



**ПРИРАЧНИК**  
**ЗА ЈАВНИОТ ИНТЕРЕС**  
**ВО НОВИНАРСТВОТО**



**ПРИРАЧНИК**

**ЗА ЈАВНИОТ ИНТЕРЕС  
ВО НОВИНАРСТВОТО**



Скопје, 2016 година

## ПРИРАЧНИК ЗА ЈАВНИОТ ИНТЕРЕС ВО НОВИНАРСТВОТО

Издавачи: Институт за комуникациски студии  
Висока школа за новинарство и за односи со јавноста  
Јуриј Гагарин 17/1-1, Скопје, Македонија  
www.iks.edu.mk  
www.vs.edu.mk

За издавачите: Жанета Трајкоска

Автори: Весна Шопар, Зоран Димитровски,  
Сефер Тахири, Александра Теменугова  
Уредници: Жанета Трајкоска, Александра Теменугова  
Лектура: Татјана Б. Ефтимоска  
Дизајн и техничка обработка: Љубен Димановски

Печати: Винсент Графика - Скопје  
Тираж: 200



British Embassy  
Skopje

Подготовката на оваа публикација беше овозможена со поддршка од Британската амбасада во Скопје, во рамките на проектот „Изразување на јавниот интерес: зголемување на моќта на медиумите и граѓаните во штитењето на јавните политики во Македонија.“

Мислењата и ставовите наведени во оваа публикација не ги одразуваат секогаш мислењата и ставовите на Британската амбасада во Скопје.

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

316.774:316.64(035)

316.774:174.4(035)

ПРИРАЧНИК за јавниот интерес во новинарството / [автори Весна Шопар ... и др.]. - Скопје : Висока школа за новинарство и за односи со јавноста, Институт за комуникациски студии, 2016. - 93 стр. ; 25 см

Автори: Весна Шопар, Зоран Димитровски, Сефер Тахири, Александра Теменугова. - Библиографија: стр. 90-93

ISBN 978-608-65406-8-5

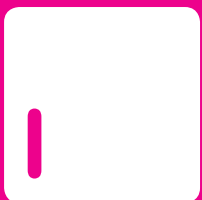
1. Шопар, Весна [автор]

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

COBISS.MK-ID 100707082

# Содржина

● <b>I</b> ЗА ПРИРАЧНИКОТ.....	6
● <b>II</b> ВОВЕД.....	8
● <b>III</b> ПРИНЦИПИ НА НОВИНАРСТВОТО ОД ЈАВЕН ИНТЕРЕС.....	16
● <b>1</b> ДОВЕРБА И ЗАШТИТА НА ЈАВНИОТ ИНТЕРЕС.....	20
● <b>2</b> ТОЧНОСТ И ВИСТИНИТОСТ.....	24
● <b>3</b> НЕПРИСТРАСТНОСТ.....	30
● <b>4</b> ТРАНСПАРЕНТНОСТ.....	36
● <b>5</b> ОТЧЕТНОСТ.....	40
● <b>6</b> ИНТЕГРИТЕТ И НЕЗАВИСНОСТ НА УРЕДУВАЧКАТА ПОЛИТИКА.....	44
● <b>7</b> ПРАВИЧНОСТ.....	50
● <b>8</b> НАНЕСУВАЊЕ ШТЕТА И НАВРЕДА.....	56
● <b>9</b> ПРИВАТНОСТ.....	62
● <b>10</b> ДЕЦАТА И МЛАДИТЕ КАКО ИЗВОРИ НА ИНФОРМАЦИИ И СОРАБОТНИЦИ.....	70
● <b>IV</b> ТЕСТ ЗА ЈАВЕН ИНТЕРЕС.....	76
● <b>V</b> КОРИСТЕНА ЛИТЕРАТУРА.....	90



---

# За Прирачникот

---

**В**о овој Прирачник се сублимира-ни општоприфатените вредности, принципи, професионални стандарди и практики врз коишто почива новинарството. Тој е првенствено наменет за новинарите, за уредниците и за останатите медиумски работници кои учествуваат во креирањето новинарски содржини, без разлика дали доаѓаат од јавен или од комерцијален, од традиционален или од нов медиум. Прирачникот има цел да им помогне или да ги потсети луѓето кои себеси се нарекуваат новинари или медиумски професионалци на начелата и стандардите коишто треба да ги почитуваат при вршењето на својата професија, која, пред сè, му служи на јавниот интерес. Новинарите имаат обврска да ги повикуваат на одговорност носителите на државни или на други јавни функции, да истражуваат и да ги расветлуваат темите што се од интерес за јавноста. Но, тоа што ја интересира јавноста не значи дека секогаш е и од јавен интерес. Поради тоа, овој Прирачник првпат го вклучува концептот за *Тесној за новинарство од јавен интерес*, којшто на практичен начин ги доловува етичките дилеми со коишто секојдневно се соочуваат новинарите.

Исто така, тој е наменет и за граѓаните, кои во својство на публика, треба да знаат што да очекуваат од новинарите, критички да ги восприемаат информациите и да умеат да препознаат непрофесионално новинарство. Во едно демократско општество, јавен интерес е почитувањето на правото на слободата при изразувањето, функционирањето на демократијата, на правната држава, а медиумски писмени граѓани ќе знаат како да реагираат кога таа е прекршена.

Содржината на овој Прирачник се базира врз искуствата и потребите на медиумите и новинарите во Македонија, врз странска и домашна регулатива која третира прашања за етичко и професионално известување, врз бројни новинарски кодекси, како и врз практики и политики коишто се применуваат во највлијателните медиумски куќи во светот.

Прирачникот за новинарство од јавен интерес е дел од проектот *Изразувањето на јавниот интерес: зголемување на моќта на медиумите и граѓаните во штипењето на јавните политики во Македонија*.

Проектот е поддржан од Британската амбасада во Скопје.



---

# Вовед

---

**Н**овинарството во Македонија, последниве неколку години, поминува низ сериозен турбулентен процес и криза на идентитетот. Наместо „демократизација“ на медиумите, на дело е нивна инструментализација, политизација, клиентелизација. Заглавени помеѓу политичките и комерцијалните/бизнис интереси, медиумите „лесно“ подлегнуваат на корупција и пропаганда. Работат во лоши и несигурни економски услови, надополнети со манипулација на центрите на економска и политичка моќ. Новинарите се изложени на притисоци, закани, напади, казни, па дури и затворање. Воочлив е пад на новинарските стандарди, ерозија на професионализмот, популизам, говор на омраза, но и подем на професионалната некомпетентност и поводливост кон влијанието на политиката и бизнисот. Речиси е невозможно да се зборува за уредувачка и новинарска автономија, особено во големите приватни телевизии. На клучните редакциски позиции се именуваат лојални послушници кои се грижат за задоволување на интересите на медиумските газди, политичарите и огласувачите. Во таква атмосфера царува цензурата (отворена или прикриена) и автоцензурата. Новинарите се поделени не само политички, туку и професионално. Нивните интереси ги застапуваат две здруженија, поларизирани долж политичките линии. Освен тоа, најголемиот број новинари се слабо платени и без редовни примања и социјална и здравствена заштита. Работните односи се препуштени на милост и немилост на сопствениците на

медиумите, а синдикалното организирање на новинарите е под перманентен притисок.

На медиумскиот пазар има голем број медиуми (особено електронски), што најчесто се дефинира како плурализација и разновидност на медиумите. Но, токму тоа не кажува ништо за развојот, плуралноста, разновидноста, сопственичката транспарентност и професионалноста на медиумите. Во суштина, расте бројот на медиуми на работ на преживување, особено оние на локално ниво. Големите комерцијални електронски медиуми (на национално ниво) своето функционирање доминантно го должат на нескриеното владино рекламирање, што директно се одразува врз уредувачката политика и структурата на програмата. Состојбата со јавниот радиодифузен сервис не е воопшто поинаква. Тој со години, а особено последниве неколку години, е полигон за остварување на непосредните политички интереси на секоја владејачка елита, како во уредувачката така и во кадровската политика на куќата. Речиси не постои политичка партија, односно политичка групација, која не размислува за јавниот сервис од аспект на својот сопствен интерес.

Ваквата состојба во медиумите во Македонија ја потврдуваат и бројните извештаи на меѓународните организации што се занимаваат со анализа на медиумите. Така, според Индексот за слобода на медиумите на Репортери без граници (Reporters Without Borders), Македонија во 2015 година е рангирана на 117 место<sup>1</sup>, што е поразителен по-

<sup>1</sup> Индекс за слобода на медиумите за Република Македонија за 2015 година на Репортери без граници, достапно на: <http://index.rsfi.org/#/>

даток ако се знае дека пред само пет години беше на 34 место (2009 година). Извештајот на Фридом Хаус (Freedom House) од 2015 година<sup>2</sup> за независност на медиумите утврдува растечка политизација на медиумите во Македонија, нивна зависност од владини реклами за финансиска поддршка и губење на кредибилитетот кај јавноста. Истото се забележува и во последните неколку извештаи на Европската Унија за напредокот на Македонија.<sup>3</sup> Во нив се изразува загриженост за автоцензурата, индиректната државна контрола врз медиумите преку владините реклами, политичката пристрасност на јавниот радиодифузен сервис, недостигот од вистинско и независно известување, слабите работнички права на новинарите, лошите новинарски стандарди и етика, продолжувањето на вложувањето тужби за клевета на новинари против новинари и на политичари против новинари. Особено загрижуваат забелешките од последниот Извештај на ЕУ од 2015 година<sup>4</sup>, во кој што посебно се издвојуваат: обидите да се ограничи известувањето на медиумите за прашања од јавен интерес, поткопувањето на основните права и обврски на медиумите да пренесуваат информации и идеи коишто се од јавен интерес и правото на јавноста да ги добие тие информации, придружено со редовно политичко мешање во уредувачката политика на медиумите, особено присутно кај националните радиодифузери преку директна контрола на содржината и времето на емитување на вестите. Што се однесува на МРТ, нејзиниот неуспех да ја информира јавноста за прашања од јавен интерес на балансиран и неселективен начин продолжува да ја поткопува нејзината улога како јавен радиодифузен сервис.<sup>5</sup>

## ● НОРМАТИВНО РЕГУЛИРАЊЕ НА ЈАВНИОТ ИНТЕРЕС ВО МЕДИУМИТЕ

Дали и како е регулиран јавниот интерес во медиумите во Македонија? Прегледот на медиумското законодавство кажува дека ниту Законот за медиуми, ниту Законот за аудио и аудиовизуелни услуги не дефинира што е јавен интерес во медиумите. Законот за медиуми ја гарантира слободата на медиумите (член 3), која, меѓу другото, опфаќа, независност на медиумите, слобода на прибирањето, истражувањето, објавувањето, изборот и пренесувањето на информации за информирање на јавноста, плурализам и разновидност на медиумите, отвореност на медиумите за различни мислења, уверувања и содржини, достапност до информациите од јавен карактер, почитување на човековата индивидуалност, приватност и достоинство, самостојност на уредникот, новинарот, авторите на содржините. Во Законот за аудио и аудиовизуелни услуги, јавниот интерес е содржан во програмските обврски, стандарди и начела при производство и презентација на радио и телевизиски програми, како кај јавниот сервис, така и кај приватните радиодифузери (член 104, 107 и 110). Освен тоа, децидно е дефинирано дека Македонската радиотелевизија како јавен радиодифузен сервис врши „дејност од јавен интерес во областа на радиодифузијата во РМ“.

Конкретно, МРТ, меѓу другото, е должна да создава и да емитува програми за целокупната јавност со цел да придонесува за создавање и развој на слободно мислење

<sup>2</sup> Извештај на Фридом Хаус за независност на медиумите во Македонија за 2015 година, достапно на: <https://freedomhouse.org/report/nations-transit/2015/macedonia>

<sup>3</sup> Извештај за напредокот на Република Македонија за 2014 година, Извештај за напредокот на Република Македонија за 2013 година, достапно на: <http://www.sobranie.mk/dokumenti-rm-eu-cbb3490c-fe7d-4750-82f4-67c619c46a6a.nspx>

<sup>4</sup> Извештај за напредокот на Република Македонија за 2015 година, достапно на: [http://www.sobranie.mk/content/%D0%9D%D0%A1%D0%95%D0%98/PR2015\\_All\\_CK\\_FF\\_MK\\_16.11.2015.pdf](http://www.sobranie.mk/content/%D0%9D%D0%A1%D0%95%D0%98/PR2015_All_CK_FF_MK_16.11.2015.pdf)

<sup>5</sup> Ова го потврдува и Мониторингот на медиумските содржини преку Механизмот за набљудување и реакција, реализиран од 23 ноември до 18 декември 2015 година, во рамките на Институтот за комуникациски студии. Види: [http://respublica.edu.mk/images/modem/attach/MODEM-eden\\_18%20noemvri%20\\_23%20dekemvri.pdf](http://respublica.edu.mk/images/modem/attach/MODEM-eden_18%20noemvri%20_23%20dekemvri.pdf)

и информирање на јавноста, да обезбеди постојано, вистинито, целосно, непристрасно, праведно и навремено информирање за сите важни политички, економски, социјални, здравствени, културни, образовни, научни, религиски, еколошки, спортски и други настани и случувања, да ја промовира и унапредува културата на јавен дијалог и да овозможи арена за широка јавна дебата по прашања од јавен интерес, да не заштитува ставови или интереси на одредена политичка партија, политички, религиски или други групи, да придонесува за почитување и промоција на основните човекови права и слободи, да обезбеди отворена и слободна расправа по сите прашања од јавен интерес. Новинарите и уредниците на јавниот сервис се должни да се придржуваат кон начелата на вистинитост, непристрасност и сеопфатност на информациите, политичка избалансираност и плурализам на гледиштата, презентирање на информации кои на граѓаните ќе им овозможат слободно да го формираат своето мислење, да ја почитуваат приватноста, достоинството, угледот и честа на индивидуата, да се придржуваат кон начелото на политичка независност и автономија, да ги почитуваат критериумите за квалитет, стручност, културни вредности и професионална компетентност во смисла на достигнатите национални и европски признати највисоки професионални стандарди и етички принципи за независно новинарство и квалитетна програма.

Што се однесува на приватните радиодифузери, тие, при обезбедувањето на телевизиско или радиоemitување, меѓу другото, треба да ги исполнуваат следните начела: негување и развој на хуманите и морални вредности на човекот и заштитата на приватноста и достоинството на личноста, чувството на јавноста за правичност и за одбрана на демократските слободи, отвореност

на програмите за изразување на различните култури што се составен дел на општеството, објективно и непристрасно прикажување на настаните и еднаков третман на различните гледишта и мислења и овозможување на слободно оформување на мислењето на публиката за одделни настани и прашања, самостојност, независност и отвореност на уредниците, новинарите и другите автори при создавањето на програмите и креирањето на уредувачката политика.

Притоа, Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги посебно издвојува одредени медиумски услуги (програми) кои го носат предзнакот 'јавен интерес' и за нив нормативно е дефиниран посебен режим. Тука спаѓаат обврските за emitување европски дела и дела од независни продуценти, како и обврските за emitување музика и програми изворно создадени на македонски јазик или на јазиците на заедниците во Република Македонија, при што како програми од јавен интерес посебно се издвојуваат домашната документарна и играна програма (член 107 и 110). Овие обврски еднакво се однесуваат како на јавниот радиодифузен сервис, така и на приватните (комерцијални) радиодифузери (член 61).<sup>6</sup> Но, во практиката тие различно се применуваат. Тоа особено се однесува на стандардите и начелата при производство и презентација на радио и телевизиски програми кои и јавниот сервис, и комерцијалните радиодифузери или не ги препознаваат, или погрешно ги толкуваат, или не ги почитуваат.

Во сферата на саморегулативата, во Етичкиот кодекс на новинарите на Македонија, јавниот интерес е застапен во неколку членови. Најнапред, во основните принципи на однесување, а повикувајќи се на Уставот на РМ (член 16) којшто гарантира слобода на изразувањето на мислата, слобода на го-

<sup>6</sup> Овие одредби претставуваат усогласување на Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги со Директивата на ЕУ за аудиовизуелни медиумски услуги.

ворот, на јавниот настап, јавното информирање, слободен пристап кон информациите, слобода на примањето и пренесувањето информации..., забрана на цензурата, Кодексот истакнува дека основна задача на новинарите е да ја почитуваат вистината и правото на јавноста да биде информирана. Исто така, следејќи ја својата улога во градењето на демократијата и цивилното општество, новинарите ќе ги бранат човековите права, достоинството и слободата, ќе го почитуваат плурализмот на идеи и ставови, ќе придонесуваат за јакнење на правната држава. Понатаму, новинарот има право на слободен пристап до сите извори на информирање што се од јавен интерес, ќе ги почитува законите на државата, но нема да објави или да сокрие нешто што е во спротивност со јавниот интерес. Тој ќе ја почитува приватноста на личноста, освен кога тоа е во спротивност со јавниот интерес. Новинарот нема свесно да создава, ниту да преработува информации што ги загрозуваат човековите права или слободи, нема да говори со јазикот на омраза и нема да поттикнува на насилство и дискриминација по каква било основа. Несподливо со новинарската професија е непримерната комуникација со јавноста. Но, колку овие правила се почитуваат во практиката е сосем друго прашање.

### ● ШТО Е НОВИНАРСТВО ОД ЈАВЕН ИНТЕРЕС?

Несомнено, денес едно од најважните, но и жестоко оспорувани прашања во практиката во Македонија е прашањето: што е новинарство од јавен интерес? Обидот за негово дефинирање најнапред упатува на вредностите кои Денис МекКвејл (Denis McQual) ги издвојува како одговорен однос на медиумите кон јавноста. Тие опфаќаат непостоење на цензура, еднакво право на граѓаните за слободен прием и достапност до вести, политички погледи, образование,

култура, слобода на информативните медиуми да добиваат информации од релевантни извори, непостоење на прикриено влијание на сопствениците на медиумите или огласувачите врз селекцијата на вестите, активна и критичка уредувачка политика при презентирање на вестите и мислењата и креативна и независна уредувачка политика, систематска јавна контрола на носителите на јавни функции и адекватно информирање за нивните активности, поддржување на активно информирање на општествениот живот и систем (Мек Квејл, 1994).

Притоа, мора да се признае дека не е лесно да се утврди што е јавен интерес. Дали тој се однесува на остварување на желбите на јавноста како збир на поединци или, пак, имплицира нормативна лојалност кон начелото што е во нивен најдобар интерес? Иако не постои едноставен и јасен одговор што е јавен интерес, тој најкусо би можел да се дефинира како „она што е од интерес или од корист за најголемиот број луѓе во општеството“. Но, проблем е што често се меша она што ја интересира јавноста (публиката) со она што е од интерес на јавноста, или, со други зборови, од корист на општеството. Јавен интерес не е она за што е заинтересирана јавноста, она што сака да го дознае публиката и не значи задоволување на нејзината љубопитност, ниту, пак, може да се оправда како морален критериум за нечие скандалозно однесување. Правото на јавноста да знае не може да биде изговор да се сирка во нечиј приватен живот. Непроверените информации и анонимните снимки не можат едноставно да се објавуваат во името на заштитата на јавниот морал. Грижата за децата не се покажува на тој начин што тие трајно ќе се жигосаат како жртви на сексуално злосторство. Објавувањето снимки на убиства, жртви на несреќи за кои се познати и неспорни сите околности, не придонесува кон ништо друго освен кон дополнително страдање на семејствата на

жртвите и задоволување на љубопитноста на граѓаните.

Во исто време, неретко, разни субјекти во општеството, државните институции, политичките партии или невладините организации и активисти им забележуваат на медиумите објавување, односно необјавување на некоја информација. Притоа се истакнува дека, „медиумите останале неми“ за некој настан или акција, а опширно информираат за нешто неважно. Забораваат дека медиумите не се ниту гласило на државните институции, ниту портпароли на партиите, ниту активисти на која било организација. Улогата на медиумите не е да информираат за сето она за што некој проценител дека би требало да се информира. Улогата на медиумите е да ја информираат јавноста за прашања од јавен интерес, за она што е од интерес и што влијае врз животот на повеќето граѓани. За да му служат на единствениот етички прифатлив господар – јавниот интерес, медиумите мора да се занимаваат со сите важни прашања во општеството и да отворат простор за различни коментари и мислења на публиката.

Гледано од перспектива на новинарите во Македонија, тие и знаат и не знаат што е јавен интерес, односно можеби не се во состојба да дадат прецизна дефиниција, но во практиката многу лесно утврдуваат кога нешто е од јавен интерес. Доколку се соочат со дилема дали нешто да објават или не, тогаш редовно се консултираат со редакцијата и со поискусните колеги. Но, според нив, јавноста не знае што е јавен интерес, а како и да знае кога националниот, државниот и јавниот интерес се ставени под капата на власта. Односно, перцепцијата за јавниот интерес е негова груба политизација и „приватизација“ која не може да се „урне“ со заштита на цивилизациските, европските вредности, човековите права и слободи. Во битката за јавниот интерес, но-

винарите најнапред ја водат битката самите со себе, потоа со сопственикот, па со другите форми на притисок, општествениот, економскиот, политичкиот. Клучниот проблем е во тоа што медиумите (особено највлијателните) не постојат заради јавниот интерес. Нив не ги интересира што мисли јавноста. Тие постојат за сопственикот на медиумот, за неколку уредници и за оние што ја имаат власта во државата. Она што се гледа на тие медиуми е сè, само не јавен интерес.

