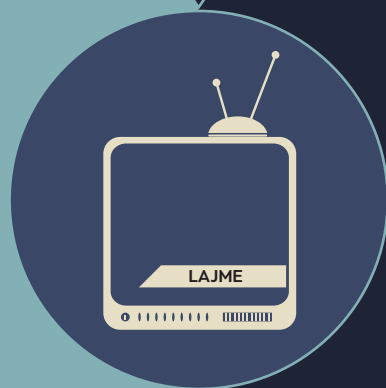


# DORACAQ

## UDHËZIME PËR PARANDALIMIN E KORRUPSIONIT DHE PROMOVIMIN E ETIKËS NË MEDIA



AUTOR: DR. IVICA SIMONOVSKI

QERSHOR 2022, SHKUP

## DORACAK: UDHËZIME PËR PARANDALIMIN E KORRUPSIONIT DHE PROMOVIMIN E ETIKËS NË MEDIA

**Autor:** Dr. Ivica Simonovski

**Botues:** Këshilli për etikë në media në Maqedoni

Qershor 2022, Shkup

Ky doracak është përgatitur nga dr. Ivica Simonovski, i angazhuar nga Këshilli i Etikës në Mediat e Maqedonisë, me mbështetjen e popullit amerikan përmes Agjencisë së SHBA-së për Zhvillim Ndërkombëtar (USAID). Mendimet e shprehura në këtë doracak i takojnë autorit dhe nuk pasqyrojnë qëndrimet e Agjencisë së SHBA-së për Zhvillim Ndërkombëtar ose të Qeverisë së Shteteve të Bashkuara të Amerikës..



**USAID**  
NGA POPULLI AMERIKAN



KËSHILLI PËR ETIKË NË MEDIA  
NË MAQEDONI

# PËRMBAJTJA

HYRJE	5
KAPITULLI I: KORRUPSIONI NË MEDIA	9
1. LLOJET E KORRUPSIONIT NË MEDIA	11
1.1. RYSHFET, MITO DHE DETYRIM	11
1.2. PRANIMI I DHURATAVE DHE PUBLIKIMI I REKLAMEVE DHE LAJMEVE TË RREME	12
1.3. NEPOTIZMI	13
1.4. MARRJA PENG E MEDIAVE	14
2. MANIFESTIMI I KORRUPSIONIT NË MEDIAT	15
2.1. ZBATIMI I URDHËRAVE TË KUNDËRTA ME INTEGRITETIN GAZETARESKE DHE ETIKËN	15
2.2. PARAQITJA E MEDIAVE ME STRUKTURË PRONËSORE JOTRANSPARENTË	16
2.3. INFORMIMI SELEKTIV	17
3. TRANSPARENCA NË MEDIA	17
3.1. TRANSPARENCA E STRUKTURËS SË PRONËSISË	18
3.2. KEQPËRDORIMI I PERSONAVE JURIDIK – MEDIAT	21
4. SHKAQET KRYESORE (SHYTYTËSIT) PËR KORRUPSION NË MEDIA	24
KAPITULLI II: FUQIA E MEDIAVE NË LUFTËN KUNDËR KORRUPSIONIT- RREZIKU DHE KONTEKSTI	26
1. STANDARDET PROFESIONALE NË MEDIA	28
1.2. NORMAT ETIKE	30
2. SISTEMI I BRENDSHËM I INTEGRITETIT	33
2.1. VETËRREGULLIMI I MEDIAVE	33
3. ROLI I INTERNETIT SI PLATFORMË SHYTYTËSE DHE IMPLIKIMET PËR VETËRREGULLIM	37
PËRFUNDIM	39
UDHËZIME PËR PARANDALIMIN E KORRUPSIONIT NË MEDIA	40
1. UDHËZIME PËR PARANDALIMIN E GAZETARIT PËR PËRFSHIRJE NË KORRUPSION	41
2. TRANSPARENCA E MEDIAS	41
3. REKOMANDIME PËR NDËRHYRJE LIGJORE DHE PËRMIRËSIM TË ZBATIMIT TË LIGJEVE	44
4. RRIJTJA E NDËRGJEGJËSIMIT PËR RREZIQET E KORRUPSIONIT TEK MEDIAT DHE GAZETARËT	45
5. UDHËZIME PËR KEMM PËR RREGULLIM MË TË MIRË NË MEDIA	46
LITERATURA E PËRDORUR	47



# AKRONIME

**DSHMA** – Drejtoria për shërbime mediatike audivizuale

**BE** – Bashkimi Evropian

**SHGM** – Shoqata e Gazetarëve të Maqedonisë

**ICANN** – Korporata e internetit për ndarjen e emrave dhe numrave

**IRL** – Laboratori Raportues Hulumtues

**ITU** – Unioni ndërkombëtarë për telekomunikime

**PTHP NKOK** - Prokuroria themelore publike për ndjekje të kriminalitetit të organizuar dhe korrupsionit

**RMV** – Republika e Maqedonisë së Veriut

**SHBA** – Shtetet e Bashkuara të Amerikës

**KEMM** – Këshilli i Etikës në Media e Maqedonisë

**FATF** – Financial Action Task Forces/ Grupi operativ për veprim financiar

**W3C** – Konsorciumi për rrjetin botëror

# ▷ HYRJE

Mediat shpesh quhen shtylla e katërt e demokracisë. Ato kanë një rol kyç në monitorimin dhe hulumtimin e funksionimit të institucioneve publike dhe informimin në kohë të publikut. Megjithatë, mediat dhe gazetarët nuk janë imune ndaj korrupsionit. Megjithëse ekziston vetëm hulumtim dhe ndërgjegjësim i kufizuar për korrupsionin në media, ekziston një konsensus i gjerë se zhvillimi i mediave të lajmeve, të pavarura, të mbrojtura ligjërisht, të menaxhuara profesionalisht dhe ekonomikisht të qëndrueshme është thelbësore për të siguruar media llogaridhënëse, të përgjegjshme dhe etike.<sup>1</sup>

Në vendet në zhvillim, media shpesh përballet me një kombinim faktorësh që krijojnë terren pjellor për korrupsion, sikurse janë:

- ▶ **Mungesa e trajnimit dhe aftësive teknike;**
- ▶ **Standarde të ulëta profesionale;**
- ▶ **Burime të kufizuara financiare;**
- ▶ **Strukturat komplekse të pronësisë ku në të shumtën e rasteve janë të përfshirë përfaqësues nga qeveria apo njerëz të afërt me ata dhe**
- ▶ **Korniza ligjore joadekuate dhe jodemokratike.<sup>2</sup>**

Korrupsioni në peizazhin mediatik mund të shfaqet në forma të ndryshme si për shembull:

- ▶ **Ryshfeti;**
- ▶ **Marrja e dhuratave dhe publikimi i reklamave dhe lajmeve të rreme;**
- ▶ **Nepotizmi dhe**
- ▶ **Mediat e mara peng (nga interesa private apo politike).**

Lufta kundër korrupsionit në media mund të përfshijë një gamë të gjerë qasjesh përmes të cilave do të sigurohet zbatim i kornizave të duhura ligjore për të garantuar pavarësinë dhe forcimin e lirisë së medias, transparencë në strukturën e pronësisë dhe llogaridhënien për punën e bërë, rritje të ndërgjegjësimit për standardet etike dhe promovimi i përgjegjësisë dhe llogaridhënies së medias, si dhe mbështetja e gazetarisë investigative përmes trajnimeve teknike.<sup>3</sup>

Si parakushte të rëndësishme për luftën kundër korrupsionit në media, janë vendosur dhe zbatuar **korniza adekuate ligjore** me qëllim të garantimit të së drejtës së informimit dhe lirisë e medias. Në të njëjtën kohë, kornizat ligjore duhet të lejojnë rishikimin

1 Wasil Schauseil (2019), *Overview of corruption in the Media*, U4 Anti-Corruption Resource Center and Transparency International, Shih më shumë në: <https://knowledgehub.transparency.org/helpdesk/overview-of-corruption-in-the-media>;

2 Njejt.

3 Mara Mendes (2013), *Overview of corruption in the media in developing countries*, Anti-corruption Resource Center and Transparency International, shih më shumë në: <https://www.u4.no/publications/overview-of-corruption-in-the-media-in-developing-countries>;

vazhdueshëm të rregullave dhe rregulloreve që kufizojnë fushëveprimin e së drejtës për informacion, të tilla si janë disa ligje kufizuese për shpifjen ose proceset dhe procedurat e shtrenjta dhe burokratike për regjistrim dhe licencim. Kjo do të kontribuojë në mbrojtjen e gazetarëve nga arbitrariteti politik, ndëshkimi ligjor apo dhuna.<sup>4</sup>

**Pavarësia**, respektivisht liria e mediave informative, të shtypura dhe radiodifuzive, duhet të jetë në të njëjtin korrelacion si me pavarësinë e gjyqësorit. Sepse shkalla e arritur e pavarësisë në të dy sistemet paraqet një tregues kyç i nivelit të arritur të sundimit të ligjit dhe demokracisë në një vend.

Në parim, mediat e lira nuk duhet të përgjigjen përpara politikanëve, sepse ato shërbejnë si kundërpeshë ndaj korrupsionit në jetën publike. Prandaj, mediat duhet të fitojnë mbrojtje të veçantë në drejtim të kryerjes profesionale dhe të paanshme të detyrave të rregullta. Në të kundërtën, krijohen kushte të volitshme për gjymtimin praktik të shoqërisë civile, jo vetëm nga mungesa e informacionit dhe krijimi i territ mediatik, por edhe nga përhapja e lajmeve të rreme dhe dezinformata, si dhe nga pamundësia e provokimit të një debati publik, që në fakt paraqesin disa nga komponentët vlerësues të shoqërisë së lirë dhe të hapur.

**Pronësia** e medias private mbart me vete rrezikun e paraqtijes së një konglomerati të masmediave. Përqendrimi i pronësisë së medias paraqet një kërcënim serioz për pluralizmin mediatik, i cili nga ana tjetër është një nga kushtet themelore për zhvillimin e demokracisë dhe realizimin e të drejtave themelore të njeriut - të drejtën për lirinë e shprehjes. Nga ana tjetër, përqendrimi i pronësisë së medias në duart e disave mund të heshtë zërat kundërshtues dhe të përbëjë një kërcënim për demokracinë nëpërmjet aftësisë së vet për të manipuluar opinionin e elektoratit. Ky është një kërcënim që kërkon rregullim të fortë dhe parimor për të frenuar bashkimet dhe ndërmarrjet. Vendet duhet të sigurohen që gjithmonë të ketë konkurrencë në tregun mediatik. Nga ana tjetër, transparencja e medias lidhur me strukturën e pronësisë si dhe disponueshmëria dhe publikimi i raporteve financiare duhet të jetë një mënyrë e jashtëzakonshme dhe parimore e çdo mediumi në luftën kundër korrupsionit. Megjithatë, nuk duhet harruar se jetojmë në një botë të globalizuar, në të cilën epoka satelitore dhe interneti janë vazhdimisht në rritje, shfaqja e mediave online që nuk janë të rregulluara ligjërisht, minojnë themelet e parimit të transparencës dhe llogaridhënies.<sup>5</sup>

Sipas rezultateve të një ankete për perceptimin e korrupsionit për mediat online të kryer nga konsulenti i jashtëm DESO për nevojat e Këshillit për Etikë në Media në Maqedoni

4 Association of Accredited Public Policy Advocates to the European Union, *Fighting corruption in the media*, (2016), shih më shumë në: <http://www.aalep.eu/fighting-corruption-media>

5 Association of Accredited Public Policy Advocates to the European Union, *Fighting corruption in the media*, (2016), shih më shumë në: <http://www.aalep.eu/fighting-corruption-media>

(KEMM), është konstatuar se për shkak të mungesës së rregullimit të këtyre mediave, por edhe për shkak të paqëndrueshmërisë financiare, sektori i medias online është subjekt i nënshtruar ndaj korrupsionit kryesisht nga sektori i biznesit, por edhe nga partitë politike dhe institucionet shtetërore. Të anketuarit saktësuan se më të prekshëm janë pronarët e portaleve informative dhe redaktorët, e më së paku gazetarët.<sup>6</sup>

Në drejtim të sigurimit të një parimi udhëzues drejt kryerjes efektive të profesionit të tyre, **duhet të vendosen standardet profesionale të gazetarëve** duke siguruar trajnime adekuate teknike për informimin profesional dhe zbulimin e aktiviteteve korruptive, si dhe vendosjen e një **kodi të etikës**, ku publikisht përcaktohen funksionet, të drejtat dhe detyrat e tyre, duke parandaluar në këtë mënyrë shfaqjen dhe depërtimin e elementeve korruptive në funksionimin e medias. Nga ky aspekt, komuniteti ndërkombëtar, shoqëria civile dhe qeveritë duhet të forcojnë përpjekjet e tyre për të ndërtuar standarde profesionale dhe kapacitete të përshtatshme në fushën e gazetarisë që do të parandalojnë pa probleme dhe paanshmëri shfaqjen e aktiviteteve korruptive në kuadër të funksionimit të tyre dhe në të njëjtën kohë do të kontribuojnë për zbulimin në kohë të formave të shfaqura të korrupsionit në shoqëri dhe informimin në kohë të publikut dhe institucioneve kompetente për këtë. Me fjalë të tjera, gazetarët shpesh shfaqen në rolin e sinjalizuesve, duke shpallur publikisht aktivitete korruptive për politikanë të caktuar, parti politike apo grupe të fuqishme interesi dhe për të cilat autoritetet kompetente hetimore nuk kanë ndërmarrë veprimet e duhura për t'i ndjekur penalisht, ata kanë nevojë për mbrojtje nga shteti përmes zgjidhjeve të rregulluara ligjërish.

**Monitorimi dhe llogaridhënia e medias** është gjithashtu një mjet dhe qasje efektive për të luftuar korrupsionin në media. Këtu, organet rregullatore luajnë një rol të rëndësishëm në monitorimin e medias dhe për të siguruar që gazetarët të përmbushin standardet etike. Këto organe duhet të jenë të pavarura dhe të lira nga çdo ndikim dhe ndërhyrje e jashtme dhe të krijojnë sisteme llogaridhënieje të mediave dhe gazetarëve me qëllim që të sigurohet garanci që mediat dhe gazetarët i respektojnë rregullat etike.<sup>7</sup>

Nga ana tjetër, roli i mediave në luftën kundër korrupsionit përmes **gazetarisë investigative** është jashtëzakonisht i rëndësishëm. Gazetaria investigative është një nga armët kryesore që mund të përdoret nga publiku për zbulimin në kohë të aktiviteteve kriminale, përfshirë edhe aktivitetet korruptive dhe tipologjitë korruptive, duke kontribuar në qeverisje të përgjegjshme dhe llogaridhëse, duke promovuar interesin publik.

---

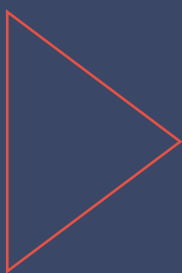
6 Gabriela Andreevska dhe Risto Karjakov (2022), *Qëndrimet rreth korrupsionit në mediat online në Maqedoninë e Veriut*, DeSo Development Solution,

7 Association of Accredited Public Policy Advocates to the European Union, *Fighting corruption in the media*, (2016), shih më shumë në: <http://www.aalep.eu/fighting-corruption-media>

Gjithnjë e më shumë po i kushtohet vëmendje shpenzimit të parave publike në media, përfshirë mediat online, (kryesisht gjatë zgjedhjeve kur paratë publike derdhen në mediat online pa impersum (redaktor, pronësi dhe editorial), pa respektuar disa norma dhe standarde për raportim etik të zgjedhjeve dhe respektim të kodit të gazetarëve) dhe e gjithë kjo e miratuar nga partitë politike. Nga ky aspekt, për të parandaluar aktivitete të mundshme korruptive, mediat dhe mediat online duhet të regjistrohen në regjistra të mediave profesionale që do të kenë besueshmëri duke përfshirë të gjithë komponentët e lartpërmendur, e gjithë kjo në drejtim të rritjes së profesionalizmit, transparencës dhe llogaridhënies, paanshmërisë në informim, me një qëllim të vetëm, parandalimin e korrupsionit. Në të njëjtën kohë, në procesin e regjistrimit, media duhet të përmbushë standardet minimale që do të jenë pjesë e rekomandimeve në këtë Doracak.

Qëllimi i këtij doracaku, i dedikuar kryesisht për punonjësit e medias dhe gazetarët, është të rrisë ndërgjegjësimin për rreziqet nga korrupsioni në media (të shkruara dhe elektronike), si dhe të ofrojë rekomandime të përshtatshme për reduktimin e tyre, si dhe rekomandime për forcimin e rolit të medias në luftën kundër korrupsionit.





# KAPITULLI I: KORRUPSIONI NË MEDIA

Korrupsioni është një metastazë që prek të gjitha organet vitale të një shoqërie. Profesion i gazetarisë është në thelb një profesion i ndershëm dhe i virtytshëm. Kuptohet, gazetarët dhe mediat si forca e shtatë (apo si shtylla e katërt) nuk janë kursyer fare dhe për këtë flasin një sërë praktikash të këqija të ndodhura në vitet e kaluara ku manifestimet e korrupsionit në mediat u shfaqën më së shumti përmes fushatave të paguara të qeverisë ose reklamave politike të paguara me paratë e shtetit. Mediat kanë potencialin të jenë një mjet efektiv në luftën kundër korrupsionit, por në të njëjtën kohë edhe vet janë të ekspozuara ndaj rrezikut të korrupsionit.

Si burimi më i rëndësishëm për informimin e publikut, mediat mund të përfaqësojnë një kanal të rëndësishëm për manipulimin e opinionit publik në favor të interesave të tyre dhe të grupeve të caktuara politike apo të fuqishme të biznesit. Kanalet e ndryshme mediatike mund të përdoren për të mbuluar rastet e **keqpërdorimeve, klientelizmit dhe mashtrimit**, ndër të tjera, sepse të njëjtat marrin donacione të drejtpërdrejta sipas natyrës, zhvatje ose para për (mos)mbulimin e gazetarëve dhe redaktorëve.<sup>8</sup> Marrja peng e mediave mund të marrë edhe forma indirekte përmes rregulloreve administrative dhe legislative (për shembull: ligjet e licencimit), të cilat favorizojnë interesat e caktuara politike ose biznesi.

**Vendosja e reklamave të fshehta** është një mënyrë tjetër për të ndikuar në raportimin mediatik, që shpesh rezulton nga marrëveshjet e fshehta të gjera midis gazetarëve,

8 Mendes, Maria. 2013. Overview of Corruption in the Media in Developing Countries, Transparency International U4 Expert Answer.

marrëdhënieve me publikun dhe agjencive reklamuese. Të kërkuar “reklamë” për mospublikimin e disa lajmeve, apo të kërkuar “shpërblim” për publikimin e informacionit janë disa nga format më të zakonshme të përdorimit të teknikave korruptive në botën e medias dhe gazetarisë. Pranimi i ryshfetit si formë korrupsioni apo shfaqja e nepotizmit gjatë punësimit apo shkarkimi i stafit vetëm për mosndjekjen e politikave të caktuara editoriale në kundërshtim me standardet etike dhe morale në gazetari është po aq e rrezikshme.

Nga më sipër, mund të konkludojmë se korrupsioni në peizazhin mediatik mund të shfaqet në lloje të ndryshme si për shembull:

- ▶ ***Ryshfeti;***
- ▶ ***Marrja e dhuratave dhe publikimi i reklamave dhe lajmeve të rreme;***
- ▶ ***Nepotizmi dhe***
- ▶ ***Media e marra penf (nga interesa private apo politike).***

Një nga qëllimet e këtij doracaku do të jetë shpjegimi i formave të përmendura të korrupsionit dhe manifestimi i tyre në botën mediatike, si dhe theksimi i shtytësve kyç (arsyet kryesore) që mundësojnë kushte për shfaqjen e tyre.



# 1. LLOJET E KORRUPSIONIT NË MEDIA

## 1.1. RYSHFETI, MITO DHE DETYRIMI

Aspekti i parë i korrupsionit në media është ndjeshmëria e medias dhe i vetë gazetarëve ndaj sjelljeve korruptive. Edhe pse mund të themi se profesioni i gazetarit është i ndershëm dhe i virtytshëm, megjithatë disa prej tyre nuk janë imun dhe as të përjashtuar nga përfshirja në aktivitete korruptive. Duke pasur fuqinë e fjalës në media, gazetarët kanë përballë vetes një fuqi të madhe shoqërore dhe politike, të cilën shpesh herë dinë ta keqpërdorin për interesat e tyre personale duke marrë mito apo ryshfet. Nga ana tjetër, korporatat që kërkojnë një spin pozitiv nuk ndalojnë kurrë së kërkuari gazetarë të papërvojë ose joetikë.<sup>9</sup>

Ka shumë shembuj të gazetarëve, redaktorëve dhe shtëpive mediatike që kanë marrë ryshfet ose material të paguar të maskuar si lajme, ose janë përpjekur apo kanë zhvatur para për publikimin e storjeve të favorshme ose për mospublikimin e storjeve të dëmshme në të cilat aktorët kryesorë janë struktura të caktuara politike ose grupe të fuqishme biznesi.

Hulumtimi i Shoqatës Ndërkombëtare për Etikë në Media (Center for International Media Ethics - CIMA)<sup>10</sup> thekson se marrja e ryshfetit në forma të ndryshme (më shpesh para në dorë) për aktivitete editoriale dhe joetike në media janë praktika të zakonshme për vendet e pazhvilluara dhe në zhvillim, ku bëjnë pjesë edhe vendet e Evropës Jugore, duke përfshirë vendet e Ballkanit Perëndimor. Përkatësisht, media dhe gazetarët mund të japin ryshfet kur:

- 1. synojnë të marrin më shumë informacion rreth storjes dhe**
- 2. të raportojnë përmbajtje me të dhëna dhe informacione të rreme.**

Por, media ose gazetari mund të marrë ryshfet dhe mito edhe kur:

- 1. duan të mbulojnë një storje të caktuar ose**
- 2. të ndryshojnë mbulimi i një ngjarjeje në dobi ose në disavantazh të një pale të tretë.**

Natyrisht, praktika të tilla minojnë ndjeshëm integritetin dhe paanshmërinë e raportimit mediatik, gjë që në praktikë rezulton me publikimin e të ashtuquajturave lajme “të rreme”

9 Marcela Kunova (2021), *Who pays when a Journalist is bribed?*, Publikuar: 13 Prill 2021, qasur më 22.06.2022, shih më shumë në: <https://www.journalism.co.uk/news/who-pays-when-a-journalist-is-bribed-/s2/a813127/>

10 Mara Mendes (2013), *Overview of corruption in the media in developing countries*, Anti-corruption Resource Centerand Transparency International, shih më shumë në: <https://www.u4.no/publications/overview-of-corruption-in-the-media-in-developing-countries>;

ose lajme të fabrikua, lajme të njëanshme ose lajme që janë në shitje.<sup>11</sup>

Për të rritur ndërgjegjësimin publik dhe profesional, veçanërisht te gazetarët dhe mediat, ata duhet të dinë se rshfeti në media mund të ndodhë në tre nivelet e mëposhtme:

Niveli	(I) Niveli ndërpersonal	(II) Brenda organizues	(III) Niveli ndërorganizues
Forma	Gazetari drejtpërdrejt e merr parandë e gatshme nga burimi i lajmit	Ndikim i drejtpërdrejtë nga Redaktori ndaj gazetarit duke i dhënë urdhëra konkrete dhe udhëzime çka të shkruaj apo mos shkruaj	Raport i drejtpërdrejtë përmes një marrëveshje formalo-juridike mes kompanisë dhe mediumit, ku kompania paguan shumën e mjetëve në këmbin të publikimit të një numri të caktuar të shkrimeve pozitive për kompaninë konkrete, lajme me të cilat sulmohet një kompani e caktuar konkurrenente apo lajme të rreme.

## 1.2. PRANIMI I DHURATAVE DHE PUBLIKIMI I REKLAMAVE DHE LAJMEVE TË RREME

Strukturat politike dhe grupet e fuqishme të biznesit mund të ushtrojnë ndikimin e tyre në media dhe raportimin mediatic përmes mjeteve alternative si rshfeti dhe publikimi i reklamave. Në vendet e pazhvilluara si dhe vendet në zhvillim, efekti i pagave të ulëta të gazetarëve është një shtytës kryesor. Domethënë, në mjediset e tilla, gazetarët priren të jenë veçanërisht të cenueshëm ndaj kësaj forme të korrupsionit. Ky lloj korrupsioni në media është shpesh rezultat i marrëveshjeve të fshehta të gjera midis gazetarëve dhe organizatave, veprimtaria e të cilave është marrëdhëniet me publikun dhe reklamimi.<sup>12</sup>

Edhe pse media dhe gazetarët duhet të mbrohen dhe të jenë pavarur nga ndikimet e jashtme politike, korporative dhe ndikime të tjera me qëllim mos të rrezikojnë politikën editoriale, ekziston ende mundësia që ata të përfshihen duke marrë lloje të ndryshme

11 Association of Accredited Public Policy Advocates to the European Union, *Fighting corruption in the media*, (2016), shih më shumë në: <http://www.aalep.eu/fighting-corruption-media>

12 Boshnjakoski M., Shopar V., Bujarovski Z (2005), *Etika në Mediat në Evropën Juglindore*, Instituti Maqedonas i Mediave, 2005, fq. 6.

dhuratash dhe shpërblimesh nga ato për të cilat raportojnë. Si shembull të tillë mund të përmendim vizitën zyrtare të delegacionit të Qeverisë së RMV-së në Romë, në kuadër të krenimit të 24 majit, Ditës së arsimtarëve mbarësllavë Shn. Kiril dhe Metodi, ku vetëm një pjesë e mediave private morën mundësinë, pa shpallur publikisht kriteret për selektimin e gazetarëve nga Qeveria e RMV-së për përzgjedhjen e tyre. Ky lloj i qasjes selektive të Qeverisë, pa asnjë kriter, mund të interpretohet edhe si favorizim i mediave konkrete.<sup>13</sup>

Nga ana tjetër, vendosja e një reklame në media, veçanërisht në ato që nuk deklarohen si të tilla, është një mënyrë tjetër për të ndikuar në pasqyrimin pozitiv të një lajmi, të dhëne apo informacioni për një çështje të caktuar, duke deformuar politikën editoriale dhe procesin e saj në këtë mënyrë. Këtu mund të veçohen disa shembuj, ndër të cilët më të përfaqësuar do t'i ndajmë këto:

- ▶ Njoftimi i organizatave mediatike për një tendencë në rritje të kompanive të marrëdhënies me publikun që përdorin lajme pseudo të pavarura dhe objektive për të promovuar produktet e klientëve të tyre;
- ▶ Praktika e marrjes së parave të gatshme për një lajm apo koment të caktuar përfshin shfaqjen e një reklame me pagesë si koment editorial ose opinion;
- ▶ Publikimi i reklamave të fshehta që mund të shfaqen për arsye politike, por vetëm në rastet kur një parti politike apo kandidat i caktuar arrin të fitojë ndikim në një media të caktuar.<sup>14</sup>

### 1.3. NEPOTIZMI

Shfaqja e nepotizmit zakonisht ndodh në procedurat e punësimit të gazetarëve dhe punonjësve të tjerë të medias, të cilët janë të afërt dhe kanë një lloj lidhjeje dhe marrëdhëniesh me menaxhmentin apo pronarit të medias. Kjo praktikë synon të krijojë të ashtuquajturin gazetar “robot”, i cili, nën drejtimin dhe komandën e drejtpërdrejtë, do të zbatojë urdhrat e redaktorit, duke publikuar lajme, informacione dhe të dhëna të rreme ose të përzgjedhura, në kundërshtim me integritetin dhe kodin e etikës së gazetarit. Një praktikë e tillë mund të shfaqet në rast se një parti e caktuar politike, përfaqësues të pushtetit ose grupe dhe korporata të fuqishme biznesi regjistrojnë një medium, duke punësuar gazetarë ose persona pa përvojë në gazetari, për të krijuar dhe publikuar lajme që do t'i lavdëronin ata dhe suksesin dhe performancën në punë.

E njëjta gjë ndodh edhe me shkarkimin e gazetarëve profesionistë të punësuar, të cilët, të udhëhequr nga parimet e integritetit dhe etikës, kundërshtojnë hapur disa politika dhe praktika

13 Tahiri Sefer (2022), Integriteti i gazetarëve, kusht për një politikë të pavarur redaktuese, botuar më 08.06.2022, shih më shumë në: <https://kdpolitik.com/mk/2022/06/08/integritetet-na-novinarite-uslov-za-n/>

14 Association of Accredited Public Policy Advocates to the European Union, *Fighting corruption in the media*, (2016), shih më shumë në: <http://www.aalep.eu/fighting-corruption-media>

editoriale që janë në kundërshtim me normat dhe parimet e medias dhe i zëvendësojnë ato me të ashtuquajturit gazetarë të “bindur” që do të zbatojnë në heshtje udhëzimet e politikës redaktuese.

## 1.4. MARRJA PENG E MEDIAVE

**M**eqenëse masmediat janë shpesh burimi më i rëndësishëm i informacionit për çështjet publike për qytetarët, ato janë gjithashtu një mjet i rëndësishëm për të manipuluar opinionin publik për interesa private ose politike.

Marrja peng e mediave është një formë dështimi të menaxhimit nga pronarët e mediave që ndodh kur ata avancojnë shqetësimet komerciale ose politike të grupeve të interesit të veçantë shtetëror dhe/ose joshetëror që kontrollojnë industrinë e medias në vend që t'i mbajnë ato grupe përgjegjëse dhe të raportojnë në interes të publikut. Është një problem sistematik i qeverisjes ku liderët politikë dhe pronarët e mediave punojnë së bashku në një marrëdhënie simbiotike por reciproke korruptive: pronarët e mediave sigurojnë mbulim mbështetës të lajmeve për liderët politikë në këmbim të trajtimit të favorshëm të qeverisë për bizneset dhe interesat e tyre politike, ose pronari i medias mund të ushtrojë një ndikim më delikat dhe indirekt në vendimet administrative apo ndërhyrjet legjislative që ndikojnë në rregulloret e medias në favor të tyre.<sup>15</sup>

Rezultati i këtij fenomeni mund të çojë në krijimin e një regjimi hibrid, në gjysmë të rrugës midis demokracisë dhe një shteti totalitar. Guriev dhe Treisman i quajten “autokratë informacioni” tipologji e re të elitave politike, strategjia kryesore e të cilave për ruajtjen e pushtetit është sigurimi i kontrollit të rrjedhës së informacioneve përmes një sërë mekanizmash pa u sulmuar drejtpërdrejt gazetarët.<sup>16</sup>

### 1.4.1. MARRJA PENG E MEDIAVE NGA RREGULLATORËT

Një nga aspektet më shqetësuese të fenomenit të marrjes peng të mediave ka të bëjë me funksionalitetin e organeve rregullatore të ngarkuara me monitorimin dhe sanksionimin e veprimeve që shkelin ligjet e sferës mediatike. Kur ato nuk janë të pavarura, hasim të ashtuquajturën robërim rregullator, term që i referohet tendencës së rregullatorit për t'u kontrolluar nga elitat politike, duke avancuar në këtë mënyrë axhendën e tyre në dëm të standardeve profesionale.<sup>17</sup>

15 Shih më shumë në: <https://www.cima.ned.org/themes/media-capture/>

16 Sergei Guriev and Daniel Treisman (2019), *Informational Autocrats*, Journal of Economic Perspectives—Volume 33, Number 4—Fall 2019—Pages 100–127

17 Resource Centre on Media Freedom in Europe (2019), *Media capture: Toolkit for 21st century autocrats*, shih më shumë në: <https://www.rcmediafreedom.eu/Dossiers/Media-capture-Toolkit-for-21st-century-autocrats>

Sipas praktikave më të mira ndërkombëtare, rregullatorët duhet të jenë funksionalisht dhe financiarisht të pavarur nga autoritetet shtetërore. Megjithatë, ndërhyrja shpesh pengon funksionimin e duhur të këtyre institucioneve. Ndër të tjera, ndërhyrja mund të marrë formën e një përbërje të politizuar të bordit drejtues, mosreagim ndaj rasteve të shumta të shkeljeve të ligjit, licencim partiak dhe sanksionim joadekuat të transmetuesve për shkelje të rregulloreve ekzistuese.

Pavarësia e institucioneve rregullatore është po aq e rëndësishme për mjedisin mediatik sa bankat qendrore të pavarura janë për sistemin monetar. Megjithatë, vendet përballen me vështirësi në rritje në krijimin dhe mbajtjen e rregullatorëve të pavarur të medias, sepse politikanët i shohin rregullatorët e pavarur si një pengesë për aftësinë e tyre për të përdorur burimet shtetërore për të ndikuar në mbulimin mediatik.

## 2. MANIFESTIMI I KORRUPSIONIT NË MEDIA

Duke marrë parasysh format e mësipërme të korrupsionit në media, të njëjtat mund të manifestohen përmes formave të mëposhtme të paraqitura:

### 2.1. ZBATIMI I URDHËVE NË KUNDËRSHTIM ME INTEGRITETIN DHE ETIKËN E GAZETARISË

Një nga mënyrat më të shpeshta të manifestimit të korrupsionit në media është publikimi i porositur, pra mospublikimi i lajmeve, të dhënave dhe informacioneve të caktuara për situata të caktuara shoqërore, veprimtari politike dhe abuzime. Në shumicën e rasteve, mediat e robëruara kryejnë urdhra duke shkruar dhe publikuar artikuj me të cilat theksohet suksesi i një elite të caktuar politike apo pushteti, ose përhapin lajme të rreme dhe propagandë, për më tepër, mund të krijohen perceptime të rreme për fenomene apo ngjarje të caktuara shoqërore, promovimi i artikujve dhe prodhimeve të caktuar dhe ngjashëm. Të tilla urdhra vijnë zakonisht nga struktura të caktuara politike, grupe dhe kompani të fuqishme biznesi, ose nga organizata të caktuara kriminale ose terroriste, të cilat preken nga cilësia e lajmit, pra nga të dhënat dhe informacionet që kanë mediat dhe gazetarët për to dhe gjatë kësaj preken drejtpërdrejt nga shpallje publike duke i rrezikuar në këtë mënyrë. Në veçanti, urdhra të tillë përcillen përmes dy mekanizmave:

- ▶ **Dhënia e ryshfetit** – ku palët e prekura të kapura në situatë ofrojnë para ose shërbime të tjera në këmbim të publikimit ose mospublikimit të lajmeve, të dhënave ose informacionit.
- ▶ **Kërcënime dhe agresione të drejtpërdrejta** – ku palët e prekura, veçanërisht organizatat kriminale ose terroriste, përdoren për qëllime të dërgimit të kërcënimeve të drejtpërdrejta ndaj mediave dhe gazetarëve. (Një shembull i kësaj është sulmi terrorist ndaj organizatës mediatike Charlie Hebdo në vitin 2015, e cila publikoi një storje që tallte grupe të caktuara fetare, pas së cilës pasoi një sulm terrorist ndaj gazetarëve).

Në parim, duke respektuar pozicionimin vertikal në hierarki, gazetari, i udhëhequr nga rrethanat dhe ekzistencialiteti material, duhet të ndjekë urdhrin e dhënë nga redaktori.

## 2.2. SHFAQJA E MEDIAVE ME STRUKTURË PRONËSORE JO TRANSPARENTE

Regjistrimi i mediave, përfshirë mediat online, ku struktura e pronësisë nuk dihet dhe nuk është transparente, ka mundësi abuzimi dhe korrupsioni, sepse pas mediave të tilla zakonisht fshihen parti politike apo grupe të fuqishme biznesi.

Kjo është veçanërisht e theksuar në mediat online që nuk janë të rregulluara me ligj dhe që shërbejnë si platformë për publikimin mediatik të asaj që dëshiron pronari i medias online. Dhe zakonisht pas tyre qëndrojnë partitë politike që përdorin këtë hapësirë të parregulluar për të publikuar sukseset e politikave të tyre të realizuara ose për të prodhuar dhe publikuar lajme të rreme për kundërshtarët e tyre politikë. Duke qenë se ato nuk janë të rregulluara, këtu paraqitet mundësia e konfliktit të interesit ndërmjet pronarëve të mediave online dhe partisë politike. Media të tilla online zakonisht shfaqen para fillimit të procesit zgjedhor dhe kryesisht shërbejnë për të manipuluar opinionin publik duke publikuar lajme të rreme dhe përmbajtje të pavërteta për kundërshtarët politikë. Kjo praktikë është vërejtur edhe në Republikën e Maqedonisë së Veriut, ku mediat online regjistrohen menjëherë para fillimit të procesit zgjedhor dhe të njëjtat regjistrohen në regjistrin e Komisionit Shtetëror të Zgjedhjeve, me qëllim të përfitimit të kompensimit të caktuar buxhetor që i takon medias online për informim të pandërprerë për procesin zgjedhor, si dhe evitohet regjistri i mediave profesionale ([promedia.mk](http://promedia.mk)).



## 2.3. INFORMIMI SELEKTIV

Në luftën ekzistenciale për mbijetesë, qasja e mediave të vogla dhe të mëdha është e ndryshme, veçanërisht ato në nivel lokal ku popullsia po zvogëlohet gjithnjë e më shumë dhe kompanitë po mbyllen për shkak të mungesës së fuqisë punëtore adekuate. Në kushte të tilla, mediat financohen nga publikimi i reklamave nga këto kompani. Në përpjekje për t'i mbajtur ata si klientë të tyre, mediat i drejtohet raportimit dhe publikimit selektiv ose të njëanshëm të informacionit, veçanërisht nëse një kompani e tillë, e cila është kliente e medias, kryen veprimtari të paligjshme. Në një rast të tillë, me qëllim për të ruajtur nevojat financiare, gazetarët dhe mediat nuk publikojnë storje dhe lajme me të cilat do të rrezikonin reputacionin e kompanive.

## ▶ 3. TRANSPARENCA NË MEDIA

Transparenca shpesh trajtohet si një ilaç në procesin politik. Për sa kohë që burimet, të ardhurat, investimet, pronësia, e kështu me radhë, të kompanive publike dhe private janë transparente, vazhdon argumenti, politika rregullatore shtetërore mund të shmanget sepse në një plejadë të tillë gjërash është e panevojshme. Kjo vlen si për sektorët industrialë dhe të shërbimeve të ekonomisë ashtu edhe për politikën - për shembull, industrinë farmaceutike, bujqësore, të armëve ose të lëndëve të para, si dhe për partitë politike dhe organizatat lobuese.

Mediat janë veçanërisht të prekura nga ky ideal, pasi lajmet dhe informacionet konsiderohen të rëndësishme për mirëqenien e demokracisë dhe vendimmarrjen demokratike.

Carolyn Ball (2009) zhvilloi tre kuptime kryesore për transparencën:

- ▶ ***Norma e njohur përgjithësisht.*** Transparenca kuptohet si një normë e njohur përgjithësisht nga shoqëria që synon të kundërshtojë korrupsionin në të gjitha nivelet në institucione dhe organizata të ndryshme shtetërore dhe private. Transparenca këtu angazhohet për vendimmarrje të hapur nga qeveritë dhe qeverisje të mirë në përgjithësi. Në këtë kontekst, transparenca lidhet me përgjegjësinë dhe ajo duhet të ketë efekte direkte dhe indirekte - nga njëra anë, nëpërmjet sjelljes transparente të të gjitha institucioneve dhe organizatave shtetërore, publike, tregtare dhe jofitimprurëse dhe nga ana tjetër, përmes kontrolleve të ndërsjella në nivel institucional. Këtu përfshihen edhe kompanitë mediatike, të cilat kanë një rol të rëndësishëm në sigurimin e transparencës së politikës,

biznesit dhe shoqërisë civile. Transparenca nuk konsiderohet vetëm si një antihelm ndaj korrupsionit, por kontribuon edhe në balancimin e deficiteve demokratike në institucionet e fuqishme, duke forcuar legjitimitetin e tyre në sytë e publikut.<sup>18</sup>

- ▶ **Transparenca.** Transparenca si normë inkurajon hapjen, ndërsa në të njëjtën kohë përforcon shqetësimet për fshehtësinë dhe privatësinë. Transparenca nuk nënkupton vetëm vendimmarrje të hapur, por edhe akses dhe përdorim të lehtë të informacionit për personat dhe organizatat e përfshira dhe të prekura në kontekstin e proceseve të pjesëmarrjes dhe emancipimit. Procesi konfliktual i negociatave për transparencë çon në konfirmimin e fshehtësisë dhe mbrojtjen e privatësisë. Edhe këtu kompanitë mediatike dhe gazetaria luajnë një rol ambivalent për transparencën, fshehtësinë dhe privatësinë.
- ▶ **Kompleksiteti.** Transparenca në parim mund të nënkuptojë kompleksitet, pasi përfshin se kush vendos, çfarë vendimesh merren dhe çfarë informacioni ishin të disponueshme në procesin e vendimmarrjes. Sipas Ballit, vendimmarrësit politikë dhe ekonomikë krijojnë transparencë së bashku me llogaridhënien, besimin, efikasitetin dhe efektivitetin.<sup>19</sup>

## 3.1. TRANSPARENCA E STRUKTURËS SË PRONËSISË

Lloje të ndryshme kompanishë – siç janë kompani, truste, fondacione, partneritete dhe lloje të tjera të personave juridikë (përfshirë mediat) dhe aranzhime - kryejnë një gamë të gjerë aktivitetesh komerciale dhe sipërmarrëse. Megjithatë edhe përkundër rolit thelbësor dhe legjitim që ata luajnë në ekonominë globale, në kushte të caktuara, ato keqpërdoren për qëllime të paligjshme, duke përfshirë pastrimin e parave, rryshfetin dhe korrupsionin, transaksionet e brendshme, mashtrimin tatimor dhe aktivitete të tjera të paligjshme. Kjo për shkak se, për kriminelët që përpiqen të anashkalojnë masat kundër pastrimit të parave dhe financimit të terrorizmit, kompanitë në mesin e të cilave mediat janë një mënyrë tërheqëse për të fshehur dhe konvertuar të ardhurat e krimit përpara se të hyjnë në sistemin financiar.

Abuzimi me median mund të reduktohej ndjeshëm nëse informacioni për pronarin ligjor dhe pronarin e vërtetë përfitues, burimin e fondeve të medias dhe aktivitetet e saj, do të jenë lehtë në dispozicion të autoriteteve dhe të njëjtat publikisht të qasshme, duke demonstruar kështu llogaridhënie dhe transparencë.

Informacioni ligjor dhe i pronësisë përfituese mund të ndihmojë organet në zbatimin e

18 Ball, C. (2009). *What is transparency? Public Integrity*, 11(4), 293–307. <https://doi.org/10.2753/PIN1099-9922110400>

19 Ibid.

ligjit dhe autoritetet e tjera kompetente duke identifikuar ata persona fizikë që mund të jenë përgjegjës për aktivitetin themelor në fjalë ose që mund të kenë informacion përkatës për hetime të mëtejshme. Kjo i lejon autoritetet të “ndjekin paratë” në hetimet financiare që përfshijnë llogari/pasuri të dyshimta që kanë persona juridikë, respektivisht media. Megjithatë, vendet përballen me sfida të rëndësishme në zbatimin e masave për të siguruar disponueshmërinë në kohë të informacionit të saktë për pronarët e vërtetë. Kjo është veçanërisht sfidë kur entiteti juridik i përfshirë (mediumi) ka një strukturë komplekse që përfshin një përzierje të personave fizikë, subjekteve juridikë dhe marrëveshjeve ligjore të përhapura në juridiksione të shumta, veçanërisht ato të njohura si parajsa fiskale.

Objektivi i standardeve të Task Force të Veprimit Financiar (FATF) për transparencën dhe pronësinë përfituese, është parandalimi i keqpërdorimit të automjeteve të korporatave për pastrim parash ose financim të terrorizmit. Megjithatë, dallohet se këto standarde të FATF-së mbështesin përpjekjet për parandalimin dhe zbulimin e kategorive të tjera specifike të veprave, si krimet tatimore dhe korrupsioni. Në këtë drejtim, masat e zbatuara nga vendet për të përmirësuar transparencën në përputhje me rekomandimet e FATF-së mund të ofrojnë një platformë për të adresuar në mënyrë më efektive problemet serioze si korrupsioni, si dhe për të përmbushur standardet e tjera ndërkombëtare.

Sipas nenit 5 të Direktivës për Shërbimet Mediatike Audiovizive (DSHMA) në versionin e kodifikuar të Direktivës 2010/13/BE<sup>20</sup> ajo deri më tani vetëm ka parashikuar që ofruesit e shërbimeve mediatike audiovizive duhet të vënë në dispozicion një minimum informacioni për shërbimin që ata ofrojnë në formën e:

- ▶ Emri i ofruesit,
- ▶ Adresë,
- ▶ Detajet e kontaktit dhe
- ▶ Detajet e organeve kompetente rregullatore ose mbikëqyrëse (aty ku është e aplikueshme).

Ky detyrim i përgjithshëm i transparencës së strukturës së pronësisë u prezantua mbi bazën asaj se, për shkak të natyrës specifike të shërbimeve mediatike audiovizive, veçanërisht në lidhje me ndikimin e këtyre shërbimeve në mënyrën se si njerëzit formojnë opinionet e tyre, është thelbësore që përdoruesit të dinë saktësisht se kush është përgjegjës për përmbajtjen dhe si dhe në çfarë mënyre mund të kontaktohet.<sup>21</sup>

Transparenca dhe zbulimi i informacionit në lidhje me strukturën e pronësisë së kompanive

20 Directive 2010/13/EU of the European Parliament and of the Council of 10 March 2010 on the coordination of certain provisions laid down by law, regulation or administrative action in Member States concerning the provision of audiovisual media services, OJ L 95, 15.4.2010, pp. 1–24.

21 Recital 45 of Directive 2010/13/EU.

mediatike, megjithatë, nuk mbulohej nga kjo dhe për këtë arsye, rregullat përkatëse ekzistuese në nivel të Shteteve Anëtare nuk janë përcaktuar nga ligji dytësor i Bashkimit Evropian (BE).<sup>22</sup>

Megjithatë, kur DSHMA u ndryshua sipas Direktivës (BE) 2018/1808, dispozita u zgjerua, me një shpjegim shumë të ngjashëm të nevojës për informacion të disponueshëm mbi përgjegjësinë për përmbajtje, duke përfshirë informacionin mbi strukturat e pronësisë. Neni 5(2) tani parashikon që Shtetet Anëtare mund të miratojnë masa ligjore me të cilat kërkohet nga ofruesit e shërbimeve mediatike nën juridiksionin e tyre që të vënë në dispozicion, përveç informacionit të lartpërmendur, detaje në lidhje me strukturën e tyre të pronësisë.

Neni i ri 5(2) dhe pikat 15 dhe 16 u përfshinë në direktivën e ndryshuar me propozim të Këshillit. Në propozimin e tij fillestar, Këshilli sugjeroi që detyrimi i transparencës të përfshijë informacione jo vetëm për strukturat e pronësisë, por edhe për individët e ekspozuar politikisht që zotërojnë ofrues të shërbimeve mediatike. Megjithëse ky formulim nuk u miratua në fund, versioni përfundimtar i nenit 5(2) është kryesisht në përputhje me propozimin e Këshillit, megjithëse ai u plotësua gjatë negociatave për trilogun me një referencë të qartë për të drejtat themelore të pronarëve të vërtetë përfitues të pronës private dhe familjare, pra u zgjodh një formulim që është më pak kufizues për ofruesit e shërbimeve mediatike.

Formulimi i hapur i nenit 5(2) siguron që dispozitat ekzistuese kombëtare që përcaktojnë detyrimet e transparencës për pronësinë e medias mund të mbeten në fuqi.

Transparenca, pavarësisht nga konteksti në të cilin arrihet, mund të çojë në forcimin e besimit në kushtet dhe proceset që ofron vetë mediumi. Në të njëjtën kohë, ai mundëson mbikëqyrjen dhe monitorim, qoftë nga konsumatorët, autoritetet apo studiuesit, dhe krijon një formë llogaridhënieje për kompanitë në fjalë. Rregulloret e transparencës, duke përfshirë detyrimet e përgjithshme të zbulimit dhe kërkesat specifike të informacionit, përdoren shpesh në ligjin dytësor për të marrë parasysh interesat publike. Kjo është veçanërisht e vërtetë në sektorin e medias, ku çështja e transparencës i referohet transparencës së përmbajtjes, pra informacionet që janë të rëndësishëm për procesin demokratik të formimit të opinionit, i cili nga ana e tij ka një ndikim të drejtpërdrejtë në liritë themelore të shprehjes dhe të informimit.

Nga ky këndvështrim, në tekstin e mëposhtëm do të përmbledhim disa nga rregullat e

22 See the European Commission's 2020 Rule of Law Report (COM(2020) 580 final), p. 22, and the accompanying country reports, [https://ec.europa.eu/info/publications/2020-rule-law-report-communication-and-country-chapters\\_en](https://ec.europa.eu/info/publications/2020-rule-law-report-communication-and-country-chapters_en); see also Smith C. and Stolte Y., "The Transparency of Media Ownership in the European Union and Neighbouring States", 2014, [https://www.access-info.org/wp-content/uploads/Transparency\\_of\\_Media\\_Ownership\\_in\\_the\\_EU-09-26-2014.pdf](https://www.access-info.org/wp-content/uploads/Transparency_of_Media_Ownership_in_the_EU-09-26-2014.pdf).

transparencës në legjislacionin dytësor të BE-së, si dhe iniciativat për vetërregullim, në mënyrë që të tregohet rëndësia e transparencës si një parim gjithëpërfshirës, veçanërisht në të drejtën e BE-së, dhe se kjo ka të bëjë me transparencën e pronësisë së medias.

Meqenëse Republika e Maqedonisë së Veriut (RMV) është zotuar që ta transpozojë legjislacionin evropian në kornizën legjislative kombëtare, i njëjti duhet të harmonizohet dhe të zbatohet.

## 3.2. KEQPËRDORIMI I PERSONAVE JURIDIK – MEDIAT

Marrë në përgjithësi, mungesa e informacioneve adekuate, të sakta dhe me kohë mbi pronësinë e medias lehtëson korrupsionin dhe pastrimin e parave duke fshehur:

- ▶ Identitetin e kriminelëve të njohur ose të dyshuar ose personave të ekspozuar politikisht që mund të jenë pjesë e strukturës së pronësisë;
- ▶ Qëllimin aktual të llogarisë ose pronës që ruan mediumi,
- ▶ Burimin ose përdorimin e fondeve ose pronës së lidhur me mediumin.

Praktika ka krijuar disa shembuj se si informacioni në lidhje me pronësinë e përdoruesit të medias mund të fshihet përmes përdorimit të:

- Kompanive guaskë** (të cilat mund të krijohen me forma të ndryshme të strukturës së pronësisë), veçanërisht në rastet kur ka pronësi të huaj që shpërndahet nëpër juridiksione;
- Strukturat komplekse të pronësisë dhe kontrollit** që përfshijnë shumë shtresa aksionesh të regjistruara në emër të personave të tjerë juridikë;
- Aksionet e prurësit** dhe garancitë e prurësit;
- Përdorimi i pakufizuar i personave juridikë** si drejtorë;
- Aksionarët dhe drejtorët e emëruar zyrtarisht**, ku identiteti i propozuesit nuk është zbuluar;
- Aksionarët dhe drejtorët joformalë të emëruar**, të tillë si bashkëpunëtorët e ngushtë dhe familja;
- Trustet dhe marrëveshjet** e tjera ligjore që mundësojnë ndarjen e pronësisë ligjore nga pronësia reale e asetëve dhe
- Përdorimi i ndërmjetësve në formimin e personave juridikë**, duke përfshirë edhe ndërmjetësit profesionistë.

Këto probleme përkeqësohen shumë kur aspekte të ndryshme të subjekteve juridike implikojnë shtete të shumta. Personat e ekspozuar politikisht, si dhe kriminelët, mund të krijojnë, administrojnë, kontrollojnë, zotërojnë dhe menaxhojnë financiarisht persona juridikë të regjistruar në vende të ndryshme, duke penguar kështu autoritetet kompetente

