



Udhëzues për raportimin etik dhe profesional të zgjedhjeve nga mediat në Shqipëri

Udhëzues për
**raportimin etik dhe
profesional të zgjedhjeve
nga mediat në Shqipëri**



Organizata për Siguri dhe
Bashkëpunim në Evropë
Prezenca në Shqipëri

Autor:



Adresa: Rr. Gjin Bue Shpata, Tiranë, Shqipëri

Tel: +355 42 229800

E-mail: info@institutemedia.org

Udhëzuesi për raportimin etik dhe profesional të zgjedhjeve nga mediat në Shqipëri është hartuar nga një grup ekspertësh i përbërë nga:

Roden Hoxha, ekspert ligjor

Ilda Londo, studiuese, Instituti Shqiptar i Medias

Ekspert ndërkombëtar:

Ioana Adriana Avadani, eksperte për lirinë e medias

ISBN 978-9928-395-07-8

©Organizata për Siguri dhe Bashkëpunim në Evropë, Prezenca në Shqipëri
Të gjitha të drejtat e rezervuara
2023

Për kopje ose informacion, ju lutemi kontaktoni:

Prezenca e OSBE-së në Shqipëri

Adresa: Hoteli "Mak Albania", Sheshi "Italia", Tiranë, Shqipëri

Tel: +35542240001

E-mail: pm-al@osce.org

Pikëpamjet e shprehura në këtë botim janë të autorëve dhe nuk pasqyrojnë domosdoshmërisht qëndrimin zyrtar të Prezencës së OSBE-së në Shqipëri.

Ky publikim përmban lidhje me faqet e internetit që janë jashtë OSBE-së dhe operohen nga palë të treta dhe që mund të përmbajnë materiale që mbrohen nga e drejta e autorit ose të drejta të tjera të palëve të treta. Meqë OSBE-ja nuk ka kontroll mbi këto faqe në internet, ajo nuk merr përsipër asnjë përgjegjësi qoftë edhe ligjore për disponueshmërinë, saktësinë ose plotësinë e përmbajtjes së faqeve në internet nga palë të treta. Përdorimi i faqeve të tilla të internetit është subjekt i termave, kushteve dhe politikave të privatësisë së pronarit ose pronarëve të faqeve të tilla në internet nga palë të treta.

Parathënie

Çdo proces demokratik duhet të sigurojë lirinë e fjalës dhe të shtypit. Mbulimi i fushatave zgjedhore nga media është një element thelbësor i transparencës zgjedhore. Ky udhëzues ofron një përshkrim të qartë të veprimtarisë së medias gjatë periudhave zgjedhore. Këtu mund të gjeni një sërë rekomandimesh mbi mënyrën sesi mediat publike dhe private duhet të mbulojnë zgjedhjet. Këto rekomandime janë hartuar jo me qëllim për të paraqitur një grup të plotë rregullash dhe praktikash, por më së shumti për të tërhequr vëmendjen ndaj disa vlerave të përbashkëta që janë thelbësore për t'u mbajtur parasysht nga gazetarët profesionistë gjatë mbulimit të një procesi zgjedhor nga këndvështrimi i medias.

Demokracia përfaqësuese mbështetet në zgjedhje të lira, të ndershme dhe transparente. Një demokraci përfaqësuese kërkon një publik të mirinformuar. Në një demokraci, zgjedhjet shkojnë përtej hedhjes së votës në kutinë e votimit. Rezultatet e zgjedhjeve varen nga qasja që ka zgjedhësi në informacionin mbi aspektet procedurale, institucionale dhe logjistike të votimit, si dhe nga ndërgjegjësimi i publikut për kandidatët dhe programet e tyre. Mediat e lira dhe të paanshme mund të jenë aleate të institucioneve demokratike dhe proceseve demokratizuese. Kjo kërkon që ato të jenë të afta të përmbushin përgjegjësitë e tyre në mënyrë profesionale, të jenë të vetëdijshme për detyrimet qytetare dhe etike dhe t'i jenë nënshtruar trajnimit të nevojshëm.

Ky Udhëzues për raportimin etik dhe profesional të zgjedhjeve nga mediat në Shqipëri është hartuar për t'u ardhur në ndihmë gazetarëve shqiptarë në mbulimin e zgjedhjeve për Kuvendin dhe për organet e qeverisjes vendore në mënyrë objektive dhe të paanshme. Ai trajton të gjitha fushat e mbulimit cilësor të zgjedhjeve nga gazetarë që punojnë për shtypin e shkruar, uebin, radion, televizionin, agjencitë e lajmeve, mediat publike dhe private. Udhëzuesi synon të përmirësojë aftësitë e gazetarëve për mbulimin e temave të lidhura me zgjedhjet. Qëllimi i tij është të forcojë lirinë e medias për të mbrojtur të drejtën e qytetarëve për informim, veçanërisht gjatë proceseve zgjedhore. Ky Udhëzues, i mbështetur nga Prezenca e OSBE-së në Shqipëri, i shërben për profesionistëve të medias, autoriteteve të pavarura të transmetimit dhe gazetarëve në profesion të lirë.

PASQYRA E LËNDËS

1. ZGJEDHJET DHE AKTORËT ZGJEDHORË	9
1.1 Të drejtat e zgjedhësve	9
1.2 Të drejtat e subjekteve zgjedhore.....	9
1.3 Aktorët vendas gjatë procesit zgjedhor dhe roli i tyre	10
1.3.1 Organet e Administrimit të Zgjedhjeve (OAZ)	10
1.3.2 Partitë politike dhe kandidatët	13
1.3.3 Monitoruesit e zgjedhjeve, vëzhgimi nga qytetarët dhe vëzhguesit ndërkombëtarë të zgjedhjeve.....	14
1.3.4 Media.....	14
1.3.5 Shoqëria civile	15
1.3.6 Roli i institucioneve vendase në procesin zgjedhor	15
2. LLOJET E MBULIMIT MEDIATIK GJATË ZGJEDHJEVE	17
2.1 Mediat audiovizive	17
2.1.1 Transmetuesit e shërbimit publik	17
2.1.2 Transmetuesit privatë.....	19
2.2 Media e shkruar (shtypi)	20
2.3 Mediat online, rrjetet sociale dhe teknologjitë e reja	21
2.3.1 Mediat online	21
2.3.2 Mediat sociale.....	21
2.3.3 Sfidat e mbikëqyrjes dhe vetërregullimi i përmbajtjes në internet si një nga zgjidhjet.....	22
3. STANDARDET LIGJORE NDËRKOMBËTARE PËR LIRINË E SHPREHJES DHE ZGJEDHJET	24
3.1 Dokumentet ndërkombëtare.....	24
3.2 Organizatat ndërkombëtare	26
3.3 Organizatat rajonale	27

4. STANDARDET ETIKE, ROLI DHE RËNDËSIA E MEDIAS GJATË ZGJEDHJEVE	28
4.1 Rekomandime për përgatitjen dhe raportimin profesional të procesit zgjedhor sipas legjislacionit vendas	31
4.1.1 <i>Procesi parazgjedhor (fushata zgjedhore)</i>	31
4.1.2 <i>Parashikimi i zgjedhjeve</i>	33
4.1.3 <i>Dita e zgjedhjeve dhe rezultatet zgjedhore</i>	35
4.1.4 <i>Procesi pas-zgjedhor</i>	36
4.2 Parimet kryesore gjatë zgjedhjes së temës për mbulim mediatik.....	39
4.3 Çështjet kryesore në lidhje me raportimin gjatë fushatës zgjedhore	40
4.4 Standardet profesionale dhe etike gjatë raportimeve zgjedhore (analiza).....	41
4.4.1 <i>Paanshmëria</i>	42
4.4.2 <i>Saktësia</i>	44
4.4.3 <i>Pavarësia</i>	46
4.4.4 <i>Gjuha e urrejtjes, shpifja dhe propaganda në fushata</i>	48
4.4.5 <i>Keqinformimi dhe dezinformimi</i>	54
4.4.6 <i>Interesi publik</i>	59
4.4.7 <i>Transparenca dhe qasja në informacion</i>	60
4.4.8 <i>Dinjiteti njerëzor dhe mosdiskriminimi</i>	62
4.4.9 <i>Raportimi i çështjeve me ndjeshmëri gjinore</i>	64
REKOMANDIME PËRFUNDIMTARE.....	67
BURIME SHITESË PËR GAZETARËT	68
BIBLIOGRAFIA.....	68

AKRONIMET/SHKURTIMET

AMA	Autoriteti i Mediave Audiovizive
DUDNJ	Deklarata Universale e të Drejtave të Njeriut
KE	Këshilli i Evropës
KEDNJ	Konventa Evropiane e të Drejtave të Njeriut
KQV	Komisioni i Qendrës së Votimit
KQZ	Komisioni Qendror i Zgjedhjeve
KZAZ	Komisioni i Zonës së Administrimit Zgjedhor
OAZ	Organi i Administrimit të Zgjedhjeve
ODIHR	Zyra e OSBE-së për Institucione Demokratike dhe të Drejtat e Njeriut
OSBE	Organizata për Siguri dhe Bashkëpunim në Evropë
ZAZ	Zona e Administrimit të Zgjedhjeve

1. ZGJEDHJET DHE AKTORËT ZGJEDHORË

Liria e shprehjes dhe gazetaria, si gurë themeli të informimit të publikut, janë ndër bazat e demokracisë. E drejta për informimin dhe lirinë e shprehjes përfshin lirinë për të kërkuar, marrë dhe shkëmbyer informacion. Liria e shprehjes mundëson dhe promovon të drejtën për t'u mbledhur dhe organizuar. Këto janë të rëndësishme për një demokraci pluraliste dhe zgjedhje të lira e të ndershme.

Gjdo zgjedhje ka nevojë për mbulimin mediatik. Mediat duhet të ndërgjegjësojnë zgjedhësit për të drejtat e tyre, të monitorojnë procesin zgjedhor dhe të publikojnë rezultatet. Ato, gjithashtu, duhet të raportojnë për arritjet e personave që kandidojnë, të organizojnë debate midis kandidatëve, t'u japin mundësi kandidatëve të komunikojnë me zgjedhësit dhe të ndjekin zhvillimet e fushatës.

Gjatë studimit të veprimtarisë së mediave gjatë zgjedhjeve, është e rëndësishme të merret parasysh shumëllojshmëria dhe autonomia e tyre.

1.1 Të drejtat e zgjedhësve

I gjithë informacioni për zgjedhësit duhet të jepet në kohë dhe në mënyrë të kuptueshme. E drejta e zgjedhësve për të marrë informacionin e nevojshëm përpara se të vendosin do të thotë se media duhet të raportojë me vërtetësi dhe në mënyrë të paanshme për idetë dhe qëndrimet e kandidatëve dhe partive. Raportimi duhet të jetë objektiv dhe i drejtë si dhe t'u sigurojë qasje në media të gjitha subjekteve zgjedhore në raport me përfaqësimin e tyre në parlament.¹ Media duhet, gjithashtu, të raportojë për aktivitetet e lidhura me zgjedhjet, siç është numërimi i votave dhe rezultatet e zgjedhjeve. Zgjedhësit duhet të informohen për mënyrën e votimit nëpërmjet kanaleve të ndryshme të komunikimit, përfshirë ato audiovizive, të shtypit, zanore dhe pamore në internet.

1.2 Të drejtat e subjekteve zgjedhore

Partitë dhe kandidatët kanë të drejtë të shprehin ideologjinë dhe platformat e tyre. Politikanët kanë nevojë që media të informojë zgjedhësit për qëndrimet e tyre mbi çështje të rëndësishme. Kandidatët duhet të kenë qasje të barabartë në media dhe mundësi të barabarta për të informuar zgjedhësit për programet e tyre. Ata mund t'i qasen medias në shumë mënyra dhe, po ashtu, kanë të drejtë të reagojnë shpejt ndaj deklaratave apo mbulimit mediatik të pasaktë ose fyes.

¹ Shih Ligjin nr. 10 019, datë 29.12.2008 "Kodi Zgjedhor i Republikës së Shqipërisë", Neni 81, Edicionet Informativ të Radiotelevizionit Publik (Tiranë, 2008), i ndryshuar.

Nga ana tjetër, partitë politike dhe kandidatët nuk duhet të abuzojnë me qasjen në media. Prania e tyre në media nuk duhet të kufizojë fjalën e lirë të gazetarëve dhe mbulimin objektiv të fakteve. Kandidatët dhe partitë duhet të ndjekin standardet që garantojnë lirinë e medias. Ata duhet t'u binden rregullave të fushatës dhe medias, veçanërisht në kohën e heshtjes zgjedhore, si dhe të mos bëjnë presion ndaj politikave redaksionale të mediave.

1.3 Aktorët vendas gjatë procesit zgjedhor dhe roli i tyre

Zgjedhjet demokratike dhe vetë demokracia nuk do të ishin të mundura pa respektuar të drejtat dhe liritë themelore të njeriut, dhe në veçanti lirinë e shprehjes dhe lirinë e medias.

Për t'u angazhuar në vendimmarrje demokratike, publiku duhet të jetë i mirinformuar. Gjatë fushatës dhe procesit zgjedhor, media ka një rol vendimtar në informimin e qytetarëve lidhur me kandidatët, partitë politike dhe koalicionet, në mënyrë që ata të mund të votojnë duke pasur të gjithë informacionin e nevojshëm. Për të qenë demokratike, zgjedhjet duhet t'u ofrojnë zgjedhësve qasje në të dhëna dhe fakte konkrete.

Palë të interesuara për procesin janë qytetarët, grupimet joformale bashkë me organizatat që ndjekin fushatat zgjedhore, si dhe institucionet demokratike. Palët që kanë interes parësor ndikojnë ose ndikohen nga veprimet, politikat dhe praktikat e Organeve të Administrimit të Zgjedhjeve; palët me interes dytësor kanë një lidhje më të dobët me procesin dhe ndikojnë ose ndikohen në mënyrë të tërthortë nga këto të fundit.

1.3.1 Organet e Administrimit të Zgjedhjeve (OAZ)

Për shkak të kompleksitetit dhe ekspertizës së specializuar që kërkohet për administrimin e zgjedhjeve, aktivitetet zgjedhore duhet të jenë kompetencë e një institucioni ose disa institucioneve. Komisioni i Zgjedhjeve, Departamenti i Zgjedhjeve, Këshilli Zgjedhor, Njësia Zgjedhore dhe Bordi Zgjedhor janë vetëm disa shembuj të formave dhe përmasave të ndryshme të këtyre organizatave, në vende të tjera.

Një OAZ është një organizatë ose organ që ka qëllim parësor dhe përgjegjësi ligjore menaxhimin e disa ose të gjitha elementeve themelore të administrimit të zgjedhjeve dhe instrumenteve të demokracisë së drejtpërdrejtë, si referendumet, iniciativat qytetare, kur këto janë pjesë e kuadrit ligjor. Këta komponentë të rëndësishëm (ose themelorë) përfshijnë:

- përcaktimin se kush ka të drejtë të votojë;
- pranimin dhe vërtetimin e aplikimeve të pjesëmarrësve në zgjedhje (për zgjedhje, parti politike dhe/ose kandidatë);
- organizmin e sondazheve;
- numërimin e votave;
- tabulimin e rezultateve, etj.

OAZ-ja mund të jetë një institucion i pavarur ose një njësi e veçantë administruese brenda një organizate më të madhe pa përgjegjësi zgjedhore. Në Shqipëri, Komisioni Qendror i Zgjedhjeve është i vetmi OAZ.²

Komisioni Qendror i Zgjedhjeve (KQZ) është një institucion i pavarur i përbërë nga tre struktura kryesore:

1) Komisioneri Shtetëror i Zgjedhjeve

Komisioneri Shtetëror i Zgjedhjeve (Komisioneri) është një organ monokratik që ushtron kompetenca ekzekutive, më kryesoret si në vijim:

- drejton institucionin dhe e përfaqëson atë në marrëdhëniet me të tretët;
- drejton dhe mbikëqyr, drejtpërdrejt ose nëpërmjet administratës së KQZ-së, veprimtarinë e administratës zgjedhore gjatë zgjedhjeve dhe referendumeve;
- vë në lëvizje dy organet e tjera të KQZ-së sa herë që paraqiten çështje që janë kompetencë e tyre, përgatit mbledhje dhe seanca, si dhe kujdeset për sqarimin dhe publikimin e akteve;
- kujdeset për zbatimin e Kodit Zgjedhor në mënyrë të drejtë, të saktë dhe uniforme nga të gjitha institucionet, subjektet apo personat e ngarkuar me detyra sipas ligjit;
- organizon dhe administron proceset zgjedhore të institucioneve dhe organeve publike, kur ligji e ngarkon me këtë detyrë.

2) Komisioni i Ankesave dhe Sanksioneve (KAS)

KAS-i është organi kompetent për shqyrtimin e ankesave administrative dhe për vendosjen e sanksioneve për shkelje të ligjit zgjedhor. KAS-i funksionon me kohë të pjesshme dhe e ushtron veprimtarinë në seanca publike të shqyrtimit administrativ, me pjesëmarrjen e palëve të interesuara. KAS-i ka të drejtë të vendosë për shpalljen të pavlefshme të zgjedhjeve në një ose më shumë qendra votimi, në një ose më shumë zona zgjedhore apo në të gjithë vendin, si dhe për përsëritjen e pjesshme ose të plotë të zgjedhjeve në rast të shkeljes së ligjit. Ai shqyrton dhe zgjidh në rrugë administrative ankesat ndaj akteve të Komisionerit dhe vendimeve të administratës së KQZ-së gjatë zgjedhjeve, etj.

3) Komisioni Rregullator (Rregullatori)

Rregullatori është organi kompetent për miratimin e akteve me karakter normativ në fushën e zgjedhjeve dhe vendosjen e rregullave për zgjedhjet. Rregullatori funksionon me kohë të pjesshme dhe e ushtron veprimtarinë në mbledhje publike.

Ndërsa niveli i dytë dhe i tretë i administratës zgjedhore përbëhen nga Komisionet e Zonave të Administrimit Zgjedhor dhe Komisionet e Qendrave të Votimit³.

² Kodi Zgjedhor, Neni 12, Përbërja dhe Funksionimi i KQZ-së.

³ Përveç këtyre komisioneve, pjesë e administratës zgjedhore janë edhe Grupet e Numërimit të Votave të cilat administrojnë procesin e numërimit të votave në Vëndet e Numërimit të Votave.

- **Zonat e Administrimit Zgjedhor (ZAZ) dhe Komisionet e Zonave të Administrimit Zgjedhor (KZAZ)**

Zonat e Administrimit Zgjedhor ngrihen dhe funksionojnë për çdo lloj zgjedhje dhe referendumi. Juridiksioni territorial i ZAZ-ve, si rregull, është i njëjtë me territorin administrativ të bashkisë. Bashkitë që kanë më shumë se 80 mijë shtetas me të drejtë vote ndahen nga KQZ-ja në më shumë se sa një ZAZ. Për Bashkinë e Tiranës, ndryshe nga bashkitë e tjera, secila nga njësitë administrative (ish-njësi bashkiake) përbën një ZAZ më vete. Zonat e Administrimit Zgjedhor miratohen nga KQZ-ja jo më vonë se 9 muaj para përfundimit të mandatit të Kuvendit, mbi bazën e numrit të shtetasve me të drejtë vote në datën e fundit të periudhës zgjedhore për caktimin e zgjedhjeve.⁴ KZAZ-ja përgjigjet për administrimin dhe zhvillimin e zgjedhjeve në ZAZ, sipas dispozitave të ligjit dhe akteve nënligjore të nxjerra nga KQZ-ja.

Nëse media ka nevojë të kontaktojë përfaqësues të KQZ-së për çështje që lidhen me zgjedhjet, pika kryesore e kontaktit do të jetë përfaqësuesi/ët e medias në institucion. KZAZ-të dhe KQV-të nuk komunikojnë zyrtarisht/drejtpërdrejt me përfaqësuesit e medias, përveç rasteve kur autorizohen për këtë nga KQZ-ja për dhënien e informacionit specifik në lidhje me procedurat teknike ligjore.

Në të njëjtën kohë, gazetarët lejohen të hyjnë në qendrat e votimit dhe në vëndet e numërimit të votave pas një procesi zyrtar akreditimi si vëzhgues nga media, proces që administrohet nga KQZ-ja përpara ditës së zgjedhjeve.

- **Qendra e Votimit (QV) / Komisioni i Qendrës së Votimit (KQV)**

KQV-të krijohen dhe funksionojnë për të gjitha llojet e zgjedhjeve. KQV-ja përbëhet nga shtatë anëtarë, njëri prej të cilëve shërben si sekretar. Anëtarët e KQV-së janë përgjegjës për zhvillimin e zgjedhjeve në qendrën e votimit dhe zbatojnë detyrat e parashikuara në Kodin Zgjedhor dhe aktet nënligjore të KQZ-së për zbatimin e procesit.

Palët e interesuara:

Ndërtimi i besimit në procesin zgjedhor dhe besimi në funksionimin e OAZ-së lehtësohet nga komunikimi i hapur dhe i sinqertë me palët e shumta të interesit, ku përfshihen:

- Partitë politike dhe kandidatët (palë me interes parësor);
- Votuesit dhe zgjedhësit (palë me interes parësor);
- Dega ekzekutive e qeverisë (palë me interes parësor);
- Ligjvënësi (palë me interes parësor);
- Organet për zgjidhjen e mosmarrëveshjeve zgjedhore (palë me interes parësor);
- Sistemi gjyqësor (palë me interes parësor);

⁴ Kodi Zgjedhor, Neni 27, Zonat e Administrimit Zgjedhor.

- Monitoruesit e zgjedhjeve dhe vëzhguesit vendas dhe ndërkombëtarë të zgjedhjeve (palë me interes dytësor);
- Media (palë me interes parësor);
- Organizatat e Shoqërisë Civile (OSHC-të) (palë me interes dytësor); dhe
- Komuniteti i donatorëve dhe agjencitë e asistencës zgjedhore (palë me interes dytësor).

1.3.2 *Partitë politike dhe kandidatët*

Një vend mund të konsiderohet demokratik vetëm nëse zgjedhjet janë një garë e vërtetë midis disa kandidatëve të mbështetur nga partitë ose të pavarur. Për të zgjedhur se cilët do të jenë përfaqësuesit e tyre pas zgjedhjeve, zgjedhësit duhet të kenë mundësinë për të bërë një zgjedhje të lirë dhe të mirinformuar mes sa më shumë opsioneve të politikave dhe kandidatëve. Partitë politike dhe kandidatët gëzojnë besimin e zgjedhësve, të cilët kanë pritshmërinë që ata të përmbushin detyrat e tyre përfaqësuese në qeverisje.

Themeli i një sistemi të tillë duhet të jetë njohja e të drejtave dhe lirive themelore të njeriut për t'u shprehur, për t'u organizuar, për të kandiduar për poste dhe për të zhvilluar takime apo mitingje publike gjatë fushatës zgjedhore pa u frikësuar apo trysnuar. Angazhimi i qytetarëve dhe kuptimi i çështjeve të ndërlukuara politike varet kryesisht nga aftësia e partive politike për të aktivizuar dhe edukuar njerëzit, për të hartuar alternativa politike kuptimplota dhe të mbështetura në kërkesat e publikut, si edhe për të kanalizuar opinionin publik gjatë proceseve zgjedhore dhe qeverisëse.

Gjatë zgjedhjeve në Shqipëri, aktorët kryesorë politikë për të cilët zgjedhësit votojnë janë si më poshtë:

- "Subjekte zgjedhore" - partitë politike, koalicionet dhe kandidatët e propozuar nga partitë politike ose zgjedhësit e regjistruar në KQZ për të kandiduar për Kuvendin ose pushtetin vendor;
- "Parti politike" - parti e regjistruar në përputhje me Ligjin Nr. 8580, datë 17.2.2000 "Për partitë politike";
- "Parti parlamentare" - parti politike që ka fituar dhe mban të paktën një mandat në Kuvend nga zgjedhjet e mëparshme;
- "Kandidatët" - kandidati për deputet ose për kryetar bashkie, ose për anëtar të këshillit bashkiak, i cili mbështetet nga një parti politike ose koalicion;
- "Kandidat i paraqitur nga një grup zgjedhësish (kandidat i pavarur)" - kandidat për deputet ose kryetar bashkie, ose për anëtar të këshillit bashkiak, i cili nuk mbështetet nga asnjë parti politike dhe propozohet nga zgjedhësit;
- "Koalicion" - grupimi i dy ose më shumë partive politike, të regjistruara si subjekte zgjedhore, që kanë rënë dakord të konkurrojnë së bashku në zgjedhje.⁵

1.3.3 Monitoruesit e zgjedhjeve, vëzhgimi nga qytetarët dhe vëzhguesit ndërkombëtarë të zgjedhjeve

Marrëdhëniet e një OAZ-je me monitoruesit e zgjedhjeve, vëzhguesit dhe palët e tjera të interesit janë thelbësore për ruajtjen dhe përmirësimin e mëtejshëm të proceseve zgjedhore në një vend. Monitoruesit e zgjedhjeve dhe qytetarët që vëzhgojnë, si dhe vëzhguesit ndërkombëtarë të zgjedhjeve, kanë të gjithë një rol jetik. Monitoruesit e zgjedhjeve, qofshin organizata dhe OSHC-të vendase apo ndërkombëtare, përmes raporteve të tyre paszgjedhore, reflektimeve, gjetjeve dhe sugjerimeve si dhe njohurive objektive të vëna në dispozicion të ligjvënësit, mund të ndihmojnë në ndreqjen e defekteve të procesit zgjedhor. OAZ-të duhet të vënë në përdorim procese sa më të thjeshta akreditimi si dhe të gjejnë mekanizma që mundësojnë akreditim të shpejtë dhe pa humbje kohe për të gjithë monitoruesit dhe vëzhguesit.

1.3.4 Media

Mediat e shkruara dhe elektronike, publike dhe private, tradicionale dhe të reja mund të jenë aleate kryesore të OAZ-ve në edukimin e zgjedhësve për demokracinë dhe zgjedhjet. Përdoruesit e rregullt të gazetave, televizionit dhe radios njihen me lajmet që këto të fundit ofrojnë. OAZ-të kanë nevojë për një plan të marrëdhënieve me median për të garantuar besueshmërinë e informacionit zgjedhor, përfshirë aktivitetet e OAZ-ve. Informacioni i gabuar mund të dëmtojë reputacionin e OAZ-së nëse kjo e fundit nuk është transparente me median.

Mediat duhet të jenë të lira për të raportuar mbi zgjedhjet. Ato duhet të jenë të lira të raportojnë për çdo çështje që lidhet me zgjedhjet, siç është puna e administratës zgjedhore, platformat dhe programet konkurruese, aktivitetet e kandidatëve dhe partive, çështjet dhe incidentet gjatë fushatës, proceset gjatë ditës së zgjedhjeve, numërimi i votave dhe nxjerrja e rezultatit të zgjedhjeve. Parimi i lirisë së shprehjes vlen edhe për opinionet, interpretimet dhe projeksionet, dhe mediat duhet të jenë në krahun e tyre. Media duhet të jetë e lirë të edukojë zgjedhësit përmes një sërë këndvështrimesh, përfshirë ato të gazetarëve dhe ekspertëve politikë. Ajo duhet të jetë e lirë të kritikojë veprimet dhe platformat e kandidatëve. Aftësia e medias për të edukuar qytetarët varet nga shumë aspekte. Mediat e pavarura duhet të raportojnë me pa-anësi dhe pavarësi. Ato duhet t'u kërkojnë punonjësve të tyre të respektojnë këto vlera dhe të mos mbështesin asnjë politikan apo parti. Pavarësisht këtij kriteri të përgjithshëm, shtypi partiak ka një liri më të madhe gjykimi për sa i përket raportimit për çështjet zgjedhore dhe paanshmërisë redaksionale.

