyshim, sot njëra nga çështjet më të rëndësishme por edhe më ashpër të kontestuara në praktikë në Maqedoni, është çështja se çfarë është gazetaria e interesit publik?

Tentimi për përkufizimin e saj, para së gjithash na shpie tek vlerat që Denis MekUejl (Denis McQual) i veçon si raport i përgjegjshëm i mediave ndaj publikut. Ato përfshinë mospasjen e censurës, të drejtën e barabartë të qytetarëve për pranimin e lirë dhe qasjen e tyre në lajme, pikëpamje politike, arsim, kulturë, lirinë e mediave informative të marrin informacione nga burime relevante. Këto vlera përfshijnë edhe mosekzistimin e ndikimit të fshehur të pronarëve të mediave ose reklamuesve ndaj

përzgjedhjes së lajmeve, politikën aktive e kritike editoriale gjatë prezantimit të lajmeve dhe mendimeve, politikën kreative dhe të pavarur editoriale, kontrollin sistematik publik të bartësve të funksioneve publike dhe informimin përkatës për aktivitetet e tyre, mbështetjen e informimit aktiv lidhur me jetën dhe sistemin shoqëror (Mek Uejl, 1994).

Por, patjetër duhet të pranohet se nuk është e lehtë të vërtetohet se çfarë është interes publik. Vallë ai i përket realizimit të dëshirave të publikut si bashkësi e individëve ose implikon luajalitet normativ ndaj parimit se çfarë është interes i tyre më i mirë?

Edhe pse nuk ekziston përgjigje e thjeshtë dhe e qartë çfarë është interes publik, ai shkurtimisht mund të përkufizohet si “ajo që është në interes ose me leverdi për numrin më të madh të njerëzve në shoqëri”. Por, problem është që shpesh përzihet ajo që e intereson opinionin (publikun) me atë që është interes i publikut, ose me fjalë të tjera, që është me leverdi për shoqërinë.

Interesi publik, nuk është ajo për të cilën është i interesuar publiku, ajo që dëshiron të dijë publiku dhe nuk do të thotë plotësim i kureshtjes të tij, e as që mund të arsyetohet si kriter moral për ndonjë sjellje skandaloze.

E drejta e publikut të dijë nuk mund të jetë arsytim që të fusim hundët në jetën private të dikujt. Informacionet e pavërtetuara dhe xhirimet anonime thjesht nuk mund të publikohen në emër të mbrojtjes së moralit publik. Brenga për fëmijët nuk tregohet në atë mënyrë që ata përjetësisht do të stigmatizohen si viktima të krimeve seksuale. Publikimi i xhirimeve të vrasjeve, viktima të fatkeqësive, në të cilat dihen dhe janë të pakontestueshme të gjitha rrethanat, nuk kontribuon ndaj asgjëje tjetër, përveç se ndaj vuajtjeve plotësuese të familjeve të viktimave dhe vetëm plotëson kureshtjen e qytetarëve.

Në të njëjtën kohë, jo rrallë subjektet e ndryshme në shoqëri, institucionet shtetërore, partitë politike ose organizatat dhe aktivistët joqeveritarë kanë vërejtje ndaj mediave për publikimin ose mospublikimin e ndonjë informacioni.

Në këtë vijë, theksohet se “mediat kanë mbetur të heshtura” për ndonjë ngjarje ose aksion, ndërsa më gjerësisht nuk ka informuar për diçka të parëndësishme. Harrojnë se mediat nuk janë as zëdhënese të institucioneve shtetërore, as nuk janë zëdhënës të partive, e as aktivistë të ndonjë organizate.

Roli i mediave nuk është që të informojnë për atë që dikush ka vlerësuar se duhet të informohet. Roli i mediave është që ta informojnë publikun për çështjet që janë me interes publik, për atë që është me interes dhe që ndikon ndaj jetës së më shumë qytetarëve. Që t’i shërbejnë “mbretit” të vetëm të pranuar etik-interesi publik, mediat patjetër duhet të merren me të gjitha çështjet e rëndësishme në shoqëri dhe të ofrojnë hapësirë për mendime e komente të ndryshme të publikut.

Shikuar nga perspektiva e gazetarëve në Maqedoni, ata edhe e dinë, edhe nuk dinë se çfarë është interes publik përkatësisht ndoshta nuk janë në gjendje të japin përkufizim të saktë, por në praktikë shumë lehtë vërtetojnë kur një gjë është në interes publik. Nëse ballafaqohen me dilemën vallë të publikojnë ose jo diçka, atëherë rregullisht bëhen konsultime me redaksinë dhe me kolegët më me përvojë. Por, sipas tyre, publiku nuk e di se çfarë është interes publik, ndërsa si të dihet kur interes kombëtar, shtetëror, por edhe vetë ai publik janë vënë nën “tutelën” e pushtetit. Përkatësisht, perceptimi i interesit publik është politizimi dhe partizimi i tij i ashpër, i cili nuk mund të “rrënohet” me mbrojtjen e vlerave civilizuese, evropiane, të drejtat dhe liritë e njeriut. Në betejën për interes publik, gazetarët së pari e zhvillojnë betejën me vetveten,

pastaj me pronarin dhe me format tjera të presionit shoqëror, ekonomik dhe politik.

Problemi themelor është tek fakti se mediat (veçanërisht ato me ndikim) nuk ekzistojnë për shkak të interesit publik. Ata nuk i intereson se çfarë mendon publiku. Ata ekzistojnë për pronarin e medias, për disa editorë dhe për ata që e kanë pushtetin në shtet. Ajo që shikohet në këto media, është gjithçka tjetër, vetëm se nuk është interes publik.

Pikërisht për këtë, mendimi teorik tregon qartë se rregullimi i interesit publik në media, i cili supozon ekzistimin e “së mirës së përgjithshme” është mbi dhe jashtë interesave e preferencave të interesave të caktuara politike dhe ekonomike. Mediat (e shkruara dhe elektronike, private ose publike) fundamentalisht janë gërshetuar me të mirën e përgjithshme, gjithmonë janë mbi interesin privat dhe njëkohësisht janë baraspeshë e mendimit të popullarizuar (Horowitz, McQuail, Croteau, Hoynes). Ata fuqinë e tyre e fitojnë pikërisht nga interesi publik dhe pikërisht për këtë kanë detyrim që saktë dhe me baraspeshë t’i informojnë qytetarët, të flasin për të gjitha temat që ndikojnë ndaj komunitetit, të publikojnë jo vetëm fakte, por edhe qëndrime e mendime të të gjithë përfaqësuesve relevant të shoqërisë. Kjo media, e cila shërbehet me metodën e “kabllos së zgjatur” dhe e transmeton vetëm atë që i është thënë ose atë që është kumtuar, ndërsa nuk ofron kontekst, nuk mundëson komente dhe përgjigje- nuk i shërben interesit të publikut.

Relativizimi dhe keqpërdorimi i interesit publik në media, më së shpeshti si rezultat i veprimtimit arbitrar, keqpërdorimi i autorizimeve publike dhe ndjekja e interesave të ngushta partikulare në çdo shoqëri demokratike thjesht domosdo duhet të ndalohet.

Nuk ka hapësirë për interes legjitim publik aty ku publiku është i përjashtuar nga procesi i artikullimit të interesave. Përfundimisht me-

diat dhe gazetarët nuk janë më vetëm mbledhës të lajmeve. Nga ata kërkohet të hulumtojnë, të jenë kritik ndaj botës në të cilën jetojnë, por edhe më proaktivë, përkatësisht të iniciojnë debate publike për tema me interes të përgjithshëm. Ata patjetër duhet të jenë përgjegjëse sepse merren me punë publike.

● **ÇFARË PËRMBAN KY DORACAK?**

Ky doracak i përkufizon aspektet kryesore të gazetarisë së interesit publik. Ai përfshin dy dokumente: Udhëzuesin për gazetarinë e interesit publik dhe testin e interesit publik.

Udhëzuesi për gazetari të interesit publik i vendos parimet dhe standardet e prezantimit/produksionit të prodhimeve mediatike në raport me interesin publik. Ai siguron këshilla për profesionistët mediatik për ballafaqim me sfidat dhe çështjet editoriale të interesit publik, për prodhimin e përmbajtjeve të nivelit më të lartë etik dhe për përmbushjen e pritjeve të publikut, sa i përket interesit publik. Me këtë mundësohet që mediat dhe profesionistët e mediave t'i njohin, t'i parashikojnë dhe t'i shmangin pasojat dhe obstrukcionet e mundshme ndaj interesit publik gjatë raportimit për krim, korrupsion, aktivitet social, shëndet dhe siguri të njerëzve dhe çështje tjera të lidhura me interesin publik. Gjithashtu Udhëzuesi ofron mundësi për interaksion me publikun e gjerë dhe participimin e tij aktiv në krijimin e përmbajtjeve mediatike. Udhëzuesi përmban kritere të sakta, të lidhura me interesin publik, relevante për të gjitha llojet e mediave (gazeta, televizioni, radio, media online). Janë përfshirë parimet themelore me të cilat sigurohet besueshmëria, mbrojtja e interesit publik, vërtetësia dhe saktë-

sia, paanshmëria, integriteti dhe pavarësia editoriale, ndershmëria, privatësia, transparenca, përgjegjësia/ llogaridhënia e mediave. Ndërkohë, çdo parim në mënyrë të veçantë dhe të detajuar do të përpunohet sipas standardeve dhe praktikave.

Testi i interesit publik paraqet pjesë e kaheve nga Udhëzuesi për gazetarinë e interesit publik. Ai u ndihmon gazetarëve si të përbalen me çështjet dhe dilemat e interesit publik, me të cilat çdo ditë ballafaqohen gjatë publikimit të informacioneve.

Testi u ndihmon më lehtë të bëjnë dallim midis çështjeve të interesit publik dhe ata që nuk janë dhe vallë të raportojnë për to. Përmes tij, gazetarët mund ta përmirësojnë edhe njohjen e publikut me çështjet e interesit publik dhe të inkurajohen të kërkojnë më shumë përgjegjësi dhe transparencë nga institucionet dhe personalitetet publike. Në fakt në punën e tyre gazetarët vazhdimisht janë të detyruar të "masin" midis kriterit të rëndësishëm së ndonjë ngjarjeje, interesit të supozuar të publikut si dhe pasojat e mundshme negative dhe pozitive nga publikimi ose mospublikimi i informacionit.

Me këtë rast, gazetarët ballafaqohen me problemin që vendimi për publikimin ose mospublikimin e ndonjë informacioni të mos ketë pasoja të padëshiruara. Nuk ka përgjigje të njëtrajtshme në pyetjen se kur dhe ku gazetarët duhet ta tërheqin vijën kufitare të lirisë së medias përkatësisht të sjelljes së lejuar etike. Pikërisht për këtë, testi i interesit publik duhet të shikohet si ndihmesë praktike për vërtetimin e rëndësishëm dhe zbatimit të vërtetë të interesit publik në praktikë.



Parimet e gazetarisë me interes publik

Parimet e theksuara në këtë doracak, pikësëpari janë të dedikuara me qëllim që të paraqesin udhërrëfyesin gazetaresk apo të jenë përkujtues për rolin e tyre në shoqëri dhe mbrojtjen e interesit publik. Tentimet që të sublimohen themelet e këtij profesioni në një doracak të këtillë, pothuajse janë identike me debatet dhe me dilemat aktuale për temën e njëjtë, të cilat bëhen në botën akademike dhe gazetareske në sistemet demokratike perëndimore. Bill Kovaç dhe Tom Rozenstill (Bill Kovach&Tom Rosenstiel), në “Elementet e gazetarisë”,⁷ bëjnë rishikimin e bazave mbi të cilat funksionon gazetaria, në kërkim të përgjigjes se kujt i shërben ajo, veçanërisht në kohën e ndryshimeve të cilat i shkakton revolucioni digjital, gazetaria qytetare dhe dominimi i fuqishëm i komunikimeve korporative, të cilat në mënyrë subtile, por të suksesshme i zhvendosin kufijtë midis marrëdhënieve me publikun dhe gazetarisë. Por, për dallim nga motivet e këtyre dy autorëve, rishqyrtimi i parimeve të gazetarisë në Maqedoni, para së gjithash ka të bëjë me situatën e palakmueshme në të cilën ndodhen mediat me vite të tëra.

Ndikimi i disfavorshëm politik ndaj tyre, qasja servile e shumë editorëve ndaj të fuqishmëve politik dhe financiar, kultura e brishtë vetë-rregulluese dhe mungesa e një bashkimi të fuqishëm sindikalist kontribuuan për devalvimin masiv të parimeve profesionale dhe standardeve në profesionin gazetaresk. Gjen-

djen e këtillë e vërtetojnë raportet e organizatave të shumta vendore dhe ndërkombëtare, monitorimet dhe paralajmërimet alarmante të shoqatave të gazetarëve dhe organizatave joqeveritare mediatike. Të njëjtën e vërtetojnë edhe vetë gazetarët në vend.

Instituti i Studimeve të Komunikimit, në vitin 2015, ka konsultuar 60 gazetarë, redaktorë dhe pronarë të gjithsej 40 mediave, me qëllim që të identifikojë praktikën, në bazë të cilave krijohen lajmet dhe përmbajtjet e tjera informative në vend. Grupet e fokusit kishin për qëllim që të përcaktojnë si dhe në çfarë mënyre mbrohet interesi publik në redaksitë e tyre.⁸ Hulumtimet treguan se një pjesë e parëndësishme e mediave (vetëm 8 nga gjithsej 40 media) kanë politika interne dhe/ ose udhëzime për respektimin e standardeve dhe rregullave profesionale gazetareske. Dëshpëruese janë dëshmitë e vetë gazetarëve dhe editorëve për mënyrën me të cilën në vazhdimësi propozet integriteti i gazetarisë: praktika të shpeshtuara të censurës ose autocensurës me qëllim që të kënaqen interesat e politikaneve ose reklamuesve, mungesë vullneti dhe resurse të pamjaftueshme njerëzore, teknike e financiare, të domosdoshme për pluralizëm mediatik, plagjiaturë, mosbesim ndaj organit rregullator për shkak të dyshimeve për varshmëri politike nga pushteti, etj. Situata e këtillë, gjithsesi se reflektohet ndaj cilësisë së përmbajtjeve informative. Në redaksitë, shpeshherë gjatë kolegjiemeve të mëngjesit, ekziston debati për zgjedhjen dhe mënyrën

7 Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2007) *Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect*, New York: Three Rivers Press

8 Në tetor dhe dhjetor të vitit 2015, Instituti i Studimeve të Komunikimit (ISK) organizoi katër takime tematike me përfaqësues të gjithsej 40 mediave: të Televizionit Maqedonas dhe të Radios Maqedonase, gazetarë, editorë dhe pronarë të mediave të shkruara, elektronike dhe online, duke marrë parasysh përfaqësimin e drejtë sipas përkatësisë gjeografike dhe etnike.

e trajtimit të temave dhe ngjarjeve, por nuk diskutohet mjaftueshëm për atë nëse tema është e interesit publik apo ndonjë interesi tjetër. Mungesa e standardeve të sakta për atë se çfarë paraqet interesi publik, kontribucion për gabime të (pa) qëllimshme dhe jo rrallë identifikohet me interesin privat, shtetëror apo kombëtar.

Në bazë të literaturës profesionale, standardet e përgjithshme dhe praktikat e pranuar, ky doracak e përcakton interesin publik në gazetari si koncept që lidhet me parimin e “qeverisjes së mirë” dhe me mbrojtjen e së drejtës së lirisë gjatë të shprehurit dhe raportit të përgjegjshëm të mediave ndaj opinionit (Denis McQual). Mediat kanë për detyrë **ta mbrojnë dhe promovojnë interesin publik**, përkatësisht tu shërbejnë vetëm interesave të publikut dhe të jenë “qen-roje” i demokracisë. Ky detyrim vlen për të gjitha mediat, pa dallim nëse bëhet fjalë për media publike apo private, për media kombëtare apo rajonale/lokale dhe pa marrë parasysh teknologjinë e funksionimit, mënyrën e menaxhimit apo

modelin e financimit. Në rastin e shërbimit publik radiodifuziv, detyrimi për t’i shërbyer interesit publik është edhe më i madh dhe për këtë qëllim një gjë e tillë është parashikuar edhe me ligj.

Për këtë shkak, në punën e tyre, mediat dhe gazetarët duhet t’i respektojnë këto parime:

1. Besueshmëria dhe mbrojtja e interesit publik;
2. Saktësia dhe e vërteta;
3. Paanshmëria;
4. Transparenca;
5. Llogaridhënia;
6. Integriteti dhe pavarësia editoriale;
7. Ndershmëria- të qenit të drejtë;
8. Dëmi dhe fyerja;
9. Privatësia;
10. Mbrojtja e fëmijëve dhe të rinjve.

Parimet e gazetarisë në këtë Doracak bazohen në:

- ▶ Kodeksin Etik të Gazetarëve në Maqedoni dhe qëllimet e Këshillit të Etikës në Media në Maqedoni dhe mekanizmeve të tjerë vetë-rregullator;
- ▶ Ligjin për Shërbime Mediatike Audio dhe Ligjin e Mediave, aktet nënligjore dhe aktet e tjera të Agjencisë së Shërbimeve Mediatike Audio dhe Audiovizuale, akte të tjera juridike që kanë të bëjnë me punën e mediave, siç është Kodi Zgjedhor, Ligji për Procedurë Penale, etj.;
- ▶ E drejta e lirisë së shprehjes është e përcaktuar në nenin 10 të Konventës Evropiane për të Drejtat e Njeriut;
- ▶ Normat ndërkombëtare dhe evropiane, të cilat e saktësojnë punën e mediave dhe gazetarëve;
- ▶ Kodekset etike dhe rekomandimet e shoqatave të huaja dhe ndërkombëtare të gazetarëve;
- ▶ Politikat e punës dhe udhëzimeve/ kodekseve etike të shtëpive të fuqishme mediatike në botë: BBC, Guardian, Nju Jork Times, Independent, Shërbimi Kanadez Radiodifuziv, agjencitë e lajmeve Asoshijeted Pres, Rojters, etj.

Të gjitha 10 parimet janë të përpunuara veç e veç me udhëzime për respektimin e tyre në praktikë. Në këtë drejtim, është e domosdoshme të theksohet se lista nuk është përfundimtare, por as edhe e mjaftueshme. Ajo do të jetë objekt i plotësimit dhe zgjerimit të vazhdueshëm. Megjithatë, në periudhën kur shumë media në vend ngecin në kryerjen e rolit “mbrojtës i demokracisë”, autorët e këtij Doracaku konsiderojnë se parimet dhe standardet e theksuara në peizazhin e këtillë mediatik janë bazë e mirë, sepse u japin udhëzime të qarta jo vetëm gazetarëve, por edhe qytetarëve. Ata do të dinë t’i identifikojnë, t’i parashikojnë dhe t’i shmangin keqpërdorimet dhe obstrukcionet e mundshme të interesit publik në gazetari.



Besueshmëria dhe mbrojtja e interesit publik

Besueshmëria dhe interesi publik janë burimet më të rëndësishme të mediave. Ata kanë rol vital në rendin demokratik dhe paraqesin bazë për kohezionin social. Mediat janë burimi kryesor i informacioneve të interesit publik. Plasimi i informacioneve, të cilat me përmbajtjen e tyre i edukojnë qytetarët që ta kuptojnë shoqërinë, e përforcon besimin dhe kredibilitetin e mediave.

Misionin e vet, mediat e përmbushin përmes promovimit të interesit publik, përgjegjësisë, profesionalizmit, transparencës në punë. Përgjegjësia e mediave ndaj publikut/ opinionit çdoherë duhet të mbizotërojë mbi të gjitha interesat e tjera. Mediat dhe gazetarët nuk duhet t'i shërbejnë asnjë interesi të veçantë dhe janë të detyruar që t'i kultivojnë korrektesinë, lirinë dhe qasjen gjithëpërfshirëse ndaj çështjeve publike. Mediat duhet të jenë përgjegjëse para publikut të tyre dhe opinionit të përgjithshëm, e jo tu shërbejnë pronarëve, botuesve ose interesave private të dikujt.

Mediat duhet të jenë shërbim i publikut, që kanë funksion shoqëror, të jenë të orientuar drejt zhvillimit të plotë të individit dhe komunitetit. Ata duhet aktivisht të marrin pjesë në zhvillimin shoqëror, qëllimi kryesor i tyre duhet të jetë avancimi demokratik i shoqërisë dhe respektimi i vetëdijshëm i lirive dhe të drejtave të njeriut.

Detyrim i tyre është ta nxisin, përforcojnë dhe ta mbrojnë lirinë e shprehjes dhe lirinë e informimit.

Mediat duhet të jenë të pavarura, të paanshme dhe të ndershme gjatë raportimit për ngjarje që janë të rëndësishme për publikun. Ato janë të detyruara që të angazhohen për arritjen e standardeve më të larta për saktësi dhe paanshmëri, si dhe të shmangin manipulimin e vetëdijshëm të publikut. Gazetarët dhe mediat duhet të jenë rezistues ndaj presioneve dhe ndikimeve, nga cilido qoftë subjekt ose burim.

Mediat duhet të jenë konsekuente në verifikimin e së vërtetës për ngjarjet dhe konsekuente në interpretimin e sqarimin e tyre. Ato janë të detyruara të sigurojnë prezantimin objektiv të ngjarjeve, trajtim të barabartë të pikëpamjeve e mendimeve të ndryshme dhe të jenë forum gjithëpërfshirës për debat publik për të gjitha çështjet dhe problemet aktuale të shoqërisë.

Në këtë mënyrë opinionit/ publikut, pra qytetarëve do t'i ofrojnë informacione dhe perspektiva qenësore për miratimin e vendimeve për jetën e tyre private dhe publike.

Mediat duhet të mundësojnë debat për të gjitha problemet shoqërore, të jenë të hapura për të gjitha opsionet politike dhe tu mundësojnë qytetarëve të marrin pjesë në jetën politike dhe në miratimin e vendimeve politike. Ato, gjithashtu, duhet të mundësojnë zhvillimin e kreativitetit dhe krijimtarisë, si dhe konfrontimin e ideve të reja. Mediat duhet të kontribuojnë ndaj kulturës së dialogut dhe ta kultivojnë tolerancën ndaj qëndrimeve të ndryshme për të gjitha çështjet me interes publik.

Mediat kanë detyrim thelbësor ndaj opinionit/ publikut. Gjatë kryerjes së punëve ato duhet të kenë kujdes për çështjet si vijojnë:

- ▶ Çdo angazhim tjetër, përveç atij që është i orientuar ndaj opinionit/ publikut, e varros besimin dhe kredibilitetin.
- ▶ Shërbimi ndaj interesit publik paraqet detyrim që përmbajtjet mediatike ta reflektojnë llojllojshmërinë e bashkësisë.
- ▶ Shërbimi ndaj interesit publik paraqet garanci për hulumtim bazik dhe gjithëpërfshirës të ngjarjeve dhe dukurive.
- ▶ Synimi për angazhimin profesional të mediave në prezantimin e informacioneve, të cilat i mundësojnë opinionit/ publikut, që të marrë vendime më përkatëse

Besueshmëria dhe interesi publik në media supozojnë prezantim të saktë të informacioneve për të gjitha segmentet e shoqërisë, shprehjen e lirë të mendimeve të ndryshme, pluralitet të qëndrimeve.

Parime themelore për këtë janë:

- ▶ Avancimi i llojllojshmërisë së peizazhit mediatik dhe cilësi e lartë e mediave në shërbim të interesit publik;
- ▶ Mbrojtja e opinionit/ publikut nga praktika të pandërgjegjshme dhe joligjore mediatike;
- ▶ Ndërtimi i besueshmërisë së opinionit/publikut përmes mekanizmave transparent të përgjegjësisë.