Токму затоа, теоретската мисла јасно укажува на тоа дека регулирањето на јавниот интерес во медиумите, којшто претпоставува постоење на „општо добро“, е над и вон интересите и преференциите на одделни политички или економски интереси. Медиумите (печатените или електронските, приватните или јавните) фундаментално се испреплетени со општото добро, секогаш се над приватниот интерес и рамнотежа на популарното мислење (Horowitz, McQuail, Croteau, Hoynes). Тие својата моќ ја црпат токму од јавниот интерес и затоа имаат обврска точно и урамнотежено да ги информираат граѓаните, да зборуваат за сите теми кои влијаат врз заедницата, да објавуваат не само факти, туку и ставови и мислења на сите релевантни претставници на општеството. Оној медиум што се служи со методот на „продолжен кабел“ и го пренесува само она што му е речено или она што е соопштено, а не дава контекст, не овозможува коментар и одговор, не му служи на интересот на јавноста. Релативизирањето и злоупотребата на јавниот интерес во медиумите, најчесто како резултат на арбитражното дејствување, злоупотребата на јавните овластувања и следењето на тесни партикуларни интереси, во секое демократско општество едноставно мора да биде забрането. Нема простор за легитимен јавен интерес таму каде што јавноста е исклучена од процесот на артикулација на интересите. Конечно, медиумите и новинарите не се по-

веќе само собирачи на вести. Од нив се очекува да истражуваат, да бидат критични кон светот во кој живеат, но и проактивни, односно да иницираат јавна дебата за теми од општ интерес. Тие мора да бидат одговорни бидејќи се занимаваат со јавни работи.

## ● ШТО СОДРЖИ ОВОЈ ПРИРАЧНИК?

Овој прирачник ги дефинира клучните аспекти на новинарството од јавен интерес. Тој вклучува два документи: Упатство за новинарство од јавен интерес и Тест за јавен интерес.

**Упатството за новинарство од јавен интерес** ги поставува принципите и стандардите за презентирање/продукција на медиумските производи во однос на јавниот интерес. Тој обезбедува совети за медиумските професионалци за справување со уредувачките предизвици за прашањата од јавен интерес, за продуцирање содржини на највисоко етичко ниво и за исполнување на очекувањата на публиката во однос на јавниот интерес. Со тоа се овозможува медиумите и медиумските професионалци да ги препознаат, да ги предвидат и да ги избегнат можните последици и опструкции на јавниот интерес при известувањето за криминал, корупција, социјални активности, здравјето и безбедноста на луѓето и другите прашања поврзани со јавниот интерес. Исто така, упатството нуди можност за интеракција со пошироката јавност и нејзината активна партиципација во креирањето на медиумските содржини. Упатството содржи прецизни критериуми поврзани со јавниот интерес релевантни за сите типови медиуми (весник, телевизија, радио, онлајн). Опфатени се клучните начела со кои се обезбе-

дува доверба, заштита на јавниот интерес, вистинитост и точност, непристрасност, уредувачки интегритет и независност, правичност, приватност, транспарентност, одговорност/отчетност на медиумите. Притоа, секој поединечен принцип е детално разработен со стандарди и практики.

**Тестот за јавен интерес** претставува интегриран дел од насоките од упатството за новинарство од јавен интерес. Тој им помага на новинарите како да се справат со прашањата и дилемите од јавен интерес со кои секојдневно се соочуваат при објавувањето на информациите. Тестот им помага полесно да направат разлика помеѓу прашањата од јавен интерес и оние кои не се тоа, и да решат дали да известуваат за нив. Преку него, новинарите можат и да го подобрат разбирањето на јавноста за прашања од јавен интерес и да се охрабрат да бараат поголема одговорност и транспарентност од јавните институции и личности. Имено, во својата работа новинарите постојано се принудени да „одмеруваат“ помеѓу критериумот за важноста на некој настан, претпоставениот интерес на јавноста, како и можните негативни или позитивни последици од објавувањето или необјавувањето на информацијата. Притоа, новинарите се соочени со проблемот одлуката за објавување или необјавување на некоја информација да има непосакувани последици. Нема еднозначен одговор на прашањето кога и каде новинарите треба да ја повлечат границата на слободата на медиумот, односно на етички дозволеното однесување. Токму затоа, тестот за јавен интерес треба да се гледа како практично помагало за утврдување на вистинското значење и примена на јавниот интерес во практиката.





---

# Принципи на новинарството од јавен интерес

---

Принципите наведени во овој прирачник првенствено се наменети да претставуваат новинарски водич или потсетник за нивната улога во општеството и заштитата на јавниот интерес. Обидот да се сублимираат темелите на оваа професија во ваков прирачник речиси се поистовети со дебатите и сè уште актуелните дилеми за истата тема што се водат во академскиот и во новинарскиот свет во западните демократски системи. Бил Ковач и Том Розенстиел (Bill Kovach & Tom Rosenstiel), во „Елементите на новинарството“,<sup>7</sup> прават ревизија на основите врз коишто почива новинарството, трагајќи по одговорот кому му служи тоа, особено во време на промени што ги изнедри дигиталната револуција, граѓанското новинарство, како и силната доминација на корпоративните комуникации кои, суптилно но успешно, ги изместуваат границите меѓу односите со јавноста и новинарството. Но, за разлика од мотивите на овие двајца автори, преиспитувањето на новинарските принципи во Македонија се должи, пред сè, на незавидната состојба во којашто се наоѓаат медиумите со години наназад.

Погубното влијание на политиката врз нив, сервилниот однос на многумина уредници кон политичките и финансиските моќници, кривката саморегулаторна култура и отсуството на силна синдикална сплотеност придонесоа за масовно девалвирање на професионалните принципи и стандарди

во новинарската професија. Ваквата состојба ја потврдуваат извештаите на бројните домашни и меѓународни организации, мониторинзи и алармантни предупредувања на новинарските здруженија и медиумските невладини организации.

Институтот за комуникациски студии, во 2015 година, консултираше 60-ина новинари, уредници и сопственици на вкупно 40 медиуми, со цел да ги идентификува практиките според коишто се креираат вестите и другите информативни содржини во земјата. Фокусните групи со нив имаа за цел да се утврди дали и како се штити јавниот интерес во редакциите.<sup>8</sup> Истражувањето покажа дека незначителен дел од медиумите имаат интерни политики и/или упатства за почитување на професионалните новинарски стандарди и правила. Поразителни се сведоштвата на новинарите и уредниците за начинот на којшто во континуитет се поткопува интегритетот на новинарството: зачестени практики на цензура или автоцензура со цел да им се удоволи на интересите на политичарите или на огласувачите, отсуство на волја и недоволно човечки, технички и финансиски ресурси неопходни за медиумски плурализам, плагијаторство, недоверба во регулаторното тело поради сомневања за политичка зависност од власта итн. Ваквата ситуација секако дека се рефлектира врз квалитетот на информативните содржини. Во редакциите, најчесто за време на утринските колегиуми, постои дебата за

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

<sup>8</sup> Во октомври и декември 2015 година, ИКС организираше четири тематски средби со претставници на вкупно 40 медиуми: на Македонската телевизија и на Македонското радио, новинари, уредници и сопственици на печатени, на електронски и на онлајнмедиуми, земајќи ја предвид соодветна застапеност по географска и етничка припадност.

изборот и начинот на третирање на темите и настаните, но недоволно се дискутира за тоа дали темата е од јавен или друг интерес. Недостигот од прецизни одредници за тоа што претставува јавниот интерес придонесува за (не)намерни грешки и неретко се поистоветува со приватен, со државен или со национален интерес.

Врз основа на стручната литература, општоприфатените стандарди и практики, овој прирачник го определува јавниот интерес во новинарството како концепт што се поврзува со начелото на „доброто владеење“ и со заштитата на правото на слободата при изразувањето и одговорен однос на медиумите кон јавноста (Denis McQual). Медиумите се должни да го **заштитиуваат и промовираат јавниот интерес**, односно да им служат единствено на интересите на јавноста и да бидат „куче-чувар“ на демократијата. Оваа обврска важи за сите медиуми, без разлика дали се работи за јавни или за приватни, за национални или за регионални/локални медиуми и без оглед на технологијата на функционирање, начинот на управувањето или

моделот на финансирањето. Во случајот на јавниот радиодифузен сервис, обврската за служење на јавниот интерес е уште поголема и затоа е и законски предвидена.

Поради тоа, во својата работа, медиумите и новинарите треба да ги почитуваат следните принципи:

1. Доверба и заштита на јавниот интерес;
2. Точност и вистинитост;
3. Непристрасност;
4. Транспарентност;
5. Отчетност;
6. Интегритет и уредувачка независност;
7. Правичност;
8. Штета и навреда;
9. Приватност;
10. Заштита на децата и младите лица.

Принципите на новинарството во овој прирачник се базираат врз:

- ▶ Етичкиот кодекс на новинарите на Македонија и целите на Советот за етика во медиумите во Македонија и други саморегулаторни механизми;
- ▶ Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, Законот за медиуми, подзаконските и другите акти на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, останата регулатива која се однесува на работата на медиумите, како што е Изборниот законик, Законот за кривична постапка итн.;
- ▶ Правото на слобода на изразување утврдено со членот 10 од Европската конвенција за човекови права;
- ▶ Меѓународни и европски нормативи коишто ја прецизираат работата на медиумите и новинарите;
- ▶ Етички кодекси и препораки на странски и меѓународни новинарски здруженија;
- ▶ Политики за работа и етички насоки/кодекси на влијателни медиумски куќи во светот: Би-Би-Си, Гардијан, Њујорк Тајмс, Индипендент, Канадскиот радиодифузен сервис, новинските агенции Асошијетед Прес, Ројтерс и тн.

Сите 10 принципи се поединечно обработени со насоки за нивно почитување во практиката. Но во овој контекст, неопходно е да се истакне дека листата не е ниту конечна, ниту доволна. Таа е и ќе биде предмет на континуирано надополнување и проширување. Сепак, во период кога мноштво од медиумите во земјата затајуваат во вршењето на улогата „чувар на демократијата“, авторите на овој прирачник сметаат дека наведените принципи и стандарди во вакво медиумско премрежје се доволна основа, бидејќи им даваат јасни насоки не само на новинарите туку и на граѓаните. Тие ќе умеат да ги препознаат, да ги предвидат и да ги избегнат можните злоупотреби и опструкции на јавниот интерес во новинарството.



---

# Доверба и заштита на јавниот интерес

---

**Д**овербата и јавниот интерес се најважните ресурси на медиумите. Тие имаат витална улога во демократскиот поредок и претставуваат основа за социјална кохезија. Медиумите се главниот извор на информации од јавен интерес. Пласирањето информации кои со својата содржина ги едуцираат граѓаните да го разберат општеството ја јакне довербата и кредибилитетот на медиумите. Својата мисија медиумите ја исполнуваат преку промоција на јавниот интерес, одговорноста, професионалноста, транспарентноста во работата. Одговорноста на медиумите кон публиката/јавноста секогаш превладува над сите други интереси. Медиумите и новинарите не треба да му служат на ниту еден посебен интерес и должни се да ги негуваат правичноста, слободата и сеопфатниот пристап кон јавните прашања. Медиумите треба да бидат одговорни пред својата публика и општата јавност, а не да им служат на сопствениците, на издавачите, на власта или на чии било приватни интереси.

Медиумите треба да бидат сервис на јавноста со општествена функција насочена кон целосен развој на поединецот и заедницата. Тие треба активно да учествуваат во општествениот развој чијашто цел е демократско унапредување на општеството и свесно почитување на слободата и човековите права. Нивна обврска е да ја поттикнуваат, да ја зајакнуваат и да ја бранат слободата на изразување и правото на информирање.

Новинарите треба да бидат независни, непристрасни и чесни при известувањето за настани кои се значајни за публиката. Тие се должни да се залагаат за постигнување највисоки стандарди за точност и непристрасност и да избегнуваат свесно манипулирање со публиката. Новинарите и медиумите треба да бидат отпорни на притисоци и влијанија од кој било субјект или извор.

Медиумите треба да бидат доследни во утврдувањето на вистината за настаните и консеквентни во нивното интерпретирање и објаснување. Тие се должни да обезбедат објективно прикажување на настаните, еднаков третман на различните гледишта и мислења и сеопфатен форум за јавна дебата за сите актуелни прашања и проблеми во општеството. На тој начин на јавноста/публиката ќе ѝ понудат информации и перспективи суштествени за донесување одлуки за нејзиниот јавен и приватен живот.

Од медиумите се очекува да овозможат расправа за сите општествени проблеми, да бидат отворени за сите политички опции и да им овозможат на граѓаните да учествуваат во политичкиот живот и во донесувањето на политичките одлуки. Тие, исто така, треба да овозможат развој на креативноста и творештвото, како и судир на нови идеи. Нивна обврска е да придонесуваат кон културата на дијалог и да ја негуваат толеранцијата кон различни стојалишта за сите прашања од јавен интерес.

При извршувањето на својата професија, новинарите треба да внимаваат на следното:

- ▶ Секој друг ангажман, освен оној насочен кон јавноста/публиката, ја поткопува нивната доверба и кредибилитет;
- ▶ Служењето на јавниот интерес создава обврска во медиумските содржини да ја одразуваат разновидноста на заедницата;
- ▶ Служењето на јавниот интерес претставува гаранција за темелно и сеопфатно истражување на настаните и состојбите;
- ▶ Стремежот за професионален ангажман на медиумите во презентирањето на информациите кон јавноста/публиката им овозможува таа да донесува најсоодветни одлуки.

Довербата и јавниот интерес во медиумите претпоставуваат точно презентирање на информациите за сите сегменти на општеството, слободно изразување различни мислења, плуралност на ставовите.

Клучни начела за тоа се:

- ▶ Унапредување на разновидноста на медиумскиот пејсаж и висок квалитет на медиумите во служба на јавниот интерес;
- ▶ Заштита на јавноста/публиката од несовесни и незаконски медиумски практики;
- ▶ Градење доверба на јавноста/публиката преку транспарентни механизми за одговорност.





2

---

# Точност и Вистинитост

---

**Т**очноста е најстариот принцип врз којшто почива новинарската професија. Информациите кои се пласираат треба да кореспондираат со реалноста, да се вистинити и проверени од најмалку два независни извори. Но точноста не е само пренесување факти, а новинарите не се само „стенографи“ кои цврсто се држат до правилото да одговорот на петте прашања: „Кој?“, „Што?“, „Кога?“, „Каде?“, „Зошто?“ (плус шестото „Како?“). Од новинарите се очекува да дадат точни и сеопфатни информации врз основа на кои граѓаните ќе донесат одлуки.

Според Етичкиот кодекс на новинарите во Македонија, „основна задача на новинарите е да ја почитуваат вистината и правото на јавноста да биде информирана во согласност со член 16 од Уставот на Република Македонија“. За да го постигнат тоа, новинарите треба да прибираат информации од прва рака, да ги проверуваат фактите, да се уверат во автентичноста на пишаните докази и дигиталните материјали врз основа на кои ја публикуваат информацијата.

## Стандарди

- ▶ Новинарите мора да обезбедат прецизни и точни информации;
- ▶ Сите вести и останати новинарски трудови, соодветно на предметот и неговата природа, мора да изобилуваат со доволен број извори, да се базирани врз цврсти докази, темелно проверени и презентирани на јасен и прецизен јазик. Новинарите треба да се чесни за работи кои не ги знаат и да избегнуваат неосновани спекулации. На публиката треба јасно да ѝ се предочи во случај кога новинарите немаат потврда за одредени обвинувања, материјални факти и други содржини, но за ваквите информации мора да се посочи изворот;
- ▶ Новинарите не смеат намерно да ја наведуваат публиката во погрешна насока. Не смеат да ги изместуваат фактите и да ги презентираат измислените материјали како вистинити;
- ▶ Грешките треба да се признаат и да се коригираат најбрзо што може, јасно и соодветно;
- ▶ Брзината не смее да биде поважна од точноста и прецизноста.

## Практики

### ● ПРИБИРАЊЕ ИНФОРМАЦИИ

Новинарите треба да се трудат да присуствуваат на настани и да собираат информации од прва рака. Каде што е можно, треба да се комуницираат непосредни (примарни) извори и кога е неопходно, да се потврдат нивните докази. Новинарите не треба да се потпираат само врз еден извор, туку врз повеќе (искуствени, експертски и овластени), а најмалку врз два независни извори. Ако има само еден извор, тогаш се претпочита тој да биде именуван.

Новинарите треба да водат прецизни, точни и навремени белешки за текот на истражувањето, прибирањето информации и интервјуирањето. Пожелно е новинарите да ги чуваат таквите белешки, интервјуа, записи и документи, во печатена или електронска форма, на начин што ќе овозможи проверка. Во ситуации кога бележењето може да го одврати изворот, целосни белешки треба да се направат веднаш по интервјуто.

Ова е особено важно кога се објавуваат обвинувања од анонимни извори. Тие треба да бидат поткрепени со сеопфатни и навремени белешки од интервјуа, разговори и информации што ја даваат основата на приказната. Ваков тип информации треба да се чуваат во случај на судска постапка, кога од новинарот би се барало докажување на точноста на информацијата<sup>9</sup>.

### ● ПРОВЕРКА НА ИНФОРМАЦИИТЕ

Во сите медиумски содржини информациите, фактите и документите мора да се

проверат и да се потврдат со цел да се обезбеди целосна вистинитост и прецизност. Ако е невозможно да се потврди информацијата, тоа треба да ѝ се каже на публиката и да се посочи изворот на информацијата.

Посебно внимание треба да се обрне на содржините доставени или пласирани од трети лица. Не треба безрезервно да се претпоставува дека материјалот е вистинит. Треба сериозно да се размисли дали и како ќе се употребат овие информации и како најсоодветно ќе се потврдат. Посебно внимание заслужуваат материјалите за кои постои сомневање дека се доставени од член на група или организација која би имала посебен интерес од објавување на информацијата.

Поткрепата на тврдењата на очевидци или други извори треба да оди преку електронска комуникација (е-пошта), пишана или видеоизјава (наместо усна изјава или телефонски разговор).

Новинарите треба да внимаваат кога пребаруваат на Интернет. Дури и реномирани онлајнизвори можат да дадат неточни информации. Треба да се биде претпазлив поради ризикот од лажни веб-страници. И најуверливиот онлајнматеријал може да не е таков како што изгледа. Неопходно е да се провери кој го раководи веб-сајтот и ако е неопходно, да се побара потврда дали материјалот е оригинален.

### ● ИНФОРМАЦИИ ОД СЕРВИСЕН КАРАКТЕР

Информациите од сервисен карактер треба да се третираат со соодветно внимание, земајќи го предвид реномето на изворот. Новинарите можат да се потпрат врз

<sup>9</sup> Во „Основи за користење извори“ на новинската агенција Ројтерс е наведено дека обврска на новинарите е „да ги чуваат ваквите забелешки, аудио, видео и други материјали најмалку две години“. Достапно на: [http://handbook.reuters.com/index.php?title=The\\_Essentials\\_of\\_Reuters\\_Sourcing](http://handbook.reuters.com/index.php?title=The_Essentials_of_Reuters_Sourcing)

информации од надлежни институции до колку се сметаат за веродостојни, како, на пример, временски прогнози, официјални финансиски извештаи, статистички податоци и сл.

Може да се објавуваат информации од сервисен карактер за одредени лични, корпоративни или други интереси во кои медиумот свесно ќе се вклучи како еднонасочен пренесувач на вести. Тоа се, на пример, апели за хуманитарна помош, активности на групи за заштита на животна средина, потраги по исчезнати лица, сервисни информации за дефекти на инфраструктурни мрежи и сл. За ваквите содржини треба да се назначи изворот и за нивното објавување мора да постои недвосмислена оправданост.

Особено треба да се внимава кога се употребува туѓ видео или аудиоматеријал. Задача на медиумот е самиот да прибира информации. Уредувачкиот колегиум треба да даде согласност за употреба на ваков материјал, при што треба да се објасни причината зошто се објавува тој.

## ● ИЗВОРИ

Изворите на информации треба точно да се именувани, заедно со функцијата на која се наоѓаат или местото од каде што доаѓаат, за да може публиката самостојно да донесе одлука за нивниот статус.

Кога се цитираат анонимни извори, особено оние кои настапуваат со сериозни обвинувања, новинарите мора да сторат сè за да го заштитат нивниот идентитет. Сепак, на публиката треба да ѝ дадеме информации кои нема погрешно да ја наведат за идентитетот на овој тип извори. Но исто така треба да се внимава да не се соопштат и ин-

формации кои јасно и недвосмислено би го портретирале овој анонимен извор.

*(Виги Џовеќе во Анонимни извори во Ырнципциј: Транспарентност)*

## ● ПРОДУКЦИСКИ ТЕХНИКИ И ФОТОГРАФИЈА

Фотографиите и видеоматеријалите можат да откријат големи вистини, да прикажат злоупотреби и незаконско постапување, да инспирираат надеж, да предизвикаат емотивно поврзување на публиката со човечки судбини и настани. Но фотографиите и аудиовизуелните материјали можат да предизвикаат огромна штета и да ги повредат чувствата на луѓето доколку се направени без скрупули или со манипулација. Во Етичкиот кодекс на новинарите на Македонија стои дека „начинот на информирање за несреќи, елементарни непогоди, војни, семејни трагедии, болести, судски постапки мора да биде ослободен од сензационализам. (член 8)“

Аудиовизуелната продукција подразбира субјективна интервенција од членови на продукцискиот тим или фоторепортерот, но важно е да се знае дека има дозволени и недозволени техники. ТВ-новинарството подразбира употреба на видеопроодукција во форма на инсерт, видеосеквенци, разни типови кадри кои аудиовизуелно пренесуваат одредено дејство и реалност. Не се дозволени аудиовизуелни техники кои имаат за цел намерно да ја изместат реалноста и да манипулираат со публиката.