Përfaqësuesit e medias dhe gazetarët e pavarur kanë të drejtë të akreditohen nga KQZ-ja si vëzhgues gjatë periudhës zgjedhore, gjë që do t'u japë atyre të drejtën për të hyrë në qendrat e votimit, vendet e numërimit të votave dhe ambientet e KQZ-së.

Procesi i akreditimit fillon me një kërkesë pranë KQZ-së sipas nenit 6 të Kodit Zgjedhor, "E drejta për të caktuar vëzhgues".

1.3.5 Shoqëria civile

OSHC-të që merren me zhvillimin demokratik, fuqizimin e grave, reformën ligjore, të drejtat e njeriut, edukimin qytetar, qeverisjen dhe të drejtat e individëve me aftësi të kufizuara nuk janë të interesuara vetëm për fushatat zgjedhore dhe zgjedhjet. Ato, ndonjëherë, janë pjesëmarrëse kyçe në proceset e ndryshme të fushatave zgjedhore, duke filluar nga monitorimi i të gjitha fazave të përgatitjes së zgjedhjeve, vëzhgimi i zgjedhjeve dhe nxjerrja e raporteve me gjetje dhe rekomandime në lidhje me procesin. Për më tepër, organizatat janë aktorë të efektshëm dhe me ndikim në mobilizimin e qytetarëve për të marrë pjesë në zgjedhje, mbështetjen për proceset institucionale, pakësimin e dinamikave të konflikteve të lidhura me zgjedhjet dhe promovimin e një mjedisi të qetë zgjedhor. Ato monitorojnë sjelljen e të gjithë aktorëve në proces, edukojnë zgjedhësit dhe kanë edhe shumë role të tjera që nuk mund të përmbliken në një listë shteruese për shkak të natyrës së vetë shoqërisë civile, e cila nuk ka kufij në rolet dhe dimensionet e saj.

Konsultimi i rregullt me këtë palë interesi u mundëson gazetarëve dhe mediave të zgjerojnë spektrin me njohuritë dhe ekspertizën e tyre krejt të veçantë.

1.3.6 Roli i institucioneve vendase në procesin zgjedhor

Zhvillimi i zgjedhjeve është një sipërmarrje bashkëpunuese që përfshin një sërë institucionesh shtetërore dhe publike, si Ministria e Brendshme, Ministria e Mbrojtjes, Ministria e Financave, Autoriteti i Mediave Audiovizive, organet e qeverisjes vendore dhe shumë aktorë të tjerë.

Si pjesë e procesit zgjedhor, KQZ komunikon dhe koordinohet rregullisht me Ministrinë e Financave lidhur me buxhetin e KQZ-së dhe kërkesat e tjera për zhvillimin e zgjedhjeve; Ministrinë e Brendshme, me Drejtorinë e Përgjithshme të Gjendjes Civile lidhur me listat e zgjedhësve dhe Policinë e Shtetit për ruajtjen e mjedisve dhe materialeve zgjedhore në qendrat e votimit, ruajtjen e rendit në KQV/KZAZ, shoqërimin e kutisë së votimit nga qendrat e votimit në vendet e numërimit dhe bashkëpunimin për ndjekjen dhe parandalimin e krimeve zgjedhore; Ministrinë e Mbrojtjes për shpërndarjen e materialit zgjedhor në të gjithë Shqipërinë; bashkitë për koordinimin lidhur me ngritjen e qendrave të votimit, logjistikën e tyre, njoftimin e zgjedhësve për qendrën e tyre të votimit, trajtimin e zgjedhësve me aftësi të kufizuara, etj.; organet e prokurorisë për çështjet e verifikimit të formularëve të dekriminalizimit të kandidatëve dhe për ndjekjen penale të shtetasve të përfshirë në krimet zgjedhore; dhe së fundi, me Kuvendin ku KQZ-ja paraqet raportin vjetor, ndjek me rigorozitet rekomandimet e dhëna prej tij nëpërmjet rezolutës vjetore dhe kontribuon në ndryshimin e legjislacionit përkatës për përmirësimin e procesit zgjedhor.

Institucionet shtetërore me të cilat koordinohet KQZ-ja:

- Ministria e Financave
- Ministria e Brendshme
- Ministria e Mbrojtjes
- Organet e qeverisjes vendore
- Prokuroria
- Kuvendi

Autoriteti i Mediave Audiovizive

Autoriteti i Mediave Audiovizive (AMA) është autoriteti rregullator në fushën e shërbimeve të transmetimit audio dhe audiovizual dhe shërbimeve të tjera mbështetëse në territorin e Republikës së Shqipërisë.

Në cilësinë e rregullatorit të medias, krahas përgjegjësive të tjera, AMA monitoron mbulimin mediatik zgjedhor të transmetuesve gjatë periudhës së fushatës zgjedhore, deri në përfundimin e votimit në ditën e zgjedhjeve. Nëse konstatohen shkelje, AMA ndërhyr menjëherë, me kërkesë të Komisionerit.⁶

Në zbatim të dispozitave të Kodit Zgjedhor,⁷ AMA kryen monitorimin e fushatës zgjedhore në të gjithë territorin ku zhvillohen zgjedhjet. KQZ-ja miraton dhe publikon Metodologjinë e Monitorimit të Medias jo më vonë se 3 muaj para datës së zgjedhjeve.⁸

AMA i pasqyron gjetjet e saj lidhur me raportimin e medias për fushatën zgjedhore në raporte të detajuara, të cilat ia paraqet, të paktën çdo javë, KQZ-së për shqyrtim të mëtejshëm. Raportet shoqërohen, sipas rastit, me propozime për gjoba dhe masa administrative. Këto raporte publikohen në faqen e KQZ-së sapo depozitohen pranë saj.

Në bazë të këtyre raporteve, gjetjeve të veta, si dhe informacioneve, ankesave apo denoncimeve nga palë të treta, KQZ-ja mund të kërkojë përmirësimin e sjelljes së operatorëve radiotelevizivë ose subjekteve zgjedhore, ose sipas rastit, mund të vendosë sanksione administrative ndaj operatorëve mediatik.

6 Kodi Zgjedhor, Neni 84, Fushata zgjedhore në radiot dhe televizionet private.

7 Kodi Zgjedhor, Neni 85, Monitorimi i fushatës zgjedhore në media.

8 Shih Komisioni Qendror i Zgjedhjeve, Vendim për Metodologjinë e monitorimit të mediave audio dhe audiovizive, (Tiranë, 2021) URL: http://ama.gov.al/wp-content/uploads/2021/03/Vendim_Nr.002_210130_Per-miratimin-e-metodologjise-se-monitorimit-te-medias-audio-dhe-audiovizive.pdf

2. LLOJET E MBULIMIT MEDIATIK GJATË ZGJEDHJEVE

Edhe pse mediat mund të kategorizohen sipas një sërë kriteresh të ndryshme, më thelbësoret për qëllimet e këtij udhëzuesi janë lloji i medias — vizuale, elektronike ose e shkruar.

2.1 Mediat audiovizive

Në Shqipëri, Ligji për Mediat Audiovizive⁹ rregullon kryesisht veprimtarinë e mediave transmetuese më shumë sesa llojeve të tjera të medias. Dy arsyt kryesore që, në mënyrë tipike, ofrohen për këtë janë domosdoshmëria për të garantuar shpërndarjen e barabartë të burimeve të pakta publike (siç janë valët dhe frekuencat) dhe nevoja për t'u vendosur transmetuesve një standard të caktuar për përgjegjësinë publike, nisur nga ndikimi më i madh që kanë mediat audiovizive.

Mediat transmetuese, veçanërisht televizioni, janë jetike për realizimin e synimeve sociale, kulturore dhe politike. Si të tilla, për shkak të natyrës, gjeografisë dhe mundësisë së popullatës për të ndjekur transmetimet, strukturat e rregullimit të medias, qofshin ato ligjore apo vetërregulluese, duhet të promovojnë standarde më të larta të etikës dhe përmbajtjes. Burimet e mediave elektronike janë private ose publike. Kjo ndarje ndikon në shkallën e përgjegjësisë, kufizimit dhe kontrollit publik. Transmetuesit publikë dhe privatë duhet të mbulojnë fushatat zgjedhore në mënyrë të drejtë dhe të paanshme.

2.1.1 Transmetuesit e shërbimit publik

Mediat e shërbimit publik, sipas ligjit,¹⁰ janë burime të informacionit të paanshëm dhe pikëpamjeve të ndryshme politike. Ato mbështesin pluralizmin dhe diversitetin e pikëpamjeve duke u dhënë mundësi grupeve të ndryshme të marrin dhe të shpërndajnë informacion, të shprehin opinionet e tyre dhe të shkëmbejnë ide. Mediat publike promovojnë kohezionin social, shumëllojshmërinë kulturore dhe komunikimin pluralist.

Mediat e shërbimit publik, të cilat janë në pronësi të të gjithë qytetarëve, duhet të japin lajme të drejta, të paanshme, të përgjegjshme dhe të balancuara. Përdorimi i mediave shtetërore dhe/ose publike për të favorizuar një parti politike apo një

9 Shih Ligji Nr. 97/2013 "Për mediat audiovizive në Republikën e Shqipërisë" (Tiranë, 2013), URL: <http://ama.gov.al/wp-content/uploads/2018/05/LIGJI-Nr-97-2013-PER-MEDIAT-AUDIOVIZIVE-NE-REPUBLIKEN-E-SHQIPERISE.pdf>

10 Transmetuesi kombëtar rregullohet nëpërmjet Ligjit Nr. 97/2013 "Për mediat audiovizive në Republikën e Shqipërisë", URL: <https://rtsh.s3.eu-central-1.amazonaws.com/2021/12/550668963ed94255b8eaa01dbb8f5fba.pdf> dhe Statuti i Radio Televizionit Shqiptar (RTSH), URL: https://rtsh.s3.eu-central-1.amazonaws.com/cf4f4293531344ad9af0cbacccd1e078_202004071650.pdf

kandidat përbën një lloj manipulimi të opinionit publik. Mediat publike ose të financuara nga shteti, ndryshe nga transmetuesit privatë, mund të jenë më shumë subjekt i presionit nga qeveria, veçanërisht në vendet ku ende nuk është bërë kalimi i tyre i plotë në transmetues të pavarur të shërbimit publik.

Transmetuesi i shërbimit publik duhet t'u përgjigjet njerëzve dhe kërkimi i llogarisë nga zyrtarët e zgjedhur është një nga detyrat e tij më të rëndësishme në mbështetjen e institucioneve demokratike. Parime të tjera themelore të nevojshme për të kuptuar funksionin e transmetuesit të shërbimit publik janë:¹¹

- Universaliteti: gjeografikisht i pranishëm për të gjithë qytetarët në mbarë vendin, pavarësisht nga pozita sociale ose të ardhurat;
- Diversiteti: përmbajtja e tij duhet të pasqyrojë larminë e interesave publike duke ofruar një shumëllojshmëri prodhimesh mediatike, nga transmetimet e lajmeve deri tek argëtimi në çdo gjuhë që flitet në vend, qoftë nga shumica apo pakica e popullsisë;
- Pavarësia: duhet të jetë i lirë nga ndikimi politik dhe fitimprurës, një forum realisht i vërtetë ku informacioni, idetë dhe kritikë mund të qarkullojnë lirshëm;
- Cilësia: programet e transmetimit publik duhet të dallohen nga shërbimet e tjera të transmetimit për sa i përket kalibrit dhe gamës së prodhimeve që ofrojnë, duke sjellë risi dhe prezantuar zhanre të reja, pa përfshirë audiencën apo temat që mund të anashkalohen nga mediat e tjera.

Në Shqipëri, transmetuesi publik ka për detyrë, në bashkëpunim me KQZ-në, të edukojë qytetarët për mënyrën dhe teknikën e votimit, si dhe të transmetojë informacione të tjera në lidhje me procesin zgjedhor. Ky shërbim ofrohet falas për qytetarët dhe KQZ-së i caktohet një afat kohor posaçërisht për këtë qëllim.¹²

Sipas Kodit Zgjedhor, transmetuesit të shërbimit publik i kërkohet t'i sigurojë çdo kandidati apo partie një kohë të barabartë transmetimi me saktësi kronometrike, ose kohë transmetimi në përputhje me numrin e deputetëve të një partie politike në parlament. Megjithatë, ky kusht vlen vetëm për partitë parlamentare. Ato joparlamentare, të cilat konkurrojnë në zgjedhje, si dhe kandidatët e pavarur kanë një regjim mjaft specifik dhe të ndryshëm, ku çdo partie joparlamentare pjesëmarrëse në zgjedhje i jepen 10 minuta në televizionin publik dhe 10 minuta në radion publike, ndërkohë që ka edhe dispozita të tjera specifike për mbulimin mediatik të aktiviteteve zgjedhore të partive joparlamentare.¹³

¹¹ Shih UNESCO, Transmetimi Publik: Pse? Si? (Montreal, 2001) URL: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000124058>

¹² Kodi Zgjedhor, Neni 82, Minutazh pa pagesë për KQZ-në.

¹³ Kodi Zgjedhor, Neni 80, Fushata zgjedhore e subjekteve zgjedhore në radiotelevizionin publik dhe 81, Edicionet informative të radiotelevizionit.

Favorizimi i një partie politike apo kandidati konsiderohet si abuzim i burimeve publike dhe manipulim i paligjshëm i publikut.¹⁴ Duke qenë se transmetuesi publik është në pronësi të qytetarëve dhe duhet të gëzojë besimin e audiencës, si pasojë, ai duhet të ketë standarde më të larta dhe më strikte se transmetuesit e tjerë.

Gjithashtu, transmetuesi publik ka përgjegjësi të përmbushë këto detyrime:¹⁵

- Të ofrojë informacione të rregullta rreth procesit zgjedhor për personat që kanë aftësi të kufizuara shqisore në një gjuhë dhe format të kuptueshëm dhe të disponueshëm, si dhe në gjuhën e shenjave;
- T'u garantojë të gjithë pjesëmarrësve në garën zgjedhore mundësinë e komunikimit politik falas ndërmjet orës 18:00 dhe 22:00 në përputhje me parimet e sigurimit të një pasqyre të ekuilibruar të zgjedhjeve;
- Jo më vonë se 30 ditë para datës së zgjedhjeve, Këshilli Drejtues i Radios dhe Televizionit Publik, bazuar në të dhënat e paraqitura nga KQZ-ja për partitë e regjistruara, përcakton minutat në dispozicion të secilës parti dhe organizon, nën mbikëqyrjen e KQZ-së, shortin për caktimin e segmenteve kohore për çdo parti të regjistruar, në bazë të afateve kohore të parashikuara në Kodin Zgjedhor.¹⁶

2.1.2 Transmetuesit privatë

Transmetuesit privatë janë biznese fitimprurëse, por megjithatë ata kanë përgjegjësi për cilësinë dhe sasinë e materialit që prodhojnë dhe transmetojnë. Gjatë fushatave zgjedhore, kjo është e rëndësishme. Edhe pse janë në pronësi private, ata përdorin një të mirë publike - spektrin e frekuencave të shtetit shqiptar. Licenca që u jepet nga autoritetet shtetërore përkatëse përmban detyrime në lidhje me lajmet, informacionin, çështjet aktuale dhe edukimin e publikut.

Në punën e tyre dhe veçanërisht gjatë fushatës zgjedhore, pavarësisht tipologjisë së tyre që orientohet drejt fitimit, edhe mediat private duhet t'i përmbahen të njëjtës etikë gazetareske, si çdo forum tjetër mediatik.¹⁷

¹⁴ Kodi Zgjedhor, Neni 91, Ndalimi i përdorimit të burimeve publike në mbështetje të subjekteve zgjedhore.

¹⁵ Kodi Zgjedhor, Nenet 81-83.

¹⁶ Kodi Zgjedhor, Neni 83, Orari i transmetimeve.

¹⁷ Sipas Nenit 84 të Kodit Zgjedhor, në televizione dhe radio private, mbulimi i zgjedhjeve është i kufizuar në edicione të rregullta dhe speciale informative. Radiot dhe televizionet private nuk ofrojnë kohë transmetimi për subjektet politike për mbulimin e fushatës zgjedhore. Informacioni në lidhje me aktivitetet e fushatës zgjedhore që gjenerohet dhe transmetohet në edicionet e lajmeve duke përdorur materiale të siguruar nga subjektet zgjedhore duhet të etiketohet në mënyrë të përshtatshme.

Në Shqipëri, gazetarëve u ndalohej të përfshijnë në raportimet e tyre propagandë, komente ose opinione politike.¹⁸ Mediat audiovizive përgatisin lajme në liri të plotë redaksionale. Kur media nuk është në gjendje të ndjekë aktivitete specifike zgjedhore për arsye objektive, lejohet përdorimi dhe përzgjedhja e pamjeve filmike nga regjistrimet e plota të siguruar nga subjektet zgjedhore, duke i shoqëruar me shprehjen “material filmik i siguruar nga subjekti...”¹⁹ Pavarësisht dispozitave të ligjit, kjo praktikë është kritikuar rëndë dhe në mënyrë të vazhdueshme nga vëzhguesit vendas dhe ndërkombëtarë, përfshirë ODIHR-in,²⁰ të cilët nxisin kanalet mediatike të mbulojnë fushatën me mjetet e tyre dhe kërkojnë t’i jepet fund praktikës së përdorimit të “materialeve të gatshme nga partitë politike”.

2.2 Media e shkruar (shtypi)

Mediat e shkruara private mund të kenë një hapësirë më të gjerë veprimi në lidhje me raportimin politik gjatë fushatave zgjedhore në krahasim me mediat e financuara nga publiku.

Mediat e shkruara private janë më pak të rregulluara se mediat audio dhe audiovizive gjatë zgjedhjeve dhe janë më pak të detyruara për të qenë të paanshme ndaj kandidatëve dhe partive politike. Mediat e shkruara nuk janë përfituese të një burimi të përbashkët të kufizuar, siç janë valët e transmetimit. Detyrimet ligjore për t’iu përmbajtur parimeve jopartiake dhe ekuilibrit politik janë më të pakta se ato të mediave vizuale. Për shkak të rënies së popullaritetit, media e shkruar nuk ka një kuadër rregullator për fushatat zgjedhore, duke e lënë atë të vetërregullohet në lidhje me pasqyrimin e aktivitetit politik gjatë zgjedhjeve.

Megjithatë, në raportimet e tyre të lajmeve, gazetatat dhe revistat janë të detyruara të bëjnë një dallim të qartë midis fakteve dhe opinioneve. Ky parim është i lidhur fort me mënyrën se si mbulohen kandidatët dhe partitë gjatë periudhave të caktuara, si dhe vetë procesi zgjedhor.²¹

18 Kodi Zgjedhor, Neni 81, pika 5 (*mediat publike*) dhe Neni 84, pika ç (*mediat private*).

19 Kodi Zgjedhor, Neni 84, pika d (*media private*).

20 OSBE, Zyra për Institucione Demokratike dhe të Drejtat e Njeriut (ODIHR), Zgjedhjet parlamentare të 25 prill 2021, Raporti Përfundimtar i Misionit të Kufizuar të ODIHR-it për Vëzhgimin e Zgjedhjeve, fq. 20, (Tiranë, 2021), URL: <https://www.osce.org/files/f/documents/5/1/493687.pdf>

21 Programi i Kombeve të Bashkuara për Zhvillim, Media dhe Zgjedhjet: Një Udhëzues për Profesionistët e Zgjedhjeve, fq. 13, (New York), URL: https://www.eods.eu/library/UNDP-Media_and_Elections_LR.pdf

2.3 Mediat online, rrjetet sociale dhe teknologjitë e reja

2.3.1 Mediat online

Kufiri midis mediave tradicionale dhe mediave sociale është shpesh i paqartë, duke qenë se shumica e gazetarëve “tradicionale” përdorin internetin si burim kryesor informacioni për artikujt e tyre dhe shumë organizata mediatike tradicionale prodhojnë edicione online ose po kalojnë në platforma multimediale. Pothuajse çdo organizatë e madhe e lajmeve tani, edhe në Shqipëri ka një prani të konsiderueshme në internet dhe me shumë funksione ndërvepruese.

Ka shumë mendime në lidhje me ndikimin e përgjithshëm të mediave të reja, por të paktë janë ata që nuk bien dakord se ato e kanë përshpejtuar përhapjen e informacionit në nivel global, u kanë mundësuar grupeve të interesit (politike dhe të tjera) të organizohen dhe komunikojnë më mirë pavarësisht distancave gjeografike, kanë transformuar gazetarinë tradicionale dhe kanë ngushtuar dallimin midis komunikimit profesional dhe atij personal. Për më tepër, media e re u ka mundësuar individëve, grupeve dhe organizatave më të vogla të sfidojnë monopolet tradicionale të medias – një çështje që trajtohet gjithnjë e më shumë nga mbrojtësit e demokracisë në mbarë botën – duke përdorur infrastrukturën pa kufij dhe relativisht të lirë të internetit për shprehjen e pikëpamjeve alternative.

2.3.2 Rrjetet sociale

Gazetarët mund të promovojnë ose përhapin punën e tyre në mediat sociale, të cilat publikojnë ose transmetojnë materialin e tyre. Gazetarët mund të botojnë një blog ose tweet për një zhvillim të caktuar të fushatës zgjedhore për të tërhequr vëmendjen ndaj tij, por gjithmonë duhet ta bëjnë këtë me kujdes. Në shumë vende, grupet mediatike dhe organet vetërregulluese hartojnë udhëzime dhe rekomandime për blogerët, si dhe përdoruesit e platformave Facebook dhe Twitter.

Fushatat zgjedhore përdorin mediat sociale. Përdorimi i tyre ndryshon sipas vendit, në varësi të numrit të njerëzve që kanë telefona inteligjentë të lidhur në internet, ose në varësi të shtrirjes së internetit, ndonëse ky i fundit nuk mungon kurrë plotësisht. Partitë dhe kandidatët kanë faqe interneti, faqe në Facebook dhe profile në Twitter. Ata mund të krijojnë, vënë në lëvizje ose mbyllin grupe mbështetëse në platforma të ndryshme. Fushatat kanë mundësi të përdorin strategji të ndryshme në mediat sociale, si dhe aplikacione të dedikuara për të mbërritur tek zgjedhësit e tyre dhe informuar ata lidhur me programin zgjedhor. Materialet audio dhe video mund të publikohen në YouTube dhe në faqe të tjera që transmetojnë video, ose të shkarkohen në celularë dhe pajisje të tjera. Publiku merr pjesë në diskursin zgjedhor përmes blogjeve, faqeve ndërvepruese të internetit dhe forumeve online. Mediat sociale janë një burim jetik informacioni për gazetarët, të cilët i përdorin për të komunikuar me ndjekësit si dhe për të promovuar organet që përfaqësojnë apo materialet e tyre.

Kini parasysh!

Zbatoni të njëjtat parime të etikës profesionale në mediat sociale siç do të bënit në çdo media tjetër tradicionale ose online. Këtu përfshihet verifikimi i zakonshëm i përmbajtjes, shmangia e konflikteve të mundshme të interesit si dhe identifikimi juaj si gazetar në vijimësi.

2.3.3 Sfidat e mbikëqyrjes dhe vetërregullimi i përmbajtjes në internet si një nga zgjidhjet

Përdorimi i internetit dhe i telefonave celularë sjell probleme të reja në fushën e monitorimit dhe mbulimit të zgjedhjeve për OAZ-të dhe mediat. Falë tyre, informacioni dhe idetë mund të përçohen në të gjitha pjesët e vendit, duke mundësuar qasjen në mediat e reja, edukimin e zgjedhësve dhe përzgjedhjen e burimeve të informacionit gjatë mbulimit të zgjedhjeve. Përmbajtjet në internet dhe në aparatet celulare po bëhen gjithnjë e më popullore. Partitë politike tani mund të angazhojnë dhe arrijnë zgjedhësit nëpërmjet një qasjeje të shënjestruar dhe të konceptuar me zgjuars. Mediat e reja u japin mundësi zgjedhësve të mësojnë rreth kandidatëve, politikave zgjedhore dhe vetë procesit të zgjedhjeve. Ato sfidojnë konceptet e vjetra të mbikëqyrjes së medias dhe diktojnë nevojën për ripërcaktimin e kufijve midis kontrollit të medias dhe konvergencës së platformave ekzistuese mediatike.

Platformat në internet dhe ato celulare i nënshtrohen një klasifikimi të ndryshëm nga transmetuesit, gazetatat apo komunikimi nëpërmjet linjave të telefonisë fikse. Ato kanë ngjashmëri të caktuara me mediat tradicionale, por edhe dallime thelbësore. OAZ-të dhe organet mbikëqyrëse mund të kenë nevojë të përshtatin taktikat e tyre me shpejtësi në kushtet kur teknologjitë e sotme vjetërsohen në kohë rekord në një mjedis të paqëndrueshëm si interneti.²²

Të gjitha format e shprehjes mbrohen në Nenin 19 të Paktit Ndërkombëtar për të Drejtat Civile dhe Politike (PNDKP)²³ i cili, si traktat i miratuar nga Kombet e Bashkuara, është “neutral nga pikëpamja teknologjike” - që do të thotë se nuk bën dallime bazuar në platforma dhe teknologji. Kjo përfshin komunikimin në dhomat e bisedave në internet, blogjet, emailet dhe çdo formë tjetër komunikimi që është e zakonshme për mediat pa lidhje në internet. Kjo vlen edhe për format e shprehjes që shkarkohen në pajisjet e telefonave celularë.

22 Në lidhje me zgjedhjet parlamentare 2021 në Shqipëri, gjatë tridhjetë ditëve të fushatës zgjedhore, e cila filloi më 26 mars dhe përfundoi më 24 prill, partitë politike dhe kandidatët raportohet se kanë shpenzuar gjithsej 229,198 USD për forma të ndryshme reklamash politike, siç thuhet në një artikull të botuar nga BIRN Albania. Sipas informacioneve të bëra publike nga Facebook, partia në pushtet ka pasur shpenzimet më të larta gjatë kësaj fushate në atë rrjet social. Ata shpenzuan 88781 USD për reklama, që përbën 38.7% të shumës totale të shpenzuar. Partia Demokratike doli në vendin e dytë, duke shpenzuar gjithsej 36424 USD gjatë fushatës zgjedhore për forma të ndryshme reklamash politike. Nuk kishte asnjë rregullorë në fuqi në lidhje me përdorimin e mediave sociale dhe shpërndarjen e përmbajtjes politike. URL: <https://www.reporter.al/2021/04/28/partite-politike-shpenzuan-299-mije-usd-gjate-fushates-per-reklame-facebook/>

23 Kombet e Bashkuara, Pakti Ndërkombëtar për të Drejtat Civile dhe Politike, 1966, URL: <https://treaties.un.org/doc/publication/unts/volume%20999/volume-999-i-14668-english.pdf>

Megjithatë, mungesa e legjislacionit të brendshëm në këtë fushë, domethënë mungesa e dispozitave në ligjin për komunikimet elektronike,²⁴ apo mungesa e dispozitave për këtë çështje në Kodin Zgjedhor, si dhe fakti që, në rastet e shkaktimit të dëmeve të rënda, zgjidhja e vetme është ajo e zbatimit të Kodit Penal²⁵ i lënë një fushë të gjerë veprimi qasjes vetërregulluese.