2

Saktësia dhe e vërteta

Saktësia është parimi më i vjetër mbi të cilin bazohet profesioni gazetaresk. Informacionet që plasohen, duhet të korrespondojnë me realitetin, të jenë të vërtetuara dhe të verifikuara më së paku nga dy burime të pavarura. Por, saktësia nuk është vetëm transmetim i fakteve, ndërsa gazetarët nuk janë vetëm “stenografe” të cilët fuqishëm e respektojnë rregullën që të përgjigjen në pesë pyetje: “Kush?”, “Çka?”, “Kur?”, “Ku?”, “Pse?” (plus e gjashta “Si?”). Nga gazetarët pritet të japin informacione të sakta dhe gjithëpërfshirëse, mbi bazën e të cilave qytetarët do të marrin vendime.

Sipas Kodeksit Etik të Gazetarëve në Maqedoni “detyra themelore e gazetarëve është ta respektojnë të vërtetën dhe të drejtën e publikut që të jetë i informuar, në pajtim me nenin 16 të Kushtetutës së Republikës së Maqedonisë”.

Që ta arrijnë këtë, gazetarët duhet të mbledhin informacione të dorës së parë, t'i verifikojnë faktet, të binden në autenticitetin e dëshmimeve të shkruara dhe materialet digjitale, në bazë të të cilave e publikojnë informacionin.

Standardet

- ▶ Gazetarët patjetër duhet të sigurojnë informacione të sakta dhe precize;
- ▶ Të gjitha lajmet dhe punimet e tjera gazetareske, në mënyrë përkatëse me subjektin dhe natyrën e tij, patjetër duhet të kenë mjaftueshëm numër të caktuar të burimeve, të bazohen mbi dëshmi të fuqishme, të verifikuara në mënyre bazike dhe të prezantuara me një gjuhë të qartë dhe të saktë. Gazetarët duhet të jenë të ndershëm për punët që nuk i dinë dhe të shmangin spekulime të pabaza. Publikut duhet t'i bëhet qartë me dije për rastet kur gazetarët nuk kanë konfirmime për disa akuza të caktuara, fakte materiale dhe përmbajtje të tjera, por për informacione të këtylla patjetër t'i referohen burimit;
- ▶ Gazetarët nuk guxojnë që me qëllim ta orientojnë publikun në kahe të gabuara. Nuk guxojnë që t'i ndryshojnë faktet dhe të prezantojnë materiale të imagjinuara si të vërteta;
- ▶ Gabimet duhet të pranohen dhe të korrigjohen sa më shpejtë që është e mundur, në mënyrë të qartë dhe përkatëse;
- ▶ Shpejtësia nuk guxon të jetë më e rëndësishme se sa saktësia dhe preciziteti.

Praktikat

● **MBLEDHJA E INFORMACIONEVE**

Gazetarët duhet të mundohen të marrin pjesë në ngjarje dhe të mbledhin informacione të dorës së parë. Ku është e mundur duhet të komunikohen burime të drejtpërdrejta (parësore) dhe kur është e domosdoshme të vërtetohen dëshmitë e tyre.

Gazetarët nuk duhet të bazohen vetëm tek një burim, por tek më shumë (ata me përvojë, burime që kanë ekspertizë dhe të autorizuarra), ndërsa së paku tek dy burime të pavarura. Nëse është vetëm një burim, atëherë rekomandohet ai të emërohet.

Gazetarët duhet të mbajnë shënime precize, të sakta dhe në kohë për rrjedhën e hulumtimit, mbledhjen e informacioneve dhe intervistat që realizojnë. Është e preferuar që gazetarët t'i ruajnë shënimet e tilla, intervistat, incizimet dhe dokumentet, në formë të shkruar dhe elektronike, në mënyrë që të mundësohet verifikimi. Në situatat kur marrja e shënimeve mund ta zmbrys burimin, shënime të plota duhet të bëhen menjëherë pas intervistës.

Kjo është veçanërisht e rëndësishme kur publikohen akuza nga burime anonime. Ata duhet të mbështeten me shënime gjithëpërfshirëse dhe në kohë nga intervistat, ose bisedat dhe informacionet që japin bazën e storjes. Një tip i këtillë i informacioneve duhet të ruhet në rast se ndodh të ketë procedurë gjyqësore, kur nga gazetari do të kërkohej dëshmimi i saktësisë së informacionit.⁹

● **VERIFIKIMI I INFORMACIONEVE**

Në të gjitha përmbajtjet mediatike informacionet, faktet dhe dokumentet patjetër duhet të verifikohen dhe të vërtetohen me qëllim që të sigurohet vërtetësia dhe saktësia e plotë. Nëse është e pamundur të vërtetohet informacioni, kjo duhet t'i thuhet publikut dhe të referohet burimi i informacionit.

Vëmendje e veçantë duhet tu kushtohet përmbajtjeve të ofruara ose plasura nga burime relevante, që ofrojnë informacione në formë të shërbimeve informative. Nuk duhet në mënyrë të par rezervë të supozohet se materiali është i vërtetë. Duhet seriozisht të mendohet se vallë dhe si do të përdoren këto informacione dhe si do të vërtetohen në mënyrë më përkatëse. Vëmendje të veçantë meritojnë materialet për të cilat ekziston dyshim se janë ofruar nga ndonjë anëtar i grupit ose organizatës, e cila do të kishte interes të veçantë nga publikimi i informacionit.

Mbështetja e konfirmimeve të dëshmitarëve okularë dhe burimeve të tjera duhet të bëhet përmes komunikimit elektronik (e-postës), në formë të shkruar ose me video-deklarata (në vend të deklaratës gojore ose bisedës telefonike).

Gazetarët duhet të jenë të vëmendshëm kur gjurmojnë në Internet. Madje edhe burime-online me renome, mund të japin informacione të pasakta. Edhe materiali më bindës online mund të mos jetë ashtu siç duket. Është e domosdoshme që të vërtetohet se kush e drejton ueb-faqen dhe nëse është e domosdoshme, të kërkohej vërtetim se materiali është origjinal.

⁹ Në "Bazat për shfrytëzimin e burimeve" të Agjencisë së lajmeve Reuters është theksuar se detyrim i gazetarëve është që t'i ruajnë së paku dy vjet shënime, materialet audio, video dhe të tjera". I disponueshëm në: http://handbook.reuters.com/index.php?title=The_Essentials_of_Reuters_Sourcing

INFORMACIONET ME KARAKTER SERVISOR

Informacionet me karakter servisor duhet të trajtohen me vëmendje përkatëse, duke marrë parasysh renomenë e burimit. Gazetarët duhet të mbështeten mbi informacionet e institucioneve kompetente nëse konsiderohen të besueshme, siç janë për shembull, parashikimi i motit, raportet zyrtare financiare, të dhënat statistikore etj.

Mund të publikohen informacione të karakterit servisor për interesa të caktuara personale, korporative ose të tjera, në të cilat media me vetëdije do të përfshihet si transmetues njëkahësh i lajmeve. Këto janë, për shembull, apelet për ndihmë humanitare, aktivitetet e grupeve për mbrojtjen e mjedisit jetësor, kërkimi i personave të zhdukur, informacione servitore për defekte të rrjeteve infrastrukturore etj. Për përmbajtjet e këtilla duhet të shënohet burimi dhe për publikimin e tyre duhet të ekzistojë arsyetim i padiskutueshëm.

Veçanërisht duhet të bëhet kujdes kur përdoret audio-material ose video e huaj. Detyrë e medias është që vetë të mbledh informacione. Kolegjiumi i redaksisë duhet të japë pëlqim për përdorimin e materialit të këtillë, me ç'rast duhet ta sqarojë shkakun se pse e publikon atë.

BURIMET

Burimet e informacioneve duhet saktë të atribuohen, bashkë me funksionin në të cilin gjenden ose vendin prej nga vijnë, që publiku të mund në mënyrë të mëvetësishme të marrë vendimin lidhur me statusin e tyre.

Kur citohen burime anonime, veçanërisht ato që paraqiten me akuza serioze, gazetarët patjetër duhet të bëjnë gjithçka që ta mbro-

jnë identitetin e tyre. Megjithatë, nuk duhet të japim informacione të cilat publikut mund ta orientojnë gabimisht lidhur me identitetin e këtij lloji të burimeve. Por, gjithashtu duhet pasur kujdes të mos kumtohen informacione të cilat qartë dhe pa hamendje do ta portretizonin burimin anonim.

(Shiko më shumë në pjesën „Burime anonime te parimi: Transparenca“)

TEKNIKAT E PRODUKSIONIT DHE FOTOGRAFIA

Fotografitë dhe video-materialet mund të zbulojnë të vërteta të mëdha, të tregojnë keqpërdorime dhe veprime të paligjshme, të frymëzojnë shpresë, të shkaktajnë lidhshmëri emotive me publikun, me fate njerëzish dhe ngjarje. Por, fotografitë dhe materialet audio-vizuale mund të shkaktajnë dëm të madh dhe t'i lëndojnë ndjenjat e njerëzve nëse janë të paskrupullta ose manipuluese. Në Kodeksin Etik të Gazetarëve të Maqedonisë qëndron se “mënyra e informimit për aksidente, fatkeqësitë elementare, luftërat, tragjeditë familjare, sëmundjet, procedurat gjyqësore patjetër duhet t'i shmanget senzacionalizmit” (neni 8).

Produksioni audiovizual nënkupton ndërhyrjen subjektive nga anëtarët e ekipit të produksionit ose fotoreporterit, por me rëndësi është të dihet se ekzistojnë teknika të lejuara dhe ta palejuara. Gazetaria televizive nënkupton përdorimin e video-produksionit në formë të inserteve, video-sekuencave, tipat e ndryshme të planeve, të cilat audio - vizualisht transmetojnë një veprim apo realitet të caktuar. Nuk lejohen teknika audio - vizuale, të cilat kanë për qëllim që ta ndryshojnë realitetin dhe ta manipulojnë publikun.

Kjo ka të bëjë edhe me përdorimin e fotografive¹⁰. Përpunimi i fotografisë duhet ta rua-

10 Shif nenin 6 të Kodeksit Etik të Asociacionit Kombëtar të Fotoreporterëve (të SHBA). I disponueshëm në: https://nppa.org/code_of_ethics

jë integritetin e asaj që tregohet, përmbajtjen dhe kontekstin e saj. Nuk duhet të manipulohet me fotografitë, të shtohet ose të ndryshojë prapavija, mjedisi, në mënyrë që ta shpie publikun drejt interpretimit të gabuar ose gabimisht do t'i prezantojë faktet, ngjarjet dhe njerëzit.

Duhet të shmanget stereotipizimi i personave dhe grupeve. Vëmendje e veçantë duhet

tu kushtohet grupeve të rrezikuara dhe të bashkëndjehet me viktimat e krimit ose tragjedisë.

Mediat nuk duhet të paguajnë, ose në çfarëdo mënyre t'i shpërblejnë materialisht burimet/ ofruesit e informacioneve.

Kur shfaqen xhirime ose fotografi arkivore, ato duhet të shënohen në mënyrë përkatëse.



3

Paanshmëria

Paanshmëria është detyrim profesional i gazetarëve. Të jesh i paanshëm do të thotë të mos kesh paragjykime, as pozitive, e as negative ndaj cilësdos palë qoftë, në punën profesionale të mos i japësh përparësi as njëres e as palës tjetër për shkak të bindjeve personale.

Gazetarët, si edhe të gjithë njerëzit e tjerë kanë bindjet, qëndrimet dhe mendimet e veta. Por, publiku meriton raportim, të bazuar në fakte dhe analiza të mbështetura me informacione. Prandaj, qëndrimet dhe mendimet e gazetarëve nuk guxojnë të ndikojnë

ndaj informimit të publikut, veçanërisht për tema, ngjarje dhe dukuri të karakterit konfliktuos. Që të ofrojnë mbulim të plotë dhe dinjitoz të ngjarjeve, gazetarët patjetër duhet t'i shmangin maksimalisht pikëpamjet dhe perspektivat e tyre personale.

Vetëm me prezantimin e spektrit të gjerë të qëndrimeve dhe mendimeve, gazetarët do të ofrojnë pasqyrë të vërtetë për atë që me të vërtetë ndodh. Me këtë rast është e rëndësishme që në raportimin e tyre gazetarët të ofrojnë peshën përkatëse dhe përfaqësimin e qëndrimeve dhe mendimeve të grupeve të ndryshme në shoqëri.

Standardet

- ▶ Gazetarët e kanë për detyrë që lajmet dhe informacionet t'i trajtojnë me paanshmëri përkatëse, tu japin peshë përkatëse ngjarjeve, qëndrimeve dhe mendimeve të palëve kryesore të storjes;
- ▶ Gazetarët kanë për detyrë të ofrojnë spektër të gjerë të pikëpamjeve dhe perspektivave në kuadrin përkatës kohor në TV dhe në radio-programe ose në serinë e shkrimeve në mediat e shkruara ose kronikave në mediat online, në atë mënyrë që asnjë pikëpamje ose perspektivë e rëndësishme, qëllimisht të mos shmanget, ose të mos trajtohet në mënyrë përkatëse;
- ▶ Gazetarët kanë për detyrë që temat konfliktuose në shoqëri t'i trajtojnë dhe mbulojnë me paanshmëri përkatëse;
- ▶ Në kuadër të politikës editoriale të medias, gazetarët dhe editorët gëzojnë liri editoriale të publikojnë përmbajtje për çfarëdo qoftë çështje në cilën do pjesë të mbulimit të temës, nëse për atë ka shkaqe të arsyeshme dhe veçanërisht nëse është në funksion të mbrojtjes së interesit publik. Qëndrimet e redaksisë duhet në mënyrë përkatëse të theksohen.

Praktikat

● LAJMET DHE PAANSHMËRIA

Paanshmëria është me rëndësi thelbësore gjatë raportimit. Lajmet duhet të bazohen në fakte, të cilat janë të verifikuara, të atribuara dhe të dëshmuara. Për të qenë i paanshëm gjatë plasimit të lajmeve dhe informacioneve, do të thotë që të përjashtohet çdo qasje ose mendim personal gjatë formësimit të tyre, ndërsa publikut t'i lihet të nxjerr vetë përfundime pa iu imponuar qëndrimet personale.

Gjatë raportimit, gazetarët duhet të tentojnë që t'i hulumtojnë dhe t'i transmetojnë pikëpamjet konfliktuozë, të mos injorojnë asnjë perspektivë apo qëndrim të rëndësishëm, t'i shmangin preferencat personale për ndonjë çështje ose zgjedhjen personale të atyre që i intervistojnë.

Gazetarët duhet të jenë të ndershëm dhe të hapur, nëse kanë konflikt ose interes personal gjatë raportimit. Nëse media ka konflikt interesi, përkatësisht përvojë nga e kaluara në lidhje me temën për të cilën shkruan, të njëjtën duhet t'ia kumtojë publikut në mënyrë të qartë.

Gazetarët duhet të jenë të hapur kur i hulumtojnë dëshmitë dhe i peshojnë faktet materiale. Ata patjetër duhet t'i kushtojnë kujdes përkatës dhe tu japin peshë përkatëse, disa aspekteve të ndryshme të temës.

Prezantimi i spektrit të gjerë të qëndrimeve dhe mendimeve të ndryshme nuk do të thotë patjetër të jetë i natyrës politike ose kulturore, por, për shembull, refleksion i dallimeve: urban-rural, të moshuarit-të rinjtë, të varfrit-të pasurit dhe të ngjashme. Preferohet që raportimi t'i përfshijë perspektivat e bashkësive të ndryshme, grupeve të interesit dhe

rajoneve gjeografike. Në pjesët e ndryshme në Maqedoni, por edhe në nivel lokal, jetojnë bashkësi të ndryshme etnike, religjioze dhe të tjerë dhe nisur nga këto shkaqe gazetarët duhet të tentojnë t'i prezantojnë me peshë dhe kujdes përkatës qëndrimet kryesore të këtyre pjesëve të popullsisë.

● PAANSHMËRIA PËRKATËSE

Paanshmëria nuk do të thotë se është e patjetërsueshme që qëndrimet dhe mendimet e grupeve të ndryshme në shoqëri të prezantohen në media me kohë dhe hapësirë të ndarë në mënyrë të barabartë. Është e rëndësishme që pikëpamjeve tu jepet peshë përkatëse, përkatësisht të trajtohen me paanshmëri përkatëse. Koncepti i peshës dhe paanshmërisë "përkatëse", me fjalë të tjera do të thotë se disa qëndrimeve, pikëpamjeve dhe grupeve në shoqëri do tu jepet aq hapësirë sa meritojnë, përkatësisht aq sa është e rëndësishme për interesin publik. Për shembull, qëndrimeve jashtëzakonisht margjinale, të cilat i përfaqësojnë pak qytetarë nuk është patjetër që t'i jepet peshë e njëjtë si qëndrimeve, për të cilat ekziston konsensus i gjerë shoqëror.

● QËNDRIMET PERSONALE

Në gazetari ndonjëherë flitet për të ashtuquajturin raportim të balancuar (baraspeshuar). Por, kjo është joreale. Jeta nuk është e balancuar, ndërsa e tillë është edhe gazetarja, e cila raporton për tema dhe çështje shoqërore.

Raportimi mundet ndonjëherë të jetë edhe tërësisht i njëanshëm, ndërsa në disa raste është e pamundur që gazetari të ofrojë storje të balancuar për temën e caktuar. Qëndrimet personale të burimeve që japin vetëm një palë të tregimit shpesh mund të kontribuojnë që publiku më së miri ta kuptojë çështjen ose problemin për të cilin bëhet fjalë dhe të cilat shkaktajnë debat. Këto mund të jenë qëndri-

met e viktimave dhe njerëzve që kanë përjetuar ndonjë padrejtësi.

Nga ana tjetër, gazetarët duhet t'i mundësojnë publikut spektër të gjerë të pikëpamjeve të personaliteteve, pjesëtarëve të grupeve, lëvizjeve, shoqatave të qytetarëve, organizatave joqeveritare, bashkësive etnike ose religjioze, të cilat do t'i prezantojnë qëndrimet dhe besimet e tyre, ndërsa janë të detyruar t'i prezantojnë edhe pikëpamjet kontradiktore- partiake, të ekspertizës, akademike, si dhe mendimet e qytetarëve. Agjencia e Shërbimeve Mediatike Audio dhe Audiovizuale ka përgatitur Doracakun për vlerësimin e pluralizmit mediatic, në të cilin midis të tjerash janë të përshkruara grupet shoqërore, kulturore, qytetare, politike dhe të tjera, qëndrimet dhe mendimet e të cilave duhet të përfaqësohen në media.¹¹

Gazetarët shpesh mund t'i shfrytëzojnë këto burime si të njëanshme. Por, në raste të këtilla me rëndësi është t'i sqarohet publikut se qëndrimet janë të njëanshme.

Kur gazetarët zgjedhin bashkëbisedues për t'i komentuar ngjarjet, gjendjen dhe dukuritë, siç janë ekspertë, biznesmenë, analistë e të ngjashëm, patjetër duhet të kenë parasysh se ata kanë agjendë të tyre që të flasin për median dhe me siguri nuk do të ofrojnë pikëpamje të paanshme. Përkundrazi, qëndrimi i tyre mund të jetë jashtëzakonisht i anshëm. Por, bashkëbiseduesit janë pjesë e spektrit të perspektivave të ndryshme, të cilat gazetarët duhet t'i ofrojnë publikut. Prandaj, është shumë çështje e rëndësishme se kë do ta zgjedhin gazetarët për bashkëbisedues. Me këtë rast është e rëndësishme të jenë korrektë. Në kushtet ideale, gazetarët duhet të tentojnë që t'i përfshijnë të gjitha pikëpamjet e rëndësishme, por ajo në praktikë ndonjëherë është vështirë e realizueshme. Prandaj, gazetarët duhet të

jenë të sinqertë ndaj vetvetes së tyre, ndaj kolegëve të tyre, ndaj editorëve dhe më e rëndësishme ndaj publikut, që të demonstrojnë se kanë qenë korrekt dhe se nuk kanë injoruar asnjë pikëpamje të rëndësishme.

MENDIME TË KUNDËRTA

Gazetarët kanë detyrim të gjejnë pikëpamje kundërshtuese, ndaj atyre të cilat i kanë prezantuar dhe t'i transmetojnë në pjesët e njëjta të programit ose në botimin e ardhshëm të medias, kur bëhet fjalë për gazetë. Në rastet e njëjta patjetër duhet të respektohet vërtetësia dhe saktësia e qëndrimeve, ndërsa mendimet kundërshtuese të prezantohen në mënyrë korrekte, vetëm nëse nuk është e lejuar të transmetohen, përkatësisht nëse përmes tyre shkaktohet shpifje apo fyerje. Gjatë prezantimit të qëndrimeve dhe mendimeve të kundërta, gazetarët kanë për detyrë të sigurojnë përgjigjen edhe të palës tjetër dhe t'i publikojnë në masë të ngjashme, përkatësisht të sigurojnë hapësirë në median konkrete, apo në kohën e ngjashme të ditës.

Në debatet ku merr pjesë publiku, gazetarët duhet të kenë kujdes që ai të mos mendojë se media e caktuar qëndron pas qëndrimeve të shprehura të qytetarëve. Për këtë, është e nevojshme që gazetarët të mos shprehin mbështetje të hapur të pikëpamjeve personale dhe të bëjnë dallim të qartë midis përmbajtjes së medias dhe asaj që është krijuar nga publiku.

TEMA ME KARAKTER KONFLIKTUOZ

Gazetarët kanë detyrë të jashtëzakonshme që temat me karakter konfliktuoz, për të cilat në shoqëri shpesh ka qëndrime të kundërta, t'i trajtojnë në mënyrë të paanshme. Temat mund të jenë nga fusha e politikës, çështjeve ndëretnike, religjionit, përcaktimit seksual, fusha e marrëdhënieve ndërnjerëzore, çështjeve finan-

11 Doracak i Agjencisë së Shërbimeve Audio dhe Audiovizuale Mediatike për vlerësimin e pluralizmit mediatic. I disponueshëm në http://www.avmu.mk/images/Priracnik_1_Pluralizam_finalna.pdf

ciare, dilemave etike. Në të gjitha këto raste, gazetarët e kanë për obligim që të japin një spektër të gjerë mendimesh dhe perspektivash.

● QËNDRIMET PROVOKUESE

Ndonjëherë gazetarët, intervistojnë bashkëbisedues, qëndrimet e të cilëve mund të shkaktojnë revoltë serioze tek opinioni më i gjerë, ose te një pjesë e tij. Bashkëbiseduesit të cilët shprehin qëndrime provokuese, pa marrë parasysh nëse bëhet fjalë për intervistë apo deklaratë, duhet të jenë objekt i marrjes rigorozë gazetareske në pyetje, para se të japin përgjigje për pyetjet e bëra.

Potenciali për shkaktimin e një reagimi të tillë patjetër të krahasohet me kriterin e interesit publik dhe me rrezikun e shkeljes së parimit të paanshmërisë. Gazetari në këtë rast duhet t'ia bëjë me dije publikut një deklaratë të tillë apo një qëndrim që mund të shkaktojë reagim negativ te publiku.

● KONSENSUSI

Për disa çështje në shoqëri ekziston konsensus i gjerë për mendimet dhe qëndrimet e qytetarëve. Por, çështjet e këtilla mund të rrezikojnë që mediat t'i shndërrojnë në të njëanshme. Edhe pse duket sikur në raste të këtilla është e domosdoshme që gazetarët të kërkojnë pikëpamje të kundërta, ata nuk duhet të përdorin gjuhë përmes të cilit konsensusin do ta pranojnë si akt i kryer.

Mediat duhet t'i shmangen gjeneralizimit të temave të caktuara pa dëshmi relevante, veçanërisht kur bëhet fjalë për politikën, religjionin, shkencën, teknologjinë, mjekësinë, etj.

● ROLI KRITIK I MEDIAVE

Paanshmëria e gazetarëve nuk do të thotë se ata janë vëzhgues pasiv gjatë mbulimit dhe përpunimit mediatik të temave dhe ngjarjeve.