Ова се однесува и на употребата на фотографииите<sup>10</sup>. Обработката на фотографијата треба да го задржи интегритетот на приказот, неговата содржина и контекст. Не треба да се манипулира со сликите, да

10 Види член 6 во Етичкиот кодекс на Националната асоцијација на фоторепортери (на САД). Достапен на: [https://nppa.org/code\\_of\\_ethics](https://nppa.org/code_of_ethics)

се додава или да се изместува заднината, опкружувањето, на начин што ќе ја наведе публиката кон погрешно толкување или погрешно ќе ги презентира фактите, настани-те и луѓето.

Треба да се избегнува стереотипизирање на лица и групи. Посебно внимание треба да им се посвети на ранливите групи и да се сочувствува со жртвите на криминал или на трагедија.

Медиумите не треба да ги плаќаат, ниту на каков било начин материјално да ги наградуваат изворите/доставувачите на информации.

Кога се прикажуваат архивски снимки или фотографии, тие треба да бидат соодветно означени.





3

---

# Непристрастность

---

**Н**епристрасноста е професионална обврска на новинарите. Да бидеш непристрасен значи да немаш предрасуди кон која било страна, ниту позитивни ниту негативни, да не ѝ даваш предност на едната или на другата страна во својата професионална работа поради лично убедување.

Новинарите, како и сите други луѓе, имаат свои убедувања, ставови и мислења. Но јавноста заслужува известување засновано врз факти и врз анализа поткрепена со информации. Затоа, ставовите и мислењата на новинарите не смеат да влијаат врз

информирањето на публиката, особено за теми, настани и појави од конфликтен карактер. За да понудат целосно и авторитетно покривање на вестите и настаните, новинарите мора да ги потиснат своите лични гледишта и перспективи.

Единствено со прикажување широк спектар од ставови и мислења, новинарите може да понудат вистинска слика за она што навистина се случува. Притоа е важно, во своето известување, новинарите да понудат соодветна тежина и застапеност на ставовите и мислењата на различните групи од општеството.

## Стандарди

- ▶ Новинарите имаат обврска вестите и информациите да ги третираат со соодветна непристрасност, да им дадат соодветна тежина на настаните, ставовите и мислењата и на главните страни на приказната;
- ▶ Новинарите имаат обврска да понудат широк спектар на гледишта и перспективи во соодветна временска рамка во ТВ или во радиопрограмата или во серија текстови и прилози во печатените или онлајнмедиумите, на тој начин што ниту едно значајно гледиште или перспектива намерно да не се избегнува или да не биде соодветно претставено;
- ▶ Новинарите имаат обврска конфликтните теми во општеството да ги третираат и да ги покриваат со соодветна непристрасност;
- ▶ Во рамките на уредувачката политика на медиумот, новинарите и уредниците уживаат уредувачка слобода да објавуваат содржини за кое било прашање во кој било дел од покривањето на темата, ако за тоа има добри причини и особено ако е во интерес на заштита на јавниот интерес. Ставовите на уредништвото треба да бидат соодветно означени.

### Практики

#### ● **ВЕСТИТЕ И НЕПРИСТРАСНОСТА**

Непристрасноста е суштински важна при известувањето. Вестите треба да се засновани врз факти кои се проверени, атрибуирани и докажани. Да се биде непристрасен при пласирањето вести и информации значи да се исклучи секаков личен пристап или размислување во нивното обликување, а на публиката да ѝ се остави да извлече свои заклучоци без да ѝ се наметнуваат лични ставови.

При известувањето, новинарите треба да се обидат да ги истражат и да ги пренесат конфликтните гледишта, да не игнорираат ниту една поважна перспектива или став, да ги избегнат личните преференции за одредено прашање или личниот избор на оние што ќе ги интервјуираат.

Новинарите треба да бидат чесни и отворени доколку имаат личен конфликт на интерес при известувањето или доколку медиумот има конфликт на интерес односно искуство во минатото во врска со темата за која пишуваат, и тоа јасно да ѝ го соопштат на публиката.

Новинарите треба да бидат отворени кога ги истражуваат доказите и ги одмеруваат материјалните факти. Тие мора да им посветат соодветно внимание и да им дадат соодветна тежина на повеќе различни аспекти на темата.

Презентирањето широк спектар ставови и различни размислувања не мора да биде само од политичка или од културна природа, туку, на пример, може да биде рефлексивна на разликите урбано-рурално, стари – млади, сиромашни-богати и сл. Пожелно е

известувањето да ги опфаќа перспективите на различни заедници, групи на интерес и географски региони. Во различните делови од Македонија, но и на локално ниво, живеат различни етнички, религиозни и други заедници и од тие причини новинарите треба да се обидат да ги претстават главните ставови на овие делови од населението со соодветна тежина и внимание.

#### ● **СООДВЕТНА НЕПРИСТРАСНОСТ**

Непристрасноста не значи дека е нужно ставовите и мислењата на различните групи во општеството да се претстават со еднакво издвоено време или простор во медиумот. Важно е на различните гледишта да им се даде соодветна тежина, односно да се третираат со соодветна непристрасност. Концептот на „соодветна“ тежина и непристрасност, со други зборови значи дека на одредени ставови, гледишта или групи во општеството ќе им се даде онолку простор колку што заслужуваат, односно колку што е важно за јавниот интерес. На пример, на исклучително маргиналните ставови кои ги застапуваат малкумина граѓани не мора да им се даде иста тежина како на ставовите за кои постои поширок општествен консензус.

#### ● **ЛИЧНИ СТАВОВИ**

Во новинарството понекогаш се говори за т.н. балансирано (урамнотежено) известување. Но тоа не е реално. Животот не е балансиран, а такво е и новинарството кое известува за општествените теми и прашања.

Известувањето може понекогаш да биде и целосно еднострано, а во одредени случаи да биде невозможно новинарот да понуди балансирана приказна за одредена тема. Личните ставови на изворите кои даваат само една страна од приказната често може да придонесат јавноста подобро да го разбере прашањето или проблемот за кој

што станува збор и да предизвикаат дебата. Тоа може да бидат ставови на жртви или на луѓе што доживеале некаква неправда.

Од друга страна, новинарите треба да ѝ овозможат на публиката широк спектар гледишта од личности, припадници на групи, движења, здруженија на граѓани, невладини организации, етнички или религиски заедници кои ќе ги презентираат своите лични ставови или верувања, а должни се да презентираат и контроверзни гледишта – партиски, експертски, академски, како и мислења на граѓаните. Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги има изготвено Прирачник за оценување на медиумскиот плурализам, каде што, меѓу другото, се опишани општествените, културните, граѓанските, политичките и другите групации чии ставови и мислења треба да бидат застапени во медиумите.<sup>11</sup>

Новинарите често може да ги користат овие извори како еднострани. Но, во вакви случаи важно е да ѝ објаснат на публиката дека ставовите се еднострани.

Кога новинарите бираат соговорници, како што се експерти, бизнисмени, аналитичари и сл. за да ги коментираат настаните, состојбите и појавите, мора да имаат предвид дека соговорниците имаат своја агенда за да говорат за медиумот и веројатно нема да понудат непристрасно гледиште. Напротив, нивниот став може да биде исклучително пристрасен. Но соговорниците се дел од спектарот од различни перспективи кои новинарите треба да ѝ ги понудат на публиката. Затоа, многу важно прашање е кого ќе изберат новинарите за соговорник. Притоа е значајно да се биде фер. Во идеални услови, новинарите треба да се обидат да ги вклучат сите важни гледишта, но тоа во практиката понекогаш е тешко остварливо.

Затоа, новинарите треба да бидат искрени кон самите себеси, кон своите колеги, кон уредниците и најважно, кон публиката за да демонстрираат дека биле фер и дека не игнорирале ниту едно важно гледиште.

### ПРОТИВСТАВЕНИ МИСЛЕЊА

Новинарите имаат обврска да пронајдат противставени гледишта на оние кои веќе ги презентирале и да ги емитуваат во истиот дел од програмата или во следното издание на медиумот. Во сите случаи мора да се почитува вистинитоста и точноста на ставовите, а противставените мислења да се презентираат на фер начин, освен ако не се дозволени за емитување, односно ако со нив се шири клеветата или навреда. При изнесувањето противставени мислења и ставови, новинарите се должни да обезбедат можност за одговор на другата страна и да ги објават во слична мера, односно простор во медиумот или во слично време на денот.

Во дебатите во кои учествува публиката, новинарите треба да внимаваат таа да не поверува дека медиумот стои зад изразените ставови на граѓаните. Поради тоа, потребно е новинарите да не изразуваат отворена поддршка кон лични гледишта и ставови и да направат јасна разлика помеѓу содржината на медиумот и онаа што е креирана од публиката.

### ТЕМИ ОД КОНФЛИКТЕН КАРАКТЕР

Новинарите имаат исклучителна обврска темите од конфликтен карактер во општеството, односно оние за кои често има противставени ставови, да ги третираат со соодветна непристрасност. Таквите теми може да се од областа на политиката, меѓуетничките прашања, религијата, сексуалната определба и практика, меѓучовечките

<sup>11</sup> Прирачник за оценување на медиумскиот плурализам на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, достапно на: [http://www.avmu.mk/images/Priracnik\\_1\\_Pluaralizam\\_finalna.pdf](http://www.avmu.mk/images/Priracnik_1_Pluaralizam_finalna.pdf)

односи, финансиските прашања, етичките дилеми. Во сите вакви случаи, новинарите се должни да дадат широк спектар од мислења и перспективи.

### ПРОВОКАТИВНИ СТАВОВИ

Понекогаш новинарите интервјуираат соговорници чиишто ставови може да предизвикаат сериозен револт и гнев кај пошироката публика или кај дел од неа. Соговорниците кои изразуваат провокативни ставови, без оглед дали станува збор за интервју или за изјава, мора да бидат предмет на ригорозно новинарско испрашување пред да дадат одговор на прашањето.

Потенцијалот да предизвикаат таква реакција мора да се спореди со критериумот за јавен интерес и со ризикот од нарушување на начелото на непристрасност. Новинарот, во таков случај, на публиката треба да ѝ ја предочи можноста таквата изјава или став да предизвика негативна реакција кај неа.

### КОНСЕНЗУС

За некои прашања во општеството постои широк, а понекогаш и речиси едногласен консензус на мислењата и ставовите на граѓаните. Но таквите прашања можат да претставуваат ризик за медиумска пристрасност. Иако се чини дека е неопходно во вакви случаи новинарите да бараат противставени гледишта, тие не треба да употребуваат јазик или тон според којшто консензусот ќе го прифатат како свршен чин.

Медиумите треба да избегнуваат генерализации на специфични теми без релевантни докази, особено кога станува збор за по-

литиката, религијата, науката, технологијата, медицината и сл.

### КРИТИЧКА УЛОГА НА МЕДИУМИТЕ

Непристрасноста на новинарите не значи оти тие се пасивни набљудувачи при медиумското покривање и обработка на темите и настаните.

Напротив, медиумите и новинарите имаат обврска, во име на заштитата на јавниот интерес, критички да ја опсервираат власта или оние кои имаат политичка или каква било друга моќ и одговорност, но исто така и нивните противници, опозицијата, невладините организации, бизнис-компаниите, групите на интерес, религиските заедници и сл., вклучувајќи ги и размислувањата на публиката.

### ИЗБОРИ

Во време на одржување избори и референдум, медиумите и новинарите се должни со поголема сензитивност да се однесуваат кон правилото за соодветна непристрасност во известувањето.

Во Изборниот законик на Република Македонија<sup>12</sup> и во други акти, како што се Новинарскиот прирачник за следење избори<sup>13</sup> на Здружението на новинарите на Македонија, како и во прирачникот на Македонската радиотелевизија и на Македонскиот институт за медиуми и Советот за етика на медиумите во Македонија – „Етички и професионални стандарди на МРТ за медиумско покривање изборни процеси“<sup>14</sup>, се пропишуваат посебни упатства и препораки за известување на медиумите, каде што непристрасноста на

12 Види Изборен законик на РМ – пречистен текст и Закон за изменување и дополнување на Изборниот законик, достапни на:

<http://www.pravdiko.mk/wp-content/uploads/2013/11/Izboren-zakonik-prechisten-tekst-12-02-2014.pdf> и на:

<http://www.pravdiko.mk/wp-content/uploads/2013/11/Zakon-za-izmenuvane-i-dopolnuvane-10-11-2015.pdf>

13 Види Новинарски прирачник за следење изборина ЗНМ, достапен на:

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

14 Види во прирачникот „Етички и професионални стандарди на МРТ за медиумско покривање изборни процеси“, достапен на:

[http://mrt.com.mk/sites/default/files/Етички%20и%20професионални%20принципи%20на%20МРТ%20за%20медиумско%20покривање%20изборни%20процеси\\_МАКЕДОНСКИ%20ЈАЗИК.pdf](http://mrt.com.mk/sites/default/files/Етички%20и%20професионални%20принципи%20на%20МРТ%20за%20медиумско%20покривање%20изборни%20процеси_МАКЕДОНСКИ%20ЈАЗИК.pdf)

медиумското известување за време на изборниот процес е од клучна важност. Според член 181-а на Изборниот законик<sup>15</sup>, се предвидува и глоба од 8000 евра за медиумот што нема да обезбеди покривање на изборите на правичен, избалансиран и непристрасен начин.

### ● **КОНФЛИКТ НА ИНТЕРЕСИТЕ**

Конфликтот на интерес на новинарот или на медиумот е од големо значење кога станува збор за заштита на начелото на непристрасност. На пример, новинарот може да познава неког којшто е дел од приказната за која пишува – тоа може да биде пријател или роднина или, пак, да пишувал на слична тема порано, што може да влијае врз непристрасното информирање. Во сите такви случаи новинарите треба да ги споделат сознанијата со уредниците за да се избегнат обвинувања дека медиумот не бил непристрасен. Секој случај треба да се разгледува одделно за да се одговори на предизвикот за почитување на начелото на непристрасност.

### ● **УРЕДУВАЧКА СЛОБОДА**

Правилото новинарите да бидат непристрасни не смее да ја загрози уредувачката слобода на медиумите. Новинарите имаат уредувачка слобода да ја покриваат која било тема за којашто постојат причини да се пишува во согласност со уредувачката политика на медиумот, да известуваат за одреден специфичен аспект на некое прашање, да овозможат да биде презентирано издвоено гледиште, да објават дури и ставови, мислења и факти што може и негативно да засегнат одреден дел од публиката.

Единствениот критериум е дали таквото нарушување на начелото на непристрасност е во улога на заштита на јавниот интерес.

Поради фактот што и новинарите имаат право на став и мислење, многу значаен елемент за заштита на начелото на непристрасност е мислењата и ставовите во новинарските прилози или програми да бидат издвоени од фактите.

За темите што ја засегаат уредувачката политика, пожелно е медиумите да имаат свој правилник во којшто подетално ќе се обработат овие прашања, а новинарите секогаш ќе може да пронајдат одговор на својата професионална дилема.

<sup>15</sup> Види Изборен законик на РМ – пречистен текст и Закон за изменување и дополнување на Изборниот законик, достапни на: <http://www.pravdiko.mk/wp-content/uploads/2013/11/izboren-zakonik-prechisten-tekst-12-02-2014.pdf> и на <http://www.pravdiko.mk/wp-content/uploads/2013/11/Zakon-za-izmenuvane-i-dopolnuvane-10-11-2015.pdf>



4

---

# Транспарентност

---

**Р**аботата на новинарите е јавна, а главниот збор за квалитетот на новинарскиот труд го има публиката. За да изгради доверба кај публиката, новинарството во заштита на јавниот интерес има дополнителна обврска на гледачите, слушателите и читателите да им овозможи начин за преоценување на новинарскиот труд. За да се постигне таа цел, од клучна важност е транспарентноста на процесот на производство на вести и информации. Како што новинарите

настојуваат важните теми од јавен интерес да стигнат до публиката, така и публиката сака да знае на кој начин новинарите дошле до информациите, дали доволно ги провериле фактите пред да ги објават, дали ја утврдиле веродостојноста на изворите или можеби медиумот има друг интерес освен јавниот – да турка одредена тема. Транспарентноста е особено важна кога станува збор за изворите на информирање кои, во исклучителни случаи кога е тоа од интерес на јавноста, може да бидат и анонимни.

## Стандарди

- ▶ Медиумите и новинарите се должни на публиката да ѝ го објаснат начинот на којшто дошле до информациите што ги објавуваат;
- ▶ Новинарите не може да го кријат својот идентитет од јавноста и од соговорниците, освен во исклучителни случаи на јавен интерес;
- ▶ Изворите на информации мора јасно да се посочат во новинарските прилози, освен во исклучителни случаи кога е од интерес на јавноста да се употребуваат анонимни извори на информации.

## Практики

### ● **ТРАНСПАРЕНТЕН ПРОЦЕС НА РАБОТА**

При пласирањето на новинарските содржини во медиумите, публиката мора да добие информации и за начинот на којшто настанале тие, за процесот на производство на вестите и новинарските прилози во редакцијата, за уредувачките одлуки.

Новинарите треба да внимаваат на публиката да ѝ ги дадат неопходните детали и факти за времето и местото на известување, за тоа кога и каде ја добиле информацијата што ја објавуваат.

Читателите, гледачите и слушателите не смее да бидат доведени во заблуда со истовремено објавување или мешање стари и нови изјави на соговорници, стари и нови факти за одредени теми, кои може пресудно да влијаат врз тоа публиката да добие комплетно различен впечаток за темата или за соговорниците.

Ако се употребува архивски материјал во ист новинарски прилог каде што се објавуваат и нови податоци и изјави, тоа мора јасно да се посочи.

Доколку повеќе новинари учествувале во изработка на одредена новинарска содржина, од различни средини или во различен период, тоа мора јасно да се истакне во новинарскиот прилог.

Новинарите и медиумите треба задолжително да ја информираат јавноста/публиката ако некоја организација, владина институција, приватна компанија и сл. ги платила нивните трошоци за присуство и известување од некој настан или за покривање на одредена тема.

*(Виги ѱовече во Принципј: Инџеџриџеџ)*

### ● **НОВИНАРИТЕ И ИДЕНТИТЕТОТ**

Новинарите не треба да го кријат својот идентитет, како од јавноста така и од своите извори на информации. Користењето псевдоними или објавувањето непотпишани текстови, односно новинарски прилози зад кои стои името на редакцијата, предизвикуваат сомневање кај публиката за мотивот на новинарот, односно на медиумот. Читателите, гледачите или слушателите во такви случаи се збунети и може да се сомневаат дека е во прашање нарочан прилог од уредништвото или еднадвор – за други интереси, текст зад којшто новинарот што ја следи областа не сакал да застане и да се потпише со своето име и презиме. Во исклучителни случаи, кога заради заштита на јавниот интерес е важно да се стигне до одредена информација, новинарите можат да го скријат својот идентитет, да одат, како што се вели, „under cover“ (со скриен идентитет), за да откријат случај на корупција, организиран криминал, грубо кршење на човековите права и сл., но ова треба да биде исклучок и да се практикува единствено ако важната информација не може да се добие на друг начин. Во такви случаи е неопходно заедно со објавувањето на информацијата – приказната, публиката да се извести за одлуката на редакцијата и да се објасни потегот.

### ● **АНОНИМНИ ИЗВОРИ**

За информациите кои се објавуваат најчесто се посочува нивниот извор, односно тие мора да се атрибуираат. Не е препорачливо да се користи фразата: „Нашiot весник дознава“. Користењето псевдоними за изворите на информации, како на пример: „Мачорот изјави за нашата телевизија“, исто така не е добра практика.

Новинарот има уставно право на заштита на изворот на информации. Но заштитата на изворот на информации не смее да се претвори во правило. Изворите на информации

може да останат анонимни во исклучителни случаи кога новинарите, односно медиумите, имаат добра уредувачка причина за тоа, главно поврзана со заштитата на јавниот интерес, и кога не постои друг разумен начин да се обезбеди информацијата и таа да се пласира во јавноста.

Во вакви случаи новинарот треба што попрецизно да го лоцира, односно да го посочи изворот на информациите – од каде и од кого потекнуваат тие. На пример, не е доволно да се каже: „Дознаваме од дипломатски извори“. На публиката треба што попрецизно да ѝ се објасни за каков извор станува збор – дали тој бил присутен кога се случил настанот, односно кога настанала информацијата која ја објавуваме. Да речеме: „Дознаваме од висок дипломатски службеник од една странска амбасада, кој присуствувал на последната средба помеѓу премиерот и лидерот на опозицијата“ би било многу поприфатливо, поверодостојно и подетално лоцирање на изворот на информации.

Информациите од анонимни извори задолжително би требало да се проверат и од друг извор што ќе ни ја потврди информацијата, или да се поткрепат со факти – документи.

Новинарите треба многу повеќе од обичаено да ги притискаат изворите кои

сакаат да останат анонимни за тоа како тие дошле до информацијата која сакаат да се објави, дали ја провериле нејзината веродостојност, дали имаат некаква друга причина – конфликт на интересите – да ја пласираат во јавноста.

На анонимните извори не смее да им се дозволи да навредуваат или да клеветат личности и институции.

### ● ПРЕЗЕМЕНИ ИНФОРМАЦИИ

Кога се преземаат информации од друг медиум, изворот треба да се наведе прецизно. Не е чесно информациите на другите медиуми да се пренесуваат како свои. Исто така, не е доволно атрибуирањето – посочувањето на изворот на информации, да се заобиколи со фразата „како што пишуваат некои медиуми“.

Кога информациите им ги припишуваме на анонимни извори, се претпоставува дека тие извори се наши, а не на друг медиум. Но ако пренесуваме информација од друг медиум којшто се повикува на анонимни извори, недоволно е да се наведе само медиумот како извор. Новинарите треба да направат напор што попрецизно и подетално да ги лоцираат и да ги опишат анонимните извори на кои се повикува медиумот.