Vetërregullimi është zgjidhja më e mirë në raste të tilla: domethënë, hartohet një grup parimesh ose udhëzimesh që ekspertët i ndjekin vullnetarisht. Vetërregullimi i përmbajtjes në internet dhe në celular në nivel industrie ose kompanie fokusohet në parandalimin e përmbajtjeve të dëmshme, përfshirë gjuhën e urrejtjes, dhe nevojën për mbrojtjen e fëmijëve nga materialet e papërshtatshme.

Faqet e internetit në Shqipëri nuk janë subjekt i rregullave të paanshmërisë apo të ekuilibrit. Ndonëse Raportuesi Special i OKB-së për Lirinë e Mendimit dhe të Shprehjes²⁶ flet për të drejtën për të pasur lidhje universale në internet, detyrimet kryesore që duhet të përmbushin vendet në lidhje me përmbajtjen e mediave të reja lidhen me mosndërhyrjen në shprehjen e lirë në internet ose në platforma të ngjashme.

24 Ligji Nr. 9918, datë 19.5.2008 “Për komunikimet elektronike në Republikën e Shqipërisë, (Tiranë, 2008), URL: https://www.idp.al/wp-content/uploads/2020/12/Ligj_9918_dt.19.05.2008_Per_komunikimet_elektronike_i_ndryshuar_2020.pdf

25 Nenet 335-332 të Ligjit Nr. 7895, datë 27.1.1995 “Kodi Penal i Republikës së Shqipërisë”, (Tiranë, 1995), URL: https://www.drejtesia.gov.al/wp-content/uploads/2017/11/Kodi_Penal-1.pdf

26 Këshilli i të Drejtave të Njeriut i OKB-së, Raporti i Raportuesit Special mbi promovimin dhe mbrojtjen e lirisë së mendimit dhe të shprehjes, (New York, 2011), URL: https://www2.ohchr.org/english/bodies/hrcouncil/docs/17session/a.hrc.17.27_en.pdf

3. STANDARDET LIGJORE NDËRKOMBËTARE PËR LIRINË E SHPREHJES DHE ZGJEDHJET

Një burim i rëndësishëm për udhëzuesit mbi të drejtat themelore të njeriut dhe të drejtat individuale politike janë disa dokumente ndërkombëtare të rëndësishme, të cilave u është referuar edhe ky udhëzues. Një sërë të drejtash thelbësore dhe të ndërlidhura të individit, përfshirë lirinë e shprehjes, të drejtën për zgjedhje të lira, të drejtën për të votuar dhe të drejtën për t'u zgjedhur bazuar në parimin e mosdiskriminimit për asnjë lloj shkak, lidhen me median dhe zgjedhjet.

3.1 Dokumentet ndërkombëtare

Dy të drejtat - liria e shprehjes dhe e drejta për të votuar dhe për t'u zgjedhur - përcaktohen në një sërë konventash themelore ndërkombëtare dhe rajonale, si dhe në një sërë dokumentesh të tjera të detyrueshme ose jo, siç janë Deklarata Universale e të Drejtave të Njeriut (DUDNJ), miratuar nga Asambleja e Përgjithshme e Kombeve të Bashkuara në 1948;²⁷ PNDCP miratuar me Rezolutën 2200A (XXI) të Asamblesë së Përgjithshme të Kombeve të Bashkuara, më 16 Dhjetor 1966;²⁸ Konventa Evropiane për të Drejtat e Njeriut, e nënshkruar në Romë në vitin 1950 nga shtetet anëtare të Këshillit të Evropës (KE) e cila hyri në fuqi në 1953, dhe Protokollet e saj;²⁹ Karta e të Drejtave Themelore të BE-së, e shpallur në Nisë në 2000 dhe e rishikuar në 2007; Komentet e Përgjithshme të Komitetit të të Drejtave të Njeriut në OKB;³⁰ Rezolutat e Komitetit të Ministrave të KE-së;³¹ Rezolutat e Asamblesë Parlamentare të KE-së;³² Udhëzimet dhe opinionet e Komisionit Evropian për Demokraci përmes Ligjit

27 Asambleja e Përgjithshme e OKB-së. (1948). Deklarata Universale e të Drejtave të Njeriut (217 [III] A). Paris, URL: <https://www.un.org/en/about-us/universal-declaration-of-human-rights>

28 Kombet e Bashkuara (Asambleja e Përgjithshme), 1966. "Konventa Ndërkombëtare për të Drejtat Civile dhe Politike". Seria e Traktatit 999 (dhjetor): 171, URL: <https://www.ohchr.org/sites/default/files/ccpr.pdf>

29 KE, 1950. "Konventa për Mbrojtjen e të Drejtave të Njeriut dhe Lirive Themelore". Seria e Traktateve të Këshillit të Europës 005. Strasburg: Këshilli i Europës, URL: https://www.echr.coe.int/documents/convention_eng.pdf

30 Komiteti i OKB-së për të Drejtat e Njeriut (sesioni i 57-të: 1996: Gjenevë), Koment i përgjithshëm i miratuar nga Komiteti i të Drejtave të Njeriut sipas nenit 40, paragrafi 4, i Konventës Ndërkombëtare për të Drejtat Civile dhe Politike, dhe OKB-së. Komiteti i të Drejtave të Njeriut (seanca e 102-të: 2011: Gjenevë), Koment i përgjithshëm nr. 34, neni 19, Liria e mendimit dhe e shprehjes, URL: <https://digitallibrary.un.org/record/715606?ln=en>

31 KE, Rekomandimi Nr. R(99)15 dhe Rekomandimi CM/Rec(2007)15 i Komitetit të Ministrave drejtuar Shteteve Anëtare mbi masat në lidhje me mbulimin mediatik të fushatave zgjedhore, (Strasburg, 2015), URL: https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectId=09000016805e3c6b dhe https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectId=09000016805d4a3d, dhe Rekomandimi CM/Rec(2022)12 i Komitetit të Ministrave drejtuar Shteteve Anëtare për komunikimin zgjedhor dhe mbulimin mediatik të fushatave zgjedhore, (Strasburg, 2022), URL: https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectId=0900001680a6172e

32 KE, Rezoluta e PACE 2143 (2017) mbi median dhe gazetarinë në internet: sfidat dhe përgjegjësia, (Strasburg, 2017), URL: <https://pace.coe.int/en/files/23455/html>

(Komisioni i Venecias);³³ dhe deklaratat e përbashkëta ndërmjet Përfaqësuesit për Lirinë e Medias të Organizatës për Siguri dhe Bashkëpunim në Evropë (OSBE) dhe Raportuesit Special të OKB-së për Promovimin dhe Mbrojtjen e të Drejtës për Lirinë e Mendimit dhe Shprehjes, Raportuesit Special për Lirinë e Shprehjes të Organizatës së Shteteve Amerikane (OAS) si dhe Raportuesit Special për Lirinë e Shprehjes dhe të Drejtën e Informimit të Komisionit Afrikan për të Drejtat e Njeriut dhe të Popullit (ACHPR).³⁴

Traktatet ndërkombëtare përshkruajnë detyrat e shteteve anëtare në funksion të garantimit të lirisë së shtypit në periudhat zgjedhore. Dokumentet ndërkombëtare interpretojnë, sqarojnë dhe përditësojnë legjislacionet ose përforcojnë praktikën e mira. Ekzistojnë, gjithashtu, disa dokumente jo të detyrueshme, por të rëndësishme dhe me ndikim, që promovojnë kulturën demokratike dhe nxisin shtetet dhe palët e tjera të interesit të mbrojnë lirinë e shprehjes.

Nenet 19 dhe 21 të DUDNJ përshkruajnë përgjegjësitë që kanë qeveritë në raport me median gjatë zgjedhjeve. Neni 19 garanton lirinë e fjalës, ndërsa Neni 21 garanton zgjedhje të fshehta dhe demokratike.

Deklarata Universale e të Drejtave të Njeriut - Neni 19

Çdo njeri gëzon të drejtën e lirisë së mendimit dhe të shprehjes; kjo e drejtë përfshin lirinë për të krijuar opinione pa ndërhyrje, si dhe lirinë për të kërkuar, marrë dhe dhënë informacione dhe ide nëpërmjet të gjitha mjeteve dhe pavarësisht kufijve.

Deklarata Universale e të Drejtave të Njeriut - Neni 21

Çdo njeri ka të drejtë të marrë pjesë në qeverisjen e vendit të tij, drejtpërdrejt ose nëpërmjet përfaqësuesve të zgjedhur lirish. Çdo njeri gëzon të drejtën për të përfituar në mënyrë të barabartë nga shërbimet publike në vendin e tij. Vullneti i popullit shërben si bazë për autoritetin e qeverisë; ky vullnet shprehet në zgjedhje periodike dhe të vërteta, në të cilat e drejta e votës është universale dhe e barabartë dhe votimi është i fshehtë ose me procedura që janë ekuivalente me votimin e lirë.

³³ Komisioni Evropian për Demokraci Përmes Ligjit, Kodi i Praktikës së Mirë në Çështjet Zgjedhore, (Strasburg, 2002), URL: <https://rm.coe.int/090000168092af01>

³⁴ Organizata për Siguri dhe Bashkëpunim në Evropë, Deklarata e Përbashkët për Lirinë e Shprehjes dhe Zgjedhjet në Epokën Dixhitale, 30.04.2020, URL: https://www.osce.org/files/f/documents/9/8/451150_0.pdf, Deklarata e Përbashkët për Politikanët dhe Zyrtarët Publikë dhe Lirinë e Shprehjes, 20.10.2021, URL: https://www.osce.org/files/f/documents/9/4/501697_0.pdf, dhe Deklarata e Përbashkët për Lirinë e Shprehjes dhe Drejtësinë Gjimore, 03.05.2022, URL: <https://www.osce.org/files/f/documents/6/4/517266.pdf>.

Legjislacioni ndërkombëtar për të drejtat e njeriut njuh të drejtën e qytetarëve për të marrë pjesë në vendimmarrjet politike në vendet e tyre, konkretisht përmes zgjedhjeve.

Konventa Evropiane për të Drejtat e Njeriut - Neni 10 Liria e Shprehjes

Çdo njeri gëzon të drejtën e lirisë së shprehjes. Kjo e drejtë përfshin lirinë për të pasur opinione dhe për të marrë e për të dhënë informacione dhe ide pa ndërhyrje nga autoriteti publik dhe pavarësisht nga kufijtë. Ky nen nuk i pengon shtetet që të kërkojnë licencimin e kompanive të transmetimit, televizionit apo kinemasë.

3.2 Organizatat ndërkombëtare

Më poshtë jepet një shpjegim i funksionit të institucioneve ndërkombëtare dhe rolit të tyre në ruajtjen e lirisë së shprehjes dhe të drejtës për informim.

Komiteti i OKB-së për të Drejtat e Njeriut është një organ ekspertësh të pavarur që monitoron zbatimin e Konventës Ndërkombëtare për të Drejtat Civile dhe Politike nga Shtetet palë, icili është krijuar nga injëti traktatit të drejtave të njeriut i vitit 1966. Komentet e Përgjithshme të Komitetit të të Drejtave të Njeriut janë një burim i rëndësishëm që ndihmon në interpretimin e Konventës nga Shtetet palë. Ato pasqyrojnë njohuritë dhe kuptimin e përbashkët të Komitetit të të Drejtave të Njeriut në lidhje me interpretimin dhe zbatimin e Konventës Ndërkombëtare për të Drejtat Civile dhe Politike.

Krijuar nga Asambleja e Përgjithshme në vitin 1993 nëpërmjet Rezolutës 48/141, Zyra e Komisionerit të Lartë për të Drejtat e Njeriut është mandatuuar nga Asambleja e Përgjithshme e OKB-së për të promovuar dhe mbrojtur gëzimin dhe realizimin e plotë të të gjitha të drejtave të njeriut nga të gjithë njerëzit. Këto të drejta parashikohen nga Karta e Kombeve të Bashkuara, Deklarata Universale e të Drejtave të Njeriut si dhe ligjet dhe traktatet ndërkombëtare për të drejtat e njeriut.

Organizata e Kombeve të Bashkuara për Arsim, Shkencë dhe Kulturë (UNESCO) është një agjenci e specializuar e Kombeve të Bashkuara që synon të promovojë paqen dhe sigurinë në botë përmes bashkëpunimit ndërkombëtar në fushat e arsimit, artit, shkencës dhe kulturës. Ajo promovon të qenit të hapur dhe shprehjen e lirë, me një fokus të veçantë në punën dhe sigurinë e gazetarëve. UNESCO është autore e Planit të Veprimit të OKB-së për Sigurinë dhe Mosndëshkimin e Gazetarëve për të mbrojtur gazetarët dhe profesionistët e tjerë të medias. Masat përfshijnë krijimin e një mekanizmi të koordinuar ndër-institucional për të trajtuar çështjet e sigurisë së gazetarëve, si dhe dhënien e asistencës për zhvillimin e legjislacionit dhe mekanizmave të favorshëm për lirinë e shprehjes dhe informacionit, si dhe mbështetjen e përpjekjeve të shteteve për të zbatuar detyrimet dhe parimet ndërkombëtare.³⁵

35 UNESCO, Plani i Veprimit për Sigurinë e Gazetarëve dhe Çështjen e Mosndëshkimit, (2016): <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000246014>

3.3 Organizatat rajonale*

Organizatat rajonale përdorin një sërë instrumentesh për të realizuar marrëveshjet rajonale për të drejtave të njeriut.

KE përdor instrumente ligjërish të detyrueshme, të tilla si konventat dhe vendimet gjyqësorë, si dhe instrumente jo të detyrueshme, si rekomandimet dhe rezolutat, të cilat merren nga organet e tij përbërëse, Gjykata Evropiane e të Drejtave të Njeriut, Asambleja Parlamentare dhe Komiteti i Ministrave, si dhe institucionet në vartësi të tij.

Organizata për Siguri dhe Bashkëpunim në Evropë (OSBE) është organizata rajonale ndërqeveritare më e madhe në botë e orientuar drejt sigurisë. Mandati i OSBE-së mbulon çështje të tilla si kontrolli i armëve, promovimi i të drejtave të njeriut, liria e shtypit dhe demokratizimi.

Ajo ndjek një qasje të gjithanshme ndaj sigurisë e cila përfshin dimensionet politiko-ushtarake, ekonomike dhe mjedisore, si dhe ato njerëzore. Për rrjedhojë, ajo trajton një gamë të gjerë çështjesh të lidhura me sigurinë, përfshirë kontrollin e armëve, masat për ndërtimin e besimit dhe sigurisë, të drejtat e njeriut, pakicat kombëtare, strategjitë e policimit, luftën kundër terrorizmit si dhe aktivitetet ekonomike dhe mjedisore.

Të 57 Shtetet pjesëmarrëse gëzojnë status të barabartë dhe vendimet merren me konsensus mbi baza politike, por jo të detyrueshme ligjërish.

Zyra e OSBE-së për Institucionet Demokratike dhe të Drejtat e Njeriut (ODIHR) ofron mbështetje, asistencë dhe ekspertizë për shtetet pjesëmarrëse dhe shoqërinë civile për të promovuar demokracinë, shtetin e së drejtës, të drejtat e njeriut, tolerancën dhe mosdiskriminimin. ODIHR, ndër të tjera, vëzhgon zgjedhjet, shqyrton legjislacionin dhe këshillon qeveritë se si të zhvillojnë dhe ruajnë institucionet demokratike.

Puna e Përfaqësuesit të OSBE-së për Lirinë e Medias (RFoM) ka një funksion paralajmërues që në zanafillë të problemit, si dhe ofron përgjigje të shpejtë ndaj mospajtimeve serioze me parimet e lirisë së medias dhe lirisë së shprehjes.³⁶

** Shënimet në fund të këtij Udhëzuesi ofrojnë një listë të plotë të burimeve në ndihmë të gazetarëve për çështjen e lirisë së shprehjes, si dhe informacione për tema të ndryshme që lidhen me rregullat, udhëzimet dhe instrumentet ndërkombëtare për lirinë e medias dhe zgjedhjet.*

36 OSBE, Mandati i Përfaqësuesit të OSBE-së për Lirinë e Medias, Vendimi i Këshillit të Përhershëm Nr. 193, 05.12.1997, (Vjenë, 1997), URL: <https://www.osce.org/files/f/documents/b/9/40131.pdf>

4. STANDARDET ETIKE, ROLI DHE RËNDËSIA E MEDIAS GJATË ZGJEDHJEVE

Si procesi i zgjedhjeve, ashtu edhe rezultatet e tyre, mund të ndikohen nëpërmjet raportimit të medias, pasi kjo e fundit është një palë kryesore në këtë proces dhe një nga asetet bazë të strukturës qytetare të një vendi. Media mund të përcaktojë agjendën e këtij procesi nëpërmjet temave që trajton, pyetjeve që parashtron dhe tonit të mbulimit që ofron. Ajo, gjithashtu, u jep zgjedhësve informacionin që u nevojitet për të vendosur dhe u siguron kandidatëve një platformë për të komunikuar me publikun. Shumë fushata fitohen ose humben në media, bazuar në mënyrën se si paraqitet kandidati ose subjekti si dhe nga numri dhe kostoja e reklamave politike. Media ka për qëllim të luajë një funksion mbikëqyrës dhe t'i mbajë njerëzit në dijeni të çështjeve zgjedhore, pikëpamjeve të kandidatëve, dhe si-ve e pse-ve të ndryshme të procesit të zgjedhjeve. Ajo duhet t'u ofrojë kandidatëve dhe partive një platformë të drejtë për fushatat e tyre dhe të jetë një forum i paanshëm dhe i hapur për ligjërimin publik.

Për t'u arritur kjo, nevojitet një trupë gazetarësh të trajnuar mirë, një media e hapur dhe e pavarur, si dhe respektimi i vazhdueshëm i parimeve të qarta të kodit etik të medias.

Standardet e medias

Pavarësisht nga përmbajtja apo konteksti, ekzistojnë standarde bazë për integritetin e gazetarëve.³⁷ Këtu përfshihen:

SAKTËSIA Ky standard kërkon studim të kujdesshëm, vërtetimin e të dhënave nga një numër burimesh, raportimin rigoroz dhe kontribut të balancuar nga burime të sigurta dhe të larmishme. Raportimi i saktë ndan faktin nga opinioni dhe respekton parimet e paanshmërisë. Pretendimet e pabazuara etiketohen si të tilla.

DREJTËSIA Media dhe publiku trajtohen me drejtësi dhe ndershmëri. Raportimi nuk duhet të çorientojë subjektet apo publikun. Kur interesi publik nuk është i përmasave që kërkon teknika të veçanta hetimore, personat që përfshin në raportim duhet të trajtohen në mënyrë të drejtë dhe t'u jepet një shpjegim i plotë i programit ose lajmit në të cilin do të marrin pjesë, si dhe kontekstit dhe kufijve të përfshirjes së tyre personale. Në çdo rast, duhet të respektohet refuzimi i tyre për të marrë pjesë.

³⁷ Standardet rrjedhin nga parimet kryesore të gazetarisë etike nga Rrjeti për Gazetari Etike, URL: <https://ethicaljournalismnetwork.org/who-we-are> dhe Karta Globale e Etikës për Gazetarët e Federatës Ndërkombëtare të Gazetarëve, URL: <https://www.ifj.org/who/rules-and-policy/global-charter-of-ethics-for-journalists.html#:~:text=Respect%20for%20the%20facts%20and,of%20fair%20comment%20and%20criticism.>

EKUILIBRI DHE PAANËSIA Raportimi i ekuilibruar duhet të jetë neutral dhe i thjeshtë në mënyrë që lexuesit të jenë në gjendje të nxjerrin përfundimet e tyre. Paanshmëria nënkupton trajtimin e një teme pa marrë anë dhe dhënien e opinioneve të balancuara. Të gjitha partitë dhe opinionet duhet të përfitojnë publicitet dhe përfaqësim të barabartë dhe objektiv (përmes ftesave për njerëz në pozicione të ngjashme hierarkike) si dhe kohë të barabartë radiofonike dhe të njëjtën hapësirë televizive. Është më e lehtë të balancosh një numër programesh brenda një kohë të caktuar (javë ose muaj) sesa brenda një programi të vetëm. Kur një transmetues ka shumë kanale radioje dhe TV-je, parimi duhet të respektohet nga secili kanal. Megjithëse komponentë të këtij parimi përfshihen edhe në standardet e saktësisë dhe drejtësisë, parimi i paanshmërisë si i tillë është i detyrueshëm vetëm për transmetuesit, ndërsa për segmentet e tjera të industrisë së medias nuk ekziston një detyrim i tillë ligjor. Pavarësisht kësaj, gazetarët duhet të jenë neutralë dhe të ekuilibruar.

RESPEKTIMI I TË DREJTËS SË PRIVATËSISË Ky parim kërkon që gazetarët të mbrojnë privatësinë e subjekteve. Çdo cenim i privatësisë duhet të ketë si justifikim një interes publik madhor. Politikanët që kërkojnë votat e publikut duhet të jenë të përgatitur për më pak privatësi dhe më shumë ekspozim në sytë e publikut. Të gjithë duhet të presin më shumë privatësi në shtëpi sesa në publik, ku standardet që zbatohen janë të një natyre tjetër. Kjo vlen për të gjithë.

E DREJTA PËR PËRGJIGJE APO ZGJIDHJE EKUIVALENTE Kjo qasje u mundëson palëve të dëmtuara të reagojnë ndaj materialit mediatik duke korrigtuar gabimet. E drejta e korrigimit është më pak agresive dhe zakonisht mjafton për të korrigjuar gabimet apo pasaktësitë faktike. Më pas, publikimi duhet të bëjë saktësimin e gabimeve faktike përkatëse. Pala e prekur (person, organizatë, subjekt politik) mund të kërkojë publikimin e reagimit të tyre, nëse ndjen se figura e tyre është cenuar, ose dëshiron të sqarojë apo korrigjojë materialin e publikuar/transmetuar. Botimi duhet t'i vendosë këto përgjigje në një vend të dukshëm për të tërhequr vëmendjen ndaj pasaktësive, ose në një vend të ngjashëm me pjesën ose videon origjinale.

MBROJTJA E BURIMEVE GAZETARESKE Si pjesë e të drejtës së tyre për informim, gazetarët kanë të drejtë të mbrojnë burimet e veta. Ata duhet të jenë të vërtetë me lexuesin lidhur me informacionin e burimeve të tyre, por ruajnë të drejtën të mos i bëjnë të ditura burimet, siç garantohet nga normat dhe konventat ndërkombëtare.

Pse ekzistojnë rregullat gjatë proceseve zgjedhore?

DUDNJ-ja e vitit 1948 ishte deklarata e parë ligjore e të drejtës për zgjedhje demokratike dhe qeverisje përfaqësuese. Që nga ajo kohë, parimet themeltare për mbajtjen e zgjedhjeve kanë gjetur pasqyrim në shumë tekste ndërkombëtare apo të natyrave të tjera.³⁸ Për më tepër, ato e kanë burimin në jurisprudencën gjyqësore për të drejtat e njeriut dhe gjejnë shprehje në kushtetutat e shumë vendeve, konkretisht edhe në Kushtetutën e Shqipërisë³⁹ dhe legjislacionin e saj të brendshëm.⁴⁰ Zgjedhjet e përgjithshme, të barabarta, të lira, të fshehta, të drejtpërdrejta dhe periodike janë gjashtë shtyllat themelore të zgjedhjeve demokratike.

Pluraliteti politik dhe zgjedhjet e lira e të drejtpërdrejta janë norma kushtetuese të shoqërive demokratike. E drejta e votës është e barabartë, e përgjithshme, e drejtpërdrejtë dhe mund të ushtrohet gjatë zgjedhjeve të lira me votim të fshehtë, sipas Kushtetutës, e cila thotë se “çdo shtetas që ka mbushur 18 vjeç ka të drejtë të votojë”.⁴¹ Kushtetuta përshkruan parimet e përgjithshme të organizimit të qeverisjes vendore dhe qendrore,⁴² ndërsa Kodi Zgjedhor parashton rregullat e veçanta që duhen zbatuar në zgjedhjet për drejtuesit e lartë. Aktet që rregullojnë mbulimin e zgjedhjeve nga media synojnë të ruajnë standardet e zgjedhjeve të lira dhe të ndershme. Media, nga ana e saj, ndihmon në ruajtjen e barazisë dhe lirisë së zgjedhësve.

Me qëllim garantimin e barazisë zgjedhore, të gjithë kandidatëve, partive politike dhe koalicioneve duhet t’u jepen mundësi të barabarta dhe shteti duhet të jetë neutral, i paanshëm dhe t’i trajtojë të gjithë në mënyrë të barabartë. Neutraliteti dhe paanshmëria janë veçanërisht të rëndësishme në mbulimin e zgjedhjeve. Barazia e mundësive përpara ligjit dhe dispozitave të tij zbatohet për financimin publik, burimet alternative të mbështetjes, reklamat politike të paguara dhe shpenzimet e përgjithshme të fushatës. Megjithatë, barazia e mundësive nuk duhet të kuptohet si barazi rezultati në çështjet financiare dhe të mbulimit mediatic, dhe të gjithë kandidatët dhe subjektet politike duhet të respektojnë dispozitat e Kodit Zgjedhor për këto aspekte.

Për të siguruar një proces të lirë demokratik, zgjedhësit duhet të kenë mundësi të krijojnë, mbartin dhe shprehin opinione. Seksioni i Kodit Zgjedhor për fushatën zgjedhore dhe median⁴³ përmban standarde dhe rregulla për informacionin që i shpërndahet publikut, mbulimin e fushatave zgjedhore nga media si dhe reklamat politike me pagesë, si për zgjedhjet parlamentare edhe ato vendore.

38 Konventa e Këshillit të Evropës (1950) për Mbrojtjen e të Drejtave të Njeriut dhe Lirive Themelore, URL: https://www.echr.coe.int/Documents/Convention_ENG.pdf
Pakti Ndërkombëtar i Kombeve të Bashkuara për të Drejtat Civile dhe Politike (1966), i disponueshëm në: <https://www.ohchr.org/sites/default/files/Documents/ProfessionalInterest/ccpr.pdf>
Dokumenti i Takimit në Kopenhagë i Konferencës mbi Dimensionin Njerëzor të CSCE-së, i disponueshëm në: <https://www.osce.org/files/f/documents/9/c/14304.pdf>

39 Ligji nr. 8417, datë 21.10.1998, Kushtetuta e Republikës së Shqipërisë, (Tiranë, 1998), Kreu 3, Nenet 45-48.

40 Kodi Zgjedhor.

41 Kushtetuta e Republikës së Shqipërisë, Neni 45.

42 Kodi Zgjedhor, Nenet 1, 2, 6, 7, 9, 13 dhe më tej.

43 Kodi Zgjedhor, Nenet 77 – 85.

Cili është objekti i rregullave?