Përkundrazi, mediat dhe gazetarët kanë për detyrë që në emër të mbrojtjes së interesit publik në mënyrë kritike ta vëzhgojnë pushtetin, ose ata që kanë fuqi politike apo çfarëdo lloj fuqie dhe përgjegjësie tjetër, por gjithashtu edhe kundërshtarët e tyre, opozitën, organizatat joqeveritare, kompanitë e biznesit, grupet e interesit, bashkësitë religjioze, etj., duke i përfshirë këtu edhe mendimet e qytetarëve.

● ZGJEDHJET

Gjatë mbajtjes së zgjedhjeve dhe referendimit, mediat dhe gazetarët janë të detyruara që të sillen me ndjeshmëri ndaj rregullës për paanshmëri përkatëse në raportim.

Në Kodin Zgjedhor të Republikës së Maqedonisë¹² dhe në aktet e tjera, siç është Doracaku Gazetaresk për Ndjekjen e Zgjedhjeve¹³ i Shoqatës së Gazetarëve të Maqedonisë dhe Doracaku i Radiotelevizionit Maqedonas dhe i Institutit Maqedonas të Mediave dhe Këshillit të Etikës së Mediave në Maqedoni – „Standardet etike dhe profesionale të RTVM-së për mbulimin mediatik të proceseve zgjedhore“¹⁴, jepen udhëzime dhe rekomandime të posaçme për raportimin e mediave, siç është fakti se paanshmëria gjatë raportimit mediatik gjatë procesit zgjedhor është e një rëndësie thelbësore. Sipas nenit 181 të Kodit Zgjedhor¹⁵ parashikohet gjobë prej 8.000 eurosh

12 Për më tepër shif Kodin Zgjedhor të RM-së dhe Ligjin për ndryshimin dhe plotësimin e Kodit Zgjedhor, i disponueshëm në: <http://www.pravdiko.mk/wp-content/uploads/2013/11/Izboren-zakonik-prechisten-tekst-12-02-2014.pdf> dhe në: <http://www.pravdiko.mk/ep-content/uploads/2013/11/Zakon-za-izmenuvane-i-dopolnuvane-10-11-2015.pdf>

13 Për më tepër shif Doracakun e SHGM-së për ndjekjen e zgjedhjeve, i disponueshëm në:

<http://www.znm.org.mk/drupal-7.7/sites/default/files/Новинарски%20прирачник%20за%20следене%20на%20избори%20-%2031Март%202013.pdf>

14 Për më tepër shif në Doracakun „Standardet etike dhe profesionale të RTM-së për mbulimin mediatik të proceseve zgjedhore“, i disponueshëm në:

http://mrt.com.mk/sites/default/files/Етички%20и%20професионални%20принципи%20на%20МРТ%20за%20медиумско%20покривање%20изборни%20процеси_МАКЕДОНСКИ%20АЗИК.pdf

15 Për më tepër shif Kodin Zgjedhor të RM-së-tekst i pastuar dhe Ligjin për ndryshimin dhe plotësimin e Kodit Zgjedhor, i disponueshëm në: <http://www.pravdiko.mk/wp-content/uploads/2013/11/Izboren-zakonik-prechisten-tekst-12-02-2014.pdf> dhe në <http://www.pravdiko.mk/wp-content/uploads/2013/11/Zakon-za-izmenuvane-i-dopolnuvane-10-11-2015.pdf>

për median e cila nuk do të sigurojë mbulim të zgjedhjeve në mënyrë të drejtë, të balancuar dhe të paanshme.

KONFLIKTI I INTERESIT

Konflikti i interesit të gazetarit apo medias është i një rëndësie të madhe, kur bëhet fjalë për mbrojtjen e parimit të paanshmërisë. Për shembull, gazetari mund të njoh dikë që është pjesë e tregimit për të cilin shkruan- që mund të jetë mik, familjar ose mund të ketë shkruar më herët për një temë të ngjashme, që mund të ndikojë ndaj informimit të paanshëm. Në të gjitha rastet e tilla, gazetarët duhet t'i ndajnë njohuritë me editorët, me qëllim që të shmangen akuzat se media nuk ka qenë e paanshme. Secili rast duhet të shqyrtohet në mënyrë të veçantë, me qëllim që të mund t'i përgjigjet sfidës për respektimin e parimit të paanshmërisë.

LIRIA EDITORIALE

Rregulla që gazetarët të jenë të paanshëm nuk duhet ta rrezikojë lirinë editoriale të mediave. Gazetarët kanë liri editoriale për

ta mbuluar cilëndo temë, për të cilën ekzistojnë arsye që të shkruhet për të në pajtim me politikën editoriale të medias, të informojnë për një aspekt të caktuar specifik të ndonjë çështjeje, të mundësohet që të prezantohet pikëpamje e veçantë, të publikohen madje edhe qëndrime, mendime dhe fakte, të cilat mund edhe negativisht të prekin një pjesë të publikut.

Kriteri i vetëm është nëse shkelja e këtillë e parimit të paanshmërisë është roli i mbrojtjes së interesit publik.

Për shkak të faktit që edhe gazetarët kanë të drejtë të kenë qëndrim dhe mendim, një element shumë i rëndësishëm për mbrojtjen e parimit të paanshmërisë është që mendimet dhe qëndrimet në kontributet gazetareske apo programe të ndahen nga faktet.

Për temat të cilat kanë të bëjnë me politikën editoriale, është e dëshirueshme që mediat të kenë rregulloren e tyre, ku në mënyrë më të detajuar do të përpunohen këto çështje, ndërsa gazetarët gjithmonë do të mund të gjejnë përgjigje për dilemën e tyre profesionale.



4

Transparenca

Puna e gazetarëve është publike, ndërsa fjalën kryesore për cilësinë e punës gazetareske e ka publiku. Që të ndërtojë besueshmëri tek publiku, gazetaria në mbrojtje të interesit publik ka detyrim plotësues ndaj shikuesve, dëgjuesve dhe lexuesve që tu mundësojë rivlerësim të punës gazetareske. Që të arrihet ky qëllim, me rëndësi thelbësore është transparenca në procesin e prodhimit të lajmeve dhe informacioneve. Siç përpiqen gazetarët që tema të rëndësishme me interes

publik të arrijnë deri te publiku, ashtu edhe publiku dëshiron që të dijë se në çfarë mënyre gazetarët kanë arritur deri te informacionet, vallë mjaftueshëm i kanë verifikuar faktet para se t'i publikojnë, vallë e kanë vërtetuar besueshmërinë e burimeve, ose ndoshta media ka ndonjë interes përveç atij publik, që të imponojë ndonjë temë të caktuar. Transparenca është veçanërisht e rëndësishme kur bëhet fjalë për burimet e informimit, të cilat në raste të jashtëzakonshme, kur kjo është në interesat e publikut, mund të jenë edhe anonime.

Standardet

- ▶ Mediat dhe gazetarët janë të detyruar që publikut t'i sqarojnë mënyrën se si kanë ardhur deri te informacionet që i publikojnë;
- ▶ Gazetarët nuk mund ta fshehin identitetin e tyre nga publiku dhe nga bashkëbiseduesit, përveç në raste të jashtëzakonshme të interesit publik;
- ▶ Burimet e informacioneve patjetër të referohen qartësisht në kronikat gazetareske. Kjo nuk vlen vetëm në rastet e jashtëzakonshme, kur në interes të publikut përdoren burime anonime të informimit.

Praktikat

● PROCESI TRANSPARENT I PUNËS

Gjatë plasimit të përmbajtjeve gazetareske në media, publiku medoemos duhet të marrë informacione edhe për mënyrën se si ato janë krijuar, për procesin e prodhimit të lajmeve dhe kontributeve gazetareske në redaksi, për vendimet editoriale.

Gazetarët duhet të kenë kujdes që publikut t'i ofrojnë detajet dhe faktet e domosdoshme për kohën dhe vendin e raportimit, për atë se kur dhe ku e kanë marrë informacionin, të cilin e publikojnë.

Lexuesit, shikuesit dhe dëgjuesit nuk guxojnë të vihen në huti me publikimin e njëkohshëm ose përzjerjen e deklaratave të vjetra të bashkëbiseduesve me të rejat, faktet e vjetra me të rejat për tema të caktuara, të cilat në mënyrë vendimtare mund të ndikojnë që publiku të fitojë përshtypje tërësisht të gabuar për temën ose për bashkëbiseduesit.

Nëse përdoret material arkivor në një kontribut gazetaresk ku publikohen edhe të dhëna dhe deklarata të reja, kjo patjetër duhet të referohet.

Nëse më shumë gazetarë kanë marrë pjesë në përpunimin e një përmbajtjeje gazetareske, nga mjedise të ndryshme ose kanë punuar në periodha të ndryshme, kjo patjetër duhet të theksohet në kontributin gazetaresk.

Gazetarët dhe mediat duhet detyrimisht ta informojnë opinionin/ publikun, nëse ndonjë organizatë, institucion qeveritar, kompani private dhe të ngjashme, i ka paguar shpenzimet e tyre për pjesëmarrje dhe raportim nga ndonjë ngjarje ose për mbulimin e ndonjë teme të caktuar.

(Shih parimin Integriteti)

● GAZETARËT DHE IDENTITETI

Gazetarët nuk duhet ta fshehin identitetin e tyre, si nga publiku, poashtu edhe nga burimet e tyre të informimit. Shfrytëzimi i pseudonimeve ose publikimi i shkrimeve të pa nënshkruara pas të cilave qëndron emri i redaksisë shkaktojnë dyshime tek publiku për motivin e gazetarit, përkatësisht medias. Lexuesit, shikuesit dhe dëgjuesit në këto raste janë të hutuar dhe mund të dyshojnë se në pyetje është ndonjë kontribut i porositur mediatik nga redaksia apo nga jashtë - për interesa të tjera, shkrim pas të cilit gazetari që e ndjek fushën nuk ka dashur të qëndroj dhe nuk ka dashur të nënshkruajë emrin e mbiemrin e tij.

Në raste të jashtëzakonshme, kur për shkak të mbrojtjes së interesit publik është e rëndësishme të arrihet deri te informacioni i caktuar, gazetarët mund ta fshehin identitetin e tyre, të prezantohen në publik siç thuhet “under cover” (me identitet të fshehur), për të zbuluar skandal korruptiv, krim të organizuar, shkelje të rëndë të të drejtave të njeriut, e të ngjashme, por kjo duhet të jetë përjashtim dhe të praktikohet vetëm nëse informacioni i rëndësishëm nuk mund të merret në mënyrë tjetër. Në raste të këtilla është e domosdoshme që bashkë me publikimin e informacionit – storjes, publiku të njoftohet me vendimin e redaksisë dhe të sqarohet hapi i ndërmarë.

● BURIMET ANONIME

Për informacionet që publikohen më shpesh referohet burimi i tyre, përkatësisht është e domosdoshme që ato të atribuohen. Nuk është e rekomandueshme që të përdoret fraza “Gazeta jonë merr vesh”.

Shfrytëzimi i pseudonimeve për burimet e informimit gjithashtu nuk është praktikë e mirë. Si për shembull “Maçoku deklaroi për televizionin tonë”.

Gazetarët kanë të drejtën kushtetuese për mbrojtjen e burimit të informacionit. Por, mbrojtja e burimit të informacionit nuk duhet të shndërrohet në rregull. Burimet e informimit mund të mbeten anonime në raste të jashtëzakonshme kur gazetarët përkatësisht mediat kanë arsye të fortë editoriale për këtë, e cila kryesisht është e lidhur me mbrojtjen e interesit publik dhe kur nuk ekziston mënyrë tjetër e arsyeshme që të sigurohet informacioni dhe ai të plasohet në publik.

Në raste të këtilla gazetari duhet sa më saktë ta identifikojë, përkatësisht ta referojë burimin e informacioneve – prej ku dhe prej kujt e kanë prejardhjen. Për shembull, nuk është e mjaftueshme të thuhet “Marrim vesh nga burime diplomatike”. Publikut duhet sa më saktë t’i sqarohet se për çfarë burimi bëhet fjalë – vallë ai ka qenë i pranishëm kur ka ndodhur ngjarja, përkatësisht kur është krijuar informacioni, të cilin e publikojmë. Të themi “Marrim vesh nga një nëpunës i lartë diplomatik i një ambasade të huaj, i cili ka marrë pjesë në takim të fundit midis kryeministrit dhe liderit të opozitës”, do të ishte shumë më e pranueshme, identifikim më i besueshëm dhe më i detajuar i burimit të informimit.

Informacionet e burimeve anonime detyrisht duhet të verifikohen edhe nga një burim tjetër, i cili do ta konfirmojë informacionin ose të mbështeten me fakte – dokumente.

Gazetarët më shumë se sa zakonisht, duhet tu bëjnë shtypje burimeve që duan të mbeten anonime, lidhur me atë se si kanë arritur deri te informacioni, të cilin duan ta publikojnë, vallë e kanë verifikuar besueshmërinë e tij, vallë kanë ndonjë shkak tjetër për ta plasuar në publik– konflikt të interesit.

Burimeve anonime nuk duhet tu lejohet që të ofendojnë ose të shpifin ndaj personaliteve dhe institucioneve.

INFORMACIONE TË MARRA NGA MEDIAT E TJERA

Kur mediat marrin informacione nga një media tjetër, burimi duhet të theksohet me saktësi. Nuk është e ndershme që informacionet e mediave të tjera të transmetohen apo publikohen si produkte autentike mediatike. Gjithashtu nuk është i mjaftueshëm atribuiimi- referimi i burimit të informimit, të shmanget tërthorazi me frazën „siç shkruajnë disa media”.

Kur informacionet ua përshkruajmë burimeve anonime, supozohet se ato burime janë tonat, e jo të ndonjë medie tjetër. Por, nëse transmetojmë informacion nga ndonjë media tjetër, që thirret në burime anonime, është e pamjaftueshme të citohet media si burim. Gazetarët duhet të bëjnë përpjekje që në mënyrë sa më precize dhe më të detajuar t’i identifikojnë dhe t’i përshkruajnë burimet anonime në të cilat thirren.



5

Llogaridhënia

Gazetaria është përgjegjëse për punën e saj dhe çdoherë duhet të jetë e gatshme për llogaridhënie para publikut. Raporti i sinqertë ndaj lexuesve, dëgjuesve dhe shikuesve dhe ndaj reagimit të tyre që kanë lidhur me përmbajtjet gazetareske, kontribuon për gazetari më të mirë dhe më cilësore. Llogaridhënia dhe përgjegjësia e mediave dhe gazetarëve janë veçanërisht të rëndësishme kur bëhet fjalë për atë që mendon publiku për përmbushjen e standardeve themelore gazetareske të medias ose gazetarit – infor-

mimi i paanshëm, plasimi i informacioneve të besueshme, mbrojtja e privatësisë, e të ngjashme.

Si edhe në çdo profesion tjetër, gabimet në punën gazetareske janë gjithashtu të pashmangshme, por me rëndësi të jashtëzakonshme është që në kohë të korrigohen dhe gazetarët nga të njëjtat të mësojnë, me qëllim që në të ardhmen të mos i përsërisin. Për llogaridhënien dhe përgjegjësinë e gazetarëve, është me rëndësi edhe sjellja personale e gazetarëve në komunikimin publik.

Standardet

- ▶ Gazetarët janë përgjegjës dhe llogaridhënës ndaj publikut. Besueshmëria e publikut ndaj punës gazetareske është me rëndësi thelbësore për realizimin e rolit të interesit publik në media;
- ▶ Mediat dhe gazetarët i shërbejnë interesit publik, ndërsa nevojat e publikut – lexuesve, dëgjuesve dhe shikuesve janë me rëndësi parësore gjatë zgjedhjes së temave dhe çështjeve që i përpunojnë;
- ▶ Mediat dhe gazetarët duhet në mënyrë të sinqertë dhe të hapur të pranojnë gabimet, që i kanë bërë gjatë punës së tyre, në kohë t'i përmirësojnë dhe të ndërtojnë kulturën e mësimin nga gabimet;
- ▶ Interaktiviteti me publikun është me rëndësi të veçantë edhe për shkak të pjesëmarrjes së publikut, qytetarëve në krijimin e opinionit publik.

Praktikat

● **INTERAKTIVITETI ME PUBLIKUN**

Mediat duhet ta kultivojnë praktikën e publikimit të letrave ose të llojeve të tjera të reagimeve audio/ video të lexuesve, dëgjuesve dhe shikuesve, lidhur me përmbajtjen gazetareske të cilën e plasojnë. Kjo është me rëndësi të veçantë kur bëhet fjalë për realizimin e rolit të medias për mbrojtjen e interesit publik.

Fidbeku i publikut është i rëndësishëm dhe atëherë kur publiku shpreh kënaqësi nga puna gazetareske, por edhe atëherë kur ka kritika dhe vërejtje serioze për mosrespektimin e standardeve gazetareske.

Reagimi u ndihmon mediave për të vërtetuar sjelljen e redaksive ndaj temave, por edhe për korrigjimin ose për ripërkufizimin e politikës editoriale lidhur me çështje të caktuara të rëndësishme. Nga reagimet e qytetarëve, gazetarët mund të marrin edhe informacione dhe ide të rëndësishme përkatësisht propozime për çështje dhe tema konkrete, të cilat i prekin qytetarët.

Mediat duhet të jenë të ndershme, korrekte dhe duhet t'i publikojnë të gjitha llojet e reagimeve - si ato që lavdërojnë punën gazetareske, ashtu edhe ato që kritikojnë. Kuptohet, reagimet duhet të mos përmbajnë përdorim të gjuhës emotive dhe fjalë e shprehje që janë fyerje dhe shpifje.

● **GAZETARIA QYTETARE**

Teknologjia mediatike sot u mundëson që vazhdimisht t'i ndjekin mediat dhe përmes rrjeteve sociale të komentojnë, të shkruajnë reagime, por edhe të ofrojnë përmbajtjet e tyre. Shumë portale mediatike sot e kultivojnë të ashtuquajturën citizen journalism,

gazetarinë në të cilën qytetarët marrin pjesë me informacionet dhe përmbajtjet e tyre – publikimin e materialeve të shkurtra video për ndonjë ngjarje, por edhe lajme për shkeljen e ligjeve nga ana e personaliteteve ose institucioneve. Kuptohet, për gazetarinë e këtillë qytetare duhet të ketë kënd të veçantë në media, në portal, në gazetë ose në programin televiziv. Por edhe këto informacione i nënshtrohen editimit, përkatësisht gazetari – editori është i detyruar që t'i verifikojë faktet në lajme, informacionet, fotografitë dhe video-materialet që ia ofron publiku.

● **KORRIGJIMI NË KOHË I GABIMEVE**

Gabimet janë pjesë përbërëse e punës gazetareske, por ato duhet me kohë të korrigjohen. E drejta e përgjigjes në mjetet e komunikimit publik dhe e drejta e korrigjimit, duhet të respektohen nga mediat pasi janë kategori kushtetuese –neni 16 i Kushtetutës së Republikës së Maqedonisë dhe trajtohen në një pjesë të Ligjit të Mediave. Por, pa dallim të detyrimit ligjor dhe kushtetues, etika profesionale kërkon nga gazetarët që t'i pranojnë dhe t'i korrigjojnë gabimet e bëra, të cilat mund tu bëjnë dëm njerëzve ose institucioneve.

Kur bëhet fjalë për lëshimet serioze, korrigjimi i gabimeve nuk mund të shtyhet. Për shembull, nëse media publikon informacion se dikush ka humbur jetën, ndërsa në fakt është gjallë, ose nëse gazetari ndonjë identitet e ka ndërruar me identitetin e ndonjë tjetri, ndërsa bëhet fjalë për vepër serioze penale ose për informacion që mund të shkaktojë zemërim ose reagim tek publiku për gjoja ndonjë sjellje joligjore dhe jomorale, raste gjyqësore, informacione policore për vepra penale, delikte seksuale, gabimet e tilla domosdo menjëherë duhet të korrigjohen. Kjo zakonisht bëhet në programin informativ që pason ose edicionin e radhës të medias, me pranim nga redaksia ose nga gazetari dhe me falje te sinqertë ndaj palëve të prekura.

● **NDIHMË JURIDIKE**

Kur në redaksi ekzistojnë dilema se vallë ndonjë lajm ose kontribut gazetaresk mund të shkaktojë padi nga pala e prekur, preferohet që gazetarët të konsultojnë avokat dhe këshilltar juridik.

● **KËSHILLI I ETIKËS**

Në Maqedoni ekziston edhe trup vetërrregullues – Këshilli i Etikës në Media në Maqedoni (KEMM), organizatë joqeveritare dhe jofitimprurëse, e cila në thelb është organ i vetë-rregullimit në media përmes zbatimit të sanksioneve morale ndaj atyre që nuk i respektojnë standardet profesionale dhe Kodeksin e Gazetarëve.

Komisioni i Ankesave pranë Këshillit të Etikës në Media rregullisht dhe në kohë i shqyrton ankesat dhe parashtrirat e qytetarëve dhe merr vendime për shkeljen e Kodeksit të Gazetarëve dhe standardet profesionale gazetareske, publikimi i të cilave për mediat që janë anëtare të KEMM është i detyrueshëm.

Në kontekst të llogaridhënies (përgjegjesisë) së mediave ndaj publikut, Këshilli i Etikës luan rol të veçantë duke realizuar qëllimet si vijon.¹⁶

- ▶ Mbrojtja e lirisë së mediave dhe e drejta e publikut të jetë i informuar;
- ▶ Pengimi i ndikimit të shtetit, partive politike dhe qendrave të tjera të fuqisë ndaj mediave;
- ▶ Mbrojtja e interesave të publikut përmes sigurimit të procesit të pavarur, efikas dhe korrekt të zgjidhjes së ankesave ndaj përmbajtjeve mediatike;
- ▶ Promovimi i cilësisë në përmbajtjet mediatike, duke miratuar udhëzime të qarta dhe praktike për punën e editorëve dhe gazetarëve;
- ▶ Ngritja e vetëdijes së publikut për standardet profesionale dhe normat etike që mediat duhet t'i respektojnë;
- ▶ Krijimi i ambientit për vetëkritikë, vetëndërgjegjësim dhe llogaridhënie të mediave ndaj publikut;
- ▶ Lehtësimi i qasjes së publikut në media;
- ▶ Avancimi i Kodeksit Etik të Gazetarëve;
- ▶ Zvogëlimi i të gjitha formave të vetëcensurës në gazetari.

16 Shih qëllimet e Këshillit të Etikës në Media në Maqedoni: I disponueshën në <http://semm.mk/sovet-za-etika/celi>



6

Integriteti dhe pavarësia e politikës editoriale

Mediat dhe gazetarët duhet të jenë të pavarur nga ndikimet e jashtme politike, korporative dhe të tjera, sepse mund ta rrezikojnë pavarësinë editoriale.

Publiku duhet të jetë i sigurt se vendimet e mediave për ndjekjen e një ngjarjeje të caktuar apo trajtimin e ndonjë teme nuk janë marrë nën ndikimin e dikujt apo për shkak të interesit personal.

Standardet

- ▶ Mediat dhe gazetarët, redaktorët përgjegjës, redaktorët dhe të gjithë profesionistët e tjerë të përfshirë në procesin e informimit duhet të jenë të lirë dhe të pavarur nga interesat e jashtëm dhe marrëveshjet e mediave me subjekte të ndryshme, të cilat mund ta rrezikojnë integritetin gazetaresk;
- ▶ Pronarët nuk duhet të përzihen në politikën editoriale të mediave. Ata nuk guxojnë t'i shfrytëzojnë përmbajtjet mediatike për interesa politike, ekonomike apo personale. Përmbajtjet informative ekskluzivisht janë në shërbim të interesit publik dhe për informimin e publikut;
- ▶ Integriteti nënkupton se mediat kanë përgjegjësi ndaj publikut/ opinionit dhe se i respektojnë standardet etike dhe profesionale. Integritetin gazetaresk e mbrojnë jo vetëm gazetarët dhe redaktorët, por edhe fotoreporterët, xhiruesit, montazhierët dhe të gjithë profesionistët të cilët marrin pjesë në procesin e krijimit të përmbajtjeve gazetareske. Ata me asnjë veprim apo vendim në punën e tyre nuk duhet ta rrezikojnë apo ta diskreditojnë median;
- ▶ Reputacioni dhe kredibiliteti, janë në mënyrë të drejtpërdrejt të lidhura me integritetin dhe pavarësinë. Por, kjo nuk nënkupton se duhet të kufizohen bindjet, besimet, apo interesat e gazetarëve, në kohën kur nuk kryejnë detyra profesionale. Interesat e jashtme nuk duhet të jenë në konflikt me integritetin gazetaresk dhe transparencën e mediave.