5

---

# Отчетность

---

**Н**овинарите се одговорни за својата работа и секогаш треба да се подготвени на отчет пред публиката. Искрениот однос кон читателите, слушателите и гледачите и кон нивната реакција на новинарските содржини придонесува за подобро и поквалитетно новинарство. Отчетноста и одговорноста на медиумите и новинарите се особено важни кога станува збор за тоа што мисли публиката за исполнувањето на основните новинарски стандарди на меди-

умот или новинарот – непристрасно информирање, пласирање веродостојни информации, заштита на приватноста и сл.

Како и во секоја друга професија, грешките во новинарската работа се исто така неизбежни, но од исклучителна важност е тие навреме да се исправат и новинарите од нив да научат, за помалку да се повторуваат во иднина. За отчетноста и одговорноста на новинарите, важно е и нивното лично поведение во јавната комуникација.

## Стандарди

- ▶ Новинарите се одговорни и отчетни кон публиката. Довербата на публиката во новинарската работа е од клучна важност за остварувањето на улогата на јавниот интерес на медиумите;
- ▶ Медиумите и новинарите му служат на јавниот интерес, а потребите на публиката – читателите, слушателите и гледачите се од првенствено значење при изборот на темите и прашањата што ги обработуваат;
- ▶ Медиумите и новинарите треба искрено и отворено да ги признаваат грешките што ги направиле во текот на својата работа, навреме да ги поправаат и да градат култура на учење од грешките;
- ▶ Интеракцијата со публиката е од особено значење и заради учество на јавноста, на граѓаните во создавањето на јавното мислење.

## Практики

### ИНТЕРАКЦИЈА СО ПУБЛИКАТА

Медиумите треба да ја негуваат практиката на објавување писма или друг тип – аудио/видеореакции на читателите, слушателите или гледачите, за новинарската содржина што ја пласираат. Ова е од особено значење кога станува збор за остварувањето на улогата на медиумот за заштита на јавниот интерес.

Фидбекот од публиката е важен, и тогаш кога публиката изразува задоволство од новинарскиот труд, но и тогаш кога има сериозни критики и забелешки за непочитување на новинарските стандарди.

Реакцијата им помага на медиумите за потврда на редакцискиот однос кон темите, но и за корекција или за рedefинирање на уредувачката политика по одредени важни прашања. Од реакциите на читателите новинарите можат да добијат и важни информации и идеи, односно предлози за конкретни прашања и теми што ги засегаат граѓаните.

Медиумите треба да бидат фер и да ги објавуваат сите видови реакции – како оние кои го фалат новинарскиот труд, така и оние кои го критикуваат. Се разбира, реакциите треба да се ослободат од употребата на емотивен јазик, од навредливи или клеветнички зборови и изрази.

### ГРАЃАНСКО НОВИНАРСТВО

Медиумската технологија денес овозможува граѓаните постојано да ги следат медиумите и преку социјалните мрежи да коментираат, да пишуваат реакции, но и да нудат своја содржина. Повеќе медиумски портали денес негуваат и т.н. citizen journalism, нови-

нарство во коешто граѓаните учествуваат со свои информации и содржини – објавување куси видеоматеријали за одредени настани, па дури и вести за прекршување на законите од страна на личности или институции. Се разбира, за ваквото граѓанско новинарство треба да има посебно катче во медиумот, на порталот, во весникот или на телевизиската програма. Но и тие информации подлежат на уредување, односно новинарот уредникот е должен да ги провери фактите за вестите, информациите, фотографиите и видеоматеријалите кои ги доставува публиката.

### НАВРЕМЕНО КОРИГИРАЊЕ НА ГРЕШКИТЕ

Грешките се составен дел од новинарската работа, но тие треба навреме да се исправат. Правото на одговор во средствата за јавно информирање, како и правото на исправка е уставна категорија – чл. 16 од Уставот на РМ и е дел од Законот за медиуми, така што медиумите се обврзани да го почитуваат. Но, без оглед на законската и уставната обврска, професионалната етика налага новинарите да ги признаваат и да ги коригираат направените грешки, кои може да им нанесат штета на луѓето или на институциите.

Кога станува збор за сериозни пропусти, коригирањето на грешките не смее да се одлага. На пример, ако медиумот објави информација дека некој загинал или починал, а всушност е жив, или ако нечиј идентитет новинарот го заменил со идентитетот на друг, а се работи за сериозно кривично дело или за информација која може да предизвика гнев и реакција кај публиката за нечие наводно незаконско и неморално поведение, судски случаи, полициски информации за кривични дела, сексуални престапи, таквите грешки мора веднаш да се коригираат. Тоа вообичаено се прави во следната информативна програма или издание на

медиумот, со признание на редакцијата или на новинарот и со искрено извинување до засегнатите страни.

### ● ПРАВНА ПОМОШ

Кога во редакцијата постојат дилеми дали објавувањето некоја вест или новинарски прилог може да предизвика тужба од засегнатата страна, пожелно е новинарите да консултираат адвокат или правен советник.

### ● СОВЕТ ЗА ЕТИКА

Во Македонија постои и саморегулаторно тело – Совет за етика во медиумите на Македонија (СЕММ), невладина и непрофитна организација, која е, всушност, орган за саморегулација на медиумите преку примена на морални санкции кон оние коишто не ги почитуваат професионалните стандарди и Кодексот на новинарите.

Комисијата за жалби при Советот за етика на медиумите редовно и навремено ги разгледува претставките и поплаките на граѓаните и донесува одлуки за нарушување на Кодексот на новинарите и професионалните новинарски стандарди, чие објавување за медиумите кои членуваат во СЕММ е задолжително.

Во контекст на отчетноста (одговорноста) на медиумите кон публиката, Советот за етика игра особена улога остварувајќи ги следните цели<sup>16</sup>:

- ▶ Заштита на слободата на медиумите и правото на јавноста да биде информирана;
- ▶ Спречување на влијанието на државата, политичките партии и другите центри на моќ врз медиумите;
- ▶ Штитење на интересите на јавноста преку обезбедување независен, ефикасен и правичен процес на решавање на поплаки за медиумските содржини;
- ▶ Промовирање квалитет во медиумските содржини усвојувајќи јасни и практични упатства за работењето на уредниците и новинарите;
- ▶ Подигнување на свеста на јавноста за професионалните и етичките стандарди кои медиумите треба да ги почитуваат;
- ▶ Создавање амбиент за самокритичност, самосвесност и отчетност на медиумите кон публиката;
- ▶ Олеснување на пристапот на публиката до медиумите;
- ▶ Унапредување на етичкиот кодекс на новинарите;
- ▶ Намалување на сите форми на самоцензура во новинарството.

16 Види ги целите на Советот за етика во медиумите на Македонија достапни на: <http://semm.mk/sovets-za-etika/celi>



6

---

# Интегритет и независност на уредувачката политика

---

**М**едиумите и новинарите треба да бидат независни од надворешните политички, корпоративни или други влијанија, бидејќи можат да ја загрозат уредувачката независност. Публиката треба да биде сигурна дека одлуките на медиумите за следење одреден настан или третирање некоја тема не се донесени под влијание на нечиј притисок или личен интерес.

## Стандарди

- ▶ Медиумите и новинарите, главните уредници, уредниците и сите други професионалци вклучени во процесот на информирање треба да се слободни и независни од надворешните интереси и договорите на медиумите со различни субјекти кои можат да го загрозат новинарскиот интегритет;
- ▶ Сопствениците не треба да се мешаат во уредувачката политика на медиумите. Тие не смеат да ги користат медиумските содржини за свои политички, економски или лични интереси. Информативните содржини исклучиво се во служба на јавниот интерес и за информирање на јавноста;
- ▶ Интегритетот подразбира дека медиумите имаат одговорност кон публиката/јавноста и дека ги почитуваат етичките и професионалните стандарди. Новинарскиот интегритет го бранат не само новинарите и уредниците, туку и фоторепортерите, снимателите, монтажните и сите други професионалци кои учествуваат во процесот на креирање новинарски содржини. Тие со ниедна постапка или одлука во својата работа не треба да го загрозуваат или да го дискредитираат медиумот;
- ▶ Репутацијата и кредибилитетот се директно поврзани со интегритетот и независноста. Но ова не подразбира дека треба да се ограничат убедувањата, верувањата или интересите на новинарите, во време кога не извршуваат професионални задачи. Надворешните интереси не треба да бидат во конфликт со новинарскиот интегритет и транспарентноста на медиумите.

### Практики

#### ИНТЕГРИТЕТОТ НА МЕДИУМИТЕ И КЛИЕНТЕЛИЗМОТ

Интегритетот на медиумите ја подразбира нивната способност да објават точни и веродостојни информации без да зависат од одредени приватни, економски, политички или владини интереси. Новинарите не смеат да прикриваат информации за настани или за спорови на компаниите, дури и во случаите кога тие остваруваат бизнис соработка со медиумот.

Не е дозволено скриено рекламирање, односно известување на начин што ќе фаворизира производ, услуга, комерцијален настан или активност на одредени субјекти кои се поврзуваат со медиумот.<sup>17</sup> Треба да постои видлива разлика меѓу новинарскиот текст и рекламата. За производитите, активностите, услугите, погледите и мислењата на различни економски субјекти може да се известува само ако има јавен интерес.

Интегритетот на медиумите исто така подразбира капацитет на новинарите и на останатите медиумски професионалци да ги поддржат автономијата и професионалните стандарди и посветено да му служат на јавниот интерес, наспроти односите и практиките кои ја корумпираат и ја инструментализираат професијата за одредени приватни или други интереси.

Медиумите треба да бидат транспарентни кога станува збор за зависноста од одредени интереси и извори, а новинарите се должни во таквите случаи да ги бранат професионалните стандарди и да не ја доведат публиката во заблуда.

*(Виги њовеќе во Принципи: Транспарентноста)*

#### РЕКЛАМИ ВО МЕДИУМИТЕ

Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги не дозволува рекламирање во вестите или во ТВ-дневниците, актуелно-информативните програми, документарните програми, образовните програми и програмите за деца во радиодифузните установи, како и во програмите на непрофитните радиодифузни установи.

Во согласност со Упатството за примена на одредбите за пласирање производи на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, пласирањето (рекламирањето) производи не смее да влијае врз уредувачката независност и интегритетот на програмите на давателите на аудиовизуелни медиумски услуги. Исто така, пласирањето производи не смее да го доведува во прашање почитувањето на човековото достоинство, да вклучува или да промовира каква било дискриминација врз основа на полот, расата, етничката припадност, националноста, верата или убедувањето, инвалидитетот, возраста или сексуалната ориентација, да поттикнува однесување што значително ја загрозува животната средина.

Рекламите и комерцијалните текстови во печатените и онлајнмедиумите треба јасно и недвосмислено да бидат одвоени од новинарските текстови и со фонот што е различен од оној што го користи медиумот и е лесно препознатлив за читателите.

#### ИНТЕГРИТЕТОТ НА МЕДИУМИТЕ И ВЛАДИНИТЕ РЕКЛАМИ

Дистрибуцијата на државните (владини) реклами во различни форми на државно субвенционирање претставува висок ризик за корупција. Една од последиците од дис-

<sup>17</sup> Во „Прирачникот за етика во новинарството“ на ЗНМ (2012), стр. 18, под скриеното (прикриено) рекламирање се подразбираат „сите пропагандни содржини кои по својата форма и начинот на подготовка личат на автентичен новинарски текст, така што читателот/гледачот не може да ја разликува неговата пропагандна функција од новинарската содржина.“

трибуцијата на државните фондови, мотивирана од потребата политички да се влијае врз функционирањето на медиумите, е злоупотребата на медиумите како средство за влијание врз јавното мислење со цел зголемување на рејтингот на политичките партии.

Неопходни се јасни критериуми коишто прецизно ќе ги дефинираат кампањите од јавен интерес за да се елиминира нивната злоупотреба за политички и пропагандни интереси и цели. Јавните кампањи не треба да служат за промоција и афирмирање на парцијални вредности, ставови и принципи (идеолошки кампањи против абортус, величење контроверзни историски личности и настани и др.). Во јавните кампањи треба да превладува наратив што промовира универзални вредности, како што се здравствената заштита, меѓуетничката и меѓурелигиската толеранција и соживот, развивањето на демократските вредности, човековите слободи и права, слободата на изразување, недискриминацијата, родовата еднаквост, борбата против асоцијалните феномени итн.

### ИНТЕГРИТЕТОТ НА МЕДИУМИТЕ И ПРОМОЦИЈАТА

Медиумите треба да избегнуваат секаков вид претерување кое остава впечаток на промоција на одреден производ, организација или услуга. Во ниту еден случај не треба да се дозволи известување за настани или активности организирани од различни субјекти кои немаат јавен интерес, како услуга за рекламирање на економски или други видови субјекти.

Медиумите треба да внимаваат при промоцијата на производи кои се дизајнирани за да ги привлекуваат децата, особено ако станува збор за артикли што би можеле да им предизвикаат здравствени, психички, физички и други несакани последици.

### ИНТЕГРИТЕТОТ НА НОВИНАРИТЕ И КОРУПЦИЈАТА

Право и обврска на секој новинар е да се бори против злоупотреба и корупција во својата работа и во другите сфери на општеството. При вршењето на својата професија, новинарите честопати наидуваат на понуди за патувања, вечери, бесплатни телефонски услуги, мобилни телефони и други материјални добра и услуги. Ваквите подароци несомнено можат да ги стават во искушение новинарите професионално да известуваат за субјектите кои им ги нудат ваквите бенефиции.

Секој предлог за платени патувања уредништвото треба внимателно да го разгледа. Редакциите не треба да прифаќаат бесплатни патувања ако тие немаат за цел покривање на некој важен настан од јавен интерес, како што е, на пример, известување од настан со воен или полициски хеликоптер за природните непогоди во непристапен крај или терен. Редакциите не треба да прифаќаат патувања на сметка на Владата, на претседателот на државата, на премиерот, на министри или на други јавни функционери од странство, како и на роуд-шоуа, меѓународни конференции, билатерални средби и сл. Несомнено мора да се има предвид контекстот на известувањето кога има понуда за патувања од комерцијални оператори, компании или институции.

Медиумите треба да посветат посебно внимание кон превенцијата од корупција кај новинарите коишто известуваат за прашања од економијата и финансиските пазари. Имајќи ја предвид природата на секторот за којшто известуваат, економските новинари во ниту еден случај не смеат да ги користат за личен профит информациите кои ги дознале порано од општата јавност, ниту, пак, таквата информација треба да ја споделуваат со други лица.

Новинарите во Македонија усвоија Декларација за антикоруптивно однесување, која е составен дел на Етичкиот новинарски кодекс. Во неа јасно е утврдено што се корупција и мито во новинарската професија и во кои форми тие се јавуваат.

- ▶ Секој подарок или услуга што може да влијаат врз објективното новинарство се смета за корупција;
- ▶ Секое искористување на новинарската професија, функција, јавното овластување и службената должност и положба за создавање каква било корист за себе или за друг субјект се смета за корупција;
- ▶ Како можни извори на корупција се сметаат: носители на јавни функции, избрани и именувани функционери, стопанственици, политички партии, образовни, здравствени, верски, спортски и културни организации, владини и невладини организации, медиумски куќи и поединци;
- ▶ За директна корупција се смета давање, примање и изнудување незаконска материјална или друга добивка за остварување корист за новинарот или за медиумот;
- ▶ За индиректна (скриена) корупција се сметаат: организирање патувања, семинари, советувања. Протежирање на одредени новинари и редакции како придружба на официјални делегации, како и давање услуги и средства под повластени услови со цел придобивање на новинарите за премолчување релевантни факти за јавноста, како и за афирмативни текстови;
- ▶ Изнудување материјална и нематеријална добивка од страна на новинарот со уцена да објави или не одредена информација која може да му наштети на одреден субјект.<sup>18</sup>

<sup>18</sup> „Новинарите против корупцијата“, анекс кон Прирачникот за етика во новинарството, Здружение на новинарите на Македонија, достапен на: <http://www.znm.org.mk/drupal-7.7/sites/default/files/Priracnik%20za%20etika%20vo%20novinarstvoto%20maj%202012.pdf>





7

---

# Правичност

---

**М**едиумите треба да бидат правични и фер кон своите извори и со-работници, но и кон публиката. Медиумското известување треба да ги одразува релевантните факти и значајните гледишта. Новинарите се должни етички и со почит да се однесуваат кон личностите, институциите, настаните и темите. Недозволиво е незаконско или неправично третирање на поединци или организации.

## Стандарди

- ▶ Медиумите и новинарите имаат обврска да бидат отворени, чесни, искрени и фер во односите со изворите и со публиката. Медиумите можат поинаку да постапуваат само ако ваквите постапки се во служба на јавниот интерес, како на пример при третирање на теми за правни или безбедносни прашања или доверливи информации;
- ▶ Кога се бараат извори на информации за учество во информативните содржини, новинарите треба соодветно да ги известат изворите/соговорниците за природата и контекстот на нивното учество. Согласноста треба да е јасна и доброволна. Исклучок од овој стандард е кога јавниот интерес натежнува повеќе од правото на соговорникот/изворот да даде согласност за учество;
- ▶ Кога во вестите и во другите информативни содржини се критикува поединец или организација, преку употреба на наводи или докази за некомпетентно, погрешно или незаконско работење, критикуваните имаат право на реплика или одговор;
- ▶ Ниту едно новинарско известување или програмска содржина не се правични ако:
  - ▶ не ги содржат сите главни факти;
  - ▶ содржат неважни податоци на сметка на најважните факти;
  - ▶ несвесно или свесно ја ставаат публиката во заблуда;
  - ▶ новинарот употребува зборови или методи (постапки) кои укажуваат на негова пристрасност.

## Практики

### ДОБИВАЊЕ СОГЛАСНОСТ

Медиумите се должни чесно и со почит да ги третираат изворите на информации. Новинарите ќе покажат дека се правични ако инсистираат прво да добијат согласност за учество во информативните содржини, па дури потоа да ги интервјуираат изворите или соговорниците. Ним треба да им се предочи причината за учество и во кое својство тие ќе бидат вклучени, каде ќе биде објавена таа содржина и каков е контекстот. Соговорниците треба да се информирани за сите аспекти на продукцијата на новинарската содржина (дали снимањето ќе биде во живо или ќе се снима, дали е за печатен, за електронски или за онлајнмедиум), за форматот на новинарскиот производ (ТВ прилог во информативни изданија, радиоинтервју, дебата и сл.). Кога станува збор за содржини од актуелно-информативен карактер каде што новинарот испланирал повеќе соговорници, чесно е да се каже учеството и идентитетот на другите соговорници. Колку што е позначаен соговорникот или изворот во вестите, толку повеќе детали новинарите треба да му обезбедат.

Пожелно е новинарите да обезбедат доказ за дадената согласност (е-пошта, СМС-порака и сл.). Согласноста треба да биде доброволна, јасна и недвосмислена.

*(Виги ѝовеќе во Прибирање информации во принцип: Точност и вистинитост)*

Вообичаено, соговорниците усно се согласуваат за учество во анкети со случајни минувачи, да дадат изјава или да бидат интервјуирани за ТВ прилог, статија во весник, за радио или за онлајнмедиум.

Новинарите треба да имаат предвид дека малолетните лица или припадниците на ранливи категории не се секогаш во позиција да се согласат за интервју или изјава, ниту, пак, да донесат рационална одлука за причините и последиците од нивното учество во медиумските содржини. Постојат посебни принципи и стандарди кои новинарите треба да ги почитуваат кога известуваат за деца и млади и кога ги интервјуираат.

*(Виги ѝовеќе во Принципи: Деца и млади како извори на информации и соработници)*

### ДОГОВАРАЊЕ НА ТЕМАТА

Кога бараат согласност за интервјуирање, чесно е новинарите да им ја кажат темата за којашто изворите и соговорниците ќе бидат прашани. Новинарите не мора, но можат однапред да ги дадат прашањата. Соговорниците треба да очекуваат и други прашања што можат да се отворат во зависност од текот на разговорот. Доколку не се работи за ТВ/радиовести или програма во живо, изјавите и однесувањето на соговорниците треба фер, точно и веродостојно да се претстават во конечната содржина.

### ФЕР ОДНОС КОН ИЗВОРИТЕ И СОГОВОРНИЦИТЕ

**Промени:** Новинарите треба навремено да ги информираат изворите на информации/соговорниците во случај на значајни промени на програмата пред тие да бидат емитувани или објавени, особено ако настанатите промени би влијаеле врз првичната согласност за учество.

**Цитати:** Обврска на новинарот е директните мислења да ги објави во цитати. Според член 12 од Кодексот на новинарите „Плагијаторството е неприфатливо. Цитатите не смеат да се користат без да се нагласи изворот.“<sup>19</sup>

<sup>19</sup> Кодекс на новинарите на Македонија, достапен на: <http://znm.org.mk/drupal-7.7/mk/node/440>

**Ветувања:** Новинарите не можат и не треба да им гарантираат на соговорниците дека нивните изјави ќе се емитуваат, ќе се печатат или ќе се објават, ниту, пак, да им ветат нешто што не можат да го исполнат.

### ● **АВТОРИЗАЦИЈА НА ИЗЈАВИТЕ ШТО ГИ ДАЛЕ СОГОВОРНИЦИТЕ**

Соговорниците можат да го искористат правото да авторизираат дадена изјава за медиум. Во некои земји авторизацијата е задолжителна (на пример, Германија), бидејќи гледано од правен аспект, соговорникот е технички коавтор на делото. Предноста на авторизацијата е во тоа што помага да се спречат грешки и гарантира дека соговорникот не може да тврди оти бил лошо цитиран.