Kodi Zgjedhor parashton rregullat dhe parimet e mbulimit mediatik. Ai i referohet vetëm transmetimit (radioja dhe televizioni). Portalet e internetit, mediat e shkruara dhe ato sociale nuk mbulohen nga Kodi. KQZ-ja ka autoritetin të përcaktojë politikën, rregullat, rregulloret dhe metodologjitë për monitorimin e pasqyrimit të partive, kandidatëve dhe fushatave nga shërbimet e radios dhe televizionit gjatë fushatës zgjedhore, kurse AMA mbikëqyr zbatimin e metodologjisë në fjalë dhe ia paraqet konstatimet e saj KQZ-së për shqyrtim të mëtejshëm.⁴⁴

Në periudha zgjedhore, hyjnë në veprim edhe dispozitat tjera ligjore, siç janë ato që përcaktohen në Ligjin për Mediat Audiovizive. Aty parashikohen standardet dhe udhëzimet për veprimtarinë radiotelevizive dhe ndalimet e akteve diskriminuese dhe nxitjes së urrejtjes dhe intolerancës, rregullat për reklamat politike, rolin e transmetuesit publik, si dhe dispozitat specifike të Kodit Zgjedhor në lidhje me barazinë dhe pavarësinë e transmetuesve dhe mediave.

4.1 Rekomandime për përgatitjen dhe raportimin profesional të procesit zgjedhor sipas legjislacionit vendas

4.1.1 Procesi parazgjedhor (fushata zgjedhore)

Me shpalljen e zgjedhjeve, fillojnë të veprojnë një numër i caktuar ligjesh dhe kjo shënon nisjen e procesit zgjedhor. Me nisjen e fushatës zgjedhore,⁴⁵ transmetuesit duhet të zbatojnë kriteret ligjore për programet që kanë të bëjnë me zgjedhjet dhe reklamat politike me pagesë. Transmetuesit radiotelevizivë që mbulojnë zgjedhjet duhet të bëjnë mbulim të ndershmë, të paanshmë dhe të ekuilibruar.

Zgjedhësit, të cilët përbëjnë përdoruesit e mediave, kanë të drejtën të informohen rreth procesit zgjedhor dhe mendimeve, qëndrimeve dhe platformave të të gjithë kandidatëve, si hap i nevojshëm në drejtim të procesit demokratik. Në të njëjtën kohë, vetë kandidatët gëzojnë të drejtën të kenë mundësi të barabarta për t'u lidhur me publikun, si mjet për prezantimin e ideve, mendimeve, gjërave që besojnë dhe programeve për të ardhmen e vendit.

Lajmet, programet informative të posaçme (intervistat, debatet, konkurset radiotelevizive), prezantimet e lira politike dhe reklamat politike me apo pa pagesë janë të gjitha forma përfaqësimi në media gjatë zgjedhjeve. Reklamat politike me dhe pa pagesë duhet t'u mundësojnë pjesëmarrësve zgjedhorë qasje të lirë dhe të

⁴⁴ KQZ, Metodologjia e monitorimit të mediave audio dhe audiovizive, (Tiranë 2021), URL: http://ama.gov.al/wp-content/uploads/2021/03/Vendim_Nr.002_210130_Per-miratimin-e-metodologji-se-monitorimit-te-medias-audio-dhe-audiovizive.pdf

⁴⁵ Fushata zgjedhore nis 30 ditë përpara ditës së zgjedhjeve dhe mbaron 24 orë para saj. Kjo periudhë nuk duhet ngatërruar me vetë procesin zgjedhor, i cili nis disa muaj më parë me caktimin e ditës së zgjedhjeve nga Presidenti i Republikës dhe me kryerjen e të gjitha procedurave dhe hapave të nevojshëm për të pasur ditë të zgjedhjeve dhe proces paszgjedhor të suksesshëm.

drejtpërdrejtë tek zgjedhësit në mënyrë që këta të fundit të kenë qasje tek platformat politike të kandidatëve dhe subjekteve politike.

Lajmet dhe programet e tjera udhëzuese janë të rëndësishme pasi publiku bazohet tek to për të marrë informacione rreth aktualitetit. Programet duhet të respektojnë standardet profesionale të mbulimit të paanshëm dhe objektiv, duke paraqitur pikëpamjet e ndryshme në mënyrë të baraspeshuar.

Burimet e lajmeve duhet të mbulojnë fushatën dhe kandidatët në mënyrë të ndershme dhe të barabartë. Programet e posaçme edukuese duhet të paraqesin larmi idesh dhe mundësish politike dhe të lejojnë diskutimin e lirë të pikëpamjeve, nismave dhe politikave. Këto shërbime u lejojnë qytetarëve të krahasojnë kandidatët dhe të mësojnë se si këta të fundit do t'i qasen nevojave dhe shqetësimeve të tyre, si edhe angazhimet që do të ndërmarrin ndaj zgjedhësve.

Kodi Zgjedhor kërkon mbulim të ndershëm, të paanshëm dhe të ekuilibruar përgjatë programacionit të përgjithshëm të transmetuesve dhe përcakton rregulla për të siguruar ekuilibrin e këtij mbulimi.

Si të sigurojmë mbulim të ndershëm? Duke përdorur ekuilibrin dhe përpjesëtueshmërinë në përputhje me normat e Kodit Zgjedhor, transmetuesit sigurohen që i gjithë përfaqësimi mediatik i zgjedhjeve të jetë i ndershëm dhe në përputhje me pikëpamjet redaksionale dhe me normat në fuqi. Sidoqoftë, mënyra se si zbatohet ky koncept varet nga lloji i transmetuesit - kombëtar, rajonal, apo vendor - pasi në Shqipëri ka pluralizëm të burimeve financiare dhe njerëzore. Ndërsa transmetuesit kombëtarë mund të kenë mjetet për të mbuluar të gjitha angazhimet politike të fushatave zgjedhore, ato vendorë mund të kenë tendencën të kufizojnë mbulimin në zonën e tyre rrethuese. Pavarësisht këtij dallimi ndërmjet kapaciteteve të organeve mediatike, përgjatë fushatës, transmetuesit duhet të mbulojnë në mënyrë të ndershme të gjitha qëndrimet politike. Është shumë e rëndësishme të ketë mbulim të ekuilibruar përgjatë të gjithë raportimit zgjedhor, dhe jo vetëm në baza ditore apo gjatë programeve informative të posaçme.

Gazetarët duhet të jenë të paanshëm gjatë mbulimit të qëndrimeve dhe sjelljeve gjatë fushatës. Lejohet përdorimi i komenteve redaksionale dhe analitike, por ato duhet të ndahen nga faktet.

Reklamat politike me pagesë

Sipas Nenit 84 të Kodit Zgjedhor, reklamat politike me pagesë duhet të respektojnë kriteret e përpjesëtueshmërisë dhe të barazisë. Drejtuesit e fushatave zgjedhore negociojnë elementet e reklamave me operatorët mediatik në përputhje me qëllimet, popullatën që synojnë, fuqinë dhe ndikimin e asaj medie në treg, fondet, etj.

Gjatë fushatave zgjedhore, vetëm subjektet zgjedhore të regjistruara mund të transmetojnë reklama politike në radio dhe TV private apo publike, qofshin këto numerike, kablllore, analoge, satelitore, apo të çdo forme tjetër. Operatorët radiofonikë dhe televizivë duhet të paraqesin çmimet e tyre pesë ditë përpara nisjes

së fushatës zgjedhore. KQZ-ja boton listën e çmimeve të paraqitura nga organet mediatike në faqen e saj zyrtare në internet.

Sipas Kodit Zgjedhor, reklamato politike transmetohen vetëm ndërmjet orëve 15:00 -18:00 dhe 21:00 - 24:00.

Koha e transmetimit për reklamato politike përgjatë tërë fushatës zgjedhore në secilën radio dhe televizion privat nuk mund të jetë më e madhe se 90 minuta për secilën parti të regjistruar në zgjedhje.

Të tjera masa për sigurimin e qasjes së ndershme kërkojnë që tarifat e reklamimit të përcaktohen zyrtarisht përpara fushatës, të zbatohen në mënyrë të barabartë për të gjithë garuesit dhe të mos ndryshojnë deri në përfundim të fushatës.⁴⁶

Reklamato politike me pagesë duhet të etiketohen në mënyrë të përshtatshme dhe të dukshme si të tilla, duke evidentuar qartësisht kërkuesin dhe duke bërë dallimin me materialet e tjera mediatike. Nëse reklama politike nuk evidentohet qartë, KQZ-ja duhet të urdhërojë ndalimin e menjëhershëm të transmetimit të asaj reklame deri sa të përmbushen kërkesat e mësipërme.⁴⁷

4.1.2 Parashikimi i zgjedhjeve

Sondazhet parazgjedhore

Në shumë vende janë bërë të zakonshme intervistat anketuese përpara ditës së zgjedhjeve. Qëllimi i tyre është parashikimi i rezultateve përpara se qytetarët të hedhin votën dhe përlogaritja e përgjithshme e rezultateve për palët e interesuara.

Ndonjëherë kjo strategji del e pasaktë për arsye të probabilitetit që të intervistuarit të mos tregojnë me vërtetësi se kë do të votojnë. Përdorimi i kampionëve statistikorë, të cilët njihen edhe me termin “projeksione të rezultateve”, kërkon urtësi. Procesi synon të nxjerrë rezultatin përfundimtar në bazë të kampionëve. Kur ky mjet përdoret në media, duhet treguar marzhi i gabimit. Sipas Kodit Zgjedhor, botimi i këtyre llojeve rezultatesh duhet të përmbajë emrin e organizuesit të sondazhit, porositesin/paguesin, numrin e personave të intervistuar dhe kohëzgjatjen e sondazhit. Në të njëjtën kohë, rezultatet e sondazheve zgjedhore nuk mund të botohen përgjatë më pak se pesë ditëve përpara zgjedhjeve, duke përfshirë këtu edhe vetë ditën e zgjedhjeve deri në mbylljen e procesit të votimit.⁴⁸

Duhet pasur parasysh se në zgjedhje ka të paktën dy lloje sondazhesh. Lloji i parë shqyrton vështirësitë dhe temat e fushatës. Lloji i dytë, sondazhi i popullaritetit, mat qëllimet e zgjedhësve. Partitë dhe kandidatët mund të zhvillojnë sondazhet e tyre për të peshuar efektshmërinë e fushatës dhe përshtatur planet apo perceptimet e publikut në bazë të ndjesive të zgjedhësve.

46 Kodi Zgjedhor, Neni 84.

47 Kodi Zgjedhor, Neni 80.

48 Kodi Zgjedhor, Neni 78, Të drejtat dhe detyrimet e subjekteve zgjedhore gjatë fushatës.

Sondazhet janë burim i vlefshëm informacioni që nuk mund të injorohen. Sidoqoftë, duhen trajtuar me kujdes. Përpara se t'i përdorin, gazetarët duhet t'i shqyrtojnë me kujdes. Sondazhe të ndryshme kanë cilësi të ndryshme. Disa prej tyre mund të jenë financuar dhe krijuar me qëllimin e posaçëm për të ndikuar publikun dhe median.

Sondazhet e pasakta mund të çojnë në efekte negative për procesin demokratik. Në demokracitë në zhvillim, ku praktikatat e përdorura nga kompanitë e sondazheve rrallë herë mbikëqyren, rreziku është shumë i madh. Organizata sondazhesh që nuk zbatojnë rregullat e etikës mund të përdorin metodologji të anshme për të përmbushur nevojat e klientit (p.sh. kampione që u përkasin vetëm rajoneve të caktuara, pyetje që drejtojnë përgjigjen).

Sondazhet që zhvillohen gjatë dhe pas ditës së zgjedhjeve

Sondazhet që zhvillohen në dalje të qendrave të votimit ditën e zgjedhjeve kërkojnë leje nga KQZ-ja. Kjo leje vjen në formën e akreditimit të një organizate që i ka shprehur më parë qëllimet e veta për të zhvilluar sondazhe në dalje të qendrave të votimit.⁴⁹

Në këto raste, intervistimi i zgjedhësve për qëllimin e sondazhit zhvillohet në mjediset jashtë ndërtesës (qendrës së votimit), në një vend ku ka shenja të qarta dalluese dhe shpjeguese dhe ku nuk pengohet në asnjë mënyrë dhe në asnjë rast kalimi dhe hyrja e dalja e lirë e zgjedhësve në qendrën e votimit.⁵⁰

Po t'i shohim si burime lajmesh, sondazhet me kampion "përfaqësues" janë të kufizuara. Pavarësisht kësaj, sondazhet mund të anojnë tendencat zgjedhore të zgjedhësve. Prandaj, ka shqetësime në lidhje me ndikimin e sondazheve tek sjellja e zgjedhësve, të tilla si votimin e kandidatit që favorizohet nga sondazhet apo rebelimin duke mbështetur kandidatin "që po humbet".

Shembuj të sondazheve të dëmshme

- Studim që tregon kënaqësinë e publikut në lidhje me punën e administratës dhe që porositet nga partia politike në pushtet.
- Sondazh për një çështje të caktuar që porositet nga një organizatë biznesi që ka për qëllim t'u imponojë partive dhe kandidatëve një program ekonomik të caktuar.
- Sondazh më informacione të dëmshme apo të pasakta rreth një kandidati që porositet nga një tjetër kandidat.

Prandaj, gazetari duhet:

- Të përdorë vetëm studime të ofruara nga ekspertët që respektojnë standarde të repta dhe transparente;
- T'i qaset me kujdes sondazheve.
- Të mos bazojë të gjithë shkrimin tek sondazhi.

49 Kodi Zgjedhor, Neni 109, Rendi dhe zhvillimi i rregullt i votimit.

50 Kodi Zgjedhor, Neni 109, Rendi dhe zhvillimi i rregullt i votimit.

- Nëse janë bërë disa sondazhe paralele, të citojë të gjitha të dhënat dhe autorët, si dhe të përmendë se kush është porositësi.
- Të kontrollojë punën e bërësve të sondazhit: sa përafrohen parashikimet me rezultatet e zgjedhjeve të mëparshme?

Pyetje që duhen bërë në lidhje me sondazhet

- A ka sondazhi vërtetë vlerë informuese?
- A janë rezultatet e sondazhit të ndryshme nga rezultatet e sondazheve të tjera? Kush është porositësi i sondazhit dhe kush e ka zhvilluar atë?
- Si është hartuar kampioni i sondazhit? Kë përfshin?
- Kur është zhvilluar sondazhi dhe cila është metodologjia e përdorur? A rrezikon metodologjia e përdorur të lërë jashtë pjesë të caktuara të publikut?
- Cilat ishin pyetjet e sondazhit? A bazohen rezultatet tek të gjitha pyetjet apo vetëm tek disa prej tyre?

Informacione që duhen dhënë në çdo artikull që përmban rezultate të sondazheve:⁵¹

- Emrin e partisë politike, organizatës, apo personit që ka porositur sondazhin;
- Emrin e organizatës që ka zhvilluar sondazhin dhe cilësinë e sondazheve të mëparshme të asaj organizate;
- Numrin e personave të intervistuar dhe marzhin e gabimit;
- Datën apo datat kur është zhvilluar sondazhi dhe metodologjinë e grumbullimit të të dhënave.

4.1.3 Dita e zgjedhjeve dhe rezultatet zgjedhore

Heshtja zgjedhore

Zgjedhësve u duhet dhënë kohë përpara ditës së zgjedhjeve që të studiojnë informacionet e dhëna gjatë fushatës. Për këtë qëllim, ligji parashikon një periudhë dyditore gjatë së cilës nuk mund të zhvillohen veprimtari politike. Këto dy ditë përfshijnë 24 orë përpara ditës së zgjedhjeve dhe vetë ditën e zgjedhjeve deri në momentin e mbylljes së qendrës së fundit të votimeve. Gjatë kësaj periudhe, mediat ndalojnë çdo transmetim të fushatave të garuesve në zgjedhje.

KQZ-ja mund të gjobisë botuesit apo operatorët radiovizive me vlerën 2.000.000 Lekë në rast të thyerjes së heshtjes zgjedhore.⁵²

Sidoqoftë, transmetuesit kanë detyrën të vazhdojnë mbulimin e zgjedhjeve edhe gjatë heshtjes zgjedhore për të raportuar zhvillimet e procesit, numrin e pjesëmarrësve në zgjedhje, njoftimet zyrtare nga KQZ-ja, si edhe incidentet e mundshme apo sjelljet e partive. Për këtë arsye, transmetuesit mund të transmetojnë informacione

⁵¹ Kodi Zgjedhor, Neni 78, Të drejtat dhe detyrimet e subjekteve zgjedhore gjatë fushatës.

⁵² Sipas gjetjeve të mbikëqyrjes së AMA-s, në zgjedhjet e 7 majit 2021 Komisioneri gjobiti transmetuesin publik për shkelje të heshtjes zgjedhore, pavarësisht shumë njoftimeve të tjera për shkelje, përfshirë edhe nga transmetuesit privatë, URL: <https://www.osce.org/files/f/documents/5/1/493687.pdf>, faqe 20.

që evidentojnë aktorët dhe/ose individët e përfshirë në incidente gjatë ditës së zgjedhjeve apo parregullsitë; fotografi, materiale zanore, apo pamore që kanë të bëjnë me pjesëmarrësit në zgjedhje dhe sjelljen e tyre; raportime në lidhje me aktorë të tjerë mediatikë që favorizojnë në mënyrë të fshehur fushatën e një pale dhe që ndikojnë tek zgjedhësit, apo çdo veprimtari tjetër që pengon apo dëmton procesin demokratik.

Kur mbuloni qendrat e votimit, kini vëmendjen tek çështjet e mëposhtme:

- Pjesëmarrja në zgjedhje;
- Klima e përgjithshme në qendrën e votimit;
- Sjellja e zyrtarëve zgjedhorë;
- Sjellja e zgjedhësve;
- Problemet potenciale, konfliktet dhe zgjidhjet e tyre.

4.1.4 *Procesi pas-zgjedhor*

Rezultatet zgjedhore

Gazetarët duhet t'i njoftojnë me kujdes rezultatet. Nëse këto lloj lajmesh nuk raportohen me kujdes, kjo mund të çojë në prishje të stabilitetit, veçanërisht kur palët apo kandidatët akuzojnë njëra-tjetrën për përfshirje në manipulim të votimit. Gazetarët duhet t'i shpjegojnë qartësisht dhe hap pas hapi procesin e ankimeve.

Gazetari duhet të tregojë kujdes kur transmeton rezultatet paraprake ose përfundimtare të zgjedhjeve përpara shpalljes formale nga Komisioni Qendror i Zgjedhjeve. Kjo lloj sjelljeje mbron ekuilibrin dhe ndershmërinë dhe parandalon dezinformimin.

Gjatë numërimit të votave, gazetarët mund të mbulojnë atmosferën në vendet e numërimit, si për shembull numrin e numëruesve dhe nëse procedurat po ndiqen sipas ligjit.

Rezultatet paraprake dhe ato përfundimtare

Numërimi, përllogaritja e rezultateve përfundimtare dhe procesi i shqyrtimit të ankesave (që mund të kërkojë edhe rinumërim) mund të zgjasë nga pak orë deri në disa ditë. Për pasojë, rezultatet mund të nxirren gradualisht, zonë pas zone, apo qendër pas qendre.

Rezultatet paraprake – Rezultatet e votimit dorëzohen nga grupet e numërimit për tek KZAZ-ja dhe pastaj tek KQZ-ja e cila i boton në faqen zyrtare të internetit, duke i etiketuar qartazi si rezultate paraprake.⁵³

Rezultatet përfundimtare – Rezultati përfundimtar i zgjedhjeve shpallet nga KQZ-ja jo më vonë se 5 ditë nga data e shpalljes së rezultateve për shpërndarjen e mandateve për secilën zonë zgjedhore dhe pas përfundimit të procedurës së ankesave të mundshme nga ana e garuesve.⁵⁴

Mundësia e manipulimit apo falsifikimit gjatë numërimit fillestar mund të ulet me transmetimin e rezultateve paraprake nga ana e gazetarëve. Sidoqoftë, në përputhje me Kodin Zgjedhor, këto rezultate paraprake duhet të mbështeten në deklaratat e zyrtarëve të KZAZ-së apo KQZ-së.

Gjatë procesit të numërimit të votave, lejohet të jenë të pranishëm në Vendin e Numërimit të Votave vetëm anëtarët e administratës zgjedhore, anëtarët e grupeve të numërimit, kandidatët, vëzhguesit e subjekteve zgjedhore, vëzhguesit e tjerë të akredituar, përfaqësuesit e akredituar të medias, si edhe personeli teknik përgjegjës për mbarëvajtjen e sistemit të kamerave, i cili autorizohet nga KQZ-ja.⁵⁵

53 Kodi Zgjedhor, Neni 119, Nxjerrja e rezultatit të zgjedhjeve nga Grupi i Numërimit.

54 Kodi Zgjedhor, Neni 167, Rezultati përfundimtar i zgjedhjeve.

55 Kodi Zgjedhor, Neni 121, Personat e pranishëm gjatë procesit të numërimit të votave.

Hapat që duhen ndërmarrë!

Së pari, përcaktoni burimet e nevojshme për të raportuar rreth veprimtarive zgjedhore.

Përpara se të nisë fushata, duhet të grumbulloni sa më shumë informacione rreth partive dhe kandidatëve.

Komunikoni me drejtuesit e fushatave dhe peshoni shqetësimet e publikut. Përcaktoni strategjinë më të mirë të komunikimit të drejtpërdrejtë sipas përjasjes së tyre (celular, WhatsApp, etj.). Sigurohuni se mund t'ju përgjigjen shpejtë.

Për të mbuluar fushatën zgjedhore në mënyrë profesionale dhe të paanshme, duhet të evidentoni dhe të klasifikoni llojet e ndryshme të materialeve. Diskutoni në redaksi udhëzimet redaksionale dhe evidentoni subjektet, pikëpamjet, dhe zërat gjatë raportimit. Përcaktoni rolet ndërmjet anëtarëve të redaksisë.

Krijoni politikën e përdorimit të burimeve nga media sociale. Botërisht, kandidatët politikë kanë përqafuar stilin e komunikimit ku “mediat sociale janë të parat” për të ndarë informacione. Ama, nuk duhet të bazoheni vetëm tek informacionet nga mediat sociale. Përveç burimeve të krijuara, edhe mediat sociale duhet të përdoren për të verifikuar saktësinë e informacioneve. Kini kujdes nga materialet e përpunuara, nga materialet pamore të stisura me programe kompjuterike dhe nga materialet e gjeneruara nga Inteligjenca Artificiale.

Gjatë mbulimit të fushatës, përfshini mendimet dhe kualifikimet e ekspertëve dhe të shoqatave, nëse ka (të tilla si universitete, institute, organizata). Kur bëhen citime jashtë intervistave të drejtpërdrejta, bëjeni të qartë se kur dhe ku dhe shpjgoni kontekstin.

Vlerësoni dhe jepuni kontekst fakteve të dhëna nga partitë politike apo nga kandidatët. Duhet bërë dallim ndërmjet detyrave statutores të qeverisë dhe veprimeve politike.

Pyetjet që u drejtohen partive duhet të jenë të qarta dhe të bazohen në fakte. Nëse personi nuk përgjigjet, vazhdoni ta bëni atë pyetje.

Rezultatet e sondazheve duhen parë me kujdes. Shpjegoni gjithmonë se kush i ka porositur, zhvilluar, kush ka bërë kampionimin, kur janë grumbulluar të dhënat dhe marzhin e gabimit.

Gazetarët duhet të mbajnë kartelat identifikuese gjatë mbulimit të tubimeve politike apo të veprimtarive të tjera zgjedhore (veshjet me etiketa, kartelën e gazetarit, etj.). Kur zhvillon intervista, gjithmonë prezantohuni si gazetar dhe përmendni median dhe programin për të cilin punoni.

4.2 Parimet kryesore gjatë zgjedhjes së temës për mbulim mediatik

Partitë politike dhe kandidatët kanë qëndrimet e tyre për pjesën më të madhe të çështjeve dhe temave të rëndësishme, si edhe mendime që sipas tyre duhen ndarë për të ndikuar tek mënyra se si votojnë zgjedhësit. Pjesa më e madhe e partive politike e çon vëmendjen tek kryetari i partisë, me qëllim që zgjedhësit të mbështesin kandidatët e tyre. Fjalimet, tubimet dhe konferencat për shtyp gjatë fushatave zgjedhore e vendosin kryetarin e partisë në qendër të vëmendjes. Sidoqoftë, media duhet të mbulojë edhe reagimet e qytetarëve, mendimet dhe pikëpamjet e ndryshme, pjesëmarrjen, etj., si edhe fjalët e drejtuesve. Që zgjedhësve t'u jepet informacion i mjaftueshëm që të bëjnë krahasimin, media duhet të raportojë rreth dallimeve ndërmjet qëndrimeve të partive politike për çështje të njëjta. Funkcioni analitik i medias përmban gjithashtu përpjekjen për të mbuluar tema që kanë rëndësi për publikun, por që nuk theksohen nga politikanët apo kandidatët partiakë.⁵⁶

Duhet të zgjidhen me kujdes çështjet që mbulohen mediatikisht nga redaksitë. Është shumë e rëndësishme të ketë liri të vërtetë gazetareske, sidomos mundësi të vërtetë për të zgjedhur çështjet më me rëndësi pavarësisht se kush është në pushtet dhe përtej anësive politike.

Në këtë kontekst, kriteret e mëposhtme duhet të përdoren si udhëzues:

Rëndësia dhe zbatueshmëria e temës

Departamentet redaksionale duhet të përpiqen të zgjedhin tema me vlerë dhe rëndësi për interesat vendorë dhe kombëtarë. Redaksitë këshillohen të fusin ngjarjet e rëndësishme ditore që prekin publikun e gjerë si pjesë të mbulimit të zgjedhjeve. Nëse temat e ndërlikuara zgjedhore trajtohen në këtë lloj forme, publiku e ka më të lehtë t'i kuptojë dhe të mësojë informacione të rëndësishme.

Bëni dallim të qartë ndërmjet interesit publik dhe atij privat

Interesi publik nënkupton çështjet që mendohen të kenë ndikim të ndjeshëm tek një grup i madh njerëzish. Shumë pjesëtarë të publikut janë të interesuar për lajme dhe artikuj që zakonisht marrin më pak vëmendje se sa lajmet e përditshme. Nëse kërkohet nga interesi publik, qytetarët duhet të kuptojnë kufizimet e të drejtës së tyre për privatësi në shërbim të një qëllimi më madhor, që përbën interesin e tërë grupit. Materialet e bujshme, siç janë hollësitë në lidhje me jetën personale të një politikani, duhen dalluar qartësisht nga çështjet dhe ngjarjet që kanë rëndësi për shoqërinë dhe për mirëqenien e përgjithshme të qytetarëve.