Praktikat

INTEGRITETI I MEDIATEVE DHE KLIENTELIZMI

Integriteti i mediave, nënkupton aftësinë e tyre për publikimin e informacioneve të sakta dhe të besueshme, pa u varur nga interesa të caktuara private, ekonomike, politike dhe qeveritare. Gazetarët nuk guxojnë të fshehin informacione për ngjarje apo për konteste të kompanive, madje as në rastet kur ato kanë bashkëpunim biznesi me median.

Nuk është i lejuar reklamimi i fshehtë, përkatësisht raportimi në mënyrë që të faktORIZOJË ndonjë prodhim, shërbim, ngjarje komerciale, apo ndonjë aktivitet të subjekteve të caktuara, të cilat ndërlidhen me median.¹⁷ Duhet të ekzistojë dallim i qartë midis tekstit gazetaresk dhe reklamës. Për prodhimet, aktivitetet, shërbimet, pikëpamjet dhe mendimet e subjekteve të ndryshme ekonomike mund të raportohet vetëm nëse ka interes publik.

Integriteti i mediave gjithashtu nënkupton kapacitetin e gazetarëve dhe profesionistëve të tjerë mediatik për të mbështetur autonominë dhe standardet profesionale dhe në mënyrë të përkushtuar t'i shërbejnë interesit publik, kundrejt marrëdhënies dhe praktikave të cilat e korruptojnë dhe instrumentalizojnë profesionin për interesa të caktuara/ të posaçme private, apo interesa të tjera.

Mediat duhet të jenë transparente kur bëhet fjalë për varshmërinë nga interesa të ndryshme dhe burime të caktuara, ndërsa gazetarët kanë për detyrë në rastet e kështilla t'i mbrojnë standardet profesionale dhe të mos shkaktojnë huti në publik.

(Shih parimin Transparenca)

17 Në "Doracakun për etikë në gazetari" të Shoqatës së Gazetarëve të Maqedonisë (SHGM), fq. 18, me reklamim të fshehur nënkuptohen "të gjitha përbajtjet propaganduese, të cilat sipas formës dhe mënyrës së përgatitjes së tyre i ngjajnë shkrimit autentik gazetaresk, kështu që lexuesi/ shikuesi nuk mund ta dallojë funksionin propagandues nga përbajtja mediatike"

REKLAMAT NË MEDIA

Ligji për Shërbime Mediatike Audio dhe Audio - vizuale nuk lejon reklamim në lajme apo në ditarët televiziv, programet informative-aktuale, dokumentaret, programet edukative dhe programet për fëmijë në institucionet radiodifuzive, si dhe në programet e institucioneve jofitimprurëse radiodifuzive.

Në pajtim me Udhëzimin për zbatimin e përcaktimeve për plasimin e prodhimeve të Agjencisë për Shërbime Mediatike Audio dhe Audio - vizuale, reklamimi i prodhimeve nuk guxon të ndikojë ndaj pavarësisë editoriale dhe integritetit të programeve të ofruesve të shërbimeve mediatike audio dhe audio - vizuale. Gjithashtu, plasimi i prodhimeve nuk guxon ta vë në pikëpyetje respektimin e dinjitetit njerëzor, të përfshijë apo të promovojë çfarëdo lloj diskriminimi në bazë të gjinisë, racës, përkatësisë etnike, kombësisë, fesë apo bindjes, invaliditetit, moshës apo orientimit seksual, të nxisë sjellje, e cila jashtëzakonisht e rrezikon ambientin jetësor.

Reklammat dhe tekstet komerciale në mediat e shtypura dhe online, duhet në mënyrë të qartë dhe pa hamendje të jenë të ndara nga tekstet gazetareske dhe me një font që është ndryshe nga ai të cilin e shfrytëzon media dhe është lehtë i kuptueshëm për lexuesit.

INTEGRITETI I MEDIATEVE DHE REKLAMAT QEVERTARE

Shpërndarja e reklamave shtetërore (qeveritare) në forma të ndryshme të subvencionimit shtetëror paraqet rrezik të lartë të korrupsionit. Një ndër pasojat e shpërndarjes së fondeve shtetërore, e motivuar nga nevoja që politikisht të ndikohet ndaj funksionimit të mediave, është keqpërdorim i mediave si mjet

për ndikim ndaj publikut, me qëllim të rritjes së popullaritetit të partive politike.

Janë të domosdoshme kritere të qarta, të cilat në mënyrë të saktë do të definojnë fushatat me interes publik, me qëllim të eliminimit të keqpërdorimit të tyre për interesa dhe qëllime politike e propaganduese. Fushatat publike nuk duhet të shërbejnë për promovimin dhe afirmimin e vlerave, qëndrimeve dhe parimeve parciale (fushata ideologjike kundër abortit, fushata për glorifikimin e personaliteteve dhe ngjarjeve kontroverse, etj.). Në fushatat publike duhet të mbizotërojë narrativi i promovimit të vlerave universale, siç janë mbrojtja shëndetësore, toleranca dhe bashkëjetesa ndëretnike e ndërjetare, zhvillimi i vlerave demokratike, liritë dhe të drejtat e njeriut, liria e të shprehurit, mosdiskriminimi, barazia gjinore, lufta kundër fenomeneve sociale, etj.

INTEGRITETI I MEDIAVE DHE PROMOVIMI

Mediat duhet të shmangin çfarëdo lloj ekzagjerimi, i cili lë përshtypjen e promovimit të ndonjë prodhimi, organizate apo shërbimi të caktuar. Në asnjë rast nuk duhet të lejohet raportimi për ngjarje apo aktivitete të organizuara nga subjekte të ndryshme, të cilat nuk kanë interes publik, si shërbim kundrejt reklamimit të subjekteve ekonomike apo të tjerave.

Mediat duhet të kenë kujdes gjatë promovimit të prodhimeve, të cilat janë të dizajnuara në mënyrë që të tërheqin fëmijët, veçanërisht nëse bëhet fjalë për artikuj të cilat mund t'iu shkaktojnë pasoja shëndetësore, psikike, fizike apo pasoja të tjera të padëshiruara.

INTEGRITETI I GAZETARËVE DHE KORRUPSIONI

E drejtë dhe detyrë e çdo gazetari është të luftojë kundër keqpërdorimit dhe korrupsionit në punën e tij dhe në fushat e tjera të shoqërisë. Gjatë ushtrimit të profesionit, gazetarët shpeshherë hasin në oferta për udhëtime, darka, shërbime falas telefonike, telefona celularë dhe të mira të tjera materiale e shërbime tjera. Dhuratat e këtilla, padyshim se mund t'i vënë në sprovë gazetarët që të raportojnë në mënyrë profesionale për subjektet, të cilat ua ofrojnë përfitimet e këtilla.

Çdo propozim për udhëtime të paguara, redaksia duhet ta shqyrtojë me kujdes. Redaksitë nuk duhet të pranojnë udhëtime falas, nëse ato nuk kanë për qëllim mbulimin e ndonjë ngjarje të rëndësishme që është në interes të publikut, siç është, për shembull raportimi nga ndonjë ngjarje ku janë të përfshirë helikopterët ushtarak dhe policorë për katastrofat natyrore në ndonjë rajon apo terren të papërshtatshëm. Redaksitë nuk duhet të pranojnë udhëtime në llogari të Qeverisë, presidentit të shtetit, kryeministrit, ministrave apo zyrtarë të tjerë publik nga jashtë, si dhe në "road show", konferenca ndërkombëtare, takime dypalëshe, etj. Padyshim duhet të merret parasysh konteksti i raportimit, kur ka ofertë për udhëtim nga operatorët komercial, kompanitë apo institucionet.

Mediat duhet t'i kushtojnë vëmendje të posaçme parandalimit të korrupsionit te gazetarët të cilët raportojnë për çështje të pazareve ekonomike dhe financiare. Duke pasur parasysh natyrën e sektorit për të cilin raportojnë, gazetarët të cilët ndjekin ekonominë në asnjë rast nuk duhet t'i shfrytëzojnë për përfitim personal informacionet të cilët i kanë mësuar më herët nga opinioni i përgjithshëm, e as ta ndajnë këtë informacion me persona të tjerë.

Gazetarët në Maqedoni, miratuan Deklaratën për sjellje anti - korruptuese, e cila është pjesë përbërëse e Kodeksit të Etikës Gazetareske. Në të, në mënyrë të qartë është përcaktuar se çfarë është korrupsioni dhe mitmarrja në profesionin e gazetarit dhe në çfarë formash paraqitet.

- ▶ Çdo dhuratë apo shërbim që mund të ndikojë ndaj gazetarisë objektive, konsiderohet korrupsion;
- ▶ Çdo shfrytëzim i profesionit të gazetarit, funksionit, autorizimit publik dhe detyrës e pozitës zyrtare për krijimin e çfarëdo përfitimi për vete apo për ndonjë subjekt tjetër, konsiderohet korrupsion;
- ▶ Si burime të mundshme të korrupsionit konsiderohen: bartësit e funksioneve publike, funksionarë të zgjedhur apo emëruar, biznesmenë, parti politike, organizata arsimore, shëndetësore, fetare, sportive dhe joqeveritare, shtëpi mediatike dhe individë;
- ▶ Korrupsion i drejtpërdrejt konsiderohet dhënia, marrja dhe ofrimi i përfitimeve materiale joligjore apo përfitimeve të tjera për arritjen e përfitimit për gazetarin apo për median;
- ▶ Korrupsion indirekt (i fshehur) konsiderohet: organizimi i udhëtimeve, seminarët, këshillimet. Favorizimi i gazetarëve dhe redaksive të caktuara, si shoqërim i delegacioneve zyrtare, si dhe dhënia e shërbimeve dhe mjeteve në kushte të pavolitshme me qëllim përfitimin e gazetarëve për të heshtur fakte relevante për publikun/ opinionin, si dhe për tekste afirmative;
- ▶ Kushtëzimi për përfitim material apo jomaterial nga ana e gazetarit me shantazhimin për publikimin ose jo të një informacioni të caktuar, i cili mund të dëmtojë ndonjë subjekt të caktuar.¹⁸

18 "Gazetarët kundër korrupsionit", aneksi i Doracakut për Etikë në Gazetari, Shoqata e Gazetarëve të Maqedonisë, i disponueshëm në: <http://www.znm.org.mk/drupal-7.7/sites/default/files/Priracnik%20za%20etika%20vo%20novinarstvoto%20maj%202012.pdf>



7

Ndershmëria – të qenit të drejtë

Mediat duhet të jenë korrekte dhe të drejta ndaj burimeve dhe bashkëpunëtorëve të tyre, por edhe ndaj publikut. Raportimi mediatik duhet t'i reflektojë faktet relevante

dhe pikëpamjet më të rëndësishme. Gazetarët janë të detyruar që etikisht dhe me respekt të sillen ndaj personaliteteve, institucioneve, ngjarjeve dhe temave. Nuk lejohet trajtim joligjor dhe jokorrekt i individëve dhe organizatave.

Standardet

- ▶ Mediat dhe gazetarët kanë detyrim që të jenë të hapur, të ndershëm, të sinqertë dhe korrekt në raport me burimet dhe publikun. Mediat mund të veprojnë ndryshe vetëm nëse veprimet e tyre janë në shërbim të interesit publik, si për shembull gjatë trajtimit të temave për çështje juridike ose të sigurisë ose informacione të besueshme;
- ▶ Kur kërkohen burimet e informimit që të marrin pjesë në përmbajtjet informative, gazetarët duhet në mënyrë përkatëse t'i njoftojnë burimet/ bashkëbiseduesit për natyrën dhe kontekstin e pjesëmarrjes së tyre. Pajtueshmëria duhet të jetë e qartë dhe vullnetare. Përfundimisht nga ky standard është rasti kur interesi publik peshon më shumë se sa e drejta e bashkëbiseduesit/burimit të japë pajtueshmëri për pjesëmarrje;
- ▶ Kur në lajme ose në përmbajtje tjera informative kritikohet individi ose organizata, përmes përdorimit të thekseve ose dëshmive për jokompetencë, punë të gabuar ose joligjore, ata që kritikohen kanë të drejtën e replikës ose përgjigjes;
- ▶ Asnjë raportim gazetaresk ose përmbajtje programore nuk është korrekte dhe e drejtë nëse:
 - ▶ nuk i përmban të gjitha faktet kryesore;
 - ▶ përmban të dhëna të parëndësishme në vend të fakteve më të rëndësishme;
 - ▶ në mënyrë të vetëdijshme ose të pavetëdijshme shkakton huti tek publiku;
 - ▶ gazetari përdor fjalë ose metoda (veprime) që tregojnë animin e tij.

Praktikat

● **MARRJA E PËLQIMIT**

Mediat janë të detyruara që me nder dhe respekt t'i trajtojnë burimet e informimit. Gazetarët do të tregojnë se janë korrektë nëse këmbëngulin së pari të marrin pëlqim ose pajtueshmëri për pjesëmarrje në përmbajtjet informative dhe më pas t'i intervistojnë burimet ose bashkëbiseduesin. Atyre duhet tu bëhet me dije shkaku i pjesëmarrjes, në çfarë cilësie do të përfshihen, ku do të publikohet përmbajtja dhe cili është konteksti.

Bashkëbiseduesit duhet të informohen për të gjitha aspektet e produksionit të përmbajtjes gazetareske (vallë xhirimi do të jetë i transmetuar drejtpërdrejt ose do të incizohet, vallë është për media të shkruara, elektronike ose online), për formatin e produktit gazetaresk (kronikë televizive në edicionet informative, radio-intervistë, debat e të ngjashme). Kur bëhet fjalë për përmbajtje më karakter aktual -informativ, në të cilat gazetari ka planifikuar më shumë bashkëbisedues, është e ndershme që të tregohet pjesëmarrja dhe identiteti i bashkëbiseduesve të tjerë. Aq sa më i rëndësishëm të jetë bashkëbiseduesi ose burimi i lajmeve, aq më shumë detaje gazetarët duhet t'i sigurojnë.

Është e rëndësishme që të sigurojnë dëshmi për pëlqimin e dhënë (e-postë, porosi sms dhe të ngjashme). Pëlqimi apo pajtueshmëria duhet të jetë vullnetar, i qartë dhe i padiskutueshëm.

(Shiko më shumë Mbledhja e informacioneve, tek parimi Saktësia dhe e vërteta)

Zakonisht, bashkëbiseduesit gojarisht pajtohen për pjesëmarrje në anketa me kalim-

tarë të rastit, të japin deklaratë ose të intervistohen për kronike televizive, artikull në gazetë, për radio ose media online.

Gazetarët duhet të kenë parasysh se personat e mitur ose pjesëtarët e kategorive të rrezikuara jo çdoherë janë në pozitë të japin intervistë ose deklaratë, e as të marrin vendim racional për shkaqet dhe pasojat e pjesëmarrjes së tyre në përmbajtjet mediatike. Ekzistojnë parime dhe standarde të cilat gazetarët duhet t'i respektojnë kur raportojnë për fëmijët dhe të rinjtë dhe kur të njëjtit i intervistojnë.

(Shih më shumë parimin: Fëmijët dhe të rinjtë si burime të informacioneve dhe bashkëpunëtorë)

● **MARRËVESHJA PËR TEMËN**

Kur kërkojnë pëlqim për intervistë nga burimet, është e ndershme që gazetarët tua tregojnë temën për të cilën do të pyeten. Gazetarët nuk është patjetër, por mund t'i japin pyetjet prej përpara.

Bashkëbiseduesit duhet të presin edhe pyetje të tjera që mund të hapen në varshmëri nga rrjedha e bisedës. Nëse nuk bëhet fjalë për lajme të radios ose lajme televizive apo program të drejtpërdrejt, deklaratat dhe sjellja e bashkëbiseduesve në përmbajtjet përfundimtare duhet të prezantohen në mënyrë korrekte, të saktë dhe të besueshme.

● **RAPORT KORREKT NDAJ BURIMEVE DHE BASHKËBISEDUESVE**

Ndryshimet: Gazetarët duhet në kohë t'i informojnë burimet e informacioneve/ bashkëbiseduesit në rast se bëhen ndryshime të rëndësishme të programit, para se të transmetohen ose publikohen, veçanërisht nëse ndryshimet e bëra do të ndikojnë ndaj pëlqimit të parë të dhënë për pjesëmarrje.

Citatet: Detyrim i gazetarit është që mendimet e drejtpërdrejta t'i publikojë në citate. Sipas nenit 12 të Kodeksit të Gazetarëve. "Plagjiatura është e papranueshme. Citatet nuk mund të shfrytëzohen pa u theksuar burimi".¹⁹

Premtimet: Gazetarët nuk mund dhe nuk duhet tu garantojnë bashkëbiseduesve se deklaratat e tyre do të transmetohen, do të botohen në shtyp, e as nuk duhet tu premtojnë diçka që nuk mund ta përmbushin.

AUTORIZIMI I DEKLARATAVE TË DHËNA NGA BASHKËBISEDUESIT

Bashkëbiseduesit mund ta shfrytëzojnë të drejtën që të autorizojnë një deklaratë të dhënë për media. Në disa vende autorizimi është i detyrueshëm (për shembull në Gjermani), sepse shikuar nga aspekti juridik, bashkëbiseduesi është bashkautor i veprës. Përparësia e autorizimit është në atë e ndihmon që të parandalohen gabimet dhe garanton se bashkëbiseduesi nuk mund të pohojë se është cituar keq ose gabimisht.

Sipas Shoqatës së Gazetarëve të Maqedonisë, gazetarët nuk kanë detyrim për autorizim, por nëse pajtohen, i intervistuari nuk ka të drejtë t'i ndryshojë pyetjet gazetareske, kuptimin dhe kontekstin e përgjigjeve të veta²⁰. Autorizimi patjetër duhet të kufizohet në korrigjimet faktike ose linguistike. Nëse ndryshimet zvetënojnë autenticitetin e intervistës/ deklaratës ose janë në kundërtënie me diçka të rëndësishme që është thënë në të, editorët kanë të drejtë të refuzojnë t'i bëjnë ato ndryshime. Për këtë shkak rekomandohet që gazetarët të marrin shënime dhe ta incizojnë bisedën.

(Për më shumë shiko te Mbledhja e informacioneve, parimi Saktësia dhe e vërteta)

Burimet nuk kanë të drejtë që të përzihen në përpunimin redaksional të informacioneve të tyre, qëndrimeve/ citateve (titulli, nëntitulli, mestitujt në gazeta montimin e kronikës në radio, televizion ose median online).

Fotografite patjetër duhet ta kenë emrin dhe mbiemrin e autorit dhe nuk tu jepen në shfrytëzim personave të tjerë pa lejen e tij.

BURIMET ANONIME

Burimi i informacionit, sipas rregullave, duhet të identifikohet, por ndonjëherë informacionin që duhet ta dijë publiku është i kapshëm vetëm përmes burimeve që duan të mbeten anonime. Mbrojtja e burimeve të informimit është e garantuar me Kushtetutë (neni 16) dhe me ligj (neni 10 nga Ligji i Mediave). Sipas Kodeksit të Gazetarëve, "gazetari do ta identifikojë burimin e informacioneve, por nëse burimi kërkon të mbetet anonim, gazetari do ta mbrojë atë (neni 4)²¹. Anonimiteti sigurohet kur publikimi i informacioneve mund të ndikojë ndaj sigurisë së burimit ose sigurisë së palëve të tjera.

Gazetari çdoherë duhet të jetë kritik ndaj burimit dhe t'i verifikojë informacionet që i ofrohen. Vëmendje e veçantë duhet tu kushtohet situatave kur shfrytëzohen burime anonime ose kur gazetarit i ofrohen informacione ekskluzive. Në raste të këtilla duhet në mënyrë bazike të verifikohen motivet e ofruesit të informacionit.

Mediat duhet të krijojnë kahe të sakta për gazetarët në raste kur ata do të përcaktohen ta mbrojnë identitetin e burimit. Ligji i Mediave i urdhëron gazetarit "para se të publikojë informacionin për të cilin nuk e zbulon burimin (është i detyruar) për këtë ta njoftojë editorin përgjegjës". (neni 10, alineja 3). Ven-

¹⁹ Kodeksi i Gazetarëve të Maqedonisë, i disponueshëm në: <http://znm.org.mk/drupal-7.7/mk/node/440>

²⁰ Doracak për Etikë në Gazetari, i disponueshëm në: <http://www.znm.org.mk/drupal-7.7/sites/default/files/Priracnik%20za%20etika%20vo%20novinarstvo%20maj%202012.pdf>

²¹ Kodeksi i Gazetarëve të Maqedonisë, i disponueshëm në: <http://znm.org.mk/drupal-7.7/mk/node/440>

dimin e këtillë të gazetarit duhet ta respektojnë edhe kolegët e tjerë të medias, pa dallim nëse janë gazetarë ose profesionistë të tjerë mediatik.

Burimit duhet t'i bëhet me dije se gazetarët nuk janë në pozicion ta garantojnë anonimitetin nëse ka urdhra të mundshëm gjyqësor. Kur bëhet fjalë për sigurinë publike ose për vepra të rënda penale, organet e autorizuar gjyqësore mund të kërkojnë nga mediat t'i zbulojnë burimet e tyre të informimit.

Në raste të këtilla, mediat nuk duhet t'i këshillojnë gazetarët, editorët dhe punonjësit e tyre mediatik ta refuzojnë kërkesën e gjykatës²². Mediat duhet të sigurojnë ndihmë juridike dhe duhet t'i bëjnë thirrje gjykatës që me vëmendje të përcaktojë peshën e interesit publik, para se të kërkojë që gazetari ta shkel betimin.

Organet kompetente së pari duhet t'i njoftojnë gazetarët për të drejtën e tyre të mos zbulojnë informacione që e identifikojnë burimin, si dhe për kufizimet e kësaj të drejte para se të kërkoet zbulimi i burimit.

Gjatë informimit, gazetarët duhet të kenë kujdes gjatë portretizimit të burimit. Duhet të shmangin hollësi të cilat lehtë mund ta orientojnë publikun drejt identitetit të burimit të mbrojtur. Një burim i caktuar mund të kërkojë që të mos identifikohet madje as edhe nga familja e tij ose miqtë e tij më të afërt.

(Për më shumë shiko Burime anonime tek parimi: Transparenca)

E DREJTA E PËRGJIGJES

Nëse në punën e tij, duke shkruar për mosrespektimin e ligjeve dhe për punën e keqe të individëve, organizatave ose institucioneve, gazetarët transmetojnë informacion të pasaktë ose gënjeshtër, e cila mund të shkaktojë dëm ndaj punës së tyre ose ndaj dinjitetit e nderit të tyre, të kritikuarve u garantohet e drejta e përgjigjes. E drejta e korigjimit është e garantuar në nenin 16 të Kushtetutës së Republikës së Maqedonisë dhe në Ligjin e Mediave (nenet 15, 16 dhe 17). Në nenin 3 të Kodeksit të Gazetarëve thuhet “gazetari do të përpiqet që të sigurojë publikimin e korigjimit, përgënjeshtërimit ose përgjigjes, kur do të vërtetohet pasaktësia e informacionit”.

Mediat duhet të kenë evidencë për të gjitha kërkesat për përgjigje ose përgënjeshtërime, bashkë me datën dhe kohën e dorëzimit, emrat e personave dhe elementet kryesore të komunikimit. Kjo duhet të kihet parasysh me qëllim që përgjigja të publikohet në afat përkatës.