Според ЗНМ, новинарите немаат обврска за авторизација, но доколку се согласат, интервјуируаниот нема право да ги менува новинарските прашања, смислата и контекстот на своите одговори<sup>20</sup>. Авторизацијата мора да биде ограничена на фактички или лингвистички корекции. Ако промените му ја одземаат автентичноста на интервјуто/изјавата или се во контрадикција со нешто значајно што било кажано во него, уредниците имаат право да одбијат да ги направат тие измени. Затоа е препорачливо новинарите да фаќаат забелешки или да го снимаат разговорот.

*(Види **Ќовеќе во Прибирање информации во принцип: Точност и висинитоси**)*

Изворите немаат право да се мешаат во редакциската обработка на нивните информации, ставови/цитати (наслов, поднаслови, меѓунаслови во весниците, монтирање на телевизискиот, радискиот или онлајн прилог итн.)

Фотографиите мора да ги содржат името и презимето на авторот и не смеат да се отстапуваат на други лица без негово одобрение.

### ● **АНОНИМНИ ИЗВОРИ**

Изворот на информацијата, по правило, треба да се идентификува, но понекогаш информацијата што треба да ја дознае јавноста е достапна само преку извори кои сакаат да останат анонимни. Заштитата на изворите на информации е уставно (член 16) и законски гарантирана (член 10 од Закон за медиуми) Според Кодексот на новинарите, „новинарот ќе го назначи изворот на информациите, но ако изворот бара да остане анонимен, новинарот ќе го заштити“ (член 4)<sup>21</sup>. Анонимноста се обезбедува кога објавувањето на информации може да влијае врз безбедноста на изворот или безбедноста на трета страна.

Новинарот секогаш треба да биде критичен кон изворот и да ги провери доставените информации. Особено внимание треба да се обрне во ситуации кога се користат анонимни извори или кога на новинарот му се нудат ексклузивни информации. Во вакви случаи треба темелно да се проверат мотивите на доставувачот на информацијата.

Медиумите треба да креираат точни насоки за новинарите за случаи кога тие ќе се определат да го заштитат идентитетот на изворот. Законот за медиуми му налага на новинарот „пред да објави информација за којашто не го открива изворот (е должен) за тоа да го запознае одговорниот уредник.“ (член 10, ст. 3). Ваквата одлука на новинарот треба да ја почитуваат и останатите колеги во медиумот, без разлика дали се новинари или други медиумски професионалци.

20 Прирачник за етика во новинарството, достапен на: <http://www.znm.org.mk/drupal-7.7/sites/default/files/Priracnik%20za%20etika%20vo%20novinarstvoto%20maj%202012.pdf>  
21 Кодекс на новинари на Македонија, достапен на: <http://znm.org.mk/drupal-7.7/mk/node/440>

На изворот треба да му се укаже дека новинарите не се во позиција да ја гарантираат анонимноста при евентуални судски наредби. Кога станува збор за јавната безбедност или за тешки кривични дела, овластените судски органи можат да побараат од медиумите да ги откријат своите извори на информации. Во такви случаи, медиумите не треба да ги советуваат своите новинари, уредници, медиумски работници да го одбијат барањето на судот.<sup>22</sup> Медиумите треба да обезбедат правна помош и да го повикаат судот внимателно да ја одреди тежината на јавниот интерес, пред да бара од новинарот да ја прекрши заклетвата.

Надлежните органи прво треба да ги известуваат новинарите за нивното право да не откриваат информации што го идентификуваат изворот, како и за ограничувањата на тоа право пред да се побара откривањето на изворот.

При информирањето, новинарите треба да внимаваат на портретирањето на изворот. Треба да избегнуваат подробности кои лесно би можеле да ја наведат публиката кон идентитетот на заштитениот извор. Одреден анонимен извор може да побара да не биде препознаен дури и од неговото семејство или од најблиските пријатели.

*(Виги љовеќе во Анонимни извори во Ырнциј: Транспарентноси)*



## ПРАВО НА ОДГОВОР

Ако во својата работа, пишувајќи за непочитувањето на законите и за лошото рабо-

тење на поединци, организации и институции, новинарите пренесат неточна информација или лага која може да нанесе штета врз нивното работење или врз нивниот углед и честа, критикуваните имаат право на одговор. Правото на исправка е гарантирано во чл. 16 од Уставот на РМ, како и во Законот за медиуми (член 15, 16 и 17). Во членот 3 од Кодексот на новинарите, пак, стои дека „новинарот ќе настојува да се обезбеди објавување на исправка, демант и одговор, кога ќе биде утврдена неточност на информацијата.“

Медиумите треба да водат евиденција за сите барања за одговор или демант, заедно со датумот и времето на поднесување, имињата на лицата и клучните елементи на комуникацијата. Ова треба да се има предвид за одговорот да се објави во соодветен рок.

Во врска со наводите што се објавени, сите засегнати страни треба да бидат коректно третираны. Изјавите на засегнатите страни треба да се емитуваат во разумен рок, најчесто определен со закон, во истата програма, во истиот термин на ТВ или во радиопрограмите, на истиот простор во онлајнмедиумот. Ако се работи за весник, одговорот треба да се објави на истата страница и на истиот простор каде што биле објавени обвинувањата или нападите. Одговорите во демантите и исправките кои ги надминуваат рамките на темата што е предмет на реакција или оние коишто се искажани во нееднаков обем – одговорниот уредник на медиумот може да одбие да ги објави.<sup>23</sup>

<sup>22</sup> Во Препораката бр. Р(2000)7 за правото на новинарите да не ги откриваат своите извори на информации усвоена од Советот на Европа се наведени исклучоци кога ова право на новинарите може да биде ограничено, односно во кои случаи јавниот интерес за откривањето јасно претегнува над јавниот интерес да нема откривање.

<sup>23</sup> Во членовите 18 и 19 од Законот за медиуми, детално се објаснети условите, роковите и начинот на објавување на исправката во различните видови медиуми. Достапен на: [http://avmu.org.mk/images/Konsolidiram\\_tekst\\_na\\_zakon\\_za\\_mediumi\\_18.11.2014.pdf](http://avmu.org.mk/images/Konsolidiram_tekst_na_zakon_za_mediumi_18.11.2014.pdf)

**ОДБИВАЊЕ НА ИЗВОРИТЕ  
ДА УЧЕСТВУВААТ ВО  
МЕДИУМСКИТЕ СОДРЖИНИ**

Секој има право да одбие учество во прилог, емисија или друг вид новинарски производ. Кога публиката очекува да слушне контрааргументи или ставови на некој поединец или организација кои не се застапени во содржината/програмата, пожелно е нови-

нарите да го објаснат нивното отсуство. Тоа впрочем го предвидува и Етичкиот кодекс на новинарите: „Ако новинарот е спречен да дојде до бараната информација има право за тоа да ја информира јавноста“ (член 2). Сериозни обвинувања како резултат на новинарско истражување (во отсуство на обвинетиот поединец или институција) може да се објават само ако засегнатата страна била соодветно консултирана и притоа не одговорила во разумен временски рок.



8

---

# Нанесување штета и навреда

---

**М**едиумите треба да го претстават светот таков како што е, вклучувајќи ги сите аспекти на човечкото искуство и реалност. Тие се должни да балансираат помеѓу правото да објавуваат нови, информативни и впечатливи содржини и одговорноста за заштита на послабите од штета и навреда. Медиумите и новинарите треба да бидат внимателни кон публиката, особено во содржините што се однесуваат на заштита на децата.

## Стандарди

- ▶ Медиумите и новинарите треба да обезбедат соодветна заштита на јавноста/публиката од навредливи и штетни содржини;
- ▶ Во случаи кога во содржините има материјали што можат да предизвикаат штета или да навредат дел од публиката, медиумите секогаш треба да покажат уредувачка одговорност, повикувајќи се на професионалните стандарди и етички кодекси;
- ▶ Медиумите не треба да објавуваат или да емитуваат содржини што можат сериозно да му наштетат на физичкиот, менталниот или моралниот развој на децата и адолесцентите;
- ▶ Новинарите имаат обврска да ја негуваат културата на говорот. Употребата на остар јазик може да се оправда од уредувачки аспект, единствено ако е во прашање јавниот интерес.

### Практики

#### **(НЕ)КОРИСТЕЊЕ ПОТЕНЦИЈАЛНО НАВРЕДЛИВИ СОДРЖИНИ**

Пред да објават/емитуваат потенцијално навредливи содржини, медиумите мора да се осигурат дека таквиот чекор е оправдан. Под навредливи содржини се подразбираат навредлив говор, насилство, понижување, вознемиреност, сексуално насилство, активности во кои се прикажува нарушување на човековото достоинство, јазична дискриминација, дискриминација според возраста, инвалидитетот, полот, расата, религијата и сексуалната ориентација. Кон ваквите содржини треба да се пристапи мошне внимателно.

Затоа, радиодифузерите се обврзани да постапуваат во согласност со Правилникот за заштита на малолетни лица<sup>24</sup> на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни услуги. Според домашниот регулатор на медиуми, насилство е „секоје очигледно прикажување каков било облик на реално остварлива закана од физичка сила или непосредна употреба на сила, со или без оружје, сила која има намера да повреди или да застраши едно или група живи суштества“. Објавените материјали на телевизија во периодот од 5 часот наутро до 22 часот навечер треба да бидат соодветни за општата публика, вклучувајќи ги и децата. Доцните ноќни програми можат да бидат несоодветни за децата помали од 12 години без присуство на една возрасна личност. Секој материјал треба да реферира на уредувачките стандарди или, пак, да се контролира од независна уредувачка комисија.

На радиопрограмите треба да има информација за содржината што може да ја следат и децата. Во случаите кога содржините имаат потенцијал да ги надминуваат обичните очекувања на публиката, телевизиските и онлајнмедиумите треба да бидат соодветно обележани дека може да ги следи публиката над 12-годишна возраст.

#### **ВРЕМЕНСКИ ОДРЕДУВАЊА ЗА ТВ ИЛИ РАДИОСОДРЖИНИ**

Телевизиското време до 22 часот се користи за да можат радиодифузерите да прават разлика меѓу програми насочени главно кон општата публика и публика за возрасни лица. Но родителите и старателите исто така имаат одговорност за своите деца. 22 часот означува почеток на емитување содржини за возрасни, но треба да се има предвид дека промената на програмската структура не треба да биде нагла (брза). Планерите на програмата и распоредите треба да ги имаат предвид природата на каналот и очекувањата на публиката.

#### **ТЕЛЕВИЗИСКИ ВЕСТИ**

Медиумите мора да внимаваат кога планираат да прикажат насилство во телевизиските вести. Уредниците и новинарите имаат обврска да го најават и да го образложат прикажувањето експлицитни сцени на насилство. Кога насилството од реалниот живот или неговите последици се презентираат на телевизија или се објавени на радио или на Интернет, има потреба за баланс меѓу обврската за вистинитост и опасноста од рамнодушност (десензибилизација на публиката) кон ваквите содржини поради ризикот за предизвикување траума кај гледачите.

<sup>24</sup> Правилник за заштита на малолетните лица на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, достапно на: [http://www.avmu.mk/images/Pravilnik\\_za\\_zashtita\\_na\\_malloletnite\\_lica.pdf](http://www.avmu.mk/images/Pravilnik_za_zashtita_na_malloletnite_lica.pdf)

## НАСИЛСТВОТО И ЗАШТИТАТА НА ДЕЦАТА

Медиумите се должни да водат сметка дека зачестеното и континуирано прикажување насилство може да има кумулативен негативен ефект врз малолетниците, што кај нив може да го намали степенот на сензитивност кон насилството и да развие став дека насилството е прифатлив начин за решавање на проблемите.

Сцени со вербално, физичко насилство или со друго опасно однесување коешто малолетниците можат лесно да го имитираат не смеат да се емитуваат во програми што се првенствено наменети за малолетници.

Кога се објавува или се емитува насилство, опис на насилството и последиците од него во најгледаните програми или на интернет-медиумите, кои можат да привлечат внимание на поголем број деца, за таквите содржини треба јасно да се истакне за која целна публика се објавуваат или се емитуваат.

Поради заштита на малолетниците, прикажувањето програми што содржат описи, сцени и/или прикази со сугестибилни облици на однесување опасни за здравјето и безбедноста, кои лесно може да се имитираат, мора секогаш да биде соодветно оправдано<sup>25</sup>.

## САМОУБИСТВО, ОБИД ЗА САМОУБИСТВО И САМОПОВРЕДА

Етиката во новинарството налага медиумите да се однесуваат со исклучителна внимателност и дискреција во информирањето за самоубиства или за обиди за самоубиства. Затоа е усвоена практиката за самоубиствата, а особено за анонимните

луѓе, речиси и воопшто да не се пишува.<sup>26</sup> Во согласност со членовите 7 и 8 од Етичкиот кодекс, новинарите се должни да ја зачуваат приватноста на личноста и да не известуваат со сензационализам бидејќи станува збор за семејна трагедија. Жртва е самоубиецот, но жртви се и родителите, сестрите, браќата и сите кои на некој начин биле поврзани со жртвата.

Сепак, доколку уредниците донесат одлука дека ќе информираат за ваков чин, треба да се избегнува детален опис на користениот метод поради ризикот одредени ранливи категории луѓе да го копираат ваквиот чин. На пример, при известување за нечие предозирање со лекови, не треба да се влегува во детали за начинот, за количината или за комбинацијата на земените лекови, или за тоа како се набавени. Особено треба да се внимава кога се работи за необичен метод на самоубиство. Иако со ваквите детали веста за самоубиството станува попривлечна за медиумите, методот на извршување може да предизвика и други луѓе да применат вакви средства<sup>27</sup>. Кога се известува со факти за самоубиството, обидот за самоубиство и самоповредувањето, пожелно е да се претставува преку фиктивно портретирање (цртежи, скици).

Не треба да се користат фотографии или видеоснимки од местото на самоубиството, особено ако од нив читателот или гледачот може да ги определи локацијата и методот на самоубиството. Покрај тоа, не треба да се користат фотографии од жртвата која извршила самоубиство, како и оставени писма и пораки. Ако сепак се користат постари слики од жртвата, новинарите треба да добијат дозвола од членовите на семејството. Овие фотографии не треба да се објавуваат на ударни места или во ударни термини.

<sup>25</sup> Ibid.

<sup>26</sup> Види повеќе во Упатства за известување за самоубиство, стр. 39 во „Прирачник за етика во новинарството“ (2012); ЗНМ

<sup>27</sup> Види повеќе во Препораки на Светската здравствена организација за превенција на самоубиство (NLMclassification: HV 6545), достапен на: [http://www.who.int/mental\\_health/prevention/suicide/resource\\_media.pdf](http://www.who.int/mental_health/prevention/suicide/resource_media.pdf)

### ЕРОТИКА

Иако во медиумските содржини е дозволено да се прикажува еротика до извесна граница, медиумите се должни да водат сметка дека ваквите содржини можат да им нанесат штета на малолетните лица. Затоа, обврска на радиодифузерите е да прават категоризацијата на програмите што содржат еротика во согласност со Правилникот за заштита на малолетната публика на Агенцијата за медиуми и аудиовизуелни услуги.

Кога во прилозите од вестите и во информативните програми или, пак, во онлајнсодржините има описи, сцени и/или прикази што содржат еротика, оценката за соодветноста на периодот на нивното прикажување на ТВ програмата или на онлајнмедиумот треба да се темели врз степенот на експлицитноста на прикажаните детали<sup>28</sup>.

Според Законот за медиуми (член 6), печатен медиум со порнографска содржина мора да има видливо предупредување дека содржи порнографија, како и предупредување дека неговата дистрибуција, односно продажба, е забранета за малолетни лица и да биде спакуван во прозирна најлонска фолија.

### ДЕВИЈАНТНО СЕКСУАЛНО ОДНЕСУВАЊЕ

Медиумскиот третман на теми поврзани со педофилијата и на други облици законски забрането сексуално однесување, во вестите, информативните, документарните или во други програми, во печатот, радиото и на онлајнмедиумите не смее да содржи каква било сугестија или поттикнување социјално непожелен став. При категоризацијата на програмите, медиумите се должни

да водат сметка за тоа дека описите, сцените и/или приказите на силување и последици од силување можат да имаат особено штетни последици врз малолетните лица. Планирањето на термините за емитување програми на ТВ во кои се третира сексуална злоупотреба на малолетни лица мора да се темели врз фактот дека тие лица може да бидат вознемирени како последица од можната идентификација со прикажаната жртва на насилничкиот чин.

Во ударните телевизиски термини, кога децата можат да бидат дел од публиката, или во онлајнсодржините кои може да ги следи малолетна публика, медиумите не треба да прикажуваат сексуален чин без сериозно објаснување и предупредување.

### УПОТРЕБА НА ДРОГА, ЦИГАРИ И АЛКОХОЛ

Употребата на дрога, психоактивни супстанции, цигари и алкохол не смее да се прикажува во аудиовизуелните програми кои се првенствено наменети за малолетни лица, ниту, пак, да се промовира во весниците, односно на интернет-медиумите чија публика се и децата и младите.

Ваквите содржини особено треба да се избегнуваат во терминот со најмногу гледаност на ТВ-програмите, кога децата се дел од публиката.

### НЕПРИСТОЈНИ ИЗРАЗИ И GESTOVI

Новинарите мора да ги имаат на ум моралните стандарди на публиката на која ѝ се обраќаат и не треба да употребуваат навредливи зборови. Пцостите може да се користат по исклучок, само кога е неопходно за да се објаснат фактите. Речиси никогаш не треба да се користи пцост надвор од директниот

28 Правилник за заштита на малолетните лица на АВМУ, достапно на: [http://www.avmu.mk/images/Pravilnik\\_za\\_zashtita\\_na\\_malloletnite\\_lica.pdf](http://www.avmu.mk/images/Pravilnik_za_zashtita_na_malloletnite_lica.pdf)

цитат на соговорниците. Колку е пожесток пцостот, толку потешка треба да биде одлуката дали тој да се објави. Треба да се избегнува употреба на пцости во наслови.

Користењето остар јазик може да е во интерес на јавноста кога се користи како дел од коментарите, критички осврти или во програми што содржат сатира и во сатирични прилози во весниците или на онлајн-медиумите во коишто се карикира политичката стварност.

Употребата на непристојни изрази и гестови е прифатлива во одредени видови забавна програма, во играната програма како естетски елемент, во образовни и документарни програми или во содржини во печатот или во онлајн-медиумите што ја тематизираат уметничката примена на непристојниот (вулгарен) говор и неговите општествено мотивирани аспекти. Во програмите коишто се наменети за целото семејство, а коишто се емитуваат на телевизиските програмски сервиси во периодот до 20:00 часот, не е дозволена прекумерна употреба на непристојни изрази и гестови.

### ● ПРЕТСТАВУВАЊЕ И СТЕРЕОТИПИЗИРАЊЕ

Медиумите треба правично и објективно да ги претставуваат луѓето и нивните култури во Република Македонија. Содржината

може да ги одразува предрасудите и стереотипите кои постојат во општествата низ светот за различните култури и заедници, но публиката не треба да добие впечаток дека медиумот ги поддржува.

Стереотипите се дефинираат како „перцепции или верувања што ги поседуваме за групи или за поединци врз основа на нашите претходно оформени мислења или ставови“<sup>29</sup>. Стереотипите може да бидат позитивни или негативни. Треба да се внимава, бидејќи и случајните и ненамерните стереотипи може да изгледаат навредливо. На пример, стереотипи може да создадеме кога сме во странство и кога сме соочени со луѓе и со ситуации на кои не сме навикнати.

### ● ПРЕДРАСУДИ

Предрасудите значат „неправедни, пристрасни или нетолерантни ставови или мислења кон друг поединец или група едноставно поради тоа што ѝ припаѓаат на специфична религија, раса, националност или друг вид група“<sup>30</sup>. Предрасудите, исто како и стереотипите, може да се позитивни или негативни.

Новинарите треба да бидат крајно внимателни кога ги наведуваат етничката припадност, расата или верската припадност за да спречат зацврстување на негативните стереотипи и предрасуди.

29 Известување за различностите: европски стандарди, домашна правна рамка и етички кодекси, достапен на <http://vs.edu.mk/vs.edu.mk/attachments/Mediumi-izbori-MK.pdf>  
30 Ibid



9

---

# Приватность

---

**П**равото на приватност значи право на граѓаните да бидат оставени на мир или право да имаат контрола врз несаканиот публицитет на своите лични податоци. Секој има право на почитување на приватниот и семејниот живот, домот, здравјето и кореспонденцијата, вклучувајќи ја и дигиталната комуникација. Медиумите се должни да ја почитуваат приватноста и да не ја повредуваат без добра причина или доколку за тоа постои јавен интерес.

Уставот на РМ на секој граѓанин му го гарантира почитувањето и заштитата на приватноста на неговиот личен и семеен живот, на достоинството и угледот (член 25). Законот за заштита на личните податоци ја штити приватноста на поединците преку регулирање на начините како се обработуваат и како се користат личните податоци. Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги ги обврзува јавните и приватните радиодифузери на почитување и заштита на приватноста, достоинството, угледот и честа на индивидуата (член 61 и 110).

Исполнувањето на овие етички, законски и регулаторни обврски бара проценка на

рамнотежата помеѓу приватноста и правото на медиумите да објавуваат информации од јавен интерес. Медиумите мора да бидат способни да покажат зошто е оправдана повредата на приватноста.

Постојат неколку клучни прашања кога се размислува за навлегување / упад во приватноста:

- Мора да постои доволна причина за тоа – упадот треба да се оправда со обемот на потенцијалната штета што може да произлезе од него;
- Треба да постои добра причина за мотивот – упадот мора да биде оправдан во поглед на јавниот интерес, јавното добро кое ќе следи по објавувањето на информацијата;
- Користените методи мора да бидат во согласност со сериозноста на приказната и нејзиниот јавен интерес – да се користи минимален можен упад во приватноста;
- Мора да има соодветна надлежност – каков било упад мора да биде овластен од високо ниво и со соодветен надзор;
- Мора да има разумни изгледи за успех.