Mbulimi i temave me interes për një pjesë të madhe të publikut nuk do të thotë që të shmangen temat që nuk janë aq të njohura, siç janë çështjet shtetërore apo vendore, apo edhe problemet e pakicave dhe grupeve të nënpërfaqësuar. Në fakt, zgjedhjet janë mundësia më e mirë që politikanët dhe qytetarët të shqyrtojnë se si po administrohet vendi dhe të nxjerrin në pah çështje të pazgjidhura.

⁵⁶ Raporti Përfundimtar i OSBE/ODIHR-it për zgjedhjet e datës 25 prill 2021 për Kuvendin kritikonte mungesën e mbulimit të thelluar dhe analitik për të gjithë garuesit, f. 3. URL: <https://www.osce.org/files/f/documents/5/1/493687.pdf>

4.3 Çështjet kryesore në lidhje me raportimin gjatë fushatës zgjedhore

Gazetarët duhet t'i informojnë njerëzit në lidhje me çështjet zgjedhore. Për këtë qëllim, ata duhet të raportojnë për të gjitha partitë politike dhe kandidatët, duke përfshirë këtu edhe programet e shkuara dhe aktuale si dhe veprimtaritë e fushatës. Gazetari duhet të gjejë burime shtesë në mënyrë që të mos bazohet vetëm tek burimet e njëjës parti. Duke qenë të ndërgjegjshme për ndikimin që ka media tek zgjedhësit, partitë përdorin taktika të caktuara komunikimi për minimizimin e mbulimeve kritike dhe theksimin e mesazheve të fushatës. Partitë politike kanë zyra që merren me marrëdhëniet me publikun. Këto zyra janë përgjegjëse për zhvillimin e strategjive dhe shpesh përdorin "profesionistët e medias" që rekrutohen nga radhët e gazetarëve.

Gazetarët që mbulojnë fushatën përballen me një nga sfidat më të vështira: me lundrimin nëpër mesazhet e kandidatëve politikë. Njoftimet për shtyp, konferencat për shtyp, mediat sociale dhe sondazhet për matjen e opinionit kërkojnë kujdes dhe gjykim të pjekur.

Nëse duam të bëjmë mbulim të shkëlqyer të fushatës, nuk ka vend për improvizim. Mbulimi cilësor i fushatës kërkon përgatitje. Përpara se të nisë fushatën, është e nevojshme të bëhen hulumtime për kandidatët e mundshëm në mënyrë që t'u drejtojmë pyetjet me vlerë. Pyetjet duhet të pasqyrojnë shqetësimet e publikut. Mbulimi duhet të përqendrohet tek temat që rrjedhin prej problemeve të përditshme të qytetarëve. Gazetarët e kanë fuqinë t'i detyrojnë kandidatët që t'i trajtojnë këto probleme dhe të ofrojnë zgjidhje.

Synimi redaksional dhe paraqitja praktike e mbulimit mediatik duhen përcaktuar përpara nisjes së fushatës zgjedhore. Secili organ mediatik duhet të organizojë mbulimin, burimet financiare dhe njerëzore, si dhe aftësinë e tyre për të planifikuar dhe ndjekur fushatën zgjedhore në mënyrë të efektshme për të gjithë kandidatët. Një gjë e tillë mund të kërkojë strukturim të përdorimit të burimeve të rëndësishme apo maksimizim të burimeve të kufizuara.

Pak ngjarje janë më të rëndësishme sesa mbulimi i zgjedhjeve në jetën e një organi informues. Zgjedhjet ose mund t'i lartësojnë imazhin profesional, ose mund t'i gërryjnë besueshmërinë. Raportuesit kanë edhe çfarë të humbin edhe përgjegjësi të madhe të arrijnë qëllimet e organit informues. Këtu bëhet fjalë për tubimet, intervistat me kandidatët, ndërmjetësimin e debateve, matjen e opinionit publik dhe botimin e ngjarjeve. Raportuesit duhet të përgatiten si në pikëpamjen redaksionale edhe në atë logjistike.

Suksesi i tyre varet nga drejtuesit dhe redaktorët në lidhje me përgatitjen e strategjive dhe qasjeve të mirëmenduara dhe në kohë në lidhje me fushatën dhe me kandidatët e ndryshëm. Janë drejtuesit dhe redaktorët që kanë detyrën të gjykojnë posaçërisht dhe në mënyrë të përshtatshme programimin dhe caktimin e punonjësve përgjatë kohës së zgjedhjeve. Mbulimi i zgjedhjeve kërkon punë në grup ndërmjet të gjithë profesionistëve të lajmeve. Kjo lloj pune duhet të nisë shumë kohë përpara zgjedhjeve dhe të përfshijë edhe planifikimin e burimeve.

Vini re!

- Kuptoni se keni të drejtën dhe përgjegjësinë të komunikoni me të gjitha partitë dhe kandidatët, duke përfshirë edhe ato që janë më kritike ndaj qeverisë.
- Raportimi duhet të përfshijë të gjitha aspektet e fushatës që kanë rëndësi për qytetarët dhe për interesin publik. Kufizimet e lirisë së të shprehurit janë shumë të pakta dhe të thëna qartësisht dhe ato nuk duhet të përdoren si justifikim për të heshtur shprehjen e pikëpamjeve dhe këndvështrimeve të ndryshme.
- Jini pranues dhe garantoni larmi gjatë raportimit rreth zgjedhësve dhe problemeve me të cilat ata përballen. Vota e tyre do të përcaktojë të ardhmen dhe problemet e të gjitha segmenteve të shoqërisë – qofshin të shumicës apo pakicës – kanë rëndësi të njëjtë.
- Informacioni duhet të jetë faktik, i dokumentuar në mënyrë të përpiktë dhe i krahasuar me burime të tjera që të vlerësohet si i besueshëm.
- Kur raportoni lajmet, duhet të shmangni gjykimet e menjëhershme dhe të ruani përunjtësinë, zellin faktik dhe skepticizmin.
- Kur raportoni rreth mendimeve të të tjerëve, duhet të kërkonit arsytet faktike ku bazohet materiali dhe të mos merrni pjesë në shpërhapjen e ideve të pabazuara.
- Nuk duhen futur asnjëherë mendimet personale në lajme.

4.4 Standardet profesionale dhe etike gjatë raportimeve zgjedhore (analiza)

Shumë gazetarë e shohin periudhën zgjedhore si pjesë shumë të rëndësishme të procesit të demokratizimit të vendit. Publiku pret neutralitet prej mediave dhe gazetarëve gjatë mbulimit të debatit politik. Sidoqoftë, pavarësisht rolit që kanë në sferën publike, gazetarët i shprehin idetë e tyre në kutinë e votimit si çdo qytetar tjetër.

Gazetarët duhet t'i trajtojnë të gjithë politikanët në mënyrë të barabartë, pavarësisht mendimeve vetjake. Gazetarët duhet të bazohen tek parimet morale dhe etike për t'i bërë ballë trysnisë dhe për të bërë punë të mirë gjatë zgjedhjeve. Sidoqoftë, standardet morale nga vendi në vend janë të njuhëzuara.

Kini parasysh!

Kur raportoni në lidhje me programe dhe debate, përfshini pikëpamjet e të gjithë kundërshtarëve politikë. Gazetarët nuk duhet të lejojnë që pikëpamjet e tyre vetjake të ndikojnë gjatë prezantimit të materialeve. Raportimet në media nuk duhet të synojnë asnjëherë t'i sugjerojnë publikut që të votojë pro apo kundër një kandidati.

Gazetaria është endja drejt interesit publik dhe fakteve, duke u siguruar se publiku informohet mirë përpara se të bëjë zgjedhje politike, socio-ekonomike apo të llojeve të tjera. Gazetaria profesioniste duhet të jetë e saktë, e paanshme dhe duhet të respektojë dinjitetin e të tjerëve. Këto kritere përmbajnë moralin, llogaridhënien dhe aftësinë për të kuptuar idetë e ndryshme. Pavarësisht klimës socio-politike, detyrimi parësor i gazetarit është ndaj publikut.

Autoriteti i “pushtetit të katërt”⁵⁷ nuk i shërben interesit të asnjë partie politike, qeverie apo organi privat. Gazetari është aleat vetëm me qytetarët që informon.

Gazetarët e kanë të drejtën të komunikojnë me të gjitha partitë dhe kandidatët gjatë fushatës zgjedhore. Kjo e drejtë zbatohet për të gjitha çështjet që lidhen me zgjedhjet për të cilat gazetari beson se janë të rëndësishme për qytetarët dhe për të ardhmen e vendit, edhe për ato parti e politikanë që kundërshtojnë në mënyrë të zellshme drejtuesit e vendit.

4.4.1 Paanshmëria

Gazetarët raportojnë në mënyrë që publiku të krahasojë platformat e partive dhe debatet ndërmjet partive dhe kandidatëve. Sidoqoftë, që të raportohet në mënyrë të paanshme, nuk i duhet rekomanduar publikut votimi i një kandidati të caktuar. Këtë detyrë gazetari ia le në dorë editorialistëve dhe komentuesve.

Dallimi ndërmjet informacionit dhe opinionit

Editorialet dhe komentet mund të jenë subjektive dhe të strukturuar në mënyrë të tillë që t'i lejojnë gazetarit të shprehë mendimet apo interpretimet vetjake. Këto lloj interpretimesh mund të vijnë prej mendimeve politike personale apo bindjeve në lidhje me çështjet në fjalë. Sidoqoftë, pavarësisht kësaj, detyra e gazetarit është t'i interpretojë faktet në mënyrë korrekte teksa përpiqet të shmangë pasaktësitë dhe fabrikimet që mund të dëmtojnë diskutimin publik. Pikëpamjet e sigjerta, të vlefshme dhe që bazohen në prova faktike kanë vlerë madhore për prezantimin e çështjeve politike dhe pikëpamjeve tek publiku, ndërsa qëndrimet e anshme që nuk mbështeten tek thelbi mund të dëmtojnë perceptimin publik. Pavarësisht interpretimeve dhe supozimeve, faktet duhet të kenë vendin e tyre.

Rregulli që duhet të ndiqni!

Ruani me çdo kusht pavarësinë gazetareske, duke i rezistuar çdo trysnie sociale, politike, apo financiare që synon të ndikojë raportimin. Etika e redaktorëve dhe e individëve mund të diktojë mënyrën se si duhet trajtuar ngjarja.

⁵⁷ Termi “Pushteti i Katërt” nënkupton shtypin dhe mediat, si në mënyrë të shprehur edhe të nënkuptuar, në cilësinë e tyre për të inkuadruar advokimin dhe shqetësimet politike. Kjo shprehje e ka origjinën nga Revolucioni Francez, ku tre pushtetet e para përfshinin kishën, fisnikërinë dhe qytetarët e zakonshëm. Edmund Burke, shtetar an Anglo-Irlandez, ekonomist dhe filozof, krijoi termin “Pushteti i Katërt” për median në vitin 1821 për të theksuar ndikimin e shtypit.

Në të gjitha degët e gazetarisë, pritet që profesionistët të grumbullojnë dhe të raportojnë informacionet në mënyrë të paanshme. Gazetarët mund të bëjnë pyetje, të paraqesin mendime të kundërta dhe të ofrojnë kontekst, por duhet të mbeten të paanshëm dhe neutralë. Të gjitha palët dhe kandidatët duhet të paraqiten në mënyrë të drejtë dhe neutrale.

Uniformiteti dhe paanshmëria

Gazetarët duhet t'i trajtojnë në mënyrë të drejtë partitë dhe kandidatët. Nëse gazetarët shkruajnë për rrugët e reja dhe kjo temë qëllon të jetë një prej temave kryesore të fushatës, ata duhet të paraqesin mendimet e të gjithë kandidatëve dhe partive. Neutraliteti mund të arrihet duke i dhënë secilit kandidat apo temë vëmendje të barabartë dhe duke trajtuar pikëpamjet e secilës palë me ekuilibër, për aq kohë sa informacionet që ndahen të mos jenë në konflikt me normat e tjera etike.

Shembulli 1: Nëse gazetari mbulon një tubim ku një prej partive shpall elementet kryesore të platformës, gazetari duhet të raportojë në lidhje me reagimet e partive të tjera sapo ato të bëhen publike. Ndonjëherë, gazetarë të ndryshëm mbulojnë parti politike të ndryshme. Pastaj, është detyra e bashkërenduesit të redaksisë që të sigurohet për zbatimin e kriterit të uniformitetit dhe paansisë nga organi mediatik.

Shembulli 2: Nëse një prej kandidatëve akuzon një tjetër për diçka dhe gazetari vendos ta mbulojë këtë ndodhi, ai duhet të vihet në kontakt edhe me kandidatin e akuzuar dhe të përfshijë reagimin e tij në raportim. Nëse njeri prej kandidatëve refuzon të flasë, një gjë e tillë duhet theksuar gjatë raportimit.

Shembulli 3: Nëse një organ mediatik organizon një debat për një çështje me interes publik gjatë fushatës zgjedhore, të gjitha partitë duhet të ftohen me përfaqësim në nivel dhe kompetencë të barabartë (drejtuesit e partive, drejtuesit vendor, deputetët, etj.).

Integriteti dhe neutraliteti

Gazetari duhet të shmangë shfaqjen e mendimeve vetjake në raportime ose në sjellje, goftë në mënyrë të drejtpërdrejtë apo të tërthortë.

E kaluara, kultura, besimet, si dhe arsimimi i gazetarit formojnë personalitetin dhe vetëdijen e tij. Në të gjitha aspektet e punës së tyre, gazetarët duhet të jenë të paanshëm. Kur mbulojnë kandidatët dhe partitë politike, gazetarët duhet të jenë sa më neutralë e të paanshëm që është e mundur. Përzgjedhja e fotografive, e faqosjes apo e stilit të shkrimit nuk duhet të shprehë anim.

Citimet, këndet e kamerës, paraqitja e ngjarjeve, si dhe rregullimet e transmetimit (ndriçimi në studio, marrja e zërit, volumi) duhen administruar në mënyrë të barabartë për të gjithë kandidatët, pa treguar ndonjë anim pozitiv apo negativ në procesin e produksionit për një garues apo tjetër. Gazetari gjithmonë duhet të jetë neutral dhe të mos marrë parasysh besimet personale.

- Është shumë e rëndësishme të raportohet me vërtetësi dhe në bazë të fakteve. Deklaratat e kandidatëve dhe zyrtarëve partiakë duhet të prezantohen me saktësi dhe me kontekst. Gazetari duhet t'i kthehet personit për ndonjë sqarim nëse nuk është i sigurt se i ka kuptuar mirë deklaratat.
- Nëse kandidati ka folur në gjuhën vendase dhe nevojitet përkthim, duhet treguar kujdes i veçantë që të mos shtrembërohet kuptimi i asaj që është thënë.
- Raportimi nuk duhet të përdoret asnjëherë nga gazetarët për të përkrahur politikisht ndonjë person a grup.
- Toni i lajmeve duhet të jetë neutral. Ato duhet të raportojnë mosmarrëveshjet ndërmjet palëve pa dhënë asnjë lloj gjykimi për to.
- Mendimet personale nuk duhet të shprehen asnjëherë gjatë raportimit. Rregullat e etikës profesionale kërkojnë që mendimet personale të mbahen për vete dhe të ndahen nga përmbajtja e artikullit. Mendimet e gazetarit për një temë nuk duhet të përfshihen as në pjesën shpjeguese e as në brendësinë e lajmit.
- Nuk duhen shprehur mendimet vetjake rreth partive apo kandidatëve gjatë tubimeve, raportimeve në terren, apo intervistave.
- Asnjëherë mos përdorni veshje, shenja dalluese apo sende të tjera me initiale, ngjyra apo slogane të një partie a kandidati.

4.4.2 Saktësia

Gazetaria kërkon që artikujt të kenë saktësi të plotë. Kjo kërkon disiplinë të posaçme profesionale gjatë periudhave zgjedhore. Gazetarët duhet të kërkojnë e të tregojnë të vërtetën, ta shprehin plotësisht, si dhe të kontrollojnë të gjitha faktet në punën e tyre.

Që informacioni të quhet i besueshëm, ai duhet të përmbushë kriteret vijuese:

- Të konfirmohet saktësia e informacionit. Zgjedhjet shpesh mund të kenë manipulime, keqinformim, si dhe të nxisin thashetheme. Të veprohet me kujdes kur përpunohen informacionet për konsum personal apo për ribotim.
- Nëse jeni të pasigurt, kufizojini informatat tek faktet. Ngjarjet, datat, vendet, deklaratimet, si dhe faktet tjera duhet të jenë të sakta. Një gabim i thjeshtë faktik mund të dëmtojë saktësinë e artikullit.
- Gazetarët duhet të korrigjojnë shpejt dhe saktë çdo lloj gabimi, sapo të marrin dijeni.

Kini kujdes!

Asnjëherë mos harroni që informacioni mund të ketë pasoja si pozitive edhe negative. Është thelbësore që lajmi të raportohet duke përdorur gjuhë të paanshme, dhe jo të bujshme. Kur diskutohen tema që kanë potencial që të përkeqësojnë tensionet ekzistuese, duhet pasur kujdes i posaçëm. Të shmanget shtimi i efekteve muzikore, zanore apo pamore që mund të nxisin hidhërim ose zemërim.

Informacioni nga burime të njohura

Gazetarët duhet të citojnë referencat sa më shpesh që munden. Thjeshtë duhet menduar se kush po i thotë gjërat, duke identifikuar folësin me emër, pozitë (kandidat, drejtues partie, aktivist partie, apo qytetar i zakonshëm), si edhe kontekstin.

- Një artikull zgjedhor i bazuar vetëm në burime të paidentifikuara nuk është i besueshëm. Gazetarët duhet ta shmangin këtë lloj praktike!
- Gazetarët duhet të ngrenë vazhdimisht pyetjen se përse një burim kërkon anonimitet kur jep informacione të ndjeshme, të rëndësishme, apo potencialisht dëmtouese. Gazetari duhet së pari t'i konfirmojë ato me burime të pavarura. Asnjëherë të mos përdoret burimi anonim si burim thashethemesh apo për të ngritur akuza të pabazuara.

Ruajtja e saktësisë dhe kontekstit të informacionit

- Tregohuni sa më specifik. Përshkruani ambientin rrethues, nivelin e organizimit, temat e mbuluara në fjalim dhe reagimet e audiencës ndërkohë që raportoni për një tubim.
- Çdo lajm duhet t'i përgjigjet këtyre pyetjeve bazë: *Kush? Çfarë? Ku, Kur dhe Pse?*
- Problemet me saktësinë mund ta shtrembërojnë të vërtetën. Për shembull, nëse një gazetar raporton se *"Fjalimi i Kandidatit X u prit me entuziazëm,"* duhet të specifikojë edhe nëse audienca përbëhej nga mbështetësit e kandidatit apo njerëz të zakonshëm të cilët kanë ardhur të mësojnë më shumë rreth tij. Në rastin e parë, brohoritjet janë më se të pritshme. Në skenarin e dytë, shprehja e mbështetjes mund të jetë treguese e faktit që kandidati ka arritur të kalojë në favor të tij edhe ato persona që ishin të pavendosur. Ekziston gjithmonë mundësia e të bërit gabime. Për këtë arsye, një shkrimtar i cili mbulon një temë të caktuar duhet të jetë gjithmonë i kujdesshëm dhe i përmbytur të mos arrijë në përfundime të prera. Metoda më e mirë për të shmangur gabimet ndërkohë që kryeni një detyrë është përmes një qasjeje disiplinore dhe modeste.
- Ruani të gjithë dokumentacionin zanor dhe pamor si material mbështetës për raportin tuaj.

Zgjedhjet shkojnë keq për shkak të zërave të pavërtetë

Shembull: Në një vend ku po zhvillohen zgjedhjet, një lëvizje politike ka bërë thirrje për bojkot ndaj votimit. Ditën para zgjedhjeve, një burim anonim informon një gazetar se është bastisur një qendër votimi në një zonë të largët dhe janë cenuar të gjitha materialet. Ky lajm raportohet nga gazetari pa kryer asnjë verifikim dhe pa cituar burimin.

Të nesërmen, të gjitha mediat raportojnë për incidentin, me përjashtim të një radioje lokale, reporteri i të cilës viziton fshatin në fjalë dhe raporton se një ngjarje e tillë nuk ka ndodhur. Megjithatë, dëmi tashmë është bërë. Në mbarë vendin është përhapur një ndjesi dyshimi dhe zemërimi, duke mbajtur shumë zgjedhës larg qendrave të votimit.

4.4.3 Pavarësia

Publiku pret që mediat të jenë të drejta dhe të sakta. Për të ruajtur neutralitetin dhe pavarësinë, gazetarët duhet t'i rezistojnë presionit politik, social dhe financiar. Drejtuesit e redaksisë duhet të jenë të vetmit që vendosin për drejtimin redaksional. Gazetarët e pavarur duhet të ndjekin të njëjtat standarde morale dhe etike si redaksitë.

Pavarësia e një gazetari mund të cenohet nga një sërë faktorësh gjatë zgjedhjeve:

Shembulli 1: Për shkak të lidhjes personale që ka me një kandidat apo subjekt politik të caktuar, pronari i një agjencie lajmesh udhëzon gazetarët e stafit të tij të shkruajnë në favor të atij kandidati apo subjekti.

Shembulli 2: Qeveria i kërkon gazetarëve të një agjencie lajmesh në pronësi të shtetit që t'i japin trajtim preferencial partisë në pushtet.

Shembulli 3: Pasi ka shkruar një artikull tepër kritik për qeverinë, një gazetar i cili punon për një agjenci private lajmesh përballet me presionin e ushtruar nga autoritetet apo drejtuesit e medias.

Shembulli 4: Familjarët e një gazetari vihen nën presion nga autoritetet ose punonjësit me lidhje partiake.

Gazetarët duhet t'u bëjnë ballë këtyre kërkesave, sa më shumë që të jetë e mundur, duke nxjerrë në pah si etikën e tyre profesionale ashtu edhe nevojën për të raportuar saktë dhe në mënyrë të paanshme. Ata janë të lirë t'i bëjnë publike këto përpjekje dhe të kërkojnë ndihmë nga shoqatat e gazetarëve vendase ose ndërkombëtare

nëse është e nevojshme. Përgjegjësitë kryesore të shumë organizatave të tilla përkrahëse të shtypit janë të kundërshtojnë dhe të luftojnë shtypjen e gazetarëve. (Përfaqësuesi për Lirinë e Medias, Reporterët pa Kufij, Komiteti për Mbrojtjen e Gazetarëve, ndër të tjera.)

Ndershmëria

Një gazetar duhet të jetë i paanshëm kur i referohet kandidatëve dhe partive politike. Është tepër e rëndësishme të mbahet komunikim i vazhdueshëm për të kuptuar personalitetin dhe qëllimet e tyre politike. Megjithatë, afrimiteti i tepërt mund t'i japë mundësinë kandidatit/subjektit politik që ta kalojë gazetarin në favor të tij.

Ka figura publike të cilat janë tërheqëse. Ata mund të shfaqen si miq të një gazetari. Një gazetar duhet të ketë parasysh që mund ta nxisin të promovojë karakterin dhe platformën e figurës publike. Të gjitha këto figura publike duhen trajtuar me profesionalizëm të pastër dhe gazetari duhet të tregohet shumë i kujdesshëm dhe diskret për mbulimin e tyre në media.

Një gazetar nuk duhet kurrsesi:

- Të pranojë para, dhurata apo favore sepse gjeste të tilla mund të ndikojnë në gjykimin e dikujt, të shkaktojnë një konflikt interesi apo të dëmtojnë reputacionin. Redaksitë e lajmeve duhet të përcaktojnë udhëzime të qarta sa i përket dhuratave.⁵⁸
- Të kërkojë një nder në këmbim të publikimit ose mos-publikimit të një artikulli.

Ofertat e udhëtimeve të subvencionuara dhe shërbimeve përkatëse

Shpeshherë gazetarët ftohen nga partitë politike për të marrë pjesë në tubimet për fushata me fondet e partisë, ku përfshihen edhe vaktet falas. Nëse këto mundësi nuk ofrohen njësoj për të gjithë gazetarët, atëherë mos i pranoni ato.

Strategjia më e mirë është të udhëtosh në mënyrë të pavarur ose të ndash shpenzimet me gazetarë të tjerë, nëse keni fondet e nevojshme. Gazetarët duhet t'i marrin shpenzimet e strehimit dhe ushqimit nga agjencia e tyre e lajmeve.

Në mënyrë që gazetarët të mos preken nga njëanshmëria apo të akuzohen për anshmëri nga publiku, rekomandohet që ofertat për të mbuluar koston e udhëtimit nga partitë politike ose kandidatët të pranohen vetëm kur të gjitha partitë politike ose kandidatët në një garë zgjedhore e ofrojnë një shërbim të tillë për të gjithë gazetarët me të njëjtat kushte. Sa herë që shkojnë në udhëtime të tilla të sponsorizuara, gazetarët duhet të sigurohen që ka edhe disa kolegë të tjerë që kanë

⁵⁸ New York Times ka vënë një limit prej 25 dollarësh për dhurata të tilla si filxhanët e kafesë dhe stilolapsat. Çdo dhuratë që kapërcen këtë shifër duhet refuzuar me mirësjellje. New York Times, Gazetaria Etike: Një Manual i Vlerave dhe Praktikave për Departamentet e Lajmeve dhe Opinioneve, URL: <https://www.nytimes.com/editorial-standards/ethical-journalism.html#>

pranuar udhëtimin falas duke i pyetur ata. Do të ishte më mirë të refuzohej oferta nëse ata nuk kanë pranuar.

Vendimi për të mbuluar tubimin dhe për të zgjedhur këndvështrimin dhe temën e lajmit i takon vetëm gazetarit.

Organet e pavarura të mbikëqyrjes së zgjedhjeve, qofshin ato vendase apo ndërkombëtare, që ofrojnë ndihmë financiare për ekipet e reporterëve të cilëve nuk mund t'ua mbulojnë koston e udhëtimit agjencitë e tyre të lajmeve, mund të jenë një zgjidhje për çështjen e kostove të udhëtimit. Me transportin e gazetarëve duhet të merret vetëm organi i medias, duke bashkëpunuar dhe bashkërenduar, aty ku mundet, me organizata të tjera të pavarura, aktorë të shoqërisë civile ose organe të tjera mediatike; ndërsa funksionarët e fushatës politike duhet të përfshihen vetëm për të ofruar programin e kandidatëve sa i përket ndalesave të fushatës dhe rendin e ditës.

Disa rregulla shtesë të sjelljes së ndershme:

- Një gazetari nuk i lejohet të mbledhë informacion duke përdorur mjete të gabuara (për shembull, duke regjistruar fshehurazi intervistën e një kandidati);
- Një gazetari nuk i lejohet të japë informacion në këmbim të parave apo premtimeve;
- Një gazetar duhet t'i paralajmërojë njerëzit që nuk janë të njohur me modelin e raportimit në media se ajo çka ata thonë mund të përdoret në raportimin e një lajmi që shumë njerëz do ta shohin ose dëgjojnë;
- Një gazetar i jep merita fotografëve që kanë bërë fotot që shoqërojnë punën e tij, citon punë të tjera mediatike nëse i ka përdorur ato dhe shmang plagjiaturën.