Lidhur me thekset që janë publikuar, të gjitha palët e tanguara duhet të jenë të trajtuara në mënyrë korrekte dhe të drejtë. Deklaratat e palëve të tanguara duhet të transmetohen në afat të arsyeshëm, më së shpeshti i përcaktuar me ligj, në programin e njëjtë, në orarin e njëjtë në TV ose në radio - programe dhe në hapësirën e njëjtë në median online. Nëse bëhet për gazetë, përgjigja duhet të publikohet në faqen e njëjtë dhe në hapësirë të barabartë, aq sa janë publikuar akuzat dhe

22 Në Rekomandimin nr. P (2000)7 për të drejtën e gazetarëve që të mos i zbulojnë burimet e informimit, e miratuar nga Këshilli i Evropës janë theksuar përjashtime kur kjo e drejtë e gazetarëve mund të kufizohet përkatësisht në cilat raste interesi publik për zbulimin qartë vihet mbi interesin publik që të mos zbulohet burimi.

23 Në nenet 18 dhe 19 të Ligjit të Mediave, detajisht janë sqaruar kushtet, afatet dhe mënyra e publikimit të korigjimit në lloje të ndryshme të mediave. I disponueshëm në: http://avmu.org.mk/images/Konsolidiram_tekst_na_zakon_za_mediumi_18.11.2014.pdf

sulmet. Përgjigjet në përgënjeshtime dhe në korigjime, të cilat e tejkalojnë kuadrin e temës, që është objekt i reagimit ose janë në volum jo të njëjtë me atë që është deklaruar-redaktori përgjegjës i medias mund të refuzojë publikimin e tyre.²³

REFUZIMI I BURIMEVE TË MARRIN PJESË NË PËRMBAJTJET MEDIATIKE

Çdokush ka të drejtë të refuzojë pjesëmarrje në kronikë, emision ose ndonjë lloj të produktit mediatik. Kur publiku pret të dëgjojë

kundër-argumente ose qëndrime të ndonjë individi ose organizate, të cilat janë të përfshira në përmbajtjet/ programet, është e preferuar që gazetarët ta sqarojnë mungesën e tyre. “Nëse gazetari është i penguar të vijë deri tek informacioni i kërkuar, ka të drejtë për këtë ta informojë publikun” (neni 2). Akuza serioze si rezultat i hulumtimit gazetaresk (në mungesë të individit apo institucionit të akuzuar) mund të publikohen nëse pala e prekur ka qenë në mënyrë përkatëse e konsultuar dhe me atë rast nuk është përgjigjur në afat të arsyeshëm kohor.



8

Dëmi dhe fyerja

Mediat duhet ta paraqesin botën ashtu siç është, duke përfshirë të gjitha aspektet e përvojës dhe realitetit njerëzor. Ata janë të detyruar që të balancojnë midis të drejtës të publikojnë përmbajtje të reja

dhe impulsive informative në një anë dhe në anën tjetër përgjegjësisë për mbrojtjen e më të dobëtëve nga dëmi dhe fyerja. Mediat dhe gazetarët duhet të jenë të kujdesshëm ndaj publikut, veçanërisht në përmbajtjet që kanë të bëjnë me mbrojtjen e fëmijëve.

Standardet

- ▶ Mediat dhe gazetarët duhet të sigurojnë mbrojtje përkatëse të opinionit/ publikut nga përmbajtjet e dëmshme dhe fyese;
- ▶ Në rastet kur në përmbajtje ka materiale që mund të shkaktojnë dëm ose të ofendojnë një pjesë të publikut, mediat çdoherë duhet të tregojnë përgjegjësi editoriale, duke u thirrur në standardet profesionale dhe kodekset etike;
- ▶ Mediat nuk duhet të publikojnë ose të transmetojnë përmbajtje që mund seriozisht të dëmtojnë zhvillimin fizik, mental ose moral të fëmijëve dhe adoleshentëve;
- ▶ Gazetarët kanë detyrim që të kultivojnë kulturën e të folurit, Përdorimi i gjuhës së ashpër mund të arsyetohet nga aspekti editorial, vetëm nëse është në pyetje interesi publik.

Praktikat

● (MOS) SHFRYTËZIMI I PËRMBAJTJEVE POTENCIALISHT FYESE

Para se të publikojnë/ transmetojnë përmbajtje të mundshme fyese, mediat medoemos duhet të sigurohen se hapi i tillë i tyre është i arsyeshëm. Me përmbajtje fyese nënkuptohet të folurit ofendues, dhuna, nënçmimi, shqetësimi, dhuna seksuale, aktivitetet në të cilat tregohet cenimi i dinjitetit njerëzor, diskriminimi gjuhësor, diskriminimi në bazë të moshës, invaliditetit, gjinisë, racës, religjionit ose orientimit seksual. Ndaj përmbajtjeve të këtilla duhet të qaset me shumë kujdes.

Prandaj, radiodifuzerët janë të obliguar të veprojnë në pajtim me Rregulloren e Agjencisë së Shërbimeve Audio dhe Audiovizuale për Mbrojtjen e Personave të Mitur²⁴. Sipas rregullatorit vendas të mediave, dhuna është “çdo pasqyrim i dukshëm i çfarëdo forme e kërcënimit, që ka mundësi të realizohet nga fuqia fizike ose përdorimi i drejtpërdrejt i fuqisë, me ose pa armë, fuqi e cila ka qëllim të lëndojë ose tmerrojë një ose një grup të qenieve të gjalla “.

Materialet e publikuara në televizion në periudhën prej orës 5 deri në orën 22 në mbrëmje duhet të jenë përkatëse për publikun e përgjithshëm, duke përfshirë edhe fëmijët.

Programet e vonshme të natës mund të jenë jopërkatëse për fëmijët më të vegjël se 12 vjet dhe nga ata të mos ndiqen pa praninë e një personi të moshuar. Çdo material duhet tu referohet standardeve editoriale ose të kontrollohet nga komisioni i pavarur editorial.

Në programet e radios duhet të ketë informacione, përmbajtjen e të cilave mund ta ndjekin edhe fëmijët. Në raste kur përmbajtjet kanë potencial t'i tejkalojnë pritjet e zakonshme të publikut, në programet televizive dhe në mediat online duhet të jenë të shënuara në mënyrë përkatëse se mund t'i ndjek publiku mbi 12 vjeç.

● PËRCAKTIMET KOHORE PËR PËRMBAJTJET NË RADIO DHE TELEVISION

Koha televizive deri në orën 22 shfrytëzohet që të mund radiodifuzerët të bëjnë dallim midis programeve që i drejtohen kryesisht publikut të përgjithshëm dhe publikut të personave të moshuar. Por, prindërit dhe kujdestarët gjithashtu kanë përgjegjësi për fëmijët e tyre, kur është në pyetje ndjekja e mediave. Ora 22 shënon fillimin e transmetimit të përmbajtjeve për të rritur, por duhet pasur parasysh që ndryshimi i strukturës programore të mos bëhet befasishëm ose me shpejtësi. Planifikuesit e programit dhe orareve duhet t'i kenë parasysh natyrën e kanalit dhe pritjet e publikut.

● LAJMET TELEVIZIVE

Mediat patjetër duhet të kenë kujdes kur planifikojnë të shfaqin dhunë në lajmet televizive. Editorët dhe gazetarët kanë detyrim që ta paralajmërojnë dhe ta arsyetojnë shfaqjen e skenave eksplicite të dhunës. Kur dhuna e jetës reale ose pasojat e saj prezantohen në televizione ose publikohen në radio ose në Internet, ka nevojë për balancim midis obligimit për vërtetësi në njërin anë dhe në anën tjetër rrezikut nga indiferenca (desenbilizimi i publikut) ndaj përmbajtjeve të këtilla për shkak të rrezikut nga shkaktimi i traumave tek shikuesit.

24 Doracak i Agjencisë së Shërbimeve Audio dhe Audiovizuale për Mbrojtjen e Personave të Mitur, i disponueshëm në: http://www.avmu.mk/images/Pravilnik_zashtita_na_malloleznite_lica.pdf

DHUNA DHE MBROJTJA E FËMIJËVE

Mediat janë të obliguara që të mbajnë llogari lidhur me faktin që shfaqja e shpeshtë dhe e vazhdueshme e dhunës mund të ketë efekt kumulativ negativ ndaj personave të mitur, që tek ata mund ta ul nivelin e ndjeshmërisë ndaj dhunës dhe të zhvillojë mendimin se dhuna është mënyrë e pranueshme për zgjidhjen e problemeve.

Skenat me dhunë verbale, fizike ose me sjellje tjera të rrezikshme të cilën personat e mitur mund lehtë ta imitojnë nuk guxon të transmetohen në programe që para së gjithash janë të dedikuara për persona të mitur.

Kur publikohet ose transmetohet dhunë, bëhet përshkrimi i dhunës dhe pasojave të saj në programet më të shikuara ose në mediat e internetit, që mund të tërheqin vëmendje tek një numër më i madh i fëmijëve, mediat duhet qartë të bëjnë me dije se përmbajtjet e tilla për cilin grup targetues të publikut publikohen ose transmetohen.

Për shkak të personave të mitur, transmetimi i programeve që përmbajnë përshkrime, skena dhe/ose shfaqje me forma të sjelljes sugjestionuese të rrezikshme për shëndetin dhe sigurinë, që mund lehtë të imitohen, patjetër që duhet të arsyetohen në mënyrë përkatëse²⁵.

VETËVRASJA, TENTIMI PËR VRASJE DHE VETËLËNDIMI

Etika në gazetari kërkon që mediat të sillen me një kujdes dhe diskrecion të jashtëzakonshëm në informim për vetëvrasjet ose për tentimet për vetëvrasjen. Për këtë aprovohet praktika që thuhet edhe të mos shkruhet për vetëvrasjet, e veçanërisht ato të njerëzve ano-

nimë.²⁶ Në pajtim me nenet 7 dhe 8 të Kodit Etik, gazetarët janë të detyruar që ta ruajnë privatësinë e personalitetit dhe të mos raportojnë me senzacionalizëm, sepse bëhet fjalë për tragjedi familjare. Viktimë është vetëvrasësi, por viktima janë edhe prindërit, motrat, vëllezërit dhe të gjithë që në njëfarë mënyre kanë qenë të lidhur me viktimën.

Megjithatë, nëse editorët marrin vendim se do të informojnë për këtë akt, duhet të shmangët përshkrimi i detajuar i metodës së shfrytëzuar për shkak të rrezikut që disa kategori të caktuara të rrezikuara ta kopjojnë aktin e këtillë. Për shembull, gjatë raportimit për ndonjë mbidozim me barna, nuk duhet të futet në detaje për mënyrën, sasinë ose kombinimin e barnave të marra ose për atë se si janë furnizuar.

Veçanërisht duhet pasur kujdes kur bëhet fjalë për metodë të veçantë të vetëvrasjes. Edhe pse me detajet e këtilla, lajmi për vetëvrasjen bëhet më tërheqës për mediat, metoda e kryerjes mund të ndikojë që edhe persona tjerë ta zbatojnë mjetin e këtillë²⁷. Kur raportohet me fakte për vetëvrasjen, për tentim për vetëvrasjen dhe vetëlëndim, është e preferuar që të prezantohen përmes portretizimit fiktiv (vizatime, skica).

Nuk duhet të shfrytëzohen fotografi ose video - xhirime nga vendi i vetëvrasjes, veçanërisht kur nga ato lexuesi ose shikuesi mund ta përcaktojë lokacionin dhe metodën e vetëvrasjes. Përveç kësaj, nuk duhet të shfrytëzohen fotografi nga viktima që ka bërë vetëvrasje, si dhe letra ose porosi të lëna. Megjithatë, nëse shfrytëzohen fotografi më të vjetra të viktimit, gazetarët duhet të marrin leje nga anëtarët e familjes. Këto fotografi nuk duhet të publikohen në vende prominente në media dhe në oraret më të shikuara.

25 Ibid.

26 Për më shumë shih në Udhëzimin për Raportim rreth Vetëvrasjeve, fq. 39 në "Doracakun për Etikë në Gazetari" (2012); SHGM

27 Për më shumë shih në Rekomandimet e Organizatës Botërore të Shëndetësisë për parandalimin e vetëvrasjeve (NLMclassification: HV 6545), i disponueshëm në: http://www.who.int/mental_health/prevention/suicide/resource_media.pdf

EROTIKA

Edhe në përmbajtjet mediatike është e lejuar që të shfaqet erotika deri në kufij të caktuar, por mediat janë të detyruara të mbajnë llogari se përmbajtjet e këtilla mund të shkaktojnë dëm personave të mitur. Prandaj, detyrim i radio - difuzerëve është të bëjnë kategorizimin e programeve që përmbajnë erotikë në pajtueshmëri me Rregulloren për Mbrojtjen e Personave të Mitur, e publikuar nga Agjencia e Shërbimeve Mediatike Audio dhe Audiovizuale.

Kur në kronikat e lajmeve dhe programeve informative ose në përmbajtjet online ka përshkrime, skena dhe/ ose storje që përmbajnë erotikë, vlerësimi i përshtatshmërisë së periudhës së pasqyrimit të tyre në programet televizive ose në median online duhet të bazohet mbi shkallën e eksplicitetit të detajeve të pasqyruara²⁸.

Sipas Ligjit të Mediave (neni 6), media e shkruar me përmbajtje pornografike domosdo duhet të ketë paralajmërim të dukshëm se përmban pornografi, si dhe paralajmërim se shpërndarja, përkatësisht shitja e saj është e ndaluar për persona të mitur dhe të pakotohet në qese të tejdukshme najloni.

SJELLJA DEVIJUESE SEKSUALE

Trajtimi mediatik i temave të lidhura me pedofilinë dhe format e tjera të sjelljes seksuale, të ndaluar me ligj në lajme, programet informative, dokumentare dhe të tjera, në shtyp, radio dhe në mediat online nuk guxon të përmbajë çfarëdo sugjerimi, ose nxitje të qëndrimit të padëshiruar social. Gjatë kategorizimit të programeve, mediat janë të detyruara të mbajnë llogari për faktin se përshkrimet, skenat ose/ edhe shfaqja e dhunimit ose pasojat e dhunimit mund të kenë sidomos

pasojat të dëmshme ndaj personave të mitur. Planifikimi i orareve për transmetimin e programeve në televizion, në të cilat trajtohet keqpërdorimi seksual i personave të mitur domosdo të bazohet mbi faktin se ata persona mund të shqetësohen si pasojë e identifikimit të mundshëm me viktimën e treguar në aktin e dhunshëm.

Në oraret më të shikuara televizive, kur fëmijët mund të jenë pjesë e publikut ose në përmbajtjet online që mund të ndiqen nga personat e mitur, mediat nuk duhet të shfaqin akt seksual pa sqarime dhe paralajmërim serioze.

PËRDORIMI I DROGËS, CIGAREVE DHE ALKOOLIT

Përdorimi i drogës, substancave psiko-aktive, cigareve dhe alkoolit nuk mund të shfaqet në programe audio - vizuale, të cilat para së gjithash janë të dedikuara për persona të mitur, e as të promovohen në gazeta përkatësisht në mediat e internetit, publik i së cilave janë edhe fëmijët dhe të rinjtë.

Përmbajtjet e këtilla veçanërisht duhet të shmangen në orarin me shikueshmëri më të madhe në programet televizive, kur fëmijët janë pjesë e publikut.

SHPREHJET DHE GJESTET E PÄHIJSHME

Gazetarët patjetër duhet të kenë parasysh standardet morale të publikut, së cilit i drejtohen dhe nuk duhet të përdorin fjalë fyese.

Sharjet mund të përdoren në raste të jashtëzakonshme, vetëm kur është e domosdoshme që të sqarohen faktet. Thuajse asnjëherë nuk duhet të shfrytëzohet sharja jashtë citatit të drejtpërdrejt të bashkëbiseduesve. Sa më

28 Rregullore e Agjencisë së Shërbimeve Mediatike Audio dhe Audiovizuale për Mbrojtjen e Personave të Mitur, i disponueshëm në: http://www.avmu.mk/images/Pravilnik_za_zashtita_na_malloletnite_lica.pdf

e rëndë të jetë sharja, aq më i rëndë duhet të jetë vendimi se vallë duhet e njëjta të publikohet. Duhet të shmangët përdorimi i sharjeve në tituj.

Përdorimi i gjuhës së ashpër mund të jetë në interes të publikut kur shfrytëzohet si pjesë e komenteve, vështrimeve kritike ose në programe që përmbajnë satirë dhe në kontributet satirike në gazeta ose në mediat online, në të cilat ironizohet realiteti politik.

Përdorimi i shprehjeve dhe gjesteve të pahijshme është i pranueshëm në lloje të caktuara të programeve zbatimëse, në programet artistike si element estetik, në programet arsimore dhe dokumentare ose në përmbajtjet e shtypit ose të mediave online, të cilat e tematizojnë zbatimin artistik të të folurit jo të hijshëm (vulgar) dhe aspektet e tij motivuese shoqërore.

Në programet të cilat janë të dedikuara për tërë familjen, ndërsa transmetohen në shërbimet programore televizive në periudhën deri në orën 20:00, nuk lejohet përdorimi i tepruar i shprehjeve dhe gjesteve të pahijshme.

● **PREZANTIMI DHE STEREOTIPIZIMI**

Mediat duhet me korrektësi dhe objektivisht t'i prezantojnë njerëzit dhe kulturat e tyre në Republikën e Maqedonisë. Përmbajtja

mund t'i reflektojë paragjykimet dhe stereotipat që ekzistojnë në shoqëritë në botë për kulturat ose komunitetet e ndryshme, por publiku nuk duhet të fitojë përshtypjen se media i mbështet.

Stereotipat përkufizohen si “perceptime ose besime që i posedojmë për grupe ose individë mbi bazën e mendimeve dhe qëndrimeve të formuara më parë”²⁹. Stereotipat mund të jenë pozitive ose negative. Duhet pasur kujdes, sepse edhe stereotipat e rastësishme dhe të paqëllimshme mund të duken fyese. Për shembull, stereotip mund të krijojë kur jemi jashtë vendit dhe kur jemi të ballafaquar me njerëz dhe situata me të cilat nuk jemi mësuar.

● **PARAGJYKIMET**

Paragjykimet paraqesin “qëndrimet dhe mendime të padrejta, të anshme dhe jotolerante ndaj një personi ose grupi tjetër, thjesht për shkak se i takojnë një religjioni, race ose kombi specifik ose ndonjë lloji tjetër të grupit”³⁰. Paragjykimet, njësoj si edhe stereotipat, mund të jenë pozitive dhe negative.

Gazetarët duhet të jenë pafundësisht të kujdesshëm kur fyejnë përkatësinë etnike, racën ose përkatësinë fetare, me qëllim që të pengojnë përforcimin e stereotipave ose paragjyqimeve negative.

29 Raportimi për Diversitetet: standardet evropiane, korniza vendore juridike dhe kodekset etike, i disponueshëm në <http://vs.edu.mk/vs.edu.mk/attachments/Mediumi-izbori-MK.pdf>
30 Ibid



Privatësia

DORACAK PËR INTERESIN PUBLIK NË GAZETARI

E drejta e privatësisë do të thotë e drejtë e qytetarëve të lihen të qetë, ose e drejtë për të pasur kontroll ndaj publicitetit të padëshiruar të të dhënave personale. Çdokush ka të drejtën e respektimit të jetës private dhe familjare, të drejtën e banimit, shëndetit dhe korrespondencës, përfshi këtu edhe komunikimin digjital. Mediat kanë për detyrë ta respektojnë privatësinë dhe të mos e shkelin atë pa ndonjë arsye të mirë ose nëse nuk ekziston interes publik.

Kushtetuta e Republikës së Maqedonisë çdo qytetari i garanton respektimin dhe mbrojtjen e privatësisë së jetës personale dhe familjare, dinjitetit dhe autoritetit (neni 25). Ligji për mbrojtjen e të dhënave personale e mbron privatësinë e individëve përmes rregullimit të mënyrave se si përpunohen dhe si shfrytëzohen të dhënat personale. Ligji për Shërbime Audio dhe Audio - vizuale i obligon radiodifuzerët publik dhe privat të respektojnë dhe mbrojnë privatësinë, dinjitetin, autoritetin dhe nderin e individit. (neni 61 dhe 110).

Përmbushja e këtyre obligimeve rregullatore, etike dhe ligjore kërkon vlerësimin e baraspeshës midis privatësisë dhe të drejtës

së mediave për të publikuar informacione të interesit publik. Mediat duhet jenë të afta të dëshmojnë se përse arsyetohet shkelja e privatësisë.

Ekzistojnë disa çështje kryesore kur mendohet për ndërhyrje në privatësi:

- Duhet të ketë arsye të mjaftueshme për ndërhyrje në privatësinë e njerëzve, e cila duhet të arsyetohet me nivelin e dëmit potencial që mund të dalë nga ndërhyrja;
- Duhet të ekzistojë arsye e mirë për motivin – që ndërhyrja të arsyetohet duke pasur parasysh interesin publik, mirëqenien publike, e cila do të pasojë pas publikimit të informacionit;
- Metodrat të cilat shfrytëzohen duhet të jenë në pajtim me seriozitetin e rrëfimit dhe interesit të tij publik – të shfrytëzohet ndërhyrje sa më minimale e mundshme ndaj privatësisë;
- Duhet të ketë kompetencë përkatëse - që çfarëdo lloj ndërhyrje duhet të jetë e autorizuar nga niveli më i lartë dhe me mbikëqyrje përkatëse;
- Duhet të ketë gjasa të arsyeshme për sukses.

Standardet

- ▶ Mediat janë të obliguara të vendosin balancim midis interesit publik të lirisë së shprehjes dhe pritjeve legjitime për privatësinë e qytetarëve;
- ▶ Në funksion të informimit të plotë dhe të saktë për ngjarjet në të cilat ka vuajtje njerëzore dhe katastrofa, mediat e kanë për obligim të vendosin balancim midis interesit publik dhe privatësisë së qytetarëve, si dhe respektimin e dinjitetit të tyre njerëzor;
- ▶ Mediat duhet ta arsyetojnë ndërhyrjen në jetën private të individit pa pëlqimin e tij, duke treguar se ai është më i vogël se interesi publik;
- ▶ Mediat raportojnë për sjelljen private të personave publik vetëm kur sjellja apo pasojat e saj mund ta kërcënojnë interesin publik.

Praktikat

● **KUFIJTË E PRIVATËSISË**

Gjatë informimit, gazetarët duhet t'i marrin parasysh pritjet legjitime për privatësi të individit, varësisht nga vendi dhe natyra e informacioneve dhe sjelljeve, shkallën deri në të cilën informacioni veçmë është fushë publike dhe nëse personi i prekur është “para syve të opinionit”.

Privatësia përballë interesit publik: Sjellja private, informacionet, korrespondenca dhe bisedat nuk duhet të paraqiten në publik përveç nëse nuk ekziston interes publik, i cili i tejkalon pritjet për privatësi. Nuk ekziston një përkufizim i vetëm për interesin publik. Interesi publik, nënkupton, por nuk është i kufizuar në: zbulimin e krimit, zbulimin e sjelljes josociale, zbulimin e korrupsionit apo padrejtësisë, zbulimin e jokompetencës dhe jokujdesit, mbrojtjen e shëndetit dhe sigurisë së njerëzve, parandalimin e njerëzve nga hutimi i shkakuar nga deklaratat apo veprimet e individëve ose organizatave, zbulimin e informacioneve të cilat i ndihmojnë njerëzit që më mirë t'i kuptojnë apo të marrin vendime për çështje që janë të rëndësishëm për publikun. Gjithashtu, ekziston interes publik edhe në vetë lirinë e të shprehurit.

Kur mendohet për atë se çfarë është në interes të publikut, mediat, gjithashtu duhet t'i marrin parasysh informacionet të cilat veç më janë në fushën publike ose do të kenë qasje për publikun. Kur përdoret interesi publik për tu arsyetuar ndërhyrja në privatësi, duhet të mendohet për proporcionalitetin: sa më e madhe të jetë ndërhyrja në privatësi, aq më i madh duhet të jetë arsyetimi për interesin publik.