## Стандарди

- ▶ Медиумите се должни да воспостават баланс помеѓу јавниот интерес во слободата на изразувањето и легитимните очекувања за приватност на граѓаните;
- ▶ Во функција на целосно и точно информирање за настаните во кои има човечки страдања и катастрофи, медиумите имаат обврска да воспостават баланс помеѓу јавниот интерес и приватноста на граѓаните, како и почитување на нивното човечко достоинство;
- ▶ Медиумите мора да го оправдаат упадот во приватниот живот на поединецот без негова согласност, покажувајќи дека тој е помал од јавниот интерес;
- ▶ Медиумите известуваат за приватното однесување на јавните личности исклучиво кога однесувањето или последиците од него можат да го загрозат јавниот интерес.

## Практики

### ● ГРАНИЦИ НА ПРИВАТНОСТ

При информирањето, новинарите треба да ги земат предвид легитимните очекувања за приватност на поединецот во зависност од локацијата (местото) и природата на информациите и однесувањето, степенот до кој информацијата е веќе во јавен домен и дали засегнатото лице е „пред очите на јавноста“.

**Приватноста наспроти јавниот интерес:** Приватното однесување, информациите, кореспонденцијата и разговорите не треба да се изнесуваат во јавност освен ако не постои јавен интерес што ги надминува очекувањата за приватност. Не постои единствена дефиниција за јавниот интерес. Јавниот интерес подразбира, но не е ограничен на: откривање или разобличување криминал, откривање значително асоцијално однесување, откривање корупција или неправда, разоткривање ненадлежност или негрижа, заштита на здравјето и безбедноста на луѓето, превенција на луѓето од заблуди од изјави или постапки на поединци или организации, откривање информации кои им помагаат на луѓето подобро да ги разберат или да донесат одлуки за прашања од значење за јавноста. Исто така, постои јавен интерес и во самата слобода на изразувањето.

Кога се размислува за она што е во интерес на јавноста, медиумите, исто така, треба да ги земат предвид информациите кои веќе се во јавниот домен или ќе станат достапни за јавноста. Кога се користи јавниот интерес за да се оправда упадот во приватноста, треба да се размисли за пропорционалноста: колку е поголем упадот во приватноста, толку поголема треба да биде оправданоста за јавниот интерес.

**Локација:** Луѓето на јавни или на полујавни места (места на кои јавноста има општ пристап, како аеродроми, станици, трговски центри) не можат да очекуваат ист степен на приватност како во домот или на други чувствителни локации. Кон локацијата мора да се гледа од аспект на активноста. Луѓето на јавни или на полујавни простори очекуваат поголема приватност ако активноста или информацијата што се открива по својата природа е приватна. На пример, поголемо е очекувањето за приватност кога некој е на јавно или на полујавно место, а активноста е медицински третман. Медиумите нема да дадат информации за локацијата на домот или семејството на личноста без нивна согласност, освен ако тоа не е од јавен интерес.

**Однесување:** Помало е правото на приватност кога однесувањето на поединецот е криминално или сериозно асоцијално. Лица под истрага или личности „пред очите на јавноста“ (како политичари, артисти, спортисти и други проминентни личности) и нивното потесно семејство и пријателите, го задржуваат правото на приватен живот. Но, новинарите можат да информираат за приватното однесување на јавните личности доколку за тоа постои јавен интерес.

### ● ПРИВАТНОСТ И СОГЛАСНОСТ

Ако содржината на информацијата/програмата не ја нарушува приватноста на едно лице или организација, треба да се добие согласност пред да се објави/емитува материјалот, освен ако не е оправдана повредата на приватноста (се смета дека за јавување по телефон во емисии е дадена согласност за емитување на лицата кои се јавуваат). Кога учесникот дава согласност за учество во медиумот, се претпоставува дека се откажал од своите очекувања за приватност.

*(Види повеќе во Давање согласности во ȳринциȳ: Правичностиȳ)*

Медиумите секогаш треба да работат транспарентно, освен ако имаат одобрение за тајно снимање. Ова е особено важно кога аудио-визуелната опрема не е очигледна, како во случајот на мали видео камери, мобилни телефонски камери или фиксни веб-камери. Тогаш медиумите треба да ги известат луѓето дека може да бидат дел од снимката и на тој начин да им овозможат да го избегнат снимањето.

Кога се снима во јавни институции, бизнис-компани и други организации, треба да се добие дозвола од надлежниот орган или од управата, освен ако е оправдано да се снима без дозвола. Вообичаено не се бара индивидуална согласност од вработените или од другите лица чиј настап е инцидентен или кога тие се анонимни членови на публиката. Не се бара посебна согласност за објавување/емитување доколку физичкото лице не е препознатливо (сликата е заматена) на снимката/програмата.

Кога снимањето е на јавни и на полујавни места, обично не се бара изречна согласност од физички лица случајно фатени од камерата како дел од општата сцена, освен ако се вклучени во активности со кои имаат легитимни очекувања на приватност. Ако поединецот или организацијата бара да се сопре снимањето поради загриженост за приватноста, медиумот треба да го стори тоа, освен ако не е уреднички оправдано снимањето да продолжи.

На потенцијално чувствителни места, на пример во амбуланти, болници, училишта и затвори, треба да се добие согласност за прибирање информации и нивно објавување/емитување, освен ако не е оправдано да се добие таква согласност заради заштита на јавниот интерес.

Пред снимање на приватен имот секогаш треба да се добие согласност. Снимањето

без претходна дозвола е оправдано на места каде што јавноста има општ пристап, на пример во трговски центар, на железничка станица или на аеродром, или онаму каде што снимките ќе помогнат за илустрација на нелегално или асоцијално однесување. Доколку се снима на приватен или на полујавен имот без претходна согласност, а сопственикот или правното лице бара снимањето да запре, тоа треба да се стори, освен ако не е од јавен интерес.

## ● ИДЕНТИТЕТ НА ЛИЧНОСТА

Постојат голем број ситуации во кои не треба да се открива идентитетот на личноста. Идентификацијата не значи само објавување на името на поединецот, туку и користење фотографии или информации со детали кои ја идентификуваат личноста во јавноста.

**Идентитет на осомничениот:** Според македонскиот правен систем, едно лице се смета за невино сè додека неговата вина не се докаже на суд. Фактот дека лицето е под полициска истрага, сам по себе, не докажува дека извршило кривично дело. За неговиот идентитет може да се известува само со иницијали, а доколку има снимка, таа треба да биде заматена. Исто така, неприфатливо е снимањето на чинот на приведување на осомничениот.

**Идентитет на обвинетиот:** Кога се идентификува лице обвинето за кривично дело во информацијата/програмата, се објавува само дел од судскиот процес (бидејќи помеѓу обвинението и судењето може да помине значителен период). Снимањето и објавувањето податоци за лица против кои се води судска или управна постапка е спротивно на одредбите од Законот за заштита на личните податоци, бидејќи на тој начин се нарушува принципот на пресумпција на невиност. Во „Водичот за новинари низ кривичната постапка: Јавност во кривична-

та постапка<sup>31</sup> се препорачува, во сите случаи каде што јавниот интерес е голем и оправдан, медиумите да обезбедат соодветно анонимизирање за лицата кои се директно инволвирани во постапките што се во тек, како што тоа го прави судот со објавувањето на анонимизирани одлуки додека тие не станат правосилни.

**Идентитет на сторител на сексуално насилство:** Медиумите обрнуваат големо внимание кога осудените за кривични дела со сексуално насилство се ослободени од затвор. Најчесто се претпоставува дека откривањето на нивниот идентитет во медиумите му служи на јавниот интерес. Но ваквите ситуации бараат внимателно постапување. Откривањето на идентитетот на сторителите на сексуално насилство е од јавен интерес ако тие и натаму претставуваат вистинска закана за безбедноста на другите.

Спротивно на тоа, откривањето на идентитетот може да ѝ наштети на способноста на сторителот на кривичното дело при неговата рехабилитација и интеграција во заедницата.

**Идентитетот на жртвите на кривични дела:** Објавувањето на идентитетот на жртвите најчесто предизвикува тага, болка и траума. По правило, не се објавува идентитетот на жртвите на кривични дела (особено ако станува збор за сексуално злоставување), освен во следните случаи: кога жртвата ќе се согласи на објавување – во писмена форма или снимено, кога жртвата доброволно учествува во новинарската приказна, кога е тоа во служба на јавниот интерес.

### ЛИЧНИ ПОДАТОЦИ

Кога се собираат лични податоци од работодавци, од публиката и од други граѓа-

ни, новинарите мора јасно да кажат како ќе ги користат. Тука мора да се постапува според насоките за приватност и согласност.

### ДЕЦА И РАНЛИВИ КАТЕГОРИИ

Посебно внимание треба да се посвети на очекувањата за приватност на лицата под 16 години и ранливите категории. Тие не го губат своето право на приватност, на пример, поради славата, репутацијата на родителите или поради настани во училиштето. Кога лицата под 16 години и ранливите категории се вклучени во содржината/ програмата на начин кој го нарушува легитимното очекување за приватност, треба да се добие согласност од родител, старател или друго лице над 18 години, секогаш кога е тоа можно, дури и ако темата е тривијална и неконтраверзна за нивно учество во медиумите, или тоа е оправдано без дозвола.

„Ранливи категории“ се оние лица кои имаат тешкотии во учењето, ментални здравствени проблеми, лица со оштетување на мозокот или форми на деменција, лица кои биле трауматизирани или кои се тешко болни.

### СТРАДАЊЕ, БОЛКА, СМРТ, ВОЗНЕМИРНОСТ

Медиумите не треба да фотографираат или да снимаат жртви на несреќи, катастрофи или на луѓе кои страдаат поради лична трагедија, па дури и на јавни места, затоа што тоа претставува повреда на приватноста. Исклучок се случаите кога снимањето е оправдано заради заштита на јавниот интерес или ако засегнатите лица дадат согласност за тоа. На луѓето во состојба на вознемиреност не треба да им се врши притисок и од нив да се бара изјава или учество во програмата, освен ако за тоа нема добро оправдување.

31 Види Димовски, С., Илиевски, Ј., Димитриевиќ, З. (2014) *Јавноста во кривичната јосицајка : водич за новинари низ кривичната јосицајка*, Скопје: Мисија на ОБСЕ во Скопје

За да се избегне прекршување на приватноста кога станува збор за несреќи, катастрофи, немири, насилство врз поединци или војна, секогаш мора да се балансира со јавниот интерес. Кога новинарската екипа стигнува на местото на настанот – катастрофа или вонредна состојба, таа најчесто е под притисок, што ѝ ја отежнува проценката дали со снимањето се прекршува нечија приватност. Но токму во таква ситуација мора да се проценат импликациите за приватноста. Барањето да се снима што побрзо и програмата да оди во живо не треба да надвлее над приватноста на оние кои страдаат или се во неволја. Има сосем малку ситуации во кои е оправдано да се емитува моментот на смрт и секогаш треба да се почитува приватноста и достоинството на починатото лице. Не треба да се прикажуваат експлицитни сцени од сериозно повредени или мртви лица и оние кои страдаат и се во неволја. Може да се бара изјава или интервју од повредени во несреќи или катастрофи, но не со притисок, со упорни телефонски повици и пораки или со упорно чекање пред нивниот дом.

Потребна е согласност за снимање на приватен погреб, а доколку тоа се прави без дозвола, тогаш мора да постои силен јавен интерес.

### СОДРЖИНИ ОД СОЦИЈАЛНИТЕ МЕДИУМИ

Материјалите, особено фотографиите и видеата на социјалните медиуми и други веб-сајтови каде што јавноста има отворен пристап, може да се смета дека се во јавен домен. Но кога овие материјали повторно ги користат медиумите, тие обично допираат до многу поширока публика. Затоа новинарите треба да размислат за влијанието на повторната употреба на тие материјали, особено кога станува збор за трагични или вознемирувачки настани.

Исто така, треба да се има предвид ризикот од повреда на авторското право.

За користењето содржини од социјалните медиуми, мора да се добие претходна согласност.

### ТАЈНО СНИМАЊЕ

Тајното снимање мора да биде оправдано со јасен јавен интерес. Тоа е вредна алатка за медиумот бидејќи овозможува снимање докази или активности кои во спротивно публиката не би можела да ги види и слушне. Но тајното снимање треба да биде метод на крајна нужуда. Таму каде што е повисоко легитимното очекување на приватноста, пред тајното снимање медиумот треба да бара случајот да помине построг тест на јавниот интерес. Во такви ситуации спаѓаат: тајно снимање на приватни места каде што јавноста нема пристап; тајно евидентирање медицински третмани; тајно снимање јавни личности во тага или под екстрем стрес на јавни и на полујавни места.

**За тајно снимање се сметаат следните техники:** користење скриена камера или микрофон, употреба на аудио-видео опрема, долги леќи, мала видео камера, мобилна телефонска камера, фотоапарат и радиомикрофон кога луѓето не се свесни дека ги снимаат; намерна употреба на наведените техники, или за да се скрие опремата од оние кои се снимаат или да се остави впечаток дека се снимаат за други цели (на пример, видео од одмор); снимање телефонски разговори за можно емитување без дозвола; намерно продолжување на снимањето кога другата страна смета дека е завршено; почеток на снимањето пред другата страна да смета дека е започнато.

**Тајното снимање се користи само кога е оправдано:** кога постојат очигледни докази за информација од јавен интерес; кога

постојат оправдани причини за сомнеж дека би можело да се добијат дополнителни материјални докази; кога тоа е потребно за кредибилитетот и автентичноста на информацијата.

**Тајното снимање се користи само како алатка за новинарско истражување:** кога постојат јасни докази за некаква активност или намера таа да се изврши, а е од јавен интерес да се открие; кога снимката е не-

опходна да се докаже активноста; кога не постојат алтернативни начини за собирање докази со кои може да се докаже активноста; за да се добие материјал во некоја држава каде што според законите прибирањето информации, фотографии и видеоснимки е извонредно тешко или невозможно; како метод за потрошувачките, научните или социјалните истражувања од јавен интерес; кога нема други методи за поставување прашања и снимање на одговорите.



10

---

# Децата и младите како извори на информации и соработници

---

**Д**ецата и младите се многу важни за медиумите. Тие придонесуваат во медиумите и со нив комуницираат на различни начини – како соработници, актери, водители, преку медиумските интерактивни и кориснички содржини, преку сите услуги. Медиумите имаат обврска на децата и младите да им обезбедат интересни, возбудливи, едукативни содржини и да им помогнат светот во којшто живеат да добие смисла. Медиумите треба да ја штитат благосостојбата и достоинството на децата и младите кои придонесуваат за нивните содржини.

Тоа подразбира заштита на нивното право да се изразат, да го кажат своето мислење и да учествуваат во општествениот јавен живот како што е загарантирано во Конвенцијата на Обединетите нации за правата на детето. Законот за медиуми и Законот за аудио и аудиовизулни медиумски услуги на РМ ги штити децата (малолетните лица) од печатени порнографски содржини и сцени на насилство при емитувањето радио и телевизиски програми кои можат сериозно да му наштетат на нивниот физички, психички или морален развој (особено порнографијата или непотребното насилство).

## Стандарди

- ▶ Неопходно е да се обезбеди физичкиот, емотивниот развој и достоинството на лицата помлади од 18 години, а посебно децата помлади од 15 години да бидат заштитени во текот на подготовката и пласирањето информации/програми и интернет содржини, независно дали родителите, старателите или други возрасни одговорни лица дале одобрение за тоа;
- ▶ При вклучување на децата и младите во медиумската продукција, неопходно е да се провери дали тоа кај нив нема да предизвика непотребна нервоза или вознемиреност. Нивното учество мора јасно уреднички да биде оправдано кога е тоа потребно. Согласност треба да се добие соодветно на позицијата на детето/младата личност и природата на нивниот придонес во продукцијата;
- ▶ Неопходно е да се обезбеди рамнотежа помеѓу заштитата на децата и младите од несоодветни содржини и нивното право на изразување и слободата на примање информации.

### Практики

#### ● **ЗАШТИТА НА БЛАГОСОСТОЈБАТА НА ДЕЦАТА**

Благосостојбата на децата е најголема грижа на медиумите. Ова значи дека во уредувачката политика нивните интереси и безбедноста мора да имаат приоритет. Медиумите се должни да водат сметка информациите што се откриваат за децата и младите да не ги стават во каква било опасност. Нивното идентификување во медиумските содржини бара внимателно разгледување и зависи од контекстот. Ако, на пример, се утврди дека не треба да се открие идентитетот или локацијата на детето или младото лице, треба посебно да се води сметка за „ефектот на сложувалка“, односно со откривање на делови од информацијата со зборови или слика лесно да се идентификува идентитетот, односно каде може да се наоѓа детето.

Сите деца и млади, без оглед на возраста, полот, инвалидитетот, расното или етничкото потекло, верските уверувања и сексуалниот идентитет, имаат право на заштита од повреда или злоставување. Доколку во текот на новинарската работа се појави сомнеж дека детето било доведено во опасност или ако новинарите од него добиле предупредување за заштита, случајот мора веднаш да биде проследен до уредништвото.

#### ● **ЗАШТИТА НА ДЕЦАТА НА ИНТЕРНЕТ**

Заштитата на децата и младите на Интернет е заедничка одговорност на медиумот, родителите/старателите и детето или младата личност. Медиумите треба да се грижат на децата и младите да им обезбедат лесно да ги користат предностите на технологија-

та, но и да ги разберат и да ги минимизираат ризиците со кои можат да се соочат. Ако публиката реагира на потенцијалните ризици од онлајнсодржините, медиумот треба да понуди совети за безбедно пребарување и користење на нивните онлајнсодржини. Информациите за безбедност треба да бидат познати, лесно достапни и јасни.

На интернет-страниците треба да се обезбедат соодветни содржини кои може да привлечат деца и млади, но не се штетни за нив. Тоа особено се однесува на: материјалот на главната интернет-страница на медиумот којшто треба да има соодветна содржина за јавноста и за децата, материјалот што во живо се пренесува на интернет-страницата и треба да биде соодветен за семеен аудиториум, а интернет-сајтот што се однесува на програма со материјал кој што не е погоден за деца да не се поврзува со интернет-сајтот што се однесува на програмата наменета за деца (доколку има таква).

#### ● **ЛИЧНИ ИНФОРМАЦИИ И АНОНИМНОСТ**

Новинарите треба да бидат многу внимателни кога прибираат лични информации за децата. Објавувањето премногу информации за децата може да ги доведе во опасност. Не треба да се бараат повеќе лични информации од децата и младите отколку што е потребно. Собирањето, чувањето и располагањето со личните податоци мора да биде безбедно и во согласност со насоките на уредувачката политика. За секој предлог за откривање на лични информации за децата или за младите на трето лице без согласност на семејството мора да се консултира уредништвото или предлогот да биде упатен до одговорните во медиумот (главниот и одговорниот уредник).

Многу тешко е да се донесе правилна одлука дали идентификацијата (откривање-

то на идентитетот) или анонимноста е од долгорочен интерес на детето. Притоа треба да се размисли за возраста на децата и тинејџерите, за природата и сериозноста на однесувањето и за можните последици од идентификувањето. Тоа особено се однесува на случаите кога детето е вмешано во асоцијално или криминално однесување. Правило е да не се идентификуваат децата кога таквото однесување се прикажува за да се илустрира настан од практиката, освен доколку за тоа не постојат јасни уредувачки причини. Кога новинарите не се сигурни што да направат, секогаш треба да побараат совет од постар колега или од уредникот. Во прирачникот на УНИЦЕФ „Медиумите и правата на детето“, на новинарите им се советува да се преиспитаат „дали (сте) го утврдиле ризикот по детето по употребата на неговото име или претстава и дали (сте) дискутирале за тоа со детето, со родителот или со старателот и со колегите уредници?“<sup>32</sup>

### СОГЛАСНОСТ ЗА ДЕЦАТА И МЛАДИТЕ

За секое учество на децата и младите во медиумските содржини треба да се добие нивна согласност и да се почитува секое одбивање за соработка, освен ако постои јавен интерес кој ги надминува нивните очекувања за приватност. Покрај вообичаените причини за добивање согласност од детето/младата личност, а кога е потребно и согласност од друго лице, мора јасно да бидат посочени можните последици од учеството на детето (како што е можноста за насилство). Исто така, децата не треба да се поттикнуваат да дадат согласност. Законски, учеството/настапот во содржините/програмите на деца под 16 години (и околу 16 години) кои сè уште се во образовниот процес, треба да биде одобрено од управата на образовната институција (училиштето) и од роди-

телите/старателите. Исто така, децата кои учествуваат во телевизиски програми мора во секое време во текот на ангажманот да бидат под надзор на родителите, старателите или законскиот придружник.