4.4.4 Gjuha e urrejtjes, shpifja dhe propaganda në fushata

Gjuha e urrejtjes

Nga të gjitha format e shprehjes që gëzojnë liri, gjuha e urrejtjes, e cila sjell pasoja të rënda, është e vetmja rreptësisht e ndaluar.⁵⁹ Nuk ka një përkufizim të saktë të "gjuhës së urrejtjes" dhe klasifikimi i saj varet nga folësi, konteksti dhe media.⁶⁰

⁵⁹ Ligji nr. 7895, datë 27.1.1995, Kodi Penal i Republikës së Shqipërisë, i ndryshuar, (Tiranë, 1995), nenet 265, 266 dhe 267.

⁶⁰ Standardi ndërkombëtar evropian në lidhje me gjuhën e urrejtjes është vendosur nga Gjykata Evropiane e të Drejtave të Njeriut. Gjykata përdor dy metoda rishikimi për çështjet që përfshijnë nxitjen e urrejtjes dhe lirinë e shprehjes: - përjashtimin nga mbrojtja e Konventës, e parashikuar nga neni 17 (ndalimi i abuzimit me të drejtat), ku komentet në fjalë përbëjnë gjuhën e urrejtjes dhe mohojnë vlerat themelore të Konventës; dhe - vendosjen e kufizimeve për mbrojtjen, të parashikuara nga neni 10 i Konventës (kjo qasje miratohet kur fjalimi në fjalë, megjithëse përmban gjuhë urrejtjeje, nuk ka prirjen të cenojë vlerat themelore të Konventës). Për më shumë informacion në lidhje me gjuhën e urrejtjes dhe lirinë e informimit, ju lutem shihni çështjen Feret kundër Belgjikës, vendimi nr. 15615/07, datë 10.12.2009, URL: <https://hudoc.echr.coe.int/eng?i=001-93626>

Megjithatë, në rekomandimet e fundit, KiE ka dhënë një përkufizim të unifikuar për gjuhën e urrejtjes, duke e cilësuar atë si *“të gjitha llojet e shprehjes që nxisin, promovojnë, përhapin ose justifikojnë dhunën, urrejtjen ose diskriminimin ndaj një personi ose grupi personash, ose që i denigrojnë ata, për shkak të karakteristikave ose statusit të tyre të vërtetë ose të atribuuar personal si “raca, ngjyra, gjuha, feja, kombësia, origjina kombëtare ose etnike, mosha, aftësitë e kufizuara, gjinia, identiteti gjinor dhe orientimi seksual.”*⁶¹

Nuk është e ndaluar të raportohet për gjuhën e urrejtjes në media. Zgjedhësit kanë të drejtë të dinë për gjuhën e urrejtjes, e cila mund të jetë një problem kyç sa i përket zgjedhjeve. Megjithatë, duhet të merren masa mbrojtëse për të ulur ndikimin e mesazheve (për të ofruar pikëpamje të kundërta, mohime, sqarime të duhura të kontekstit). Pa një kontekst kritik, mbulimi i gjuhës së urrejtjes thjesht i ofron asaj hapësirë me bollëk për t’u shumëfishuar. Gazetarët dhe mediat nuk mund të jenë platformë për gjuhën e urrejtjes apo të promovojnë dhunë kundër rendit kushtetues, agresion ushtarak apo urrejtje për çfarëdolloj arsye.

Asgjë nuk përbën problem më të madh për ata që e kanë përzemër lirinë e medias sesa problemi i “gjuhës së urrejtjes”. Kjo frazë përshkruan mbështetjen për urrejtje racore, fetare ose të tjera lloj urrejtjesh. Deri në ç’pikë është e pranueshme të kufizohet liria e fjalës kur ajo mbështet kufizimin ose shkeljen e të drejtave të të tjerëve?

Pikëpamjet e ndryshme mund të jenë një faktor. Pikëpamja e një personi mund të konsiderohet si “gjuhë urrejtje” për dikë tjetër. Ka një mungesë të përgjithshme vullneti për të kontrolluar të folurit. Zgjedhjet e përkeqësojnë këtë vështirësi.

Kjo ndodh për dy arsye:

- Koha e duhur për të përcjellë një sërë pikëpamjesh politike është para zgjedhjeve. Vendosja e caceve për shprehjen e disa prej këtyre mendimeve mund të kufizojë edhe lirinë e shprehjes së popullit dhe pjesëmarrjen në procese demokratike;
- Nga ana tjetër, mjedisi i tensionuar i një fushate zgjedhore mund të jetë fiks koha kur komentet provokuese kanë më shumë gjasa të kenë ndikim për të nxitur njerëzit drejt dhunës, duke shkelur kështu të drejtat demokratike dhe të fjalës së lirë të të tjerëve.

Këto probleme bëhen goxha më kritike në vende të cilat kanë pasur raste të një konflikti ndëretnik, fetar apo konflikt midis bashkësive, në të cilin është e gjithëditur që media ka kontribuar në përshkallëzimin e tensioneve.

Dilema është: Si mund të përmbushë media përgjegjësinë e saj për të raportuar fakte pa u përdorur si një platformë për përhapjen e ideve përçarëse, nxitjen e armiqësisë, dhe ndoshta edhe përfshirjen në dhunë fizike?

61 KE, Rekomandimi CM/Rec(2022)16 i Komitetit të Ministrave të KiE-së për shtetet anëtare për luftën kundër gjuhës së urrejtjes, (Strasburg, 2016), URL: https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectId=0900001680a67955

Pyetja kryesore: Raportimi mbi Gjuhën e Urrejtjes

Në disa vende, këshillat e medias kanë nxitur që të jetë tërësisht i ndaluar mbulimi i gjuhës së urrejtjes gjatë periudhave të ndjeshme, siç është periudha në prag të zgjedhjeve. Sipas arsytimit të tyre, mediat e parandalojnë përhapjen e një mesazhi urrejtjeje duke mos publikuar komente të tilla.

Megjithatë, nga ana tjetër, media ka një rol thelbësor për ekspozimin e gjuhës së urrejtjes dhe përdoruesve të saj. Gazetarët marrin përsipër rrezikun për të fshehur mesazhet e tmerrshme që përhapen nga njerëzit që ata raportojnë duke mos shfaqur atë çfarë thuhet.

Sipas rekomandimeve të KiE-së, media dhe gazetarët duhet të inkurajohen për të promovuar një kulturë tolerance dhe mirëkuptimi në mesin e shikuesve/lexuesve të tyre. Në të njëjtën kohë, mediat publike duhet të japin një kontribut veçanërisht thelbësor për këtë, duke marrë parasysh mandatin e tyre për t'i shërbyer të gjitha kategorive të shoqërisë dhe për të përmirësuar kohezionin shoqëror. Ato nuk duhet të përdorin apo shpërndajnë gjuhën e urrejtjes dhe, si pjesë e misionit publik, duhet të jenë sa më aktivë në promovimin e mirëkuptimit dhe dialogut ndërmjet grupeve, si dhe transmetimit të përmbajtjes që pasqyron në mënyrë pozitive dhe mbështetëse larminë e zërave dhe burimeve në komunitetin ku ata shërbejnë.⁶²

Në përpjekjet e tyre, mediat dhe gazetarët duhet të japin informacion të saktë dhe të besueshëm, të shmangin përshkrimet stereotipike nënçmues të individëve, grupeve dhe komuniteteve në shoqëri, sidomos kur raportojnë për çështje me interes publik dhe gjatë periudhave zgjedhore. Ata duhet të shmangin nxitjen e paragjykimeve dhe nuk duhet t'i referohen statusit apo karakteristikave personale, të cilat konsiderohen të panevojshme.

Njëkohësisht, autoritetet e pavarura rregullatore vendase dhe bashkë-rregullatorët e medias dhe/ose organet vetërregulluese duhet të luajnë një rol pozitiv në trajtimin e gjuhës së urrejtjes. Ata duhet të jenë të pavarur nga qeveria, të përgjegjshme ndaj publikut dhe transparente në veprimtaritë e tyre.

Çfarë duhet të kenë parasysh mediat nëse raportojnë gjuhën e urrejtjes?

- A duhet një gazetar ta përsërisë fjalë për fjalë atë çka është thënë? Kini parasysh që duhet të përmendni faktin që janë bërë komente fyese duke cilësuar personin që i ka thënë dhe duke dhënë kontekstin e çështjes;
- Kërkojini folësit të shpjegojë arsyet e tij, nëse ju keni qenë prezent në rastin kur janë shprehur mesazhet përçarëse;
- Merrni reagimet e personave që po marrin pjesë në aktivitet;
- Merrni mendimet kundërshtuese nga personat me ndikim dhe/ose drejtuesit e komunitetit për të treguar që jo të gjithë ndajnë pikëpamje të ashpra;
- Vendoseni raportimin brenda kontekstit. A po mundohet folësi të devijojë vëmendjen nga çështje të tjera duke bërë deklaratat të tilla? A mund t'i kërkonit një analisti të shpjegojë arsyet për të cilat folësi ka bërë këto lloj komentesh? A mund të shpjegoni historinë e konflikteve ndërmjet grupeve të ndryshme?
- Verifikoni vërtetësinë e çdo komenti duke pohuar që mbështetet në fakte;
- Shmangni përdorimin e formulimeve tepër dramatike në raportimin tuaj. Mos "dramatizoni" lajmet tuaja vizuale (p.sh., me muzikë dramatike apo kërcënuese, efekte vizuale që sugjerojnë se ka rrezik, tituj nxitës apo ngacmues, etj.).

Shembuj të raportimit të paanshëm të gjuhës së urrejtjes

Shembulli 1

A.Sh., kryetari i Partisë Kombëtare, ofendoi banorët e qytetit X duke i quajtur "krimba" ndërkohë që po bënte fushatë në një qytet tjetër aty pranë (qyteti Y).

B.A., kryetari i partisë opozitare, i cilësoi fjalët e A.Sh.-së si "raciste" dhe "të papërgjegjshme." B.A. tha, duke aluduar dëshirën e A.Sh.-së për veprime të dhunshme kundër banorëve të qytetit X, "Deklaratat e tij arrijnë në kufijtë e gjenocidit." B.A. tha se kombi i tij gjen kënaqësi të madhe tek prania e kulturave të ndryshme dhe aftësia e qytetarëve për të bashkëjetuar në harmoni. Politikanët duhet të promovojnë bashkimin në vend që të punojnë për ta përçarë atë, tha ai.

Banorët e qytetit Y ishin të një mendjeje. Pronari i një dyqani, B.P. tha se kishte një numër të madh klientësh dhe miqsh në qytetin fqinjë X.

Shembulli 2

Pasi kryetari i Partisë Kombëtare X, P.T. iu referua me nënçmim qytetarëve X në një fjalim fushate, komuniteti në qytetin fqinjë u indinjua së tepërmi. Kryetari i fshatit K.U. u shpreh se, "Nuk ka kuptim që një politikan në një vend paqësor si ky i joni të dëshirojë të ndezi konflikte racore para zgjedhjeve. Ne bashkëjetojmë në paqe me fqinjët tanë, dhe kjo nuk ka për të ndryshuar."

Pronarja e një dyqani, B.V. tha se ka një numër të madh klientësh dhe miqsh në komunitetin fqinjë Z. Ajo tha kishte shkuar te tubimi i Partisë Kombëtare X për të mësuar më shumë rreth asaj që do të bënte P.T. për komunitetin nëse do të zgjidhej. B.V. vërejti se, "Ai nuk tha asgjë në lidhje me urën që na nevojitet këtu."

Fjalët e P.T.-së që populli Z ishin "parazitë që duhen shkelur me këmbë" i habitën fshatarët e tjerë. P.T. gjithashtu kërcënoi me dhunë tregtarët vendas Z. K.T., një futbollist vendas, iu përgjigj fjalëve të P.T.-së duke thënë se politikani po përpiqej të largonte vëmendjen nga fakti që partia e tij nuk kishte bërë asgjë për banorët e komunitetit gjatë mandatit të tij aktual si ligjberës.

Gjuha e urrejtjes në radio dhe televizion

Po në studion e regjistrimit? Si duhet t'i përgjigjem vizitorëve të cilët në përgjigjet e intervistës përdorin gjuhën e urrejtjes dhe sharjet?

Është thelbësore të vendosen rregulla për përdorimin e gjuhës së urrejtjes në radio dhe televizion për të ndaluar përdorimin e saj. Mediat duhet:

- Të informojnë paraprakisht vizitorët e studios në lidhje me rregullat;
- Të ndërpresin cilindo të ftuar që i shkel ato;
- Të përballen me ta për përdorimin e gjuhës së urrejtjes;
- T'i japin audiencës një shpjegim në lidhje me vendimin për të ndërprerë dikë dhe pse është thelbësore që mos t'ju lejohet ofrimi i një platforme për të shpërndarë mesazhin e tyre.

Lista e kontrollit për tolerancë

Kur keni të bëni me lajme ku është përdorur gjuhë urrejtje politike, është tepër e rëndësishme të mos i jepni shumë bujë. Gazetarët etikë do të shtronin këto pyetje:

- Mund të jetë skandaloze, por a ia vlen të bëhet lajm?
- Cili është qëllimi i folësit?
- Çfarë ndikimi do të ketë publikimi apo transmetimi i këtij lajmi?
- A ekziston rreziku që kjo të ndezi një lloj zemërate apo të nxisë dhunë?
- A bazohet në fakte fjalimi dhe a janë vërtetuar pretendimet e bëra?

Gjatë grumbullimit dhe redaktimit të materialeve kontroverse, gazetarët nuk duhet të nguten me publikimin e tyre. Është e dobishme të ndalosh, qoftë edhe për pak momente, për të reflektuar në lidhje me përmbajtjen e lajmit:

- A i kemi shmangur klishetë dhe stereotipet dhe a kemi reaguar ndaj tyre?
- A kemi bërë të gjitha pyetjet e nevojshme që kanë të bëjnë me lajmin?
- A jemi treguar të ndjeshëm ndaj audiencës tonë?
- A jemi treguar të përmbajtur në përdorimin e gjuhës?
- A pasqyrojnë fotot vërtet lajmin, pa iu drejtuar dhunës dhe shkeljes së të drejtave të jetës personale?
- A kemi përdorur burime të ndryshme dhe a kemi përfshirë zërat e minoriteteve përkatës?
- A i përmbush standardet e përcaktuara në kodet etike dhe redaksionale?

Shpifja

Sipas legjisllacioni shqiptar, shpifja është përhapja e qëllimshme e thënieve, si dhe çdo informacion tjetër, duke e ditur se janë të rreme, që cenojnë nderin dhe dinjitetin e personit.⁶³ Ligjet kundër shpifjes në përgjithësi synojnë të mbrojnë reputacionin e individëve nga deklaratat e rreme të fakteve, të cilat dëmtojnë reputacionin e tyre. Veprimet ligjore kundër shpifjes nuk përcaktojnë që një individ duhet të tregojë ndonjë lloj “përkrahje të urrejtjes”, dhe duhet dalluar nga “gjuha e urrejtjes”.⁶⁴

Fushatat demokratike ndonjëherë përfshijnë debate ofenduese dhe përdorimin e informacioneve të pasakta, të cilat shpesh mund jenë në shkelje të dinjitetit dhe personalitetit në politikanëve që janë pjesë e fushatës. Ligjet ndërkombëtare lënë të kuptohet se politikanët, sidomos ata në pushtet, nuk duhet të jenë aq të ndjeshëm sa i përket mbrojtjes së reputacionit të tyre, duke pasur më pak mbrojtje se sa qytetarët e thjeshtë në këtë drejtim.⁶⁵ Nga këndvështrimi i medias, gjatë një fushatë zgjedhore, kontrasti i dukshëm që ekziston ndërmjet shpifjes dhe fjalës së lirë është përgjegjësia: Kush është përgjegjës para një padie të mundshme? Media apo individ të cilit ato i kanë publikuar pikëpamjet që ka; a është raportim i dorës së parë apo media raporton pozicionin e folëseve si palë e tretë dhe fjalët e tyre tekstualisht? Ligji për Mediat Audiovizive (Neni 51 e në vijim) dhe Kodi Penal (Neni 119 e në vijim) paraqesin një kuadër të fortë ligjor për trajtimin e këtyre dy shqetësimeve.

63 Kodi Penal, Neni 120, Shpifja.

64 Neni 19, Shpjegimi i ‘Gjuhës së Urrejtjes’: Paketë Instrumentesh, (Londër, 2015), URL: [https://www.article19.org/data/files/medialibrary/38231/"Hate-Speech'-Explained---A-Toolkit-%282015-Edition%29.pdf](https://www.article19.org/data/files/medialibrary/38231/)

65 Në çështjen *Lingens kundër Austrisë*, 1986, GJEDNJ-ja parashtroi për herë të parë parimin se politikanët në mënyrë të pashmangshme dhe me vetëdije janë të hapur për një shqyrtim të ngushtë të çdo fjale dhe veprë të tyre si nga gazetarët ashtu edhe nga publiku në përgjithësi; për rrjedhojë duhet të shfaqin një shkallë më të madhe tolerance. Në lidhje me këtë çështje, shih gjithashtu çështjen *Nadtoka kundër Rusisë*, aktgjykimi i vitit 2019 § 42).

Trajtimi i propagandës në fushatë

Reklammat politike janë një formë legjitime e shprehjes dhe gëzojnë të njëjtën liri si çdo formë tjetër e shprehjes ligjore.

Në kontekstin e marrëdhënieve me median, ato mund të përkufizohen si çdo lloj çështjeje e transmetuar, botuar, shtypur, shfaqur apo ekspozuar, në çdo lloj mënyrë, që përmbajnë emrin, pamjen, logon, markën, simbolet, ngjyrat, inicialet si dhe shenja të tjera përfaqësuese që mund të lidhen me një kandidat apo forcë politike, dhe që kanë për qëllim vetëm të tërheqin vëmendjen e publikut.

Në thelb, qëllimi është që t'i bindin njerëzit rreth një ideje, t'i vënë në lëvizje rreth një force politike apo kandidati, dhe të promovojnë një ideologji të caktuar.

Megjithatë, gazetarët duhet të bëjnë dallimin ndërmjet reklamave politike dhe propagandës, ku kjo e fundit synon të promovojë informacionet e rreme për të çuar përpara kauzën politike të një kandidati apo aktori politik. Propaganda politike zakonisht bazohet tek frika, ngjall dyshime, mosbesim dhe ankth në mesin e audiencës së vet, si dhe përforcon besime të forta personale.

Në kohë zgjedhjesh, partitë dhe kandidatët vënë theksin tek elementët kryesore të fushatës së tyre dhe injorojnë elementë të tjerë për t'u siguruar që mbulimi i medias përputhet me programin e tyre. Deklaratat për shtyp dhe përditësimet në rrjetet sociale përmbajnë të tilla lajme në lidhje me fushatën dhe janë shpesh të pëlqyera në mesin e zgjedhësve. Këto shkruhen në mënyrë të tillë që të jenë të lexueshme nga gazetarët, duke përdorur fraza të shkurtra me mesazhe të forta të cilat përmbledhin idenë kryesore. Më pas i dërgohen me postë elektronike zyrave të lajmeve ose ndahen në konferencat për shtyp.

Në këto rrethana, mediat dhe gazetarët nuk duhet të botojnë deklaratat për shtyp dhe materialet e dëguara nga subjektet politike fjalë për fjalë, por përkundrazi duhet të vlerësojnë, lexojnë, të japin kontekstin dhe të vënë në diskutim informacione kur ka pasaktësi apo mospërputhje.

4.4.5 *Keqinformimi dhe dezinformimi*

Ndërsa *keqinformimi* ka përmbajtje që është e rreme, çorientuese ose e nxjerrë jashtë kontekstit, por pa ndonjë qëllim për të mashtruar, *dezinformimi* është shpërndarja e qëllimshme e informacionit të rremë për të manipuluar opinionin publik dhe për të shkaktuar dëme.⁶⁶

Dezinformimi është përmbajtje e rremë apo çorientuese e krijuar qëllimisht me synimin për të mashtruar dhe shkaktuar dëm. Zakonisht motivohet nga tre faktorë: fuqia apo ndikimi politik, përfitimi, apo dëshira për të shkaktuar kaos dhe konfuzion.

⁶⁶ Komisioni Evropian, Drejtoria e Përgjithshme për Rrjetet e Komunikimit, Përmbajtjen dhe Teknologjinë, Një qasje shumëdimensionale ndaj dezinformimit: Raporti i Grupit të pavarur të nivelit të lartë për lajmet e rreme dhe dezinformimin në internet, (Bruksel 2018), URL: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation>

Në përgjithësi, dallimi parësor ndërmjet dezinformimit dhe keqinformimit është qëllimi. Të dyja janë forma të informacionit të rremë, por dezinformimi krijohet dhe shpërndahet me qëllimin për të shkaktuar dëme.

Fushatat dezinformuese të krijuara për të minuar institucionet demokratike nuk janë diçka e re. Teknologjitë dhe platformat moderne të informacionit, veçanërisht ato në internet dhe mediat sociale, transmetojnë informacion me shpejtësi, distanca dhe vëllime që nuk janë parë në ciklet e kaluara zgjedhore. Natyra e errët e internetit dhe aftësia e rrjeteve dhe organizatave për të shfrytëzuar “të dhëna masive”, për të shënjestruar dhe mashtruar zgjedhësit, ka kapacitetin të vërë në dyshim legjitimitetin e zgjedhjeve demokratike.

Në shumë demokraci të sapolindura, mediat e pavarura, partitë e shkathëta politike dhe organizatat me njohuri të shoqërisë civile mund të ndihmojnë në kompensimin e pasojave të lajmeve të rreme⁶⁷ dhe fushatave të dezinformimit. Shumë aktorë po shtojnë procedurat e tyre të sigurisë së informacionit për të parandaluar që palët e treta të përhapin informacione të rreme tek autoritetet zgjedhore, kundërshtarët zgjedhorë dhe vëzhguesit e zgjedhjeve.

Këto hapa përfshijnë monitorimin dhe raportimin e burimeve të propagandës përmes përdorimit të mjeteve të shpërndarjes në internet dhe shpeshherë të lajmeve të rreme nisur nga interneti dhe robotët e mediave sociale që nxisin ekstremizmin antidemokratik.⁶⁸ “Ndërhyrja në zgjedhje” dhe lufta mediatike vënë në rrezik demokracinë. Nevojiten qasje të posaçme dhe më shumë bashkëpunim për të vlerësuar, monitoruar dhe zbutur ndikimin e dezinformatave në integritetin zgjedhor.

Për të zbuluar dobësitë e fushatës zgjedhore, është e domosdoshme të kryhet hartëzimi i mjedisit të informacionit. Vlerësimi i rrezikut duhet të identifikojë aktorët kërcënues që mund të nisin një fushatë manipulimi të informacionit dhe kanalet që ata mund të përdorin, si interneti, transmetimi, radio ose shtypi.

Gazetarët dhe mediat duhet të përcaktojnë se me cilët partnerë do të punojnë për t’u përballur me kërcënimet e mundshme, si për shembull përfaqësuesit e kompanive të mediave sociale, zyrtarët e zgjedhur, policia ose organizatat e shoqërisë civile.

67 Edson C. Tandoc Jr., Zheng Wei Lim & Richard Ling (2018) Përkufizimi i “Lajmeve të Rreme”, Gazetaria digjitale, 6:2, 137-153, URL: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4948550/mod_resource/content/1/Fake%20News%20Digital%20Journalism%20-%20Tandoc.pdf

Parlamenti Evropian, Drejtoria e Përgjithshme për Politikën e Jashtme, hartëzimin e Lajmeve të Rreme dhe Dezinformatave në Ballkanin Perëndimor dhe Identifikimi i Mënyrave për t’i luftuar ato në mënyrë të efektshme, F. 11, (Bruksel 2021), URL: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2020/653621/EXPO_STU\(2020\)653621_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2020/653621/EXPO_STU(2020)653621_EN.pdf)

68 Fondacioni Evropian për Studimet e Azisë Jugore (EFSAS), Roli i lajmeve të rreme në nxitjen e gjuhës së urrejtjes dhe ekstremizmit në internet; Promovimi i masave të përshtatshme për trajtimin e fenomenit , URL: <https://www.efsas.org/publications/study-papers/the-role-of-fake-news-in-fueling-hate-speech-and-extremism-online/>

- Cili është peizazhi i medias dhe informacionit?

Të kuptuarit e mjedisit aktual mediatik është hapi i parë në hartëzimin e mjedisit të informacionit.

- *Ku i marrin informacionet politike individët?*
- *Ku ka më shumë gjasa të ndodhë manipulimi i informacionit?*

Këtu duhet të merrni parasysh mediat tradicionale, si kanalet televizive dhe radiofonike, gazetatat dhe revistat, dhe të vlerësoni transparencën e tyre të autorësisë, prirjen e tyre të hapur ose të fshehtë politike, praktikatat e tyre redaksionale dhe respektimin e standardeve të industrisë.

Mediat digjitale, përfshirë këtu edhe faqet e mediave sociale, programet e sigurta të diskutimit dhe forumet e debatit në internet, duhet të merren parasysh gjithashtu. Gazetarët duhet të rishikojnë kushtet e shërbimit dhe rregullat e komunitetit të platformave ku ata presin të ndodhin aktivitete informuese, si dhe çdo lloj politike tjetër specifike e vendit që mund të jetë e përcaktuar në blogjet e korporatave, për tu familjarizuar me politikat e tyre.

- *Cilët komunitete të përdoruesve janë më të ndjeshëm ndaj manipulimit të informacionit dhe efekteve të dëmshme të këtyre përpjekjeve dhe ku gjenden audiencat në internet?*

Sipas hulumtimit të kësaj çështje nga Qendra për Inovacionin e Qeverisjes Ndërkombëtare, gratë, personat me ngjyrë, njerëzit me formim të pakët mediatik dhe pakicat janë të ndikuar në mënyrë jo të barabartë nga manipulimi i informacionit.⁶⁹ Për më tepër, hulumtimi sugjeron se komunitetet e individëve më të vjetër në moshë janë gjithashtu më të prirur ndaj mashtrimit.⁷⁰ Të kuptosh se cilët janë shikuesit dhe grupet që mund të privohen nga e drejta, të heshtin ose të ndikohen ndjeshëm nga vazhdimi i aktiviteteve të manipulimit të informacionit është hapi i dytë për hartëzimin e mjedisit të informacionit.

- *Kush përbën kërcënimin më të madh?*

Të gjesh dhe të kuptosh cilët janë aktorët e kërcënimit është faza e tretë e hartëzimit të mjedisit të informacionit. Gazetarët mund t'i bëjnë ballë më mirë situatave nëse e dinë kush e manipulon informacionin.

Pyetjet që duhen parashtruar:

Kush përbën kërcënimin më të madh për saktësinë — aktorët vendas, ndikimet keqdashëse nga jashtë, apo të dyja? A po bëhen këto fushata me qëllimin për të shkaktuar trazira politike apo po bëhen për fitime financiare?