Lokacioni: Njerëzit në vende publike ose gjysmë-publike (vende në të cilat publiku ka qasje të përgjithshme, siç janë aeroportet, stacionet, qendrat tregtare) nuk mund të presin

shkallë të njëjtë të privatësisë si në shtëpi apo në lokacione të tjera të ndjeshme. Lokacioni duhet parë nga aspekti i aktivitetit. Njerëzit në hapësira publike apo gjysmë - publike presin privatësi më të madhe nëse aktiviteti apo informacioni që zbulohet sipas natyrës së tij është privat. Për shembull, më e madhe është pritshmëria për privatësi kur dikush është në vend publik apo gjysmë -publik, ndërsa aktiviteti është trajtimi mjekësor. Mediat nuk do të japin informacione për lokacionin e shtëpisë ose familjes së personit, pa pëlqimin e tyre, përveç nëse kjo nuk është në interes publik.

Sjellja: Më e vogël është e drejta e privatësisë kur sjellja e individit është kriminale apo seriozisht josociale. Persona nën hetim ose persona “para syve të opinionit” (siç janë politikanët, artistët, sportistët dhe persona të tjerë eminentë) dhe familja e tyre më e ngushtë apo miqtë, ruajnë të drejtën e jetës private. Por, gazetarët mund të informojnë për sjelljen private të personave publik nëse për një gjë të tillë ka interes publik.

● **PRIVATËSIA DHE PËLQIMI**

Nëse përmbajtja e informacionit/ programit nuk e shkel privatësinë e një personi apo organizate, duhet të merret pëlqim para se të publikohet/ transmetohet materiali, përveç nëse nuk është e arsyetuar shkelja e privatësisë (konsiderohet se për paraqitje me telefon në emisione është dhënë pëlqimi për emetimin e personave të cilët lajmërohen). Kur pjesëmarrësi jep pëlqimin për pjesëmarrje në media, supozohet se ka hequr dorë nga pritjet e veta për privatësinë.

(Për më tepër shih Dhënia e pëlqimit të parimi: Ndershmëria –të qenit i drejtë)

Mediat çdoherë duhet të punojnë në mënyrë transparente, përveç nëse kanë leje për incizim të fshehtë, kur edhe mund ta bëjnë një gjë të tillë. Kjo sidomos është e rëndësishme kur

pajisja audio - vizuale nuk është e dukshme, si në rastin e kamerave të vogla, telefonave celularë dhe ueb-kamerave fikse. Në këtë rast mediat duhet t'i informojnë njerëzit se mund të jenë pjesë e incizimit dhe në këtë mënyrë tu mundësojnë t'i shmangen incizimit.

Kur incizohet në institucione publike, kompanitë e biznesit dhe organizata të tjera, duhet të merret leje nga organi kompetent ose nga drejtoria, ndërsa mund të incizojë pa leje përveç nëse ka arsyetim për një gjë të tillë. Zakonisht nuk kërkohet pëlqim individual nga të punësuarit ose nga personat e tjerë, paraqitja e të cilëve është aksidentale ose kur ata janë pjesëtarë anonim të publikut. Nuk kërkohet pëlqim i posaçëm për emetimin-publikimin e incizimit të programit, nëse personi fizik nuk duket mirë (fotografia duhet të jetë e mjegulluar).

Kur incizimi bëhet në vende publike dhe gjysmë - publike, zakonisht nuk kërkohet pëlqim nga persona fizik që janë kapur rastësisht nga kamera si pjesë e skenës së përgjithshme, përveç nëse janë të përfshirë në aktivitete me të cilat kanë pritje legjitime të privatësisë. Nëse individi apo organizata kërkon ndërprerjen e incizimit për shkak të shkeljes së privatësisë, media duhet ta bëjë menjëherë një gjë të tillë, përveç nëse nuk është e arsyetuar nga redaksia që incizimi të vazhdojë.

Në vende potenciale të ndjeshme, për shembull në ambulanca, spitale, shkolla dhe burgje duhet të merret pajtueshmëri për grumbullimin e informacioneve për publikimin/ emetimin, përveç nëse nuk është e arsyetuar që të merret pëlqim i tillë për shkak të mbrojtjes së interesit publik.

Para incizimit të pronës private, çdoherë duhet të merret pëlqimi. Incizimi pa leje paraprake është i arsyetueshëm në vende ku pub-

likja ka qasje të përgjithshme, për shembull në qendra tregtare, në stacione hekurudhore ose në aeroport, ose atje ku incizimet do të ndihmojnë për ilustrimin e sjelljes josociale. Nëse incizohet në pronë publike apo gjysmë-publike pa pëlqim paraprak, ndërsa pronari ose personi juridik kërkon që incizimi të ndërpritet, një gjë e tillë duhet të respektohet, përveç nëse nuk është në interes publik.

IDENTITETI I PERSONIT

Ekzistojnë situata të shumta në të cilat nuk duhet të zbulohet identiteti i personit. Identifikimi nuk do të thotë vetëm publikim i emrit të individit, por dhe shfrytëzimi i fotografive apo informacioneve të detajuara, të cilat e identifikojnë personin në opinion.

Identiteti i të dyshuarit: Sipas sistemit juridik në Maqedoni, një person konsiderohet si i pafajshëm derisa fajësia e tij nuk dëshmohet në gjyq. Fakti që personi është në hetim policor, vetvetiu nuk dëshmon se ka kryer vepër penale. Për identitetin e tij mund të raportohet vetëm me iniciale, ndërsa nëse ka incizim, i njëjti duhet të mjegullohet. Gjithashtu është e papranueshme që të bëhet xhirimi i aktit të arrestimit të të dyshuarit.

Identiteti i të akuzuarit: Kur identifikohet personi i akuzuar për vepër penale në informacion/ program, publikohet vetëm një pjesë e procesit gjyqësor (sepse midis akuzës dhe gjykimit mund të kalojë një periudhë). Xhirimi dhe publikimi i të dhënave për persona kundër të cilëve ka procedurë gjyqësore apo administrative është në kundërshtim me përcaktimet e Ligjit për Mbrojtjen e të Dhënave Personale, sepse në këtë mënyrë shkelet parimi i prezumimin të pafajësisë. Në "Udhërrëfyesin për gazetarë në procedurën penale: Opinioni në procedurën penale"³¹ rekomandohet që në të gjitha rastet kur interesi publik

31 Shih: Dimovski, S., Ilievski J., Dimitrovski, Z. (2014) Opinioni në procedurën penale: Udhërrëfyes për gazetarët në procedurën penale, Shkup: Misioni i OSBE-së në Shkup

është i madh dhe i arsyeshëm, mediat duhet të sigurojnë anonimitet për personat të cilët në mënyrë të drejtpërdrejt janë të përfshirë në procedurat që janë në rrjedhë, njëjtë siç vepron gjykata me publikimin e vendimeve të anonimizuara derisa ato nuk bëhen të plotfuqishme.

Identiteti i kryerësit të dhunës seksuale: Mediat i kushtojnë rëndësi të madhe faktit kur të akuzuarit për vepra penale që kanë të bëjnë me dhunën seksuale lirohen nga burgu. Shpeshherë supozohet se zbulimi i identitetit të tyre në media i shërben interesit publik. Por, situatat e këtilla kërkojnë veprim të kujdesshëm. Zbulimi i identitetit të kryerësit të dhunës seksuale është në interes të opinionit nëse ata edhe më tej paraqesin kërcënim të vërtetë për sigurinë e të tjerëve.

Në kundërshtim me këtë, zbulimi i identitetit mund të shkojë në dëm të aftësisë së kryerësit të veprës penale gjatë rehabilitimit të tij dhe integritetit në shoqëri.

Identiteti i viktimave të veprave penale: Publikimi i identitetit të viktimave shpeshherë shkakton pikëllim, dhembje dhe trauma. Sipas rregullës, nuk publikohet identiteti i viktimës së veprave penale (veçanërisht nëse bëhet fjalë për dhunë seksuale), përveç se në këto raste: kur viktimat pajtohet me publikimin— në formë të shkruar ose xhiruar, kur viktimat vullnetarisht merr pjesë në storjen gazetareske, kur kjo është në interes publik.

● **TË DHËNAT PERSONALE**

Kur grumbullohen të dhënat personale nga bashkëpunëtorët, nga publiku apo edhe nga qytetarët e tjerë, gazetarët duhet në mënyrë të qartë të tregojnë se si do t'i shfrytëzojnë. Këtu duhet të veprohet sipas udhëzimeve për privatësi dhe pajtueshmëri.

● **FËMIJËT DHE KATEGORITË E RREZIKUARA**

Vëmendje e posaçme duhet t'i kushtohet pritjeve për privatësinë e personave nën moshën 16 vjeçare dhe kategoritë e rrezikuara. Ata nuk e humbin të drejtën e tyre të privatësisë, për shembull, për shkak të famës, reputacionit të prindërve ose për shkak të ngjarjeve në shkollë. Kur personat nën moshën 16 vjeçare dhe kategoritë e rrezikuara janë të përfshirë në përmbajtjen/ programin në mënyrë që e shkel prritjen legjitime për privatësi, duhet të merret pëlqimi i prindit, kujdestarit ose ndonjë personi tjetër mbi 18 vjeç. Çdoherë kur kjo është e mundur, madje edhe nëse tema është triviale dhe jokontradiktore për pjesëmarrjen e tyre në media, ose kjo është e arsyeshme pa leje.

„Kategori e rrezikuar“ janë ata të cilët kanë vështirësi në mësim, probleme shëndetësore mentale, persona me dëmtime të trurit ose forma të demencës, persona të cilët kanë qenë të traumatizuar ose të cilët janë të sëmurë rëndë.

● **VUAJTJA, DHEMBJA, VDEKJA, SHQETËSIMI**

Mediat nuk duhet të fotografojnë apo xhirojnë viktimat të fatkeqësive, katastrofave apo personat të cilët vuajnë për shkak të tragjedisë personale, madje edhe në vende publike, sepse kjo paraqet shkelje të privatësisë. Përgjashtim bëjnë rastet kur xhirimi është i arsyetueshëm për shkak të mbrojtjes së interesit publik, ose nëse personat e prekur japin pëlqimin për një gjë të tillë. Personave të cilët janë në situatë shqetësimi nuk duhet t'u bëhet presion dhe të kërkohet nga ta deklaratë apo pjesëmarrje në program, përveç nëse për një gjë të tillë nuk ka ndonjë arsyetim të mirë.

Që të shmanget shkelja e privatësisë kur bëhet fjalë për fatkeqësi, katastrofa, trazira,

dhunë ndaj individëve apo luftë, çdoherë duhet të balanohet me interesin publik. Kur ekipi gazetaresk mbërrin në vendin e ngjarjes-katastrofë apo gjendje e jashtëzakonshme, gjithmonë është nën presion, gjë që e vështirëson vlerësimin nëse përmes xhiritit shkelet privatësia e dikujt. Por pikërisht në një situatë të tillë duhet të vlerësohen implikimet për privatësinë. Kërkesa për të xhiruar sa më shpejtë dhe programi të transmetohet drejtpërdrejt nuk duhet të mbisundojë ndaj privatësisë së atyre të cilët kanë pësuar. Ka shumë pak situata kur arsyetohet emetimi i momentit të vdekjes dhe çdoherë duhet të respektohet privatësia dhe dinjiteti i personit të vdekur. Nuk duhet të tregohen skena eksplicite nga persona të lënduar rëndë apo të vdekur dhe të atyre të cilët janë në telashe. Mund të kërkohet deklaratë ose intervistë nga personat e lënduar në fatkeqësi apo katastrofa, por jo me presion, me thirrje telefonike apo porosi, ose me pritje përpara shtëpisë së tyre.

Është i nevojshëm pëlqimi për xhirim në varrimin privat, ndërsa nëse kjo bëhet pa leje, atëherë duhet të ekzistojë interes i fuqishëm publik.

● PËRMBAJTJET E MEDIAVE SOCIALE

Materialet, veçanërisht fotografitë dhe videot në rrjetet sociale dhe faqet e tjera të internetit ku publiku ka qasje të hapur, mund të konsiderohet se janë në fushën publike. Por, kur këto materiale sërish i shfrytëzojnë mediat, ato zakonisht prekin një opinion shumë më të gjerë. Për këtë shkak gazetarët duhet të mendojnë për ndikimin e përdorimit të sërishëm të këtyre materialeve, veçanërisht kur bëhet fjalë për ngjarje tragjike apo shqetësuese.

Gjithashtu, duhet të merret parasysh rreziku i shkeljes së të drejtave autoriale.

Për shfrytëzimin e përmbajtjeve nga mediat sociale, duhet të merret pëlqim paraprak.

● XHIRIMI I FSHEHTË

Xhirimi i fshehtë patjetër duhet të jetë i arsyetuar me interes të qartë publik. Ai është mjet i vlefshëm për median sepse mundëson xhirimin e dëshmimeve ose aktiviteteve të cilat në të kundërtën publiku nuk do të kishte mundësi t'i shikojë ose dëgjojë. Por xhirimi i fshehtë duhet të jetë metodë e cila vjen në konsideratë vetëm si opsion i fundit. Atje ku pritjet legjitime për privatësi janë më të larta, para xhiritit të fshehtë, media duhet të kërkojë që rasti të kalojë testin më të rreptë të interesit publik. Në situata të këtilla bëjnë pjesë: xhirimi i fshehtë i vendeve private kur publiku nuk ka qasje; evidentimi i fshehtë i trajtimit mjekësor; xhirimi i fshehtë i personave publik në pikëllim ose nën stres ekstrem në vende publike ose gjysmë - publike.

Xhirim i fshehtë llogariten teknikat si vijon: shfrytëzimi i kamerës ose mikrofonit të fshehtë, përdorimi i pajisjes audio-video, lentave të gjata, kamerës së vogël video, kamerës së telefonisë celulare, fotoapararit dhe mikrofonit të radios kur njerëzit nuk janë të vetëdijshëm se i xhirojnë, përdorimi i qëllimshëm i teknikave të përmendura ose kur fshihet pajisja nga ata që xhirohen ose të lihet përshtypje se xhirohen për qëllime tjera (për shembull, videoja nga pushimet); incizimi i bisedave telefonike për transmetim të mundshëm pa leje; vazhdim i qëllimshëm i xhiritit kur pala tjetër konsideron se ngjarja ka përfunduar; fillimi i xhiritit para se pala tjetër të konsiderojë se ngjarja nuk ka filluar.

Xhirimi i fshehtë shfrytëzohet vetëm kur është e arsyeshme: kur ekzistojnë dëshmi të dukshme për informacionin e interesit publik; kur ekzistojnë shkaqe të arsyeshme për dyshim se mund të merren dëshmi plotësuese materiale; kur kjo është e nevojshme për kredibilitetin dhe autenticitetin e informacionit.

Xhirimi i fshehtë shfrytëzohet vetëm si mjet në gazetarinë hulumtuese: kur ekzistojnë dëshmi të qarta për ndonjë aktivitet ose qëllim që ajo të realizohet, ndërsa është me interes publik të zbulohet, kur xhirimi është i domosdoshëm që të dëshmohet aktiviteti; kur nuk ekzistojnë mjete alternative për grumbullimin e dëshmive me të cilat mund të dëshmohet

ndonjë aktivitet i caktuar; që të merret ndonjë material në ndonjë shtet, në të cilin sipas ligjeve grumbullimi i informacioneve, fotografive dhe video -xhirimeve është jashtëzakonisht i vështirë ose i pamundur; si metodë për hulumtimet konsumerike, shkencore ose sociale që kanë interes publik, kur nuk ka metoda tjera për bërjen e pyetjeve dhe xhirimin e përgjigjeve.

10

**Fëmijët dhe të
rinjtë** si burim i
informacioneve dhe
bashkëpunëtorë

Fëmijët dhe të rinjtë janë shumë të rëndësishëm për mediat. Ata kontribuojnë në media dhe me to komunikojnë në mënyra të ndryshme- si bashkëpunëtorë, aktorë, udhëheqës, përmes përmbajtjeve interaktive, përmes të gjitha shërbimeve. Mediat e kanë për detyrë që fëmijëve dhe të rinjve tu sigurojnë përmbajtje interesante, edukative dhe tu ndihmojnë që bota në cilën jetojnë të marrë kuptim. Mediat duhet ta mbrojnë mirëqenien dhe dinjitetin e fëmijëve dhe të rinjve të cilët kontribuojnë për përmbajtjen e tyre.

Kjo nënkupton mbrojtjen e drejtave të tyre për tu shprehur, për ta treguar mendimin e tyre dhe të marrin pjesë në jetën shoqërore publike siç është e garantuar në Konventën e Kombeve të Bashkuara për të Drejtat e Fëmijës. Ligji për Mediat dhe Ligji për Shërbimet Mediatike Audio dhe Audiovizuale në RM i mbron fëmijët (personat e mitur) nga përmbajtjet e shtypura pornografike si dhe nga skenat e dhunshme gjatë transmetimit të programit në radio dhe televizion, të cilat seriozisht mund të dëmtojnë zhvillimin e tyre fizik, psikik dhe moral (veçanërisht pornografia apo dhuna e panevojshme).

Standardet

- ▶ Është e domosdoshme të sigurohet që zhvillimi fizik dhe emocional si dhe dinjiteti i personave më të rinj se 18 vjeç, veçanërisht fëmijët nën moshën 15 vjeçare të jenë të mbrojtur gjatë përgatitjeve dhe plasimit të informacioneve/ programit dhe përmbajtjeve në internet, pavarësisht nëse prindërit, kujdestarët ose persona të tjerë përgjegjës kanë dhënë pëlqim për këtë;
- ▶ Gjatë përfshirjes së fëmijëve dhe të rinjve në produksionin mediatik, është e domosdoshme të kontrollohet nëse një gjë e tillë te ata nuk do të shkaktojë nervozizëm të panevojshëm apo shqetësim. Pjesëmarrja e tyre duhet të përcaktohet qartë në aspektin redaktues të mund të arsyetohet kur të jetë e nevojshme. Duhet të merret pajtueshmëri në pajtim me pozitën e fëmijës/ të riut dhe natyrës së kontributit të tyre në produksion;
- ▶ Është e domosdoshme të sigurohet baraspeshë midis mbrojtjes së fëmijëve dhe të rinjve nga përmbajtjet joadekuate dhe të drejtës së tyre për të shprehur dhe lirinë e marrjes së informacioneve.

Praktikat

● **MBROJTJA E MIRËQENIES TE FËMIJËT**

Mirëqenia e fëmijëve është brenga më e madhe e mediave. Kjo do të thotë se në politikën editoriale interesat e tyre dhe siguria e tyre duhet të kenë prioritet. Mediat janë të obliguara të mbajnë llogari që informacionet të cilat zbulohen fëmijët dhe të rinjtë të mos i vënë në çfarëdo lloj rreziku. Identifikimi i tyre në përmbajtjet mediatike kërkon shqyrtim të kujdesshëm dhe varet nga konteksti. Nëse, për shembull vërtetohet se nuk duhet të zbulohet identiteti apo lokacioni i fëmijës apo të riut, duhet në veçanti të bëhet kujdes për “efektin e bashkimit të figurave”, përkatësisht me zbulimin e pjesëve të informacionit me fjalë apo fotografi shumë lehtë mund të zbulohet identiteti, përkatësisht vendndodhja e fëmijës.

Të gjithë fëmijët dhe të rinjtë, pa dallim moshe, gjinie, invaliditetit, përkatësisë etnike, racës, bindjeve fetare dhe identitetit seksual, e kanë të drejtën e mbrojtjes nga keqpërdorimi. Nëse gjatë punës gazetareske shfaqet dyshimi se fëmija është vënë në rrezik, ose nëse gazetarët nga ata kanë marrë paralajmërimin për mbrojtje, rasti menjëherë duhet të shqyrtohet nga editorët.

● **MBROJTJA E FËMIJËVE NË INTERNET**

Mbrojtja e fëmijëve dhe të rinjve në internet është përgjegjësi e përbashkët e mediave, prindërve/kujdestarëve dhe fëmijës apo të riut. Mediat duhet të kujdesen që fëmijëve dhe të rinjve tu mundësojë që lehtësisht t'i shfrytëzojnë përparësitë e teknologjisë, por dhe t'i kuptojnë dhe minimizojnë rreziqet me të cilët mund të përballen. Nëse publiku reagon në rreziqet potenciale nga përmbajtjet online, media duhet të ofrojë këshilla për kër-

kimet të sigurta dhe shfrytëzimin e përmbajtjeve të tyre online. Informacionet për siguri duhet të jenë të njohura dhe të qarta.

Në faqen e internetit duhet të sigurohen përmbajtje adekuate, të cilat mund të tërheqin fëmijë dhe të rinj, por që nuk janë të dëmshme për ta. Kjo posaçërisht ka të bëjë me: materialin e faqes kryesore të internetit të medias e cila duhet të ketë përmbajtje adekuate për opinionin dhe fëmijët, materiali i cili transmetohet direkt në faqen e internetit duhet të jetë adekuat për auditorin familjar, ndërsa faqja e internetit që ka të bëjë me programin me material i cili nuk është i përshtatshëm për fëmijë të mos lidhet me faqen e internetit që ka të bëjë me programin për fëmijë (nëse ka të tillë).

● **INFORMACIONET PERSONALE DHE ANONIMITETI**

Gazetarët duhet të jenë shumë të kujdesshëm kur grumbullojnë informacione personale për fëmijët. Publikimi i informacioneve të tepërta mund t'i vë në rrezik fëmijët. Nuk duhet të kërkohen më shumë informacione personale nga fëmijët dhe të rinjtë se sa është e nevojshme. Grumbullimi, ruajtja dhe disponimi me të dhënat personale duhet të sigurohet dhe në pajtim me vijat e politikës editoriale. Për çdo propozim për zbulimin e informacioneve personale për fëmijët apo të rinjtë nga ana e një personi të tretë pa pajtueshmërinë e familjes duhet të konsultohet redaksia, ose propozimi të drejtohet deri te përgjegjësit në media (kryeredaktori).

Është shumë vështirë të merret vendimi i drejtë nëse identifikimi (zbulimi i identitetit) apo anonimitetit është në interesin afatgjatë të fëmijës. Duhet të mendohet për moshën e fëmijëve dhe tinxherëve, për natyrën dhe seriozitetin e sjelljes dhe pasojat e mundshme nga identifikimi. Kjo sidomos ka të bëjë me rastet kur fëmija është i përfshirë në sjellje jo-sociale apo kriminale. Është rregull që të mos

identifikohen fëmijët kur tregohet sjellja e tillë në mënyrë që të ilustruhet ndonjë ngjarje e ndodhur në praktikë, me përjashtim vetëm nëse për një gjë të tillë nuk ekzistojnë arsye të qarta editoriale, kur gazetarët nuk janë të sigurt se çfarë duhet të bëjnë, çdoherë duhet të kërkojnë nga ndonjë kolegë më i vjetër ose nga editori. Në Doracakun e UNICEF-it “Mediat dhe të drejtat e fëmijëve”, gazetarët këshillohen të shqyrtojnë “vallë e keni përcaktuar rrezikun ndaj fëmijës pas shfrytëzimit të emrit të tij dhe a keni diskutuar për një gjë të tillë më fëmijën, me prindin ose kujdestarin si dhe me kolegët editorë.”³²

● PËLQIMI PËR FËMIJËT DHE TË RINJTË

Për çdo pjesëmarrje të fëmijëve dhe të rinjve në përmbajtjet mediatike duhet të merret pëlqimi dhe të respektohet çdo refuzim për bashkëpunim, vetëm në rast se ekziston interes publik i cili i tejkalon pritjet e tyre për privatësi. Përkundër arsyeve të zakonshme për marrjen e pëlqimit nga fëmija/ i riu, ndërsa kur është e nevojshme pëlqim edhe nga personi tjetër, duhet qartë të tregohen pasojat e mundshme nga pjesëmarrja e fëmijës (siç është mundësia e dhunës). Gjithashtu fëmijët nuk duhet të nxiten për të dhënë pëlqimin. Sipas ligjit, pjesëmarrje në përmbajtjen/ programin e fëmijëve të moshës nën 16 vjeçare (dhe rreth 16 vjeçare) të cilët ende janë në proces mësimor, duhet të jepet pëlqim nga drejtoria e institucionit arsimor (shkolla) dhe nga prindërit/ kujdestarët. Gjithashtu fëmijët të cilët marrin pjesë në programe televizive duhet që në çdo kohë gjatë angazhimit të jenë nën mbikëqyrjen e prindërve, kujdestarëve apo përfaqësuesve ligjorë.