УНИЦЕФ ги советува новинарите кога водат интервју со деца да:

- се осигурат дека децата се чувствуваат удобно и не се под принуда;
- предвидат доволно време за да ги објаснат своите намери;
- ја обезбедат нивната согласност за употреба на нивните имиња, како и за публикување на претставите за нив;
- проверат дали знаат како да контактираат со нив (новинарите, н.з.) за да им дадат копија откако ќе ја завршат темата.<sup>33</sup>

### РОДИТЕЛСКА СОГЛАСНОСТ

Родителската согласност подразбира согласност на родител, старател или друго лице од 18 и повеќе години (како што е раководител, учител и сл.) за учество на детето во медиумските содржини. За интервју или за друг вид прикажување лице помладо од 16 години во медиумската содржина/програма, покрај неговата согласност, треба да се бара согласност и од родителот. Исклучок се анкетите за непроблематични содржини со децата – случајни минувачи, кои не се контроверзни за тие да го искажат својот став. Меѓутоа, колку помлади и поранливи се децата и колку почувствителна е содржината, толку поголемо и посуштинско значење има родителската согласност. При одлучувањето дали детето може да даде согласност или не, предвид треба да се земе неговиот степен на развој, степенот на разбирање и неговата возраст. Во некои случаи, иако младиот човек има 16 или 17 години, треба да се бара родителска согласност, а тоа зависи од позицијата на мла-

<sup>32</sup> УНИЦЕФ, Канцеларија во Скопје, *Медиумите и правата на децата: истражен прирачник за медиумските професионалци* (2000), стр. 25, Скопје  
<sup>33</sup> Ibid.

дата личност, природата и содржината на медиумскиот производ. Тоа особено се однесува на случаите кога содржината е исклучително чувствителна или кога учесникот се смета за беспомошен. Во вакви случаи, новинарите и уредниците треба да ги следат упатствата на домашните и меѓународните институции или невладини организации кои ги третираат прашањата за заштита на правата на децата<sup>34</sup>.

Кога е потребна родителска согласност, а родителите живеат одвоено или се разведени, тогаш таа се бара од родителот кај кого живее детето и во зависност од конкретните околности на случајот. Треба да се разгледа и нивото на учество на другиот родител на детето или младата личност од кого не е побарана согласност, особено доколку тој има разумен приговор. Секој предлог за продолжување на учеството на детето или младата личност во медиумските содржини по одбивањето на родителската согласност мора да се упати до одговорните во медиумот (главниот и одговорен уредник).

### ● **ВЛИЈАНИЕ ВРЗ УЧЕСТВОТО НА ДЕЦАТА**

Дури и кога е обезбедена родителска согласност, мора внимателно да се преиспита влијанието и можните последици од каква било содржина во која е вклучено детето, како во процесот на продукција, така и кога содржината се објавува/емитува. Ова важи и во двете ситуации – кога медиумот му се обратил на детето или кога детето се обратило до медиумот. Децата често се подготвени да учествуваат во медиумската продукција, но многумина не можат да го проценат долгорочното влијание на тоа искуство врз нивниот живот. Кога се работи за асоцијални, штетни или илегални активности меѓу децата, како што се илегалната употреба на

дрогата, злоставувањето, пореметувањата во исхраната и малтретирањето, треба да се земат предвид консултациите со стручњаци – кој е најдобриот начин да се реализира интервјуто и како да се минимизира нивната вознемиреност.

Кога работат со деца, медиумите имаат обврска тоа да го прават во присуство на оние кои се одговорни за нивниот надзор, без оглед на тоа што околностите можат да бидат различни. Сепак, кога со децата и младите се разгледуваат чувствителни прашања, препорачливо е присуство на некој којшто им е близок и кој може да помогне за заштита на нивните интереси, како што се роднините, семејните пријатели или наставниците. На децата и младите медиумите треба да им го обезбедат правото на глас, но мора да бидат свесни за ситуации кога децата претеруваат и се обидуваат озборувањата да ги прикажат како факти. Новинарите треба да побараат совет од постар колега или од уредник кога не се сигурни како да постапат.

### ● **ДЕЦАТА И СЕКСУАЛНОТО НАСИЛСТВО**

Медиумите не смеат да ги идентификуваат децата под 16 години кои се жртви или сведоци во случаи на сексуално насилство дури и ако имаат дозвола (од родителите, старателите) да го сторат тоа. Во секој извештај, кога се работи за сексуално насилство врз детето новинарите треба да се придржуваат кон следните правила: детето не смее да биде идентификувано, возрасните можат да се идентификуваат, зборот „родосквернавање“ не смее да се користи кога детето може да се идентификува како жртва. Исто така, мора да се внимава ништо во извештајот да не имплицира на однос помеѓу осомничениот и детето.

34 Види повеќе во „УНИЦЕФ: Принципи за етичко известување за деца, достапно на: [http://www.presswise.org.uk/display\\_page.php?id=594](http://www.presswise.org.uk/display_page.php?id=594) или во „Правата на децата и медиумите: инструкции на Меѓународната федерација на новинарите и принципи за известување по прашања кои вклучуваат деца“, достапно на: <http://www.ifj.org/default.asp?index=192&Language=EN>





---

# Тест за јавен интерес

---

**К**ога решаваат дали ќе пишуваат на одредена тема, новинарите имаат обврска да утврдат дали постои јавен интерес за неа. Со други зборови, за секоја тема е важно новинарите да применат тест за јавен интерес. За најголемиот број теми и прашања вообичаено е јасно што е во интерес на јавноста, а што не е, но постојат некои теми кои се повеќе комплицирани, особено кога станува збор за приватноста или за моќта.

При определувањето дали за една тема постои јавен интерес да биде објавена, важни се неколку прашања. Првата разлика е јавниот интерес наспроти интересот на публиката. Она што ја интересира публиката не мора да е од јавен интерес, иако би можело да биде. На пример, публиката сака да знае сè за приватниот живот на јавните личности, но има работи кои се исклучиво во доменот на приватноста.

Од друга страна, откривањето корупција, криминал, прекршување на законот од страна на претставници на власта или други моќници секако е од јавен интерес. Заштитата на здравјето на населението, но и доброто владеење е исто така од јавен интерес. Новинарите имаат обврска да ги повикуваат на одговорност носителите на државни или други јавни функции и политичарите, да истражуваат и да ги расветлуваат темите за кои говорат тие.

Истражувачкото новинарство е од јавен интерес. Во демократско општество, јавен

интерес е функционирањето на демократијата, на правната држава.

Новинарството е професионална дејност и новинарите имаат обврска да се придржуваат кон етичките правила кои се обработуваат и во овој Прирачник. Но, понекогаш постојат причини кога новинарите може да отстапуваат од стандардите на новинарската професија за да овозможат некое важно прашање да стигне во фокусот на јавноста. Во такви околности треба да се примени тест за јавен интерес.

Новинарите секогаш треба се отворени кон своите соговорници, да се претстават, да се потпишат под текстот, но во одредени случаи, кога е тоа важно за да се откријат сериозни прекршувања на законот или политичка измама, тие може да одат „under cover“ (тајно), да се претстават со лажен идентитет и сл.

Исто така, приватноста на јавните личности е загарантирана и новинарите треба да се придржуваат до ова правило, но може да отстапат од него и да го нарушат и да применат тајно снимање или на друг начин да ја нарушат приватноста на јавните личности, доколку е тоа важно за да се открие грубо прекршување на законот.

Вообичаено е вестите и информациите да се атрибуираат, да им се припишуваат на познати извори. Но во исклучителни случаи, кога е тоа важно заради откривање прекршување на законите, криминал и сл., изворите може да останат анонимни и новинарот да ги заштити.

Сите овие и други правила и етички стандарди се многу важни за новинарската професија. Оттаму новинарот треба со правилна примена на тестот за јавен интерес, да одлучи дали ќе отстапи од етичките правила. Тие одлуки се секогаш тешки и може да

бидат различни од случај до случај. Тестот за јавен интерес се прави во сите случаи кога новинарите и медиумите имаат дилема дали прекршувањето на професионалните стандарди ќе му служи на јавниот интерес. Такви можат да бидат следните случаи:

- ▶ **Нарушување на правото на приватност на јавните личности со цел да се докаже корупција, криминал или друго прекршување на законите или моралните норми (со тајно снимање, влегување во приватен имот и сл.);**
- ▶ **Криење на идентитетот на новинарот или погрешно претставување пред соговорниците заради откривање корупција, организиран криминал или друго прекршување на законите;**
- ▶ **Користење анонимни извори заради откривање крупни кривични дела и заштита на идентитетот на изворите за да се избегне опасноста по нивниот живот и благосостојба;**
- ▶ **Прекршување на законските одредби за заштита на личните податоци на носители на јавни функции, на пример, објавување податоци од здравствени досиеја доколку е тоа неопходно за да се открие нечија здравствена неспособност за извршување на функцијата;**
- ▶ **Нарушување на правилото за чување банкарска тајна ако со објавувањето на податоците се открива незаконски стекнат имот;**
- ▶ **Прекршување на законските одредби за чување деловна, државна или воена тајна, доколку станува збор за откривање крупни корупциски и финансиски скандали, штетни меѓудржавни или државно-комерцијални договори;**
- ▶ **Отстапување од правилото за заштита на идентитетот на децата и малолетниците за да се алармира загрозувањето на нивниот живот и благосостојба (злоупотреба на детскиот труд, користење на децата за извршување кривични дела и сл.).**

Со наведените случаи не се исцрпува списокот од етички дилеми со кои се соочуваат новинарите, но важно е секогаш да се примени тестот за јавен интерес.

## Сценарио бр. 1

### ХИПОКРИЗИЈА НА ПОЛИТИЧАРИТЕ И АНОНИМНИ ИЗВОРИ

#### Сцена бр. 1

Вие сте уредник во дневен весник. Вашиот фоторепортер направил неколку фотографии во една кафеана, на кои министерот за надворешни работи, инаку лидер на десничарска демохристијанска партија е снимен во друштво со неколкумина пријатели – естрадна ѕвезда и познат бизнисмен. На фотографиите може да се забележи министерот со полузатворени очи и подотворена уста. Тој изгледа како да се напил некоја чашка повеќе. Вашиот фоторепортер на друга фотографија го снимил министерот како ја крева чашката и пие. На масата има чинии со мезе и месо, чаши, шишиња. Станува збор за период на строги велигденски пости, а министерот редовно во меди-

умите се фали дека е искрен верник, дека редовно пости, а често упатува и пораки до граѓаните дека треба да веруваат во Бога, да ги посетуваат храмовите и да постат. Вашиот фоторепортер не знае со сигурност што пиел и што јадел министерот зашто фотографиите ги снимил од поголема раздалеченост во кафеаната.

а) Ќе ја објавите фотографијата придружена со текст – дека е во прашање кршење на моралните принципи од страна на министерот демохристијанин кој едно проповеда, а сосема друго прави;

б) Ќе побарате дополнителни информации за настанот – ќе го побарате министерот за коментар, ќе им телефонирате на сите присутни гости во друштвото, како и на сопственикот на кафеаната за да ги прашате дали е точно дека министерот пиел алкохол и мезел мрсно;

в) Ќе се откажете од приказната.

## Одговор

б) Ќе побарате дополнителни информации за настанот – ќе го побарате министерот за коментар, ќе им телефонирате на сите присутни гости во друштвото, како и на сопственикот на кафеаната за да ги прашате дали е точно дека министерот пиел алкохол и мезел мрсно.

Ова од причина што станува збор за настан за којшто постои сомнение дека министерот кршел морални принципи, но не сте ги утврдиле фактите. Без оглед што на фотографијата министерот изгледа како да се напил некоја чашка повеќе, тоа може да не е вистина, туку фотосеквенцата во која е фатен да остава таков впечаток, министерот случајно да замижал, да отворил уста и сл. Всушност, вие немате потврда дали министерот пиел алкохол или јадел мрсно, туку тоа е само впечаток од фотографиите кои ги направил вашиот фоторепортер.

### Сцена бр. 2

Иако неколкупати сте се јавиле кај министерот, тој не одговара на вашите телефонски повици, сопственикот на кафеаната вели дека не може да ви даде информации за гостите во кафеаната, ниту, пак, за тоа што јаделе и што пиеле, а неговите придружници со кои сте разговарале само ја потврдуваат информацијата дека биле во кафеаната, но не сакаат да коментираат за каков тип забава станувало збор, ниту, пак, за тоа кој и што пиел или јадел.

Вашиот репортер инсистира да се објави приказната, затоа што во меѓувреме го побарал својот пријател, келнер кој работи во кафеаната, кој наводно видел дека министерот испил неколку чаши вино и дека информацијата ќе му ја каже на конкурентски весник – портал, односно таа секако ќе биде објавена. Што ќе направите?

а) Ќе ја објавите фотографијата придружена со текст во кој ќе кажете дека министерот е снимен на приватна забава во кафеана во друштво во време на пости, на којашто се пиело вино и ракија и се мезело мрсно, а тоа што тој не одговара на повиците и гостите не сакаат да коментираат е симптоматично и сигнализира дека министерот можеби ги прекршил моралните принципи за кои тој јавно се залага и ги убедува своите поддржувачи и граѓаните да го следат;

б) Ќе му кажете на фоторепортерот повторно да го побара келнерот и да го праша дали може со своето име и презиме да го потврди тоа што вели дека го видел, дека министерот испил неколку чаши вино;

в) Ќе се откажете од приказната.

## Одговор

б) Ќе му кажете на фоторепортерот повторно да го побара келнерот и да го праша дали може со своето име и презиме да го потврди тоа што вели дека го видел, дека министерот испил неколку чаши вино.

Вака ќе постапите затоа што сè уште немате потврда на настанот, а важно е да ја утврдите вистината и да имате автентичен извор на информацијата.

### Сцена бр. 3

Во разговор со вашиот фоторепортер, келнерот се колне дека министерот не само што вечерта пиел вино, туку бил пијан, но вели дека доколку тој ја потврди приказната со изјава во која ќе биде објавено и неговото име и презиме, може да остане без работа.

а) Ќе ја објавите информацијата со деталите што ги имате за кои зборува келнерот и ќе го заштитите изворот на информацијата;

б) Ќе се откажете од приказната.

## Одговор

б) Ќе се откажете од приказната.

Келнерот, кој е ваш основен извор на информацијата може да не ја говори вистината, односно може да не видел дали министерот пие вино или некој друг безалкохолен пијалак, а може и да не е извор од прва рака – зашто тој не ги служел гостите вечерта. За вашиот медиум е посигурно во оваа фаза да се откажете од приказната, кога веќе сте ги исцрпиле сите можности да добиете потврда, отколку да ја објавите, а потоа да следи демант од министерот, а можеби и тужба. Тоа што министерот не одговара на повиците не мора да значи оти се крие. Министерот, како и сите други граѓани, има право на приватност и не мора никому да му се исповеда каде и со кого бил. На крајот на краиштата, може да пиел сок, вода, а да мезел варен компир. Но важно е тоа дека постот не подразбира целосна забрана за неконсумирање, туку умереност. Ако министерот се напил една чаша вино или ракија, тоа не значи оти бил пијан.

Иако на крајот би можело да се покаже оти министерот ја манипулира јавноста, односно едно зборува а сосема друго прави, што е класична хипокризија и предмет на јавен интерес, во оваа фаза сепак нема да ја објавите приказната додека сигурно не ги утврдите фактите. Но ќе продолжите да истражувате за да утврдите дали министерот навистина има двојни стандарди и тоа да и го покажете на јавноста.

## Сценарио бр. 2

### **ЈАВЕН ИНТЕРЕС НАСПРОТИ ИНТЕРЕС НА ПУБЛИКАТА**

Сопругот на министерката за одбрана, познат шоумен, починал ненадејно од инфаркт, за што информираат сите медиуми во своите информативни емисии. На погребот каде што е присутна и ваша новинарска ТВ-екипа, присуствуваат неколкумина министри, пратеници, колеги од естрадата, вклучително и премиерот. Ужалената министерка е таму со своето семејство и видно е расплакана. На погребот се присутни и сомнителни ликови од подземјето, меѓу кои и поранешни осуденици за тешки кривични дела. Тие ѝ изразиле сочувство на министерката и се поздравиле со премиерот.

а) Ќе објавите ТВ-прилог за настанот, затоа што е од интерес на јавноста со сите детали за тоа кој присуствувал на погребот, а особено контроверзните гости од криминалното подземје – со најава – Премиерот на погреб на сопругот на министерката заедно со криминалци од подземјето!

б) Ќе ја објавите информацијата дека е погребан познатиот шоумен, кусо ќе известите за гостите од Владата, но нема да објавите информација за тоа кој сè присуствувал од естрадата или од криминалното подземје и ќе дадете само општа неутрална видеосеквенца од присутните на погребот;

в) Ќе ја објавите информацијата дека е погребан шоуменот без видеоснимка и информација за гостите зашто тоа не е од јавен интерес;

г) Нема да објавите никаква информација за погребот.

## Одговор

в) Ќе ја објавите информацијата дека е погребан шоуменот без видеоснимка и информација за гостите зашто тоа не е од јавен интерес.

И покрај тоа што станува збор за присуство на познати личности од естрадата, бизнисот и особено од политиката, покажувањето видеоснимки од погреб и, особено, видеосеквенци од ужалено семејство претставува нарушување на приватноста. Нема јавен интерес во погребот на еден шоумен, без оглед што е сопруг на министерка и без оглед што на погребот бил присутен и премиерот. Премиерот, министрите и пратениците биле присутни на погребот затоа што шоуменот е сопруг на нивна колешка, значи од приватни причини, а не службено. Публиката може да ја интересира кој се присуствувал на погребот, но во тоа нема јавен интерес. Фактот дека на погребот имало и сомнителни лица од криминалното подземје нема никаква врска со присуството на премиерот. Без оглед што се поздравиле со премиерот, тие дошле на погреб на шоуменот, а не за да прават бизнис односно криминал со премиерот или со министерката.

## Сценарио бр. 3

### ЗАШТИТА НА МАЛОЛЕТНИЦИ – ЗЛОУПОТРЕБА НА ПОЛИТИЧКА ФУНКЦИЈА

#### Сцена бр. 1

Црногорската полиција известила дека три шеснаесетгодишни Македонки претходната вечер биле приведени, а потоа протерани од земјата, откако на забава во ноќен клуб во Будва консумирале екстази, а во нивните џебови полицијата пронашла таблети. Дознавате оти меѓу Македонките била и ќерката на министерот за внатрешни работи на Република Македонија, која наводно се крие зад иницијалите С.И., во чијшто џеб биле пронајдени стотина вакви таблети, наменети за продажба.

Инаку, министерот за внатрешни работи често говори во јавноста за успехите на МВР во борбата против дрогата, а особено се забележителни неговите акции во кафулињата и дискотеките во Македонија придружени со кампања во медиумите – „да ги избркаме наркодилерите од местата за забава и да ги спречиме младите да конзумираат екстази и други потешки дроги“.

Инаку, информацијата се појавила на еден црногорски портал, којшто цитира анонимен извор во полицијата дека некој во име на македонската влада наводно интервенирал кај црногорските колеги за да нема постапка против трите Македонки. Вашиот репортер вели дека пред неколку дена на Фејсбук ќерката на министерот ставала фотографии дека е на одмор во Црна Гора.

Како ќе постапите?

а) Ќе ја објавите информацијата заедно со фотографија од ќерката на министерот и ќе ја дополните со сомневањата дека е можно полицијата да ги ослободила Маке-

донките поради политичка интервенција на министерот или Владата, повикувајќи се на црногорскиот портал;

б) Ќе побарате дополнителни информации од црногорската полиција – потврда дали станува збор за ќерката на министерот, зашто црногорската полиција објавила само иницијали од приведените и протераните Македонки, а порталот цитира анонимен извор во полицијата и ќе побарате пристап од колегите до анонимниот извор во полицијата за тој да ви ја каже информацијата за интервенцијата од Македонија;

в) Ќе се откажете од приказната.

## Одговор

б) Ќе побарате дополнителни информации од црногорската полиција – потврда дали станува збор за ќерката на министерот, зашто црногорската полиција објавила само иницијали од приведените и протераните Македонки, а порталот цитира анонимен извор во полицијата и ќе побарате пристап од колегите до анонимниот извор во полицијата за тој да ви ја каже информацијата за интервенцијата од Македонија.

Прво треба да ги утврдите фактите. Не е доволно тоа што црногорскиот портал објавил дека станува збор за ќерката на министерот, цитирајќи анонимен извор. Правилото е кога преземате информација од друг медиум, којшто цитира анонимен извор, вие да се обидете да го утврдите анонимниот извор, а не да ја пренесете информацијата повикувајќи се на медиумот. Поради тоа, ќе се обидете прво кај црногорската полиција официјално, но и кај анонимниот извор во полицијата, преку црногорските колеги, да добиете информација за настанот зошто девојките се само протерани, а против нив немало ниту прекршочна постапка.

### Сцена бр. 2

Анонимниот извор станува и ваш извор, се слушате со полицаец од црногорското МВР и ви кажува дека е во прашање ќерката на министерот, дека таблетите очигледно не биле само за консумирање, туку и за продавање, и дека тој чул оти наводно некој од Владата на Македонија интервенирал за ослободувањето на малолетничките. Анонимниот извор ви испраќа копија од полициски записник од која се гледа дека од С.И. се одземени 120 таблети екстази.

а) Ќе ја објавите информацијата, заедно со копијата од записникот, цитирајќи го анонимниот извор во црногорската полиција;

б) Ќе побарате дополнителни информации од црногорската полиција – што е причината девојките да бидат само протерани од Црна Гора, но против нив да нема никаква постапка, а ќе го прашате и министерот – Владата дали интервенирале за ослободување на ќерката на министерот;

в) Ќе се откажете од приказната.

## Одговор

б) Ќе побарате дополнителни информации од црногорската полиција – што е причината девојките да бидат само протерани од Црна Гора, но против нив да нема никаква постапка, а ќе го прашате и министерот – Владата дали интервенирале за ослободување на ќерката на министерот.

Ова од причина што сè уште не сте ги утврдиле фактите.