69 Shihni Samuel Woolley, Në shumë Demokraci Dezinformimi vë në shënjestër personat më të cenueshëm, (2022), URL: <https://www.cigionline.org/articles/in-many-democracies-disinformation-targets-the-most-vulnerable/>

70 Shihni Andrew Guess, Jonathan Nagler, dhe Joshua Tucker, Më pak nga ç' mendoni: Popullariteti dhe parashikuesit e përhapjes së lajmeve të rreme në Facebook, (2019), URL: <https://www.science.org/doi/10.1126/sciadv.aau4586>

- *Cilët janë disa nga gazetarët që mund të rendisni si aleatë në luftën kundër dezinformimit?*

Hartëzimi i mjedisit informativ është një nga mënyrat për të luftuar dezinformimin, i cili kërkon ndihmën e aleatëve për t'i bërë rezistencë manipulimit të informacionit. Gazetarët duhet të gjejnë partnerë publikë dhe privatë, siç janë grupet e menaxhimit të zgjedhjeve, për t'iu përgjigjur manipulimit të informacionit. Ata mund të punojnë me gazetarët dhe OSHC-të vendase për të kryer kontrollin e fakteve ose për të luftuar manipulimin e informacionit.

Identifikimi i narrativave të zakonshme për manipulimin e informacionit

Pas vlerësimit të mjedisit të informacionit, gazetarët duhet të marrin parasysh narrativat apo temat që aktorë të ndryshëm mund të përdorin në fushatat e manipulimit të informacionit. Më poshtë mund të gjeni një listë jo-shteruese të tipologjive të dezinformimit.

Tipologjia e Dezinformimit ⁷¹

1. Manipulimi i informacionit përdor përmbajtje provokuese dhe kontroverse për të shtuar dallimet politike, racore, fetare, kulturore apo gjinore. Këto narrativa shpesh e venë theksin tek ndasitë shoqërore dhe përdorin narrativat e bazuara tek identiteti për të nxitur mosmarrëveshje dhe pakënaqësi. Në shumë vende, fushatat e "shpifjes" vënë në shënjestër gratë, të moshuarit, pakicat kombëtare ose fetare, pakicat seksuale dhe emigrantët.
2. Narrativat e delegjitimitit (apo fushatat për diskreditim) cenojnë drejtësinë në zgjedhje. Kjo mund të përfshijë pretendime të fryra rreth sigurisë së sistemit të votimit, gabimet në tabulate apo në hedhjen e votës, ose parregullsive të tjera të raportuara. Këto lajme përpiqen të ngjallin mosbesim tek zgjedhjet. Narrativat e delegjitimitit mund të diskreditojnë politikanët, kandidatët, zyrtarët e zgjedhjeve ose organizatat qytetare.
3. Rrëfenjat politike të shtypjes e shkurajojnë pjesëmarrjen e disa pjesëve të caktuara të popullatës. Taktikat antidemokratike përfshijnë përhapjen e informacionit të pasaktë se si dhe ku duhet votuar, duke deklaruar se disa grupe nuk mund të votojnë, ose duke pretenduar se ka dhunë në qendrat e votimit. Ato gjithashtu mund të nxisin mashtrimin e zgjedhësve ose t'i nxisin individët të marrin pjesë në aktivitetet politike ose t'i shmangin ato.
4. Urrejtja, ngacmimi dhe dhuna i pengojnë disa individë ose komunitete të shprehin opinionet e tyre në internet ose të përfshihen në debate thelbësore për një demokraci të shëndetshme. Kjo mund të kufizojë lirinë e shprehjes politike dhe mund të nxisë frikën.
5. Shpalljet e parakohshme të rezultateve të zgjedhjeve apo fitores publikohen shpesh në internet për të minuar besimin e zgjedhësve. Në garat e ngushta dhe të nxehta politike, ato shpesh ndodhin përpara se të bëhet i ditur numri total i votave ose të finalizohet procesi i votimit.

⁷¹ Instituti Ndërkombëtar Republikan, Lufta kundër Manipulimit të Informacionit: Një Udhëzues për Zgjedhjet dhe më gjerë, (2021), URL: <https://www.iri.org/resources/combating-information-manipulation-a-playbook-for-elections-and-beyond/>

Mjetet e inteligjencës me burim të hapur për identifikimin e manipulimit të informacionit

Këto mjete mund të përdoren për të gjurmuar dhe dalluar informacionet e rreme.

Paketa e instrumenteve e Bellingcat për hulumtimin në internet:⁷² Kjo fletëllogaritëse e thjeshtë e Google Doc ka skeda për një sërë mjesh për verifikimin e informacionit, duke përfshirë skedat për verifikimin e pamjeve dhe videove, përmbajtjen dhe llogaritë e mediave sociale, numrat e telefonit dhe shërbimet e mesazheve të mbyllura, gjurmuesit e transportit, analizat e IP-së dhe faqeve të internetit, bizneset ndërkombëtare, mjedisin, burimet akademike, dhe udhëzuesit shtesë. Përveç këtyre, ka skeda edhe për hartat dhe shërbimet në bazë të vendndodhjes, hartat, numrat e telefonit dhe informacione të tjera që mund të përdoren për të verifikuar informacionin.

Manuali i Verifikimit për Dezinformimin dhe Manipulimin në Media nga Data Journalism:⁷³ Ky manual i krijon mundësinë përdoruesit të ndërmarrë një hetim në llogaritë e mediave sociale, identifikimin e robotëve dhe manipulimin e imazhit. Së bashku me këshillat dhe mjete për atributim, ai gjithashtu ofron burime për kryerjen e hetimeve në internet dhe nëpër platforma.

Manuali i Monitorimit të Medias nga Projekti Beacon:⁷⁴ (Udhëzues) Ky burim i ndihmon përdoruesit të analizojnë narrativat e dezinformative dhe origjinën e tyre duke përdorur të dhëna. Manuali është një pikënisje e dobishme për akademikët që duan të merren me monitorimin e medias, por nuk janë të sigurt nga t'ia nisin, si dhe ata që duan të sigurohen që të ndiqen praktikatat më të mira kur bëhet fjalë për metodologjinë.

CrowdTangle:⁷⁵ (Mjet) CrowdTangle u zhvillua nga Facebook si një mjet për gjurmimin dhe njohjen e tendencave të mediave sociale. Ky mjet mund të monitorojë Grupet publike, Faqet dhe llogaritë e verifikuara. Për më tepër, aplikacioni mund të përdoret për mbikëqyrur temat e Reddit subreddits dhe llogaritë publike në Instagram.

72 URL: <https://p.avmedianow.com/b/e/bellingcat-s-online-investigation-toolkit-242.pdf>

73 URL: <https://s3.eu-central-1.amazonaws.com/datajournalismcom/handbooks/Verification-Handbook-3.pdf>

74 URL: <https://www.data-iribeaconproject.org/handbook/>

75 URL: <https://www.crowdtangle.com/features>

4.4.6 Interesi Publik

Liria e shtypit kërkon përgjegjësi. Gazetarët mund të kontribuojnë në zgjidhjen e krizave dhe konflikteve politike edhe gjatë kryerjes së detyrës profesionale në rolin e tyre si qytetarë publikë. Gazetarët ndryshojnë nga njerëzit e zakonshëm për faktin se fjalët e tyre kanë peshë.

Në punën e tyre dhe veçanërisht gjatë zgjedhjeve, gazetarët dhe mediat duhet të promovojnë interesin publik. Publiku duhet t'i kuptojë lajmet, veçanërisht ato që kanë të bëjnë me procesin zgjedhor dhe domethënien e tij për të ardhmen e tyre. Gazetari nuk duhet të harrojë se procesi zgjedhor paraqet ndërlikime jo vetëm për kandidatët në garë, por edhe për zgjedhësit, të cilët duhet të njihen me anët teknike të vetë procesit, si dhe me të drejtat dhe detyrimet e zgjedhësve për të garantuar që zgjedhjet të jenë të rregullta dhe të suksesshme. Për qëllime edukative, do të duhet që sa më shumë njerëz të jetë e mundur të njihen me dispozitat përkatëse ligjore.

Gazetari i talentuar është i aftë të transmetojë shumë informacion me pak fjalë, ndërsa një gazetar me më pak përvojë përdor shumë fjalë për të përcjellë pak informacion.

- Përdorni një fjali për një mendim të vetëm. Përpara se ta shkruani, skicojeni ngjarjen. Në skicë, gazetari hedh një ngjarje apo problem dhe vendos si ta shprehë atë. Skica e ndihmon gazetarin të përzgjedhë komponentet më të rëndësishme të një teme si dhe t'i rendisë ato në mënyrë të logjikshme dhe të kapshme.
- Shmangni gjuhën politike dhe teknike. Kjo është veçanërisht e rëndësishme për gazetarët e transmetimit, shikuesit e të cilëve duhet të përvetësojnë thelbin e ngjarjes në pak sekonda.
- Përdorni mjete pamore ndihmëse (grafikë, foto, ilustrime) sa herë që është e mundur për të shpjeguar procese komplekse, ose për të paraqitur shifra.

Në këndvështrimin e interesit publik, roli i medias është i dyfishtë: si vëzhguese e procesit dhe edukatore e publikut.

Roli edukues i medias

Në rolin e saj edukues, media ndërthur funksionet e saj bazë me disa detyrime shtesë. Përdorimi i medias si mjet për një proces të hapur, u siguron zgjedhësve të dhënat e nevojshme për të vlerësuar politikanët dhe procesin. Media siguron informimin e publikut lidhur me platformat e të gjitha partive dhe kandidatëve. Krahas partive politike dhe kandidatëve, vetë zgjedhësit mund të përdorin informacionin nga media për të informuar zgjedhësit e tjerë, ligjvënësit dhe qeverinë lidhur me zhvillimet në proces dhe përvojat e tyre.

Media e realizon funksionin e saj edukues përmes informimit të zgjedhësve. Për shpërndarjen e përmbajtjes, media mund të hyjë në bisedime të drejtpërdrejta me

strukturat e menaxhimit të zgjedhjeve dhe OJF-të. Mbulimi i zgjedhjeve nga mediat mund të përfshijë hollësitë për qendrat e votimit, regjistrimin e zgjedhësve, procesin e votimit dhe numërimin të votave.

Detyrimi kyç i medias dhe gazetarëve për informimin e publikut

Mediat duhet ta informojnë publikun për procedurat e votimit:

- Kush ka të drejtë të votojë dhe të kandidojë?
- Si bëhet regjistrimi i zgjedhësve, ku dhe kur?
- Si, ku dhe kur do të votohet?
- A ka kufizime që duhen respektuar gjatë votimit?
- Cilat janë ndëshkimet për shkeljen e ligjit zgjedhor?
- Zgjedhje do të jenë parlamentare apo lokale?
- Për cilat poste po zhvillohen zgjedhjet dhe cilat janë kompetencat e detyrat që do të kenë ata që do të zgjidhen?

4.4.7 Transparenca dhe qasja në informacion

Në zgjedhje, të gjithë kandidatët duhet të kenë qasje në media.⁷⁶ Zakonisht, është OAZ-ja ose agjencia rregullatore e medias që vendos rregullat dhe sanksionet përkatëse. Gazetarët duhet të informohen dhe konsultohen gjatë procesit të hartimit dhe zbatimit të ligjeve dhe rregulloreve zgjedhore që kanë të bëjnë me fushën e tyre të ekspertizës. Qasja e barabartë ndaj numrit total të mediave nuk garanton gjithmonë barazi në transmetim dhe lidhjen me zgjedhësit përmes valëve. Kur ka shumë parti ose kandidatë, hapësira ose koha e transmetimit mund të ndahet në bazë të “rëndësisë së subjekteve”, d.m.th., përqindjes së vendeve në parlament. Kriteret më të zakonshme janë numri i vendeve në parlamentin paraardhës, përqindja e votave në zgjedhjet më të fundit, statusi parlamentar i subjektit (d.m.th., nëse është parti parlamentare apo jo), apo përfshirja në garë si kandidat i pavarur.

Qasja ndaj medias publike

Transmetuesi publik ofron një shërbim publik. Kjo dikton zbatim të rreptë të ligjit. Qeveria nuk duhet të ndikojë në mediat publike. Ndërhyrja e saj konsiston vetëm në garantimin e qasjes së barabartë në transmetim për të gjithë. Aspekti më i rëndësishëm në sigurimin e qasjes së barabartë për të gjithë konkurrentët është ndarja e kohës së transmetimit bazuar në kriteret e qarta.

Sipas Kodit Zgjedhor, për partitë parlamentare, të cilat në zgjedhjet e fundit për Kuvendin morën më shumë se 20 për qind të mandateve, KQZ-ja cakton një numër të barabartë minutash. Kjo përfaqëson jo më pak se 30 minuta në televizionin publik dhe po aq në radion publike, ndërsa për partitë e tjera parlamentare kjo kohë është jo më pak se 15 minuta. Çdo rritje e kohës së transmetimit të një partie apo koalicioni

përkatës, rrit proporcionalisht kohën në dispozicion të një partie apo koalicioni tjetër. Po ashtu, çdo parti joparlamentare që merr pjesë në zgjedhje përfiton 10 minuta në televizionin publik dhe 10 minuta në radion publike.⁷⁷

Qasja në median audiovizive private

Mediat private duhet t'i trajtojnë të gjitha partitë dhe kandidatët me drejtësi. Ka raste kur qeveritë i përjashtojnë mediat private nga ligji zgjedhor, sa i takon ekuilibrit dhe përpjesëtueshmërisë, për të mbrojtur pavarësinë e tyre redaksionale. Për të garantuar drejtësi në mbulimin e zgjedhjeve, kuadri ligjor shqiptar përmban rregulla të qarta për pjesëmarrjen e transmetuesve privatë. Në Shqipëri, rregullat për mediat private gjatë fushatave zgjedhore janë pothuajse të njëjta si për mediat publike.

Radiot dhe televizionet private i mbulojnë zgjedhjet vetëm në emisionet e rregullta të lajmeve dhe në programe të posaçme të planifikuara për to. Jashtë këtyre dy hapësirave programore, radiot dhe TV-të private nuk ofrojnë mbulim të fushatave zgjedhore. Sipas rregulloreve të KQZ-së, mediat duhet të pranojnë në mënyrë eksplicite autorësinë e përmbajtjes së fushatës zgjedhore që krijohet dhe shpërndahet përmes mediave audiovizive. Për sa i përket qëndrimit të vëzhguesve vendas dhe ndërkombëtarë për çështjen e “materialeve të gatshme” ju lutemi referojuni informacioneve në faqen 20.

Gjatë zgjedhjeve, mediat private duhet të zbatojnë të gjitha parimet gazetareske, përfshirë shmangien e gjuhës provokuese ose të ashpër, si dhe përmbajtjes së njëanshme apo shpifjeve. Të gjitha mediat, qofshin ato publike apo private, duhet t'u përmbahen afateve të Kodit Zgjedhor për periudhat e heshtjes zgjedhore dhe kufizimeve në raportimin e rezultateve të sondazheve para dhe gjatë zgjedhjeve.

Qasja në mediat online

Mediat online, veçanërisht ato elektronike apo interpretimet multimediale të mediave konvencionale, janë një tjetër sferë në të cilën parapëlqehet zbatimi i qasjes së barabartë për të gjitha partitë dhe kandidatët, ndonëse mjedisit mediatik shqiptar i mungon rregullimi ligjor. Këtu, ky parim është më i vështirë për t'u zbatuar për shkak të hapësirës së pakufishme që ofron interneti për botime si dhe numrit të madh të mediave të parregulluara online. Ndryshe nga një gazetë, stacion radioje ose televiziv, subjektet mediatike në internet zakonisht nuk e planifikojnë sasinë e informacionit që japin çdo ditë. Nga ana tjetër, për shkak të natyrës së medias online, publiku ka lirinë të përqendrohet tek secili kandidat në masën që dëshiron si dhe të marrë informacion nga një mori burimesh, të cilat mund të pasurojnë më tej njohuritë e tij për planet, premtimet dhe potencialin e kandidatit në fjalë.

Shtetet dhe gjykatat ndërkombëtare kanë përcaktuar metoda vetërregulluese për mediat online:⁷⁸

- Nëse një faqe mediatike i lejon lexuesit të bëjnë komente, drejtuesit duhet të përpiqen të monitorojnë dhe moderojnë ndjekësit, në mënyrë që të mos lejojnë përdorimin e shpifjeve apo fyerjeve ndaj partive politike dhe kandidatëve;
- Media online duhet të zbatojë të njëjtat kërkesa si “gazetaria në mirëbesim” dhe të marrë masa që artikujt të shkruhen në përputhje me “detyrimet e zakonshme të gazetarisë” për verifikimin e fakteve të pretenduara.

Për shkak të natyrës së fushatave zgjedhore, rregullat që kërkojnë krijimin e një seksioni me komente të balancuara dhe të paanshme në publikimet e mediave online janë shpesh të pazbatueshme, pasi nuk kanë redaksi e cila mund t’i ndalojë mbështetësit e një partie të caktuar të postojnë në forumet online më shumë komente në mbështetje të kandidatit të tyre sesa të tjerët.

4.4.8 Dinjiteti njerëzor dhe mosdiskriminimi

Normat dhe standardet ndërkombëtare për pjesëmarrjen në politikë përfshijnë aftësinë për të rregulluar çështjet publike, për të votuar dhe për t’u zgjedhur si dhe për të përfituar nga shërbimet publike. Komiteti i OKB-së për të Drejtat e Njeriut i përkufizon çështjet publike si “ushtrim i funksioneve legjislative, ekzekutive dhe administrative”. Këtu përfshihet administrata publike, krijimi dhe zbatimi i politikave në nivel ndërkombëtar, kombëtar, rajonal dhe lokal.⁷⁹

DUDNJ thotë se legjitimiteti i një qeverie duhet të bazohet në vullnetin popullor. Këto dy parime shkojnë dorë për dorë. Zgjedhjet duhet të respektojnë të drejtat e njeriut dhe vendimmarrjen e publikut. Pjesëmarrja mund të jetë objekt vetëm i kufizimeve ligjore, jodiskriminuese, të paanshme dhe të arsyeshme.⁸⁰ Të drejtat e pjesëmarrjes nuk mund të kufizohen arbitrarisht në bazë të racës, ngjyrës, seksit, gjuhës, fesë, opinionit politik, apo përkatësive të tjera, si dhe pasurisë, vendlindjes, aftësisë së kufizuar apo ndonjë statusi tjetër. Kufizimet diskriminuese përfshijnë kriteret ekonomike, të tilla si e drejta e pronësisë,⁸¹ shtrëngime të tepërta lidhur me vendbanimin,⁸² kufizimet në të drejtën e votës për qytetarët e natyralizuar (në

⁷⁸ Shih Cappello M. (ed.), Media coverage of elections: the legal framework in Europe, IRIS Special, European Audiovisual Observatory, (Strasbourg, 2017), URL: <https://rm.coe.int/16807834b2>

⁷⁹ Shih Komentin e Përgjithshëm Nr. 25 të Komisionit të të Drejtave të Njeriut të Kombeve të Bashkuara (New York, 1996), para. 5

⁸⁰ Shih Komentin e Përgjithshëm Nr. 25 të Komisionit të të Drejtave të Njeriut të Kombeve të Bashkuara (New York, 1996), paragrafët. 3–4. Shih edhe, ndër të tjera, Staderini dhe De Lucia k. Italisë (CCPR/C/127/D/2656/2015), para. 9.5; Delgado Burgoa k. Shtetit Shumëkombësh të Bolivisë (CCPR/C/122/D/2628/2015), para. 11.5; Nasheed k. Maldivëve (CCPR/C/122/D/2270/2013-CCPR/C/122/D/2851/2016), para. 8.6; dhe Paksas k. Lituanisë (CCPR/C/110/D/2155/2012), para. 8.4.)

⁸¹ Shih Komentin e Përgjithshëm Nr. 25 të Komisionit të të Drejtave të Njeriut të Kombeve të Bashkuara (New York, 1996), para. 3

⁸² Shih Vëzhgimet përfundimtare në raportin e katërt periodik për Uzbekistanin, CCPR/C/UZB/CO/4, para. 26, (New York, 2015), URL: https://tbinternet.ohchr.org/_layouts/15/TreatyBodyExternal/Download.aspx?symbolno=CCPR%2FC%2FUZB%2FCO%2F4&Lang=en

krahasim me qytetarët e lindur), kërkesat e arsimimit apo shkrim-leximit⁸³ si dhe kufizimin e padrejtë të së drejtës së votës për personat e dënuar.⁸⁴

Konventa për të Drejtat e Personave me Aftësi të Kufizuara i konsideron, gjithashtu, si diskriminuese kufizimet e pjesëmarrjes politike për shkak të një handikapi të caktuar.⁸⁵ E drejta për qasje të barabartë në shërbimet publike⁸⁶ ka të bëjë shprehimisht me ndalimin e diskriminimit sipas nenit 2 të Paktit Ndërkombëtar për të Drejtat Civile dhe Politike, po ashtu edhe e drejta për të votuar dhe e drejta për të kandiduar për poste.

Instrumente të tjera universale të të drejtave të njeriut, si Pakti Ndërkombëtar për të Drejtat Ekonomike, Sociale dhe Kulturore,⁸⁷ Konventa Ndërkombëtare për Eliminimin e të Gjitha Formave të Diskriminimit Racor,⁸⁸ Konventa për Eliminimin e të Gjitha Formave të Diskriminimit Kundër Grave,⁸⁹ Konventa për të Drejtat e Fëmijës⁹⁰ dhe Konventa për të Drejtat e Personave me Aftësi të Kufizuara⁹¹ që të gjitha përmbajnë dispozita përkatëse në lidhje me këtë çështje.

Gazetari duhet të jetë i vetëdijshëm për impaktin që krijon dhe të metat e mundshme të punës së tij. Kjo kërkon që, pavarësisht nga tema, ai të përdorë një ton dhe gjuhë sa më neutrale dhe të matur që të jetë e mundur.

Kjo nënkupton aftësinë për të gjykuar me qetësi në trajtimin e temave që mund të shkaktojnë polemika nga ku mund të zërë fill stigmatizimi i njerëzve ose grupeve të veçanta.

Në dritën e këtyre faktorëve, gazetari duhet të respektojë prezumimin e pafajësisë dhe dinjitetin e të gjithë njerëzve.

83 Shih Komentin e Përgjithshëm Nr. 25 të Komisionit të të Drejtave të Njeriut të OKB-së (1996), para. 10

84 Shih GJEDNJ, Yevdokimov dhe Rezanov k. Federatws Ruse (CCPR/C/101/D/1410/2005), para.7.5; CCPR/C/EST/CO/4, paragrafët. 33–34

85 Shih Konventën e vitit 2006 të Kombeve të Bashkuara “Për të Drejtat e Personave me Aftësi të Kufizuara.” Seria 2515 (Dhjetor): 3, Nenet. 2, 5 (2) dhe 29, URL: <https://www.un.org/development/desa/disabilities/convention-on-the-rights-of-persons-with-disabilities/convention-on-the-rights-of-persons-with-disabilities-2.html>

86 Shih Kombet e Bashkuara (Asambleja e Përgjithshme). 1966. “Konventa Ndërkombëtare për të Drejtat Civile dhe Politike.” Seria 999 (Dhjetor): 171, Neni. 25 (c). Shih edhe Konventën Ndërkombëtare për Eliminimin e të Gjitha Formave të Diskriminimit Racor, Neni. 5; Konventa për Eliminimin e të Gjitha Formave të Diskriminimit ndaj Grave, Neni. 7; dhe Konventën për të Drejtat e Personave me Aftësi të Kufizuara, Neni. 29.

87 Shih Kombet e Bashkuara (Asambleja e Përgjithshme). 1966. “Konventa Ndërkombëtare për të Drejtat Ekonomike, Sociale dhe Kulturore.” Seria 999 (Dhjetor): 171, URL: https://treaties.un.org/doc/Treaties/1976/01/19760103%2009-57%20PM/Ch_IV_03.pdf

88 Shih nga Kombet e Bashkuara. 1966. “Konventa Ndërkombëtare për Eliminimin e të Gjitha Formave të Diskriminimit Racor.” Seria 660 (Mars): 195, URL: <https://www.ohchr.org/sites/default/files/cerd.pdf>

89 Asambleja e Përgjithshme e Kombeve të Bashkuara, konventa për Eliminimin e të Gjitha Formave të Diskriminimit ndaj Grave, 18 dhjetor 1979, Kombet e Bashkuara, Seria, vëll. 1249, f. 13, URL: <https://www.ohchr.org/sites/default/files/cedaw.pdf>

90 Shih Kombet e Bashkuara, Konventa për të drejtat e fëmijës (1989) Traktati Nr. 27531. Seria e Traktateve të Kombeve të Bashkuara, 1577, fq. URL: <https://www.ohchr.org/sites/default/files/crc.pdf>

91 Shih Kombet e Bashkuara. 2006. “Konventa për të Drejtat e Personave me Aftësi të Kufizuara.” Seria 2515 (Dhjetor): 3, URL: https://treaties.un.org/doc/Publication/CTC/Ch_IV_15.pdf

4.4.9 Raportimi i çështjeve me ndjeshmëri gjinore

Si zgjedhëse, candidate, politikanë, anëtare e shoqërisë civile ose në role të tjera, pjesëmarrja e grave në politikë është jetike për ushtrimin e të drejtave të tyre civile dhe politike. Gjithashtu, ajo është e rëndësishme pasi u lejon kombeve të përdorin të gjitha burimet e tyre njerëzore për të përparuar si dhe garanton marrjen parasysh të interesave të grave dhe vajzave në procesin e formulimit të legjislacionit. Stereotipitë dhe paragjykimet gjinore mund të ndikojnë në mënyrë disproporcionale tek burrat dhe gratë, por si dukuri, ato ndikojnë tek e gjithë shoqëria si një e tërë.

Në dekadat më të fundit, përfshirja e grave në proceset politike është rritur në shumicën e vendeve. Në vitet 1945-1995, përqindja e grave parlamentare u katërfishua.⁹² Megjithatë, edhe në demokracitë e zhvilluara, përqindja e grave në parlament në 2022 ishte ende shumë poshtë nivelit të barazisë (Francë 39.5%, Gjermani 34.9%, Itali, 36.3%, MB 34.7%, Greqi 21%).⁹³

Deri në 1 shtator 2021, në 24 vende të botës kishte 26 gra si kryetare shteti dhe/ose qeverie. Me ritmin aktual, barazia gjinore në postet më të larta të pushtetit nuk arrihet as për 130 vjet të tjera.⁹⁴ Në vetëm 10 vende, në krye të shtetit është një grua, kurse në krye të qeverisë, gratë janë vetëm në 13 vende.

Shqipëria ka 12 gra që mbajnë portofole ministrore në qeverinë e përbërë nga 15 ministra dhe një kryeministër⁹⁵ si dhe 50 deputete që përfaqësojnë zgjedhësit e tyre në një parlament të përbërë nga 140 anëtarë.⁹⁶

Të dhënat historike tregojnë se në politikë vazhdojnë paragjykimet gjinore dhe pjesëmarrja e grave mbetet e kufizuar. Edhe pse parlamentet tani kanë më shumë gra, ato kanë më pak gjasa të bëhen ministre ose të mbajnë postet më të larta (presidente, kryeministre, etj.). Kjo prirje e përgjithshme është lëkundur kohët e fundit në Shqipëri, ku grave u janë besuar një sërë portofolash kyçe ministrore si i Mbrojtjes, Punëve të Jashtme, Financave dhe Ekonomisë.