UNICEF-i i këshillon gazetarët që gjatë intervistave me fëmijët të:

- sigurohen se fëmijët ndjehen komod dhe nuk janë nën presion;
- parashikojnë kohë të mjaftueshme që t'i shpjegojnë qëllimet e tyre;
- ta sigurojnë pëlqimin e tyre për përdorimin e emrave të tyre, si dhe publikimin e paraqitjeve për ta;
- kontrollojnë se a dinë të kontaktojnë me ta (gazetarët) që t'ju japin kopje pasi ta mbarojnë temën.³³

● PËLQIMI I PRINDËRVE

Pajtueshmëria e prindërve nënkupton pajtueshmëri e prindit, kujdestarit ose personi tjetër prej 18 e me tepër vjet (siç është udhëheqësi, mësuesi, etj.) për pjesëmarrjen e fëmijës në përmbajtjet mediatike. Për intervistë apo ndonjë prezantim tjetër të personit nën moshën 16 vjeçare në përmbajtjen/programin mediatik, përkaj pëlqimit të tij duhet të kërkohet pëlqim edhe nga prindi. Përjashtim bëjnë anketat me fëmijët për përmbajtje jo-problematiche – kalimtarë rasti, të cilët nuk janë kontrovers për ta treguar qëndrimin e tyre. Megjithatë, sa më të rinj janë fëmijët dhe sa më e ndjeshme është përmbajtja, aq më e rëndësishme është pajtueshmëria prindërore. Gjatë vendimit nëse fëmija mund të jap pëlqimin ose jo, duhet të merret parasysh shkalla e tij e zhvillimit, shkalla e mirëkuptimit dhe moshja e tij. Në disa raste, edhe pse i riu ka 16 apo 17 vjet, duhet të kërkohet pëlqimi prindëror, ndërsa kjo varet nga pozita e të riut, natyra dhe përmbajtja e prodhimit mediatik. Kjo sidomos ka të bëjë me rastet kur përmbajtja e tejet e ndjeshme. Në rastet e këtilla, gaze-

32 UNICEF, Zyra në Shkup, Mediat dhe të drejtat e fëmijëve: doracak praktik për profesionistë mediatik (2000), fq. 25, Shkup
33 Ibid.

tarët dhe editorët duhet t'i ndjekin udhëzimet e institucioneve vendore dhe ndërkombëtare të cilat i trajtojnë çështjet për mbrojtjen e të drejtave të fëmijëve³⁴.

Kur është i nevojshëm pëlqimi prindëror, ndërsa prindërit jetojnë të ndarë ose janë të shkurorëzuar, atëherë duhet të kërkohet pëlqimi nga prindi me të cilin jeton fëmija dhe varësisht na rrethanat konkrete të rastit. Duhet të kontrollohet edhe niveli i pjesëmarrjes së prindit tjetër të fëmijës ose të riut, nga i cili nuk është kërkuar pëlqimi, veçanërisht nëse ka ankesë të arsyeshme çdo propozim për vazhdimin e pjesëmarrjes së fëmijës ose të riut në përmbajtjen mediatike pas refuzimit të pajtueshmërisë prindërore duhet të udhëzohet të përgjegjësit në media (kryeredaktori).

NDIKIMI NDAJ PJESËMARRJES SË FËMIJËVE

Edhe në rastin kur është siguruar pëlqimi prindëror, duhet me kujdes të shqyrtohet ndikimi dhe pasojat e mundshme nga çfarëdo lloj përmbajtje në të cilët është i kyçur fëmija, si në procesin e produksionit, ashtu edhe kur përmbajtja publikohet/emetohet. Kjo vlen në të dyja situatat- kur media i është drejtuar fëmijës ose kur fëmija i është drejtuar medias. Fëmijë shpeshherë janë të gatshëm të marrin pjesë në produksionin mediatik, por shumica nuk mund ta vlerësojnë ndikimin afatgjatë të kësaj përvoje në jetën e tyre . Kur bëhet fjalë për aktivitetet josociale, të dëmshme dhe joligjore, siç është përdorimi joligjor i drogës, keqtrajtimi, keqshqyer-

ja duhet të merren parasysh konsultimet me ekspertët- cila është mënyra më e mirë për të realizuar intervistën dhe si të minimizohet shqetësimi i tyre.

Kur punojnë më fëmijët, mediat e kanë për detyrë këtë ta bëjnë në prani të atyre që janë përgjegjës për mbikëqyrjen e tyre, pa marrë parasysh që rrethanat mund të jenë të ndryshme. Megjithatë, kur me fëmijët dhe të rinjtë shqyrtohen çështje të ndjeshme, rekomandohet prania e ndonjërit që është i afërt dhe i cili mund të ndihmojë në mbrojtjen e interesave të tyre, siç janë familjet, miqtë familjar apo mësimdhënësit. Fëmijëve dhe të rinjve, mediat duhet t'ua sigurojnë të drejtën e votës, por duhet të jenë të vetëdijsëm për situata kur fëmijët e teprojnë dhe tentojnë thashemmet t'i tregojnë si fakte. Gazetarët duhet të kërkojnë këshillë nga kolegu më i vjetër apo editori kur nuk janë të sigurt se si të veprojnë.

FËMIJËT DHE DHUNA SEKSUALE

Mediat nuk guxojnë t'i identifikojnë fëmijët nën moshën 16 vjeçare, të cilët janë viktimë apo dëshmitarë të rasteve të dhunës seksuale edhe nëse kanë leje (nga prindërit, kujdestarët) për ta bërë një gjë të tillë. Në çdo raport kur bëhet fjalë për dhunë seksuale ndaj fëmijës, gazetarët duhet të tu përmbahen këtyre rregullave: fëmija nuk guxon të identifikohet, të rriturit mund të identifikohen, fjala “incest familjar” nuk guxon të përdoret kur fëmija mund të identifikohet si viktimë. Gjithashtu, duhet pasur kujdes që asgjë në raport të mos implikohet në raportin midis të dyshuarit dhe fëmijës.

34 Për më shumë shih në „UNICEF: Parime për raportim etik për fëmijë, i disponueshëm në: http://www.presswise.org.uk/display_page.php?id=594 ose në „Të drejtat e fëmijëve dhe mediat: instruksione të Federatës Ndërkombëtare të Gazetarëve për parimet e raportimit lidhur me çështje që përfshijnë fëmijë“, i disponueshëm në: <http://www.ifj.org/default.asp?index=192&Language=EN>



Testi i interesit publik

Gazetarët kur vendosin se vallë do të shkruajnë për ndonjë temë të caktuar, kanë detyrim që të vërtetojnë se vallë ekziston interes publik për të apo jo. Me fjalë të tjera, për çdo temë është e rëndësishme që gazetarët të zbatojnë test për interes publik. Për pjesën më të madhe të temave dhe çështjeve zakonisht është e qartë se çfarë është interes i opinionit, e çfarë nuk është, por ekzistojnë disa tema të cilat janë më shumë të ndërlikuara, veçanërisht kur bëhet fjalë për privatësinë ose për fuqinë.

Gjatë përcaktimit se vallë për një temë ekziston interes publik që të publikohet, të rëndësishme janë disa çështje. Dallimi i parë është interesi publik karshi interesit të publikut. Gjithçka çfarë e intereson publikun nuk është patjetër të jetë e interesit publik, edhe pse mund edhe të jetë.

Për shembull, publiku dëshiron të dijë për jetën private të personaliteteve publike, por ka disa çështje që janë ekskluzivisht në domenin e privatësisë.

Nga ana tjetër, zbulimi i korrupsionit, krimi, shkelja e ligjit nga ana e përfaqësuesve të pushtetit ose njerëzve që kanë fuqi gjithsesi se është me interes publik.

Mbrojtja e shëndetit të popullatës, por edhe qeverisja e mirë gjithashtu është me interes publik. Gazetarët kanë detyrim që bartësve të funksioneve shtetërore dhe të tjera publike dhe politikanëve tu bëjnë thirrje për

përgjegjësi, të hulumtojnë ose t'i zbardhin temat për të cilat flasin. Në shoqëritë demokratike, interes publik është funksionimi i demokracisë dhe i shtetit juridik.

Gazetaria është veprimtari profesionale dhe gazetarët kanë detyrim që tu përmbahen rregullave etike, të cilat përpunohen edhe në Doracak. Por ndonjëherë ekzistojnë arsye kur gazetarët mund të shmangen standardeve të profesionit gazetaresk që të mundësojnë që ndonjë çështje të arrijë në fokusin e opinionit.

Në raste të këtilla duhet të zbatohet testi i interesit publik.

Gazetarët duhet çdoherë të jenë të hapur ndaj bashkëbiseduesve të tyre, të prezantohen, të nënshkruhen nën tekst, por në disa rast kur është e rëndësishme të zbulohen shkelje serioze të ligjit ose mashtrim politik, ata mund të shkojnë „under cover“ (fshehtë), të prezantohen me identitet të rrejshëm dhe të ngjashme.

Gjithashtu, privatësia e personaliteteve publike është e garantuar dhe gazetarët duhet t'i përmbahen kësaj rregulle, por mund të heqin dorë nga ajo dhe ta cenojnë privatësinë si dhe të zbatojnë xhirim të fshehtë ose në mënyrë tjetër ta cenojnë privatësinë e personaliteteve publike, nëse me këtë arrihet që të zbulohet shkelje e rëndë e ligjit.

Është e zakonshme që lajmet dhe informacionet të atribuohen, tu përshkruhen buri-meve të njohura.

Por në raste të jashtëzakonshme kur është e rëndësishme për shkak të zbulimit të ligjeve, krimin etj., burimet mund të mbeten anonime dhe gazetari t'i mbrojë.

Të gjitha këto dhe rregullat e standardet e të tjera etike, janë shumë të rëndësishme për profesionin gazetaresk. Nisur nga kjo, gazetaria duhet me zbatimin e drejtë të testit të interesit

publik, të vendos vallë do të heq dorë nga rregullat etike. Ato vendime janë gjithmonë të vështira dhe mund të jenë të ndryshme nga rasti në rast.

Testi për interesin publik bëhet në të gjitha rastet kur gazetarët dhe mediat kanë dilemë se vallë shkelja e standardeve profesionale do t'i shërbejë interesit publik. Të tilla mund të jenë rastet si vijon:

- ▶ Shkelja e së drejtës së privatësisë së personaliteteve publike me qëllim që të dëshmojnë korrupsion, krim dhe shkelje tjera të ligjeve ose normave morale (me xhirim të fshehte, hyrje në prona private e të ngjashme.);
- ▶ Fshehja e identitetit të gazetarit ose prezantimi i gabuar para bashkëbiseduesve për shkak të zbulimit të korrupsionit, krimin të organizuar ose shkeljeve tjera të ligjeve;
- ▶ Shfrytëzimi i burimeve anonime për shkak të zbulimit të veprave të mëdha penale dhe mbrojtja e identitetit të burimeve që të shmangët rrezikun ndaj jetës dhe mirëqenies së tyre;
- ▶ Shkelja e dispozitave ligjore për mbrojtjen e të dhënave personale të bartësve të funksioneve publike, për shembull, publikimi i të dhënave nga dosjet shëndetësore nëse kjo është e domosdoshme që të zbulojë ndonjë paaftësi shëndetësore për kryerjen e funksionit;
- ▶ Shkelja e së drejtës për ruajtjen e fshehtësisë bankare nëse me publikimin e të dhënave zbulohet pronë e arritur në mënyrë joligjore;
- ▶ Shkelja e dispozitave ligjore për ruajtjen e fshehtësisë afariste, shtetërore dhe ushtarake, nëse bëhet fjalë për zbulimin e skandaleve të mëdha korruptive dhe financiare, marrëveshje të ndryshme ndërshtetërore dhe shtetërore-komerciale;
- ▶ Heqja dorë nga rregulla për mbrojtjen e identitetit të fëmijëve dhe të miturve që të alarmohet cenimi i jetës dhe mirëqenies (keqpërdorimi i punës së fëmijëve, shfrytëzimi i fëmijëve për kryerjen e veprave penale dhe të ngjashme.)

Kuptohet me rastet e nënvizuara nuk përfundon lista e dilemave etike me të cilat përballen gazetarët, por me rëndësi është që çdoherë të zbatohet testi i interesit publik.

Skenari nr. 1

HIPOKRIZIA E POLITIKANËVE DHE BURIMET ANONIME

Skena nr. 1

Ju jeni editor në një gazetë ditore. Foto-reporteri juaj ka bërë disa fotografi në një kafene, në të cilat shihet i xhiruar ministri i Punëve të Jashtme, ndryshe drejtues i Partisë djathtiste Demokristiane në shoqëri me disa miq – njëri yll i estradës dhe tjetri biznesmen i njohur. Në këto fotografi vërehet ministri me sy gjysmë të mbyllur dhe gojë të hapur. Ai duket sikur ka pirë ndonjë gotë më shumë. Foto-reporteri Juaj në një fotografi tjetër ka fotografuar ministrin se si e ngrit gotën dhe pi. Në tavolinë ka disa pjata me meze dhe mish, gota, shishe. Bëhet fjalë për periudhën e agjërimeve të Pashkëve, ndërsa ministri rregullisht në media lavdërohet se është besimtar i de-

votshëm dhe i sinqertë, se rregullisht agjëron, ndërsa shpesh u dërgon porosi qytetarëve se duhet të besojnë në Zot, t'i vizitojnë kishat dhe të agjërojnë. Foto-reporteri Juaj nuk e di me siguri se çfarë ka pirë dhe çfarë ka ngrënë ministri, sepse fotografitë i ka incizuar nga një distancë në kafene.

a) Do ta publikoni fotografinë e shoqëruar me tekst – sepse është në pyetje shkelja e parimeve morale nga ana e ministrit – demokristian i cili një predikon dhe krejtësisht tjetër vepron

b) Do të kërkonte informacione plotësuese për ngjarjen – do të kërkonte koment nga ministri, do t'i telefononit të gjithë mysafirëve të pranishëm në shoqëri, si dhe pronarit të kafenesë që t'i pyetni se vallë është e saktë se ministri ka pirë alkool dhe ka ngrënë ushqime që përmbajnë yndyrë

c) Do të hiqni dorë nga storja

Përgjigje

b) Do të kërkonte informacione plotësuese për ngjarjen – do të kërkonte koment nga ministri, do t'i telefononit të gjithë mysafirëve të pranishëm në shoqëri, si dhe pronarit të kafenesë që t'i pyetni se vallë është e saktë se ministri ka pirë alkool dhe ka ngrënë ushqime që përmbajnë yndyrë

Kjo për shkak se bëhet fjalë për ngjarje për të cilën ekziston dyshim se ministri ka shkelur parime morale, por nuk i keni konfirmuar faktet. Pa dallim që në fotografi ministri shihet sikur të ketë pirë ndonjë gotë më shumë, kjo mund të mos jetë e vërtetë, por foto-sekuenca në të cilën është kapur, mund të krijojë përshtypje të atillë, ministri rastësisht të ketë mbyllur sytë dhe të ngjashme. Në thelb, Ju nuk keni konfirmim se ministri ka pirë alkool ose ka ngrënë ushqim të yndyrshëm, por kjo është vetëm përshtypje që krijohet nga fotografitë të cilat i ka bërë foto-reporteri Juaj.

Skena nr. 2

Edhe pse disa herë jeni lajmëruar te ministri, ai nuk ka dhënë përgjigje ndaj thirrjeve tuaja telefonike, pronari i kafenesë thotë se nuk mund tu japë informacione për mysafirët në kafene, e as të tregojë se çfarë kanë ngrënë ose pirë, ndërsa shoqëruesit me të cilët keni biseduar vetëm e konfirmojnë informacionin se kanë qenë në kafene, por nuk duan të komentojnë se për çfarë lloji të ahengut bëhet fjalë, e as për atë se kush dhe çka ka pirë ose ngrënë.

Reporterit Juaj insiston të sqarohet ngjarja, sepse ndërkohë e ka kërkuar mikun e tij, kamerier i cili punon në kafene, i cili gjoja e ka parë ministrin duke pirë disa gota me verë dhe se informacionin do t'ia tregojë gazetës konkurrenente – portal, përkatësisht lajmi gjithësesi se do të publikohet. Çfarë do të bëni?

a) Do ta publikoni fotografinë e shoqëruar me shkrim në të cilin do të thoni se ministri është incizuar në ndejë private në kafene në shoqëri me miqtë e tij në kohën e agjërimit, në të cilën ndejë është pirë verë dhe raki dhe janë ngrënë ushqime të yndyrshme, ndërsa ajo që ai nuk u përgjigjet thirrjeve dhe mysafirët nuk duan të komentojnë është simptomatike dhe sinjalizon se ministri ndoshta edhe i ka shkelur parimet morale për të cilat publikisht angazhohet, ndërsa i bind mbështetësit e tij dhe qytetarët që ta ndjekin.

b) Do t'i thoni fotoreporterit që sërish ta kërkojë kamerierin dhe ta pyes se vallë mund ta konfirmojë me emër dhe mbiemër atë që thotë se e ka parë, se ministri ka pirë disa gota verë

c) Do të hiqni dorë nga storja

Përgjigje

b) Do t'i thoni fotoreporterit që sërish ta kërkojë kamerierin dhe ta pyes se vallë mund ta konfirmojë me emër dhe mbiemër atë që thotë se e ka parë, se ministri ka pirë disa gota verë.

Kështu do të veproni sepse ende nuk keni konfirmim për ngjarjen, ndërsa është e rëndësishme që ta konfirmoni të vërtetën dhe të keni burim autentik të informacionit

Skena nr. 3

Në bisedë me fotoreporterin tuaj, kamerieri betohet se ministri jo vetëm atë mbrëmje ka pirë verë, por ka qenë i dehur, por thotë se nëse ai e konfirmon ngjarjen me deklaratë në të cilën do të publikohet edhe emri dhe mbiemri i tij, mund të mbetet pa punë.

a) Do ta publikoni informacionin me detaje që i keni për të cilat flet kamerieri dhe do ta mbron burimin e informacionit

b) Do të hiqni dorë nga storja

Përgjigje

b) Do të hiqni dorë nga storja

Kamerieri, i cili është burimi juaj i informimit mund të mos e thotë të vërtetën përkatësisht mund të mos ketë parë se si ministri pi verë ose ndonjë pije tjetër joalkoolike, ndërsa mund të mos jetë burim i dorës së parë – sepse ai nuk i ka shërbyer mysafirët gjatë asaj mbrëmje. Për median tuaj më e sigurt në këtë fazë është të hiqni dorë nga storja, kur më i keni shterur të gjitha mundësitë që të merrni konfirmim, se sa ta publikoni, ndërsa pastaj do të pasojë përgënjeshttrim nga ministri, ndoshta edhe padi. Ajo që ministri nuk u përgjigjet thirrjeve, nuk do thotë me automatizëm se ai fshihet. Ministri, si edhe qytetarët tjerë, ka të drejtë në privatësi dhe nuk duhet domosdo t'i rrëfëhet askujt se ku dhe me kë ka qenë.

Në fund të fundit, ka mundësi të ketë pirë lëng, ujë, ndërsa të ketë ngrënë patate të zier. Por, me rëndësi është ajo se agjërimi i Pashkëve nuk nënkupton ndalimin e plotë të konsumimit, por konsum me maturi. Nëse ministri ndoshta ka pirë një gotë verë ose raki, kjo nuk do të thotë se ka qenë i dehur.

Edhe pse në fund mund të dëshmohet se ministri ka manipuluar publikun, përkatësisht një flet dhe krejtësisht tjetër vepron, që është hipokrizi klasike dhe objekt i interesit publik, në këtë fazë megjithatë nuk do ta publikoni storjen përderisa nuk i konfirmoni faktet në mënyrë të sigurt. Por do të vazhdoni të hulumtoni që të vërtetoni se vallë ministri me të vërtetë ka standarde të dyfishta dhe këtë t'ia tregonit publikut.

Skenari nr. 2

● INTERESI PUBLIK PËRBALLË INTERESIT TË PUBLIKUT

Burri i ministres së Mbrojtjes, shou- men i njohur, papritmas ka humbur jetën nga infarkti, për çka kanë informuar të gjitha mediat në emisionet e tyre informative. Në varrim ku është i pranueshëm edhe ekipi Juaj gazetaresk, ekipi televiziv, marrin pjesë disa ministra, deputetë, kolegë të estradës, përfshirë edhe kryeministrin.

Ministrja e pikëlluar me familjen e saj dukshëm është e zemëruar. Në varrim janë të pranishëm edhe persona të dyshimtë nga nëntoka, midis të cilëve edhe të dënuar të mëparshëm për vepra të rënda penale. Ata kanë ngushëlluar ministren dhe janë përshëndetur me kryeministrin.

a) Do të publikoni kronikë televizive për ngjarjen, sepse ajo me të gjitha detajet është me interes për publikun, pra kush ka marrë pjesë në varrim, e veçanërisht mysafirët kontradiktor në nëntokën kriminale –me deklaratë –kryeministri në varrimin e burrit të ministres bashkë me kriminelët e nëntokës.

b) Do ta publikoni informacionin se është varrosur shou-meni i njohur, shkurt do të raportoni për mysafirët nga qeveria, por nuk do të publikoni informacion për atë se kush ka marrë pjesë nga estrada ose nga nëntoka kriminale dhe do të jepni video-insert të përgjithshëm neutral nga të pranishmit në varrim.

c) Do ta publikoni informacionin se është varrosur shou-meni pa incizim video dhe informacion për mysafirët sepse ajo nuk është me interes publik.

d) Nuk do të publikoni asnjë informacion për varrimin

Përgjigje

c) Do ta publikoni informacionin se është varrosur shou-meni pa incizim video dhe informacion për mysafirët sepse ajo nuk është me interes publik.

Edhe përkundër faktit që bëhet fjalë për praninë e personaliteteve të njohura të estradës, biznesit dhe veçanërisht politikës, shfaqja e video xhirimeve nga varrimi dhe veçanërisht video – inserte nga familja e pikëlluar paraqet shkelje e privatësisë. Nuk ka interes publik në varrimin e një shou-meni, pa dallim që është burri i ministres dhe pa dallim që në varrim ka qenë i pranishëm edhe kryeministri. Kryeministri, ministrat dhe deputetët kanë qenë të pranishëm në varrim pasi shou – meni është burri i koleges së tyre, domethënë në regji private, e jo zyrtare. Publikun mund ta interesojë se kush ka marrë pjesë në varrim, por kjo nuk ka interes publik. Fakti që në varrim ka pasur edhe figura të dyshimta të nëntokës kriminale, nuk ka asnjë lidhje me praninë e kryeministrit. Pa dallim që ata janë përshëndetur me kryeministrin, ata kanë ardhur në varrimin e shou – menit, e jo të bëjnë biznes përkatësisht krim me kryeministrin ose me ministren.

Skenari nr. 3

MBROJTJA E TË MITURVE – KEQPËRDORIMI I FUNKSIONIT POLITIK

Skema nr. 1

Policia malazeze ka njoftuar se tri maqedonase gjashtëmbëdhjetë vjeçare natën e kaluar janë arrestuar, e pastaj deportuar nga vendi, pasi në një aheng në një klub nate në Budva kanë konsumuar ekstaza, ndërsa në xhepat e tyre policia ka gjetur tableta.

Merrni vesh se midis maqedonaseve ka qenë edhe vajza e ministrit të Punëve të Jashtme të Republikës së Maqedonisë, e cila gjoja fshihet pas inicialeve S.I, në xhepin e së cilës janë gjetur qindra tableta të këtilla, të dedikuara për shitje.