### Сцена бр. 3

Од министерот и од Владата добивате информација дека никој не интервенирал, туку девојките биле ослободени по кратко задржување во полиција. Добивате информација и од црногорската полиција дека секоја од девојките платила глоба од 200 евра и биле протерани, како и дека тоа е вообичаена практика за време на летните одмори во Црна Гора. Односно, за користењето екстази таблети, марихуана и сл. туристите само плаќаат глоба и се протеруваат. Минатата година имало 86 такви случаи, ве информираат од црногорското МВР. Оттаму не сакаат да ја коментираат информацијата дека во џебот на С.И. биле пронајдени 120 таблети екстази кои биле наменети за продажба, а не за лично консумирање, и не сакаат да го коментираат полицискиот записник до којшто сте дошле.

а) Ќе ги објавите фактите што ги имате заедно со копијата од полицискиот записник, потенцирајќи ги сомневањата дека може да станува збор за злоупотреба на службената положба на министерот – Владата, интервенција од Македонија за ослободување на малолетничките кои требало да одговараат за кривично дело;

б) Ќе напишете приказна во која ќе му одржите лекција на министерот дека дома тој се бори против наркодилерите, а ќерка му има проблеми со дрога во странство;

в) Сè уште нема ништо да објавите и ќе продолжите да истражувате.

## Одговор

в) Сè уште нема ништо да објавите и ќе продолжите да истражувате.

Без оглед што имате изјава од анонимен извор од црногорското МВР и копија од записник за одземени 120 таблети екстази од ќерката на министерот, вашата приказна сè уште не е официјално потврдена. Не сте сигурни дали копијата од записникот што ви ја испратил анонимниот извор е автентична, ниту, пак, дали некој навистина интервенирал за ослободување на Македонките од Црна Гора. Во случајот е подобро да не ризикувате тужба, кога никој не сака да ја потврди вашата информација.

Етичката дилема, пак, дали да му одржите лекција на министерот којшто прави полициски акции за да ги заштити младите од консумирање екстази и други наркотици, а неговата ќерка очигледно има и законски проблеми со дрогата, останува отворена и за тоа ќе треба да разговарате во редакцијата, но за да ја објавите, прво ќе мора да ги утврдите фактите на приказната.

## Сценарио бр. 4

### **НАРУШУВАЊЕ НА ДОМОТ – ЗДРАВЈЕ И ПРИВАТНОСТ, НАСПРОТИ ДИСКРИМИНАЦИЈА**

#### **Сцена бр. 1**

Близок пријател на министерот за информатичко општество ве информира дека на министерот му откажале двата бубрега и дека е на дијализа. Дознавате оти во договор со министерот за здравство во домот на министерот за информатичко општество е пренесен апарат за дијализа, за министерот да може да се лекува во приватноста на својата куќа. Имате потврда од повеќе бубрежноболни пациенти и изјава од претседателот на нивното здружение, кој сака да остане анонимен, дека еден од апаратите за дијализа од Клинички центар е пренесен во домот на министерот.

Во случајов, значи, станува збор за злоупотреба на службената положба и ставање на здравјето на другите пациенти во опасност. Тоа секако е информација од јавен интерес.

Сепак, сакате да имате потврда дека во домот на министерот навистина има апарат за дијализа, затоа што тоа вашите извори не сакаат јавно да го потврдат тоа.

а) Ќе ја објавите информацијата повикувајќи се на вашите анонимни извори;

б) Ќе се обидете да ја потврдите приказната – дека апаратот за дијализа се наоѓа во домот на министерот јавувајќи се во Министерството за здравство, односно на Клинички центар и кај двајцата министри – за здравство и за информатичко општество;

в) Ќе се откажете од приказната.

## Одговор

б) Ќе се обидете да ја потврдите приказната – дека апаратот за дијализа се наоѓа во домот на министерот јавувајќи се во Министерството за здравство, односно на Клинички центар и кај двајцата министри – за здравство и за информатичко општество.

Прво мора да ги утврдите фактите, зашто прашањето е мошне сензитивно - станува збор за здравствен проблем, а сè уште немате потврда дека апаратот за дијализа се наоѓа во домот на министерот. Вашите анонимни извори не се доволни за да се потврди приказната, зашто можно е некој да ги изманипулирал.

**Сцена бр. 2**

Министерот не ви одговара на повиците. Официјално не можете да ја потврдите информацијата, затоа што немате одговор од Министерството за здравство, ниту од Клинички центар, од каде што ви велат дека се работи за приватно прашање на министерот, кое не сакаат да го коментират.

Во редакцијата се договарате како да ја потврдите информацијата.

Решавате вашиот фоторепортер, заедно со пријателот на министерот, да влезе во дворот на министерот за информатичко општество кој живее на Водно – и да го сними апаратот за дијализа преку прозорецот. Тоа и се случува. Вашиот фоторепортер доаѓа со снимка од апаратот за дијализа и од министерот во моментот додека прави дијализа. Друг репортер успева да го сними празното место во соба во Клиничкиот центар од каде што недостига ист таков апарат за дијализа, со изјава на пациент и болничар, дека до пред неколку дена тука имало функционален апарат за дијализа што е изнесен. Што ќе направите?

а) Ќе му се јавите на министерот за коментар на снимката;

б) Ќе ја објавите снимката од апаратот за дијализа и од министерот, со приказната дека министерот за здравство прави злоупотреба на службената положба и го доведува здравјето на другите пациенти во опасност;

в) Болеста на министерот е приватно прашање и решавате да се откажете од приказната.

**Одговор**

а) Ќе му се јавите на министерот за коментар на снимката.

И покрај тоа што министерот претходно не ви се јавувал да го коментира случајот, сега имате тајна снимка и нов доказ в раце и новинарски стандард е да го побарате министерот да ги коментира новите факти со кои располагате.

### Сцена бр. 3

Министерот ви се јавува на телефон и ви вели дека станува збор за приватно здравствено прашање, дека не е должен да ви одговори на прашањата и дека ќе ве тужи ако ја објавите фотографијата со која сте му ја нарушиле приватноста. Како ќе постапите?

а) Ќе ја објавите приказната, вклучително и одговорот на министерот, без тајната фотографија од неговиот дом;

б) Ќе ја објавите приказната дека министерот за здравство прави злоупотреба на службената положба и го доведува здравјето на другите пациенти во опасност, заедно со одговорот на министерот и со тајната снимка од апаратот за дијализа;

в) Ќе се откажете од приказната.

## Одговор

б) Ќе ја објавите приказната дека министерот за здравство прави злоупотреба на службената положба и го доведува здравјето на другите пациенти во опасност заедно со одговорот на министерот и со тајната снимка од апаратот за дијализа.

Во случајов станува збор за тешка етичка одлука. Сте ја нарушиле приватноста на домот на министерот, за што може да ве тужи, особено што станува збор за откривање на негов здравствен проблем, што е исто така во делот на загарантираната приватност.

Но недозволеното влегување во дворот на домот на министерот и тајното снимање за да потврдите оти таму има апарат за дијализа што е пренесен од Клиничкиот центар – може да се оправда со јавниот интерес. Здравјето на пациентите е од јавен интерес, а со отстранување на еден од апаратите од Клинички центар, тоа е загрозувано. Дополнително, јавен интерес е информацијата дека министерот ја злоупотребува службената положба со тоа што апарат за дијализа од Клинички центар го пренел во својот сопствен дом и го користи за приватни здравствени потреби.

Се разбира, притоа треба да внимавате со објавувањето на снимката. Не е етички да објавувате снимка од министерот во моментот како прави дијализа, односно како врз него се спроведува медицинска интервенција. Затоа снимката или ќе треба да ја замаглите или ќе треба да ја објавите само апаратот за дијализа во неговиот дом, но не и министерот.





---

# Користена литература

---

- Извештај за напредок на Република Македонија за 2013 година. Достапно на:  
<http://www.sobranie.mk/dokumenti-rm-eu-cbb3490c-fe7d-4750-82f4-67c619c46a6a.nspх>
- Извештај за напредок на Република Македонија за 2014 година. Достапно на:  
<http://www.sobranie.mk/dokumenti-rm-eu-cbb3490c-fe7d-4750-82f4-67c619c46a6a.nspх>
- Извештај за напредок на Република Македонија за 2015 година. Достапно на:  
[http://www.sobranie.mk/content/%D0%9D%D0%A1%D0%95%D0%98/PR2015\\_All\\_CK\\_FF\\_MK\\_16.11.2015.pdf](http://www.sobranie.mk/content/%D0%9D%D0%A1%D0%95%D0%98/PR2015_All_CK_FF_MK_16.11.2015.pdf)
- Извештај на Фридом Хаус (Freedom House) за Република Македонија од 2015 година. Достапно на:  
<https://freedomhouse.org/report/nations-transit/2015/macedonia>
- Индекс за слобода на медиумите на Репортери без граници (Reporters Without Borders). Достапно на: <http://index.rsф.org/#/>
- Мендел, Т. Слобода на изразување: Водич за толкување и значење на член 10 од Европската конвенција за човекови права, Совет на Европа, Канцеларија во Белград
- МОДЕМ – Мониторинг на демократијата во Македонија, Извештај од следењето на медиумските содржини преку Механизмот за набљудување и реакција. Достапно на:  
[http://respublica.edu.mk/images/modem/attach/MODEM-eden\\_18%20noemvri%20\\_23%20dekemvri.pdf](http://respublica.edu.mk/images/modem/attach/MODEM-eden_18%20noemvri%20_23%20dekemvri.pdf)
- Трпевска, С., Мицевски, И. (2014) Зошто е важен интегритетот на медиумите – За подобро разбирање на значењето и на ризиците за медиумскиот интегритет, Македонски институт за медиуми, Скопје, достапно на:  
[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)
- Трпевска, С. (2010) Слобода на изразување, јавен интерес и медиумска регулација. Висока школа за новинарство и за односи со јавноста, Скопје
- Трпевска, С., Тунева, М. (2012) Водич за известување за различностите: европски стандарди, домашна правна рамка и етички кодекси, Висока школа за новинарство и за односи со јавноста  
<http://vs.edu.mk/vs.edu.mk/attachments/Mediumi-izbori-MK.pdf>
- \*\*\*
- Bichler, K, (2012) How to Establish Accountability in Journalism, European Journalism Observatory. Достапно на:  
<http://en.ejo.ch/ethics-quality/accountability-journalism-mediaact>
- Iggers, Jeremy, (1999) Good news, bad news, Journalism Ethics and the Public Interest, Westview Press. Достапно на:  
<http://www.rasaneh.org/Images/News/AtachFile/9-12-1390/FILE634660181974010000.pdf>
- Glasser, L. Theodore, E., S. James, (2008) A Philosophy of Accountability for Journalism, Media Ethics Magazine, No.1, Vol. 20. Достапно на:  
<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. Beograd: Prosveta.

Riordan, K, (September 5, 2014) Does Journalism still require Impartiality?, The Guardian. Достапно на: <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. Достапно на: <http://mediashift.org/2015/08/why-journalists-should-use-transparency-as-a-tool-to-deepen-engagement>

### ● **ЗАКОНИ И ПОДЗАКОНСКИ АКТИ:**

Директива за аудиовизуелни медиумски услуги на ЕУ. Достапно на: [http://www.avmu.mk/images/stories/doc/eu-docs/Direktiva\\_prevod.pdf](http://www.avmu.mk/images/stories/doc/eu-docs/Direktiva_prevod.pdf)

Закон за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги („Службен весник на Република Македонија“ бр. 184/2013),

Закон за изменување и дополнување на Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги („Службен весник на Република Македонија“ бр. 13/2014),

Закон за изменување на Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги („Службен весник на Република Македонија“ бр. 44/2014),

Закон за изменување и дополнување на Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги („Службен весник на Република Македонија“ бр. 101/2014),

Закон за изменување и дополнување на Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги („Службен весник на Република Македонија“ бр. 132/2014).

Закон за заштита на личните податоци. Достапно на: [http://www.dzlp.mk/sites/default/files/pdf/ZZLP\\_precisten\\_2012.pdf](http://www.dzlp.mk/sites/default/files/pdf/ZZLP_precisten_2012.pdf)

Закон за изменување и дополнување на Законот за медиуми („Службен весник на Република Македонија“ бр.13/2014).

Закон за изменување и дополнување на Изборниот законик („Службен весник на Република Македонија“ бр. 196/2015)

Закон за медиуми („Службен весник на Република Македонија“ бр.184/2013)

Изборен законик (пречистен текст), („Службен весник на Република Македонија“ бр. 32/2014)

Правилник за заштита на малолетните лица на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги. Достапно на: [http://www.avmu.mk/images/Pravilnik\\_za\\_zashtita\\_na\\_malloletnite\\_lica.pdf](http://www.avmu.mk/images/Pravilnik_za_zashtita_na_malloletnite_lica.pdf)

Прирачник за оценување на медиумскиот плурализам на Агенцијата за аудио и аудио-визуелни медиумски услуги. Достапно на: [http://www.avmu.mk/images/Priracnik\\_1\\_Pluralizam\\_finalna.pdf](http://www.avmu.mk/images/Priracnik_1_Pluralizam_finalna.pdf)

Устав на Република Македонија <http://makemigration.readyhosting.com/upload/Ustav.pdf>

### ● **КОДЕКСИ, ПРИРАЧНИЦИ И УПАТСТВА ЗА НОВИНАРИ:**

Димовски, С., Илиевски, Ј., Димитриевски, З. (2014) Јавност во кривичната постапка: Водич за новинари низ кривичната постапка Скопје, Мисија на ОБСЕ во Скопје

Етички кодекс на новинарите на Република Македонија <http://znm.org.mk/drupal-7.7/mk/node/440>

- Етички и професионални стандарди на МРТ за медиумско покривање изборни процеси  
[http://mrt.com.mk/sites/default/files/Етички%20и%20професионални%20принципи%20на%20МРТ%20за%20медиумско%20покривање%20изборни%20процеси\\_МАКЕДОНСКИ%20ЈАЗИК.pdf](http://mrt.com.mk/sites/default/files/Етички%20и%20професионални%20принципи%20на%20МРТ%20за%20медиумско%20покривање%20изборни%20процеси_МАКЕДОНСКИ%20ЈАЗИК.pdf)
- Прирачник за етика во новинарството (2012), Здружение на новинарите на Македонија, Скопје,  
<http://www.znm.org.mk/drupal-7.7/sites/default/files/Priracnik%20za%20etika%20vo%20novinarstvoto%20maj%202012.pdf>
- „Новинарски прирачник за следење избори“, Здружение на новинарите на Македонија и Фондација Конрад Аденауер  
<http://www.znm.org.mk/drupal7.7/sites/default/files/Новинарски%20прирачник%20за%20следење%20на%20избори%20-%203НМ%20март%202013.pdf>
- „Новинарите против корупцијата“ (2012), Здружение на новинарите на Македонија, Скопје
- „Правата на децата и медиумите: инструкции на Меѓународната федерација на новинарите и принципи за известување по прашања кои вклучуваат деца“ достапно на: <http://www.ifj.org/default.asp?index=192&Language=EN>
- Препорака на Светската здравствена организација за превенција на самоубиство  
[http://www.who.int/mental\\_health/prevention/suicide/resource\\_media.pdf](http://www.who.int/mental_health/prevention/suicide/resource_media.pdf)
- УНИЦЕФ, (2000), Медиумите и правата на децата: практичен прирачник за медиумските професионалци, Скопје, Канцеларија во Скопје
- „УНИЦЕФ: Принципи за етичко известување за деца“ достапно на: [http://www.presswise.org.uk/display\\_page.php?id=594](http://www.presswise.org.uk/display_page.php?id=594)
- Цели на Совет за етика во медиумите на Македонија: <http://semm.mk>
- \*\*\*
- Етички кодекс на Националната асоцијација на фоторепортери (на САД). Достапен на: [https://npra.org/code\\_of\\_ethics](https://npra.org/code_of_ethics)
- „Основи за користење извори“, новинска агенција Ројтерс  
[http://handbook.reuters.com/index.php?title=The\\_Essentials\\_of\\_Reuters\\_Sourcing](http://handbook.reuters.com/index.php?title=The_Essentials_of_Reuters_Sourcing)
- 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.ipsco.uk/assets/82/Editors\\_Code\\_of\\_Practice\\_A4\\_March\\_2015.pdf](https://www.ipsco.uk/assets/82/Editors_Code_of_Practice_A4_March_2015.pdf)
- The New York Times - Guidelines on Integrity  
<http://www.nytc.com/wp-content/uploads/Guidelines-on-Integrity.pdf>
- The New York Times – Ethical Journalism  
[http://www.nytc.com/wp-content/uploads/NYT\\_Ethical\\_Journalism\\_0904-1.pdf](http://www.nytc.com/wp-content/uploads/NYT_Ethical_Journalism_0904-1.pdf)
- The OFCOM Broadcasting Code  
<http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/broadcast/831190/broadcastingcode2011.pdf>

**ПРИРАЧНИК**

**ЗА ЈАВНИОТ ИНТЕРЕС  
ВО НОВИНАРСТВОТО**



Скопје, 2016 година





## ИЗРАЗУВАЊЕ НА ЈАВНИОТ ИНТЕРЕС

Зголемување на моќта на медиумите и граѓаните  
во штитењето на јавните политики во Македонија




British Embassy  
Skopje

И Н С Т И Т У Т

**ИКС**

ЗА КОМУНИКАЦИСКИ СТУДИИ

Јуриј Гагарин 17-1/1  
1000 Скопје, Македонија  
Т. +389 2 30 90 004  
[info@iks.edu.mk](mailto:info@iks.edu.mk) | [www.iks.edu.mk](http://www.iks.edu.mk)



**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

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



# Për Doracakun

---

**N**ë këtë doracak janë sublimuar vlerat e pranuar, 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 117<sup>1</sup>, 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 2015<sup>2</sup> për pavarësinë e mediave vërteton rritjen e politizimit të mediave në Maqedoni, varshmërinë e tyre nga reklamat qeveritare për mbështetje financiare dhe humbjen e kredibilitetit tek publiku. E njëjta evidentohet edhe në disa raporte të Bashkimit Evropian për përparimin e Maqedonisë.<sup>3</sup> 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 2015<sup>4</sup>, 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.<sup>5</sup>

## 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](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](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).<sup>6</sup>

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.

<sup>6</sup> 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 rëndësisë 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 rëndësisë dhe zbatimit të vërtetë të interesit publik në praktikë.





---

# Parimet e gazetarisë me interes publik

---

**P**arimet 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”,<sup>7</sup> 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.<sup>8</sup> 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 groposet 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

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

<sup>8</sup> 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 drejt 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 praktikatat 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

---

**B**esueshmëria 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 korrektësinë, 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

---

**S**aktësia 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 dëshmive 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 shënime të 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.<sup>9</sup>

### ● **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.

<sup>9</sup> 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](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 fotografive<sup>10</sup>. 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](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

---

**P**aanshmëria 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.<sup>11</sup>

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 konfliktuos, 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-

<sup>11</sup> 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](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 referendumeve, mediat dhe gazetarët janë të detyruara që të sillen me ndjeshmëri ndaj rregullës për paanshmëri përkatëse në raportim.

Në Kodin Zgjedhor të Republikës së Maqedonisë<sup>12</sup> dhe në aktet e tjera, siç është Doracaku Gazetaresk për Ndjekjen e Zgjedhjeve<sup>13</sup> 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“<sup>14</sup>, 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 Zgjedhor<sup>15</sup> 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/wp-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 RTVM-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](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

---

**P**una 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

---

**G**azetaria 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 cilësorë. 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.<sup>16</sup>

- ▶ 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

---

**M**ediat 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 MEDIAVE 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.<sup>17</sup> 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 përmbajtjet 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 përmbajtja 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 MEDIAVE DHE REKLAMAT QEVERTITARE

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.<sup>18</sup>

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

---

**M**ediat 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 dëshmimeve 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".<sup>19</sup>

**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 veta<sup>20</sup>. 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)<sup>21</sup>. 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-

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

<sup>20</sup> 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>

<sup>21</sup> 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 gjykatës<sup>22</sup>. 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 korrigjimit 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 korrigjimit, 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 korrigjimit në lloje të ndryshme të mediave. I disponueshëm në: [http://avmu.org.mk/images/Konsolidiram\\_tekst\\_na\\_zakon\\_za\\_mediumi\\_18.11.2014.pdf](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.<sup>23</sup>

### **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

---

**M**ediat 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 Mitur<sup>24</sup>. 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](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 përkatëse<sup>25</sup>.

## 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.<sup>26</sup> 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 këtillë<sup>27</sup>. 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](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 pasqyruara<sup>28</sup>.

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](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”<sup>29</sup>. 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”<sup>30</sup>. 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 interesin 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 shkaktuar 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"<sup>31</sup> 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 burgju. 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 viktimja pajtohet me publikimin— në formë të shkruar ose xhiruar, kur viktimja vullnetarisht merr pjesë në storjen gazetareske, kur kjo është në interes publik.

### ● **TË DHËNAT PERSONALE**

Kur grumbullohen të dhënat personale nga bashkëpunëtorë, 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 e 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 pritet 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

---

**F**ëmijët 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 përbajtjet 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 përbajtjet online, media duhet të ofrojë këshilla për kër-

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

Në faqen e internetit duhet të sigurohen përbajtje 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 përbajtje 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.”<sup>32</sup>

### ● **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 drejtorja 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.<sup>33</sup>

### ● **PËLQIMI I PRINDËRVE**

Pajtueshmëria e prindërve nënkupton pajtueshmëri e prindit, kujdestarit ose personi tjetër prej 18 e më 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 fëmijëve<sup>34</sup>.

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 thashemhet 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 viktime 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](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

---

**G**azetarët 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 rreziku 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 agjërimit 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 vepronit?

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 ekstativave 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 shkelur 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 aparatit 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](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.nspix>

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

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](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](http://www.avmu.mk/images/stories/doc/eu-docs/Direktiva_prevod.pdf)

Doracak për vlerësimin e pluralizmit mediatik, 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](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](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](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](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](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](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](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](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](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