Media ka ndikim të fortë në zhvillimet politike, pasi në ditët e sotme fushatat zgjedhore dhe reklamat politike kanë kaluar nga media tradicionale në format e reja të mediave online dhe mediave sociale. Media e ushtron ndikimin e saj duke përzgjedhur çështjet dhe individët që i konsideron të rëndësishme për të dalë në lajme. Sa i pranishëm është kandidati në media, dhe lloji i mbulimit që i bëhet kur është i pranishëm, janë faktorë që kushtëzojnë shanset e tij për t'u zgjedhur, duke pasur parasysh që zgjedhësit informacionin politik e marrin nga media.

92 Shih Unionin Ndërparlamentar, Gratë në Politikë: 30 Vite në Retrospektivë, (Fleta e të Dhënave), 2006, URL: http://archive.ipu.org/pdf/publications/wmninfokit06_en.pdf

93 Shih Institutin Ndërkombëtar për Demokraci dhe Ndihmë Zgjedhore, Baza e të Dhënave për Kuotat Gjinore në Parlamentet e Botës, URL: <https://www.idea.int/data-tools/data/gender-quotas>

94 Llogaritjet e bëra nga UN Women bazohen në informacionin e dhënë nga Misionet e Përhershme në Kombet e Bashkuara. Disa drejtues mbajnë si postin e shefit të qeverisë, ashtu edhe të kreut të shtetit. Në këtë dokument janë parasysh vetëm krerët e zgjedhur të shteteve.

95 Kabineti i Ministrave i Republikës së Shqipërisë, Nëntor 2022, URL: <https://www.kryeministria.al/en/qeveria/>

96 Të dhënat janë marrë nga faqja e Kuvendit të Shqipërisë, Nëntor 2022, URL: <http://www.parlament.al/deputet>

Kjo çështje është ngritur edhe nga OSBE/ODIHR-i në Raportin Përfundimtar për zgjedhjet për Kuvendin të vitit 2021. Raporti thekson se *“Partitë kryesore u përpoqën të rrisin vizibilitetin e grave kandidatë në fushatë ndërsa kuota e detyrueshme për gratë u tejkalua në shumicën e listave të kandidatëve. Gratë morën mbi një të tretën e vendeve në parlamentin e ri. Kandidatet gra dhe aktorët e tjerë përfituan vetëm 19 për qind të mbulimit të fushatës në lajmet dhe programet e aktualitetit në mediat e monitoruara nga Misioni i ODIHR-it për Vëzhgimin e Zgjedhjeve. Gratë ishin të nënpërfaqësuar në të gjithë administratën zgjedhore.”*⁹⁷

Duke qenë se shumica e njerëzve nuk lidhen drejtpërdrejt me kandidatët për zgjedhje, media dhe gazetarët luajnë një rol vendimtar në përcjelljen e shqetësimeve të zgjedhësve si dhe shërbejnë si garanci që politikanët të trajtojnë çështjet e publikut në programet e tyre. Gazetarët kanë detyrimin që këto çështje t’i sjellin në vëmendjen e politikëbërësve. Pjesë e këtij detyrimi është edhe që gazetarët ta orientojnë publikun në çështjet më serioze, si dhe ta mbajnë larg çështjeve të parëndësishme, por që në mënyrë të gabuar mund të zënë vend kryesor. Disa nga gabimet e zakonshme janë:

i. Vendosja e stilit mbi substancën

Ndodh që më shumë vëmendje i kushtohet pamjes së jashtme (flokëve, peshës dhe veshjeve) të grave sesa fakteve rreth votave që mbledhin, politikat dhe programet e tyre. Gjashtë për qind e lajmeve që mbulonin gratë në zgjedhjet për guvernatorë dhe senatorë në SHBA në vitin 2002 përqendroheshin tek pamja e tyre, krahasuar me një për qind në rastin e burrave.⁹⁸

Një raport i Observatorit për të Drejtat e Fëmijëve dhe Rinisë, me mbështetjen e UN Women në Shqipëri,⁹⁹ zbuloi se gjatë fushatës për zgjedhjet parlamentare 2021 në Shqipëri, pavarësisht se gratë përbënin 40% të kandidatëve për deputetë, në artikujt apo transmetimet që përmendnin apo diskutonin kandidatët, vetëm 22% e tyre kishin të bënin me gratë, pjesa e mbetur prej 78% ishin për burrat. I njëjti raport flet edhe për imazhet grafike që u përdorën për të prezantuar dhe bërë dallimin midis kandidatëve gjatë një takimi televiziv të partisë në pushtet, i cili solli reagime dhe kritika nga një pjesë e madhe e spektrit politik si dhe nga organizatat e shoqërisë civile.¹⁰⁰

Në raportin paszgjedhor 2021 të publikuar nga zyra e OSBE/ODIHR-it theksohej se pati *“disa raste të dukshme gjatë fushatës kur u përdor gjuha seksiste kundër grave”*.¹⁰¹

97 Zyra e OSBE-së për Institucione Demokratike dhe të Drejtat e Njeriut, Zgjedhjet për Kuvendin, 25 prill 2021, Vëzhgimi i Zgjedhjeve nga ODIHR-i, Raporti Përfundimtar, f.2, (Tiranë, 2021), URL: <https://www.osce.org/files/f/documents/5/1/493687.pdf>

98 Shih Dianne G. Bystrom, Mary Christine Banwart, Lynda Lee Kaid dhe Terry A. Robertson, Komunikimi në lidhje me Çështjet Gjinore dhe Fushatën: Reklamat në Televizion, Faqe Interneti dhe Mbulimi Mediatik, 2006.

99 Vëzhguesi për të Drejtat e Fëmijëve dhe të Rinjve, Dhuna ndaj grave gjatë zgjedhjeve dhe anshmëria gjinore gjatë mbulimit mediatik të zgjedhjeve të vitit 2021 në Republikën e Shqipërisë, (Tiranë, 2021), URL: https://albania.unwomen.org/sites/default/files/2022-06/media_brief_web.pdf

100 Çështja ka të bëjë me komentet përçmuese të kryeministrit gjatë ditëve të hapjes së fushatës ndaj anëtares së opozitës Grida Duma, URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Tk6nr3zwOBE>

101 Zyra e OSBE-së për Institucione Demokratike dhe të Drejtat e Njeriut, Zgjedhjet për Kuvendin, 25 prill 2021, Vëzhgimi i Zgjedhjeve nga ODIHR-i, Raporti Përfundimtar, f.14, (Tiranë, 2021), URL: <https://www.osce.org/files/f/documents/5/1/493687.pdf>

ii. Seksualizimi

Sipas një studimi për seksizmin, ngacmimin dhe dhunën ndaj grave parlamentare që përfshiu 39 vende në pesë zona të botës, 27.3% e të anketuarave thanë se mediat tradicionale kishin botuar fotografi ose deklarata përcmuese me theks të fortë seksual për to. Ky numër rritej në 41.8% për fotot apo komentet e mediave sociale.¹⁰²

iii. Gjendja familjare dhe personale

Shpesh nga titujt kryesorë të gazetave mëson se politikanet gra janë nëna të pamartuara, ose gra që kanë fëmijë. Për burrat, tema se si ata ekuilibrojnë punën me jetën familjare diskutohet rrallë në media. Por për gratë është e zakonshme të diskutohet vështirësia e gjetjes së ekuilibrit midis rolit si nënë dhe grua në karrierë – shpesh i quajtur si “arti i zhonglimit”.¹⁰³

Rregullat për mbulimin e çështjeve gjinore¹⁰⁴

- Të promovohet transmetimi gjithëpërfshirës që reflekton këndvështrimet të cilat pasqyrojnë dallimet gjinore për çështjet në fjalë;
- Të merren masa që formati i programeve, përzgjedhja e të ftuarve, koha që i akordohet secilit të ftuar, roli i moderatorit, dhe pamjet që do të transmetohen t’u krijojnë mundësi kandidatëve gra të japin kontribut të efektshëm në debate dhe të shmangin stereotipin që i vendos burrat në qendër dhe gratë në margjinat e politikës;
- Të shmanget përdorimi i stereotipive gjinore ose gjuhës së njëanshme;
- Përfaqësimi i barabartë gjinor të vendoset si kusht në politikën redaksionale;
- Të shmanget “tabloidizimi” i mediave kur është fjala për prezantimin e kandidatëve gra;
- Të mos përdoren referenca seksiste për kandidatet gra, p.sh., referencë për statusin e tyre familjar ose marrëdhënien e tyre me të tjerët (“nëna”, “gruaja”, “vajza” etj.);
- Të promovohet trajnimi i gazetarëve dhe gazetareve për barazinë gjinore me qëllim përfshirjen e dimensionit gjinor në lajme dhe programe politike;
- Të monitorohen angazhimet gjinore të marra nga partitë politike dhe të raportohet për ecurinë e tyre;
- Të monitorohen në mënyrë të rregull transmetimet me qëllim që të vendosen objektivat e duhura për përfaqësimin gjinor në baza të barabarta;
- Të miratohen politika të ndjeshme gjinore në nivel redaksie.¹⁰⁵

¹⁰² Unioni Ndërparlamentar, Seksizmi, Ngacmimi dhe dhuna ndaj grave parlamentare, (Gjenevë, 2016), URL: <http://archive.ipu.org/pdf/publications/issuesbrief-e.pdf>

¹⁰³ KE. Portretizimi i Politikës – Paketë Instrumentesh për Aspektet Gjinore dhe Televizionin, (Strasbourg, 2005), URL: <https://www.Coe.int/T/Dg4/Cultureheritage/Mars/Source/Resources/References/Others/53%20-%20Portraying%20Politics%20-%202006%20COMP.Pdf>

¹⁰⁴ Anita Ramšak, PhD, Ministria e Punëve të Jashtme të Republikës së Sllovenisë, Udhëzime për Raportimin me Ndjeshmëri Gjinore, (Lubjanë, 2017), URL: http://www.ekvilib.org/wp-content/uploads/2017/06/en_GUIDELINES_FOR_GENDER_SENSITIVE_REPORTING.pdf

¹⁰⁵ Për më shumë burime për çështjet me ndjeshmëri gjinore gjatë zgjedhjeve, ju lutemi referojuni Projektit ACE, Gjinia dhe Zgjedhjet, URL: <https://aceproject.org/ace-en/topics/ge/onePage>

REKOMANDIME PËRFUNDIMTARE

Ndjekja e udhëzimeve themelore etike profesionale është mënyra më e mirë që një gazetar të mbrohet nga një mori presionesh që mund të priten gjatë gjithë periudhës zgjedhore. Gazetari nuk duhet të harrojë kurrë faktin se ai përfaqëson pikëpamjet dhe shqetësimet e qytetarëve të zakonshëm dhe se ai vepron duke qenë i pajisur me mandatin e interesit publik, pavarësisht nga pronësia (publike apo private) e medias ku punon.

Përgjegjësia e një gazetari nuk kufizohet vetëm në pasqyrimin e betejës politike. Gjithmonë në mendjen e tij në plan të parë duhet të jetë pyetja nëse janë krijuar apo jo kushtet për zgjedhje të lira dhe të ndershme, që ato të zhvillohen në mënyrë të hapur dhe japin rezultate të besueshme. Është përgjegjësi e gazetarëve dhe mediave që të informojnë publikun për gabimet, parregullsitë dhe abuzimet që ata kanë dokumentuar, pa u përpjekur të luajnë rolin e policit, gjyqtarit apo komisionerit zgjedhor.

Gazetarët kanë përgjegjësi:

1. Të raportojnë në lidhje me respektimin e kërkesave ligjore të zgjedhjeve, duke i kushtuar vëmendje të veçantë përshtatshmërisë së kandidatëve dhe ndarjes së zonave zgjedhore;
2. Të mbulojnë rolin dhe punën e KQZ-së, të të gjitha organeve dhe agjencive qeveritare dhe personelit përkatës që kanë rol në procesin zgjedhor. Të mbikëqyrin dhe vlerësojnë të gjitha emërimet e drejtuesve në organet që kanë lidhje me zgjedhjet, si dhe aktivitetin dhe sjelljen e tyre gjatë periudhës së zgjedhjeve;
3. Të analizojnë udhëzimet që KQZ-ja dhe institucionet vendore u japin zgjedhësve në lidhje me procedurat e votimit, përfshirë veprimet që lejohen dhe ato që nuk lejohen. Të ndihmojnë publikun të informohet për këto procedura, përfshirë orarin e votimit, qendrat e votimit dhe mënyrën e votimit. Të raportojnë për çdo mangësi të konstatuar;
4. Të hetojnë nëse partitë politike dhe kandidatët përmbushin të drejtat dhe detyrimet e përcaktuara në Kodin Zgjedhor dhe legjislacionin tjetër në fuqi;
5. Të kërkojnë që të gjitha partitë politike dhe kandidatët të kenë zë të barabartë në media, veçanërisht në ato publike;
6. Në ditën e zgjedhjeve, të vizitojnë një numër qendrash votimi si dhe vendet e numërimit të votave, me qëllim që raportimi i votimit dhe numërimit të votave të bëhen në mënyrë të drejtë dhe të saktë. T'u kushtojnë vëmendje zonave të vogla, rurale ose të izoluar. T'i kushtojnë vëmendje të veçantë votimit në zonat e pakicave;
7. Të mos publikojnë apo transmetojnë rezultatet e zgjedhjeve pa u shpallur zyrtarisht nga komisioni përkatës zgjedhor;
8. Në rastet kur rezultatet kundërshtohen, të specifikojnë arsyet e veçanta për të cilat kundërshtohen rezultatet, si dhe procedurën që duhet ndjekur për paraqitjen e ankesave;
9. Të jenë në gjendje të bëjnë dallimin midis parregullsive zgjedhore për shkak të mungesës së trajnimit apo njohurive nga ana e administratës zgjedhore dhe atyre që pasqyrojnë mashtrime me qëllim ndryshimin e rezultateve të votimit;
10. Të përdorin organizatat e shoqërisë civile dhe aktorët e tjerë si burime gjatë vlerësimit të procesit zgjedhor dhe dhënies së informacionit për publikun.

BURIME SHITESË PËR GAZETARËT

- Këshilli i OKB-së për të Drejtat e Njeriut, Raporti i Relatorit të Posaçëm për përkrahjen dhe mbrojtjen e të drejtës për liri të mendimit dhe të shprehjes, 2011, URL: https://www2.ohchr.org/english/bodies/hrcouncil/docs/17session/A.HRC.17.27_en.pdf
- KE. Rekomandimet dhe deklaratat e Komitetit të Ministrave të Këshillit të Evropës në fushën e medias dhe shoqërisë së informacionit, 2016, URL: <https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTMContent?documentId=0900001680645b44>
- KE. Tekste të miratuara nga Komiteti i Ministrave në lidhje me median dhe zgjedhjet, 2015 – 2022, URL: <https://www.coe.int/en/web/freedom-expression/committee-of-ministers-adopted-texts>
- KE. Paketë Instrumentesh për Shoqërinë Civile për mbikëqyrjen e Mbulimit Mediatik të Zgjedhjeve, <https://rm.coe.int/monitoring-of-media-coverage-of-elections-toolkit-for-civil-society-or/1680a06bc6>
- Organizata për Siguri dhe Bashkëpunim në Evropë. Angazhimet: Liria e Medias, Liria e Shprehjes, Rrjedha e Lirë e Informacioneve, 1975-2017, 2017, https://www.osce.org/files/f/documents/4/f/99565_0.pdf
- Organizata për Siguri dhe Bashkëpunim në Evropë. Vendimi Nr. 3, Siguria e Gazetarëve, 2018, URL: <https://www.osce.org/files/mcdec0003%20safety%20of%20journalists%20en.pdf>
- Organizata për Siguri dhe Bashkëpunim në Evropë. Udhëzime për Vëzhgimin e Fushatave Zgjedhore në Rrjetet Sociale, 2021, URL: https://www.osce.org/files/f/documents/4/1/500581_0.pdf

BIBLIOGRAFI

- Andrew Guess, Jonathan Nagler dhe Joshua Tucker, Më pak se sa mendoni: Përhapja dhe parashikuesit e shpërndarjes së lajmeve të rreme në Facebook (2019)
- Anita Ramšak, PhD, Ministria e Punëve të Jashtme e Republikës së Sllovenisë, Udhëzues për Raportimin e Ndjeshëm Gjinator (Ljubllanë, 2017)
- Neni 19, 'Gjuha e urrejtjes' e shpjeguar: Paketë me instrumenta (Londër, 2015)
- Cappello M. (red.), Mbulimi mediatik i zgjedhjeve: kuadri ligjor në Evropë, IRIS Special, Observatori Evropian Audiovizual (Strasburg, 2017)
- Komisioni Qendror i Zgjedhjeve, Vendimi për Metodologjinë e monitorimit të mediave audio dhe audiovizive (Tiranë, 2021)
- Konventa e Këshillit të Evropës (1950) për Mbrojtjen e të Drejtave të Njeriut dhe Lirive Themelore
- KE, 1950, "Konventa për Mbrojtjen e të Drejtave të Njeriut dhe Lirive Themelore". Seria e Traktateve të Këshillit të Evropës 005. Strasburg: KE
- KE, Rezoluta e PACE 2143 (2017) mbi median dhe gazetarinë në internet: sfidat dhe llogaridhënia (Strasburg, 2017)
- KE, Portretizimi i Politikës – Paketë me Instrumente për Gjininë dhe Televizionin (Strasburg, 2005)
- KE, Rekomandimi CM/Rec(2022)12 i Komitetit të Ministrave drejtuar Shteteve Anëtare mbi komunikimin zgjedhor dhe mbulimin mediatik të fushatave zgjedhore (Strasburg, 2022)

- KE, Rekomandimi CM/Rec(2022)16 i Komitetit të Ministrave të KiE për shtetet anëtare lidhur me luftën kundër gjuhës së urrejtjes (Strasburg, 2016)
- KE, Rekomandimi Nr. R(99)15 dhe Rekomandimi CM/Rec (2007)15 i Komitetit të Ministrave drejtuar Shteteve Anëtare mbi masat në lidhje me mbulimin mediatik të fushatave zgjedhore
- Dianne G. Bystrom, Mary Christine Banëart, Lynda Lee Kaid dhe Terry A. Robertson, Komunikimi i gjinisë dhe fushatës: Reklamat televizive, faqet e internetit dhe mbulimi mediatik, 2006
- GJEDNJ, Çështja Bowman kundër Mbretërisë së Bashkuar [GC], nr. 24839/94, 19 shkurt 1998
- GJEDNJ, Çështja Feret kundër Belgjikës, nr. 15615/07, 10 tetor 2009
- GJEDNJ, Çështja Lingens kundër Austrisë, nr. 9815/82, 8 korrik 1986
- GJEDNJ, Çështja Nadtoka kundër Rusisë, nr. nr. 38010/05, 31 maj 2016
- Edson C. Tandoc Jr., Zheng Wei Lim & Richard Ling (2018) Përcaktimi i "lajmeve të rreme", Gazetaria Digjitale, 6:2, 137-153
- Komisioni Evropian për Demokracinë Përmes Ligjit, Kodi i Praktikës së Mirë në Çështjet Zgjedhore (Strasburg, 2002)
- Komisioni Evropian, Drejtoria e Përgjithshme për Rrjetet e Komunikimit, Përmbajtjen dhe Teknologjinë, Një qasje shumëdimensionale ndaj dezinformimit: Raporti i Grupit të pavarur të nivelit të lartë mbi lajmet e rreme dhe dezinformimin në internet (Bruksel 2018),
- Fondacioni Evropian për Studime të Azisë Jugore (EFSAS), Roli i lajmeve të rreme në nxitjen e gjuhës së urrejtjes dhe ekstremizmit në internet; Promovimi i masave të përshtatshme për trajtimin e fenomenit
- Bashkimi Evropian, "Karta e të Drejtave Themelore e Bashkimit Evropian." Gazeta Zyrtare e Bashkimit Evropian C83, vëll. 53, Bashkimi Evropian, 2010
- Unioni Ndërparlamentar, Seksizmi, Ngacmimi dhe dhuna ndaj grave deputete (Gjenevë, 2016)
- Unioni Ndërparlamentar, Gratë në Politikë: 30 vjet në Retrospektivë (Të dhëna tabelare), 2006
- Instituti Ndërkombëtar Republikan, Lufta kundër Manipulimit të Informacionit: Libër lojërash për zgjedhjet dhe më gjerë (2021)
- Ligji nr. 10 019, datë 29.12.2008 "Kodi Zgjedhor i Republikës së Shqipërisë", Neni 81, Lajmet e radios dhe televizionit publik (Tiranë, 2008)
- Ligji nr. 7895, datë 27.1.1995 "Kodi Penal i Republikës së Shqipërisë" (Tiranë, 1995)
- Ligji nr. 8417, datë 21.10.1998, Kushtetuta e Republikës së Shqipërisë (Tiranë, 1998)
- Ligji nr. 97/2013 "Për mediat audiovizive në Republikën e Shqipërisë" (Tiranë, 2013)
- Ligji nr. 9918, datë 19.5.2008 "Për komunikimet elektronike në Republikën e Shqipërisë" (Tiranë, 2008)
- Observatori për të drejtat e fëmijëve dhe të rinjve, dhuna ndaj grave gjatë zgjedhjeve (VAWE) dhe paragjykimet gjinore në pasqyrimin mediatik të zgjedhjeve të 2021 në Shqipëri (Tiranë, 2021)
- Organizata për Siguri dhe Bashkëpunim në Evropë, Deklarata e Përbashkët për Lirinë e Shprehjes dhe Zgjedhjet në Epokën Digjitale, 30.04.2020
- Organizata për Siguri dhe Bashkëpunim në Evropë, Deklarata e Përbashkët për Politikanët dhe Zyrtarët Publikë dhe Lirinë e Shprehjes, 20.10.2021
- Organizata për Siguri dhe Bashkëpunim në Evropë, Deklarata e Përbashkët për Lirinë e Shprehjes dhe Drejtësinë Gjinore, 03.05.2022
- OSBE, Mandati i Përfaqësuesit të OSBE-së për Lirinë e Medias, Vendimi i Këshillit të Përhershëm Nr. 193, 05.12.1997 (Vjenë, 1997)

- Zyra e OSBE-së për Institucionet Demokratike dhe të Drejtat e Njeriut, Zgjedhjet Parlamentare 25 Prill 2021, ODIHR Vëzhgimi i Kufizuar i Zgjedhjeve, Raporti Përfundimtar i Misionit (Tiranë, 2021)
- Samuel Woolley, Në shumë demokraci, dezinformimi synon më të dobët (2022)
- New York Times, Gazetaria Etike: Një Manual i Vlerave dhe Praktikave për Departamentet e Lajmeve dhe Opinioneve
- Asambleja e Përgjithshme e OKB-së, Konventa për Eliminimin e të Gjitha Formave të Diskriminimit kundër Grave, 18 dhjetor 1979, Kombet e Bashkuara, Seria e Traktatit, vëll. 1249, f. 13
- Asambleja e Përgjithshme e KB, (1948). Deklarata Universale e të Drejtave të Njeriut (217 [III] A). Paris,
- Komiteti i OKB-së për të Drejtat e Njeriut (sesioni i 57-të: 1996: Gjenevë), Koment i përgjithshëm i miratuar nga Komiteti i të Drejtave të Njeriut sipas nenit 40, paragrafi 4, i Konventës Ndërkombëtare për të Drejtat Civile dhe Politike, dhe Komiteti i të Drejtave të Njeriut i OKB-së. (seanca e 102-të: 2011: Gjenevë)
- Komiteti i OKB-së për të Drejtat e Njeriut, Komenti i Përgjithshëm nr. 34, Neni 19, Liria e mendimit dhe e shprehjes
- Komiteti i OKB-së për të Drejtat e Njeriut, komenti i përgjithshëm nr. 25 (1996)
- Këshilli i OKB-së për të Drejtat e Njeriut, Raporti i Raportuesit Special për promovimin dhe mbrojtjen e të drejtës për lirinë e mendimit dhe të shprehjes (Nju Jork, 2011)
- UNESCO, Plani i Veprimit për Sigurinë e Gazetarëve dhe Çështjen e Mosndëshkimit (2016)
- UNESCO, Transmetimi Publik Pse? Si? (Montreal, 2001)
- Kombet e Bashkuara (Asambleja e Përgjithshme), 1966. "Konventa Ndërkombëtare për të Drejtat Civile dhe Politike". Seria e Traktatit 999 (dhjetor)
- Kombet e Bashkuara (Asambleja e Përgjithshme). 1966. "Konventa Ndërkombëtare për të Drejtat Civile dhe Politike". Seria e Traktatit 999 (dhjetor): 171
- Kombet e Bashkuara (Asambleja e Përgjithshme). 1966. "Konventa Ndërkombëtare për të Drejtat Ekonomike, Sociale dhe Kulturore". Seria e Traktatit 999 (dhjetor): 171
- Programi i Kombeve të Bashkuara për Zhvillim, Media dhe Zgjedhjet: Udhëzues për specialistët e zgjedhjeve (Nju Jork)
- Kombet e Bashkuara, Konventa për të drejtat e fëmijës (1989) Traktati nr. 27531. Seria e Traktatit të Kombeve të Bashkuara, 1577
- Kombet e Bashkuara, Komiteti i të Drejtave të Njeriut, Vëzhgimet përmbyllëse mbi raportin e katërt periodik të Uzbekistanit, CCPR/C/UZB/CO/4 (Nju Jork, 2015)
- Kombet e Bashkuara, Komiteti i të Drejtave të Njeriut, Komenti i Përgjithshëm Nr. 25 (Nju Jork, 1996)
- Kombet e Bashkuara, Komiteti i të Drejtave të Njeriut, Komenti i Përgjithshëm Nr. 25 (Nju Jork, 1996)
- Kombet e Bashkuara, Komiteti i të Drejtave të Njeriut, Komenti i Përgjithshëm Nr. 25 (Nju Jork, 1996)
- Kombet e Bashkuara, Pakti Ndërkombëtar për të Drejtat Civile dhe Politike, 1966
- Kombet e Bashkuara. 1966. "Konventa Ndërkombëtare për Eliminimin e të Gjitha Formave të Diskriminimit Racor." Seria e Traktatit 660 (Mars): 195
- Kombet e Bashkuara. 2006. "Konventa për të Drejtat e Personave me Aftësi të Kufizuara". Seria e Traktatit 2515 (dhjetor): 3

CIP Katalogimi në botim BK Tiranë

OSCE

Udhëzues për raportimin etik dhe profesional
të zgjedhjeve nga mediat në Shqipëri /
OSCE. – Tiranë : Gent Grafik, 2023
72 f. ; 17.6x25 cm.

Bibliogr.

ISBN 978-9928-395-07-8

1.Masmedia 2.Gazetaria 3.Zgjedhje
4.Komunikimi 5.Udhëzues, doracak, etj.
6.Shqipëri
659.3:324(496.5) (035)