Ndryshe, ministri i Punëve të Brendshme shpesh flet në publik për sukseset e Ministrisë së Punëve të Brendshme (MPB) në luftën kundër drogës, e veçanërisht janë evidentuar aksionet e tij në kafenetë dhe diskotekat në Maqedoni, e shoqëruar me fushatën në media – “t’i përzëmë narko – dilerët nga vendet e zbatimjes dhe t’i pengojmë të rinjtë të konsumojnë ekstaza dhe droga tjera më të rënda.”

Ndryshe, informacioni është paraqitur në një portal malazez, i cili citon burim anonim në polici se dikush në emër të qeverisë maqedonase gjoja ka ndërhyrë tek kolegët malazez që të mos ketë procedurë kundër tre maqedonaseve. Reporterit juaj thotë se para disa ditëve në Fejsbuk vajza e ministrit ka vënë fotografi se është në pushim në Mal të Zi.

Si do të veproni?

a) Duke u thirrur në portalin malazez, do ta publikoni informacionin bashkë me fotogra-

finë e vajzës së ministrit dhe do ta plotësoni me dyshimet se është e mundur që policia i ka liruar maqedonaset për shkak të ndërhyrjes politike të ministrit ose qeverisë.

b) Do të kërkonte informacione plotësuese nga policia malazeze – konfirmim se vallë bëhet fjalë për vajzën e ministrit, sepse policia malazeze ka publikuar vetëm iniciale nga të arrestuarit dhe të maqedonaseve të deportuara, ndërsa portali citon burim anonim të policisë dhe do të kërkonte nga kolegët qasje tek burimi anonim i policisë, me qëllim që ai të na thotë informacionin për ndërhyrjen nga Maqedonia.

c) Do të hiqni dorë nga storja

Përgjigje

b) Do të kërkonte informacione plotësuese nga policia malazeze – konfirmim se vallë bëhet fjalë për vajzën e ministrit, sepse policia malazeze ka publikuar vetëm iniciale nga të arrestuarit dhe të maqedonaseve të deportuara, ndërsa portali citon burim anonim të policisë dhe do të kërkonte nga kolegët qasje tek burimi anonim i policisë, me qëllim që ai të na thotë informacionin për ndërhyrjen nga Maqedonia.

E para, duhet t’i verifikoni faktet. Nuk është e mjaftueshme ajo që portali malazez ka publikuar se bëhet fjalë për vajzën e ministrit, duke cituar burim anonim. Rregulla është që kur merrni informacion nga një media tjetër, i cili citon burim anonim, ju të tentoni të verifikoni burimin anonim, e jo ta transmetoni informacionin duke u thirrur në median. Për këtë shkak do të tentoni së pari zyrtarisht tek policia malazeze por edhe tek burimi anonim i policisë. Përmes kolegëve malazez do të tentoni të merrni informacion për ngjarjen se përse vajzat janë vetëm deportuar, ndërsa kundër tyre nuk ka pasur as procedurë kundërvajtëse.

Skema nr. 2

Burimi anonim bëhet edhe burimi Juaj. Dëgjoheni me një polic nga MPB-ja malazeze dhe Ju tregon se është në pyetje vajza e ministrit, se tabletat ashiqare nuk kanë qenë vetëm për konsumim, por edhe për shitje dhe se ai ka dëgjuar se gjoja dikush nga Qeveria e Maqedonisë ka ndërhyrë për lirimin e të miturave. Burimi anonim ju dërgon kopje të procesverbalit policor, në të cilin shihet se nga S. I janë marrë 120 tableta ekstaza.

a) Do ta publikoni informacionin, bashkë me kopjen e procesverbalit, duke cituar burimin anonim të policisë malazeze.

b) Do të kërkonte informacione plotësuese nga policia malazeze – cili është shkaku që vajzat vetëm depërtohen nga Mali i Zi, por kundër tyre të mos ketë asnjë procedurë, ndërsa do ta pyetni edhe ministrin – Qeverinë se vallë ka ndërhyrë për lirimin e vajzës së ministrit.

c) Do të hiqni dorë nga storja

Përgjigje

b) Do të kërkonte informacione plotësuese nga policia malazeze – cili është shkaku që vajzat vetëm depërtohen nga Mali i Zi, por kundër tyre të mos ketë asnjë procedurë, ndërsa do ta pyetni edhe ministrin – Qeverinë se vallë ka ndërhyrë për lirimin e vajzës së ministrit.

Kjo nga shkaku se ende nuk i keni verifikuar faktet.

Skena nr. 3

Nga ministri dhe nga Qeveria keni marrë informacion se askush nuk ka ndërhyrë, por vajzat kanë qenë të liruara pas qëndrimit të shkurtër në polici. Keni marrë informacion edhe nga policia malazeze se secila nga vajzat ka paguar gjobë prej 200 euro dhe janë deportuar dhe kjo ka qenë praktikë e zakonshme gjatë kohës së pushimeve verore në Mal të Zi.

Përkatësisht për shfrytëzimin e tabletave ekstaza, marijuana dhe të ngjashme, turistët vetëm paguajnë gjobën dhe deportohen. Viti i kaluar ka pasur 86 raste të këtilla, Ju informojnë nga Ministria malazeze e Punëve të Brendshme. Prej atje nuk duan ta komentojnë informacionin se në xhepin e S. I janë gjetur 120 tableta ekstaza, që kanë të dedikuara për shitje, e jo për konsumim personal dhe nuk duan të komentojnë procesverbalin policor deri te cili keni arritur.

a) Do t'i publikoni faktet që i keni bashkë me kopjen e procesverbalit policor, duke theksuar dyshimet se mund të bëhet fjalë për keqpërdorim të detyrës zyrtare të ministrit – Qeverisë, duke ndikuar në ndërhyrjen e Maqedonisë për lirim të të miturave, të cilat duhet të përgjigjen për vepër penale.

b) Do të shkruani storje në të cilën do t'i mbani leksion ministrit se në vend ai lufton kundër narko – dilerëve, ndërsa vajza e tij ka probleme me drogën jashtë vendit.

c) Ende nuk do të publikoni asgjë dhe do të vazhdoni të hulumtoni.

Përgjigje

c) Ende nuk do të publikoni asgjë dhe do të vazhdoni të hulumtoni.

Pa dallim se keni deklaratë nga burimi anonim i MPB-së malazeze dhe kopje të procesverbalit për marrjen e 120 tabletave ekstatike nga vajza e ministrit, tregimi Juaj ende nuk është konfirmuar zyrtarisht. Nuk jeni të sigurt se kopja e procesverbalit, të cilën ua ka dërguar burimi anonim është autentike, e as se vallë dikush me të vërtetë ka ndërhyrë për lirim të maqedonaseve nga ana e Malit të Zi. Në rastin konkret është më mirë të mos rrezikoni padi, kur askush nuk dëshiron ta konfirmojë informacionin tuaj.

Mbetet e hapur dilema etike, se vallë duhet t'i mbani leksion ministrit i cili ndërmerr aksione policore që të mbrohen të rinjtë nga konsumimi i ekstatave dhe mjeteve tjera narkotike, ndërsa vajza e tij ashiqare ka edhe probleme ligjore me drogën. Lidhur me këtë dilemë duhet të bisedoni në redaksi, por për ta publikuar, së pari duhet t'i verifikoni faktet e storjes.

Skenari nr. 4

SHKELJA E BANIMIT – SHËNDETIT DHE PRIVACISË PËRBALLË DISKRIMINIMIT

Skena nr. 1

Një mik i afërt i ministrit të Shoqërisë Informatike Ju informon se ministrit i janë ndërprerë së funksionuari të dy veshkat dhe se është në dializë. Merrni vesh se në marrëveshje me ministrin e Shëndetësisë në shtëpinë e ministrit të Shoqërisë Informatike është dërguar aparat për dializë, që ministri të kurohet në privatësinë e shtëpisë së tij.

Keni konfirmim nga më shumë pacientë me sëmundjen e veshkave dhe deklaratë nga një përfaqësues i shoqatës së tyre, i cili dëshiron të mbetet anonim, se njëri nga aparatet e dializës në Qendrën Klinike është dërguar në shtëpinë e ministrit.

Në këtë rast, domethënë, bëhet fjalë për keqpërdorimin e detyrës zyrtare dhe vënien në rrezik të shëndetit të pacientëve të tjerë.

Megjithatë, dëshironi të keni konfirmim se në shtëpinë e ministrit me të vërtet ka aparat të dializës, për shkak se burimet tuaja zyrtarisht nuk duan ta konfirmojnë këtë.

a) Do ta publikoni informacionin, duke u thirrur në burimet tuaja anonime.

b) Do të tentoni ta konfirmoni tregimin tuaj – se aparati për dializë gjendet në shtëpinë e ministrit, duke u lajmëruar në Ministrinë e Shëndetësisë përkatësisht Qendrën e Klinikave dhe te dy ministrat – ai i Shëndetësisë dhe ai i Shoqërisë Informatike.

c) Do të hiqni dorë nga storja

Përgjigje

b) Do të tentoni ta konfirmoni tregimin tuaj – se aparati për dializë gjendet në shtëpinë e ministrit, duke u lajmëruar në Ministrinë e Shëndetësisë përkatësisht Qendrën e Klinikave dhe te dy ministrat – ai i Shëndetësisë dhe ai i Shoqërisë Informatike

Së pari patjetër duhet të verifikoni faktet, sepse çështja është shumë e ndjeshme – bëhet fjalë për problem shëndetësor, ndërsa ende nuk keni konfirmim se aparati i dializës gjendet në shtëpinë e ministrit.

Burimet tuaja anonime nuk janë të mjaftueshme që të konfirmohet storja, sepse është e mundur që dikush të ketë manipuluar.

Skena nr. 2

Ministri nuk u përgjigjet thirrjeve tuaja. Zyrtarisht nuk mund të verifikoni informacionin, për faktin se nuk keni përgjigje nga Ministria e Shëndetësisë, as nga Qendra e Klinikave, prej ku ju thonë se bëhet fjalë për çështje private të ministrit, të cilën nuk duan ta komentojnë.

Në redaksi merreni vesh se si ta konfirmoni informacionin.

Vendosni që fotoreporterit Juaj bashkë me mikun e ministrit, të hyjë në oborrin e ministrit të Shoqërisë Informatike, i cili jeton në Vodno – dhe ta xhirojë përmes dritares aparatit të dializës. Kjo edhe ndodh. Fotoreporterit Juaj vjen me fotografinë e aparatit të dializës dhe në të shihet ministri, në momentin kur bën dializën. Një reporter tjetër arrin që ta incizojë vendin e zbrazur në dhomën e Qendrës së Klinikave, prej ku shihet se mungon një aparat i njëjtë i dializës me ato që janë në dhomë. Po ashtu keni edhe deklaratë nga një pacient dhe një anëtar i personelit mjekësor, sepse deri para disa ditëve këtu ka pasur një aparat funksional për dializë, i cili është hequr. Çfarë do të bëni?

a) Do t'i lajmëroheni ministrit për koment lidhur me xhirimin

b) Do ta publikoni fotografinë nga aparati i dializës, me tregimin se ministri i Shëndetësisë bën keqpërdorimin e detyrës zyrtare dhe e vë në rrezik shëndetin e pacientëve të tjerë.

c) Sëmundja e ministrit është çështje private dhe vendosni të hiqni dorë nga sporja.

Përgjigje

a) Do t'i lajmëroheni ministrit për koment lidhur me fotografinë.

Edhe përkundër faktit që ministri nuk është lajmëruar për ta komentuar rastin, tani keni xhirim të fshehtë dhe dëshmi të re në dorë. Standard gazetaresk është që ta kërkonte ministrin që t'i komentojë faktet e reja me të cilat dispononi.

Skena nr. 3

Ministri Ju lajmërohet në telefon dhe Ju thotë se bëhet fjalë për çështje private shëndetësore, se nuk ka detyrim që tu përgjigjet në pyetjet tuaja dhe se do tu padisë nëse e publikoni fotografinë me të cilën ia keni shkëlur privatësinë. Si do te vepronit?

a) Do ta publikoni storjen përfshirë edhe përgjigjen e ministrit pa fotografinë e fshehtë nga shtëpia e tij.

b) Do ta publikoni storjen se ministri i Shëndetësisë bën keqpërdorim të detyrës zyrtare dhe e vë në rrezik shëndetin e pacientëve tjerë bashkë me përgjigjen e ministrit dhe xhirimin e fshehtë nga aparati i dializës.

c) Do të hiqni dorë nga storja

Përgjigje

b) Do ta publikoni storjen se ministri i Shëndetësisë bën keqpërdorim të detyrës zyrtare dhe e vë në rrezik shëndetin e pacientëve tjerë bashkë me përgjigjen e ministrit dhe xhirimin e fshehtë nga aparati i dializës.

Në rastin konkret bëhet fjalë për vendim të rëndë etik. E keni shkëlur privatësinë e ministrit në shtëpinë e tij, për çka mund tu padisë, veçanërisht që bëhet fjalë për zbulimin e problemit të tij shëndetësor, që gjithashtu bën pjesë tek privatësia e garantuar.

Por hyrja e palejuar në oborrin e shtëpisë së ministrit dhe xhirimi i fshehtë, që të konfirmoni se aty ka aparat për dializë i cili është dërguar nga ana e Qendrës së Klinikave, mund të arsyetohet me interesin publik. Shëndeti i pacientëve është i interesit publik, ndërsa heqja e njërit nga aparatet e Qendrës së Klinikave, është cenim i këtij interesi.

Në mënyrë plotësuese, interes publik është informacioni se ministri ka keqpërdorur detyrën zyrtare me atë që aparati i dializës nga Qendra e Klinikave është dërguar në shtëpinë e tij dhe e shfrytëzon për nevoja private shëndetësore.

Kuptohet, duhet të keni kujdes me publikimin e xhirimit. Nuk është etike që të publikoni xhirim nga ministri kur bën dializë përkatësisht kur ndaj tij zbatohet ndërhyrje mjekësore.

Për këtë qëllim xhirimi ose duhet të mjegullohet ose duhet ta publikoni aparatin e dializës në shtëpinë e tij, por jo edhe ministrin.



Literatura e shfrytëzuar

Indeksi i Reporterëve pa Kufi për lirinë e mediave (Reporters Without Borders)
<http://index.rsf.org/#/>

Raporti i Fridëm Haus (Freedom House) për Republikën e Maqedonisë nga viti 2015
<https://freedomhouse.org/report/nations-transit/2015/macedonia>

Raporti për progresin e Republikës së Maqedonisë për vitin 2015
http://www.sobranie.mk/content/%D0%9D%D0%A1%D0%95%D0%98/PR2015_All_CK_FF_MK_16.11.2015.pdf

Raporti për progresin e Republikës së Maqedonisë për vitin 2014
<http://www.sobranie.mk/dokumenti-rm-eu-cbb3490c-fe7d-4750-82f4-67c619c46a6a.nsp>

Raporti për progresin e Republikës së Maqedonisë për vitin 2013
<http://www.sobranie.mk/dokumenti-rm-eu-cbb3490c-fe7d-4750-82f4-67c619c46a6a.nsp>

Mendel, T. Liria e shprehjes: Udhërrëfyes për komentimin dhe rëndësinë e nenit 10 të Konventës Evropiane për të drejtat e njeriut, Këshilli i Evropës, Zyra në Beograd

MODEM –Monitorimi i demokracisë në Maqedoni,
Raport për ndjekjen e përmbajtjeve mediatiqe përmes Mekanizmit për mbikëqyrje dhe reagim,
http://respublica.edu.mk/images/modem/attach/MODEM-eden_18%20noemvri%20_23%20dekemvri.pdf

Tërpevska, S., Micevski, I. (2014) Pse është i rëndësishëm integriteti i mediave – Për njohje më të mirë të rëndësisë dhe rrezikut ndaj integritetit mediatic, Instituti Maqedonas i Medias
[http://www.mim.org.mk/attachments/article/824/zosto_e_vazen_integritetot_na_mediumite_MK_v2\(1\).pdf](http://www.mim.org.mk/attachments/article/824/zosto_e_vazen_integritetot_na_mediumite_MK_v2(1).pdf)

Tërpevska, S. (2010) Liria e shprehjes, interesi publik dhe rregullimi mediatic.
Shkolla e Lartë për Gazetari dhe Marrëdhënie me Publikun, Shkup

Tërpevska, S., Tuneva, M. (2012) Udhërrëfyes për raportimin e diversiteteve: standarde evropiane, kuadri juridik venda dhe kodet etike, Shkolla e Lartë për Gazetari dhe Marrëdhënie me Publikun
<http://vs.edu.mk/vs.edu.mk/attachments/Mediumi-izbori-MK.pdf>

Bichler, K. (2012) How to Establish Accountability in Journalism, European Journalism Observatory.
I disponueshëm në: <http://en.ejo.ch/ethics-quality/accountability-journalism-mediaact>

Glasser, L. Theodore, E., S. James, (2008) A Philosophy of Accountability for Journalism, Media Ethics Magazine, No.1, Vol. 20.
I disponueshëm në: <http://www.mediaethicsmagazine.com/index.php/analysis-commentary/3639324-a-philosophy-of-accountability-for-journalism>

Kovach, B, Rosenstiel, T. (2007) The Elements of Journalism: what Newspeople Should Know and the Public Should Expect.
New York: Three Rivers Press

Mek Kvejl, Denis (1994). Stari kontinent – novi mediji (Kontinenti i vjetër, mediat e reja). Beograd: Prosveta.

Riordan, K, (5 shtator, 2014) Does Journalism still require Impartiality?, The Guardian. I disponueshëm në:
<http://www.theguardian.com/commentisfree/2014/sep/05/does-journalism-still-require-impartiality>

Stearns, J, (2015) Why Journalists Should Use Transparency as a Tool to Deepen Engagement, Mediashift. I disponueshëm në:
<http://mediashift.org/2015/08/why-journalists-should-use-transparency-as-a-tool-to-deepen-engagement>

Iggers, Jeremy, Good news, bad news, Journalism Ethics and the Public Interest (1999), Westview Press.
<http://www.rasaneh.org/Images/News/AttachFile/9-12-1390/FILE634660181974010000.pdf>

LIGJET

Direktiva e BE-së për Shërbimet Mediatike Audio - vizuale. E disponueshme në:
http://www.avmu.mk/images/stories/doc/eu-docs/Direktiva_prevod.pdf

Doracak për vlerësimin e pluralizmit mediatic, i Agjencisë për Shërbime Mediatike Audio dhe Audi - vizuale. I disponueshëm në
Kodi Zgjedhor (tekst i pastruar), ("Gazeta Zyrtare e Republikës së Maqedonisë", nr. 32/ 2014)

Kushtetuta e Republikës së Maqedonisë
<http://makemigration.readyhosting.com/upload/Ustav.pdf>

Rregullore për Mbrojtjen e Personave të Mitur, e Agjencisë për Shërbime Mediatike Audio dhe Audi - vizuale. I disponueshëm në
http://www.avmu.mk/images/Pravilnik_zashtita_na_malloleznite_lica.pdf

Ligji për Mbrojtjen e të Dhënave Personale http://www.dzlp.mk/sites/default/files/pdf/ZZLP_precisten_2012.pdf

Ligji i Mediave („Gazeta zyrtare e Republikës së Maqedonisë “ nr.184/2013)

Ligji për ndryshimin dhe plotësimin e Ligjit për Mediat („Gazeta zyrtare e Republikës së Maqedonisë “ nr.13/2014)

Ligji për Shërbime Mediatike Audio dhe Audiovizuale („Gazeta zyrtare e Republikës së Maqedonisë “ nr. 184/2013)

Ligji për ndryshimin dhe plotësimin e Ligjit për Shërbime Mediatike Audio dhe Audio - vizuale
(„Gazeta zyrtare e Republikës së Maqedonisë “ nr. 13/2014)

Ligji për ndryshimin e Ligjit për Shërbime Mediatike Audio dhe Audio -vizuale
(„Gazeta zyrtare e Republikës së Maqedonisë “ nr. 44/2014)

Ligji për ndryshimin dhe plotësimin e Ligjit për Shërbime Mediatike Audio dhe Audio - vizuale
(„Gazeta zyrtare e Republikës së Maqedonisë “ nr. 101/2014)

Ligji për ndryshimin dhe plotësimin e Ligjit për Shërbime Mediatike Audio dhe Audio - vizuale
(„Gazeta zyrtare e Republikës së Maqedonisë “ nr. 132/2014)

KODEKSET, DORACAKËT, UDHËZIME

Dimovski, S., Ilievski, J., Dimitrievski, Z (2014) „Publiku në procedurën penale:
Udhërrëfyes për gazetarët në procedurën penale“ Shkup, Misioni i OSBE-së në Shkup

„Doracak për etikë në gazetari“ (2012), Shoqata e Gazetarëve të Maqedonisë, Shkup,
<http://www.znm.org.mk/drupal-7.7/sites/default/files/Priracnik%20za%20etika%20vo%20novinarstvoto%20maj%202012.pdf>

„Doracak gazetaresk për ndjekjen e zgjedhjeve“, Shoqata e Gazetarëve të Maqedonisë dhe Fondacioni Konrad Adenauer
<http://www.znm.org.mk/drupal7.7/sites/default/files/Новинарски%20прирачник%20за%20следење%20на%20избори%20-%203HM%20март%202013.pdf>

„Gazetarët kundër korrupsion“ (2012), Shoqata e Gazetarëve të Maqedonisë, Shkup

Kodi Etik i Gazetarëve të Republikës së Maqedonisë <http://znm.org.mk/drupal-7.7/mk/node/440>

Qëllimet e Këshillit të Etikës në Media në Maqedoni <http://semm.mk>

Rekomandimet e Organizatës Botërore Shoqërore për Parandalimin e Vetëvrasjeve
http://www.who.int/mental_health/prevention/suicide/resource_media.pdf

„Të drejtat e fëmijëve dhe mediave: instruksionet e Federatës Ndërkombëtare e Gazetarëve dhe Parimet e Raportimit lidhur me çështjet që përfshijnë fëmijët“ i disponueshëm në: <http://www.ifj.org/default.asp?index=192&Language=EN>

Standardet etike dhe profesionale të RTM-së për mbulimin mediatik
http://mrt.com.mk/sites/default/files/Етички%20и%20професионални%20принципи%20на%20МРТ%20за%20медиумско%20покривање%20изборни%20процеси_МАКЕДОНСКИ%20ЈАЗИК.pdf

UNICEF, (2000), „Mediat dhe të drejtat e fëmijëve: doracak praktik për profesionistët mediatik“, Shkup, Zyra në Shkup

„UNICEF: Parime për raportimit etik për fëmijë“ i disponueshëm në: http://www.presswise.org.uk/display_page.php?id=594

„Bazat për shfrytëzimin e burimeve“, Agjencia e Lajmeve Rojters
http://handbook.reuters.com/index.php?title=The_Essentials_of_Reuters_Sourcing

Kodi Etik i Asociacionit Kombëtar të Fotoreporterëve (të SHBA). I disponueshëm në:
https://nppa.org/code_of_ethics

Kodeksi i Gazetarëve të Republikës së Maqedonisë <http://znm.org.mk/drupal-7.7/mk/node/440>

Al Jazeera Code of Ethics <http://www.aljazeera.com/aboutus/2006/11/2008525185733692771.html>

AP NEWS VALUES & PRINCIPLES <http://www.ap.org/company/News-Values>

The BBC's Editorial Values <http://www.bbc.co.uk/editorialguidelines/>

Guardian News & Media Editorial Code
<http://www.mediawise.org.uk/wp-content/uploads/2011/08/GuardianEditorialGuidelinesAug2011.pdf>

IPSO's Code of Practice - Independent Press Standards Organizations
https://www.ipso.co.uk/assets/82/Editors_Code_of_Practice_A4_March_2015.pdf

The New YorkTimes- Guidelines on Integrity <http://www.nytimes.com/wp-content/uploads/Guidelines-on-Integrity.pdf>

The New YorkTimes – Ethical Journalism
http://www.nytimes.com/wp-content/uploads/NYT_Ethical_Journalism_0904-1.pdf

The OFCOM Broadcasting Code
<http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/broadcast/831190/broadcastingcode2011.pdf>

DORACAK

**PËR INTERESIN PUBLIK
NË GAZETARI**



Shkup, 2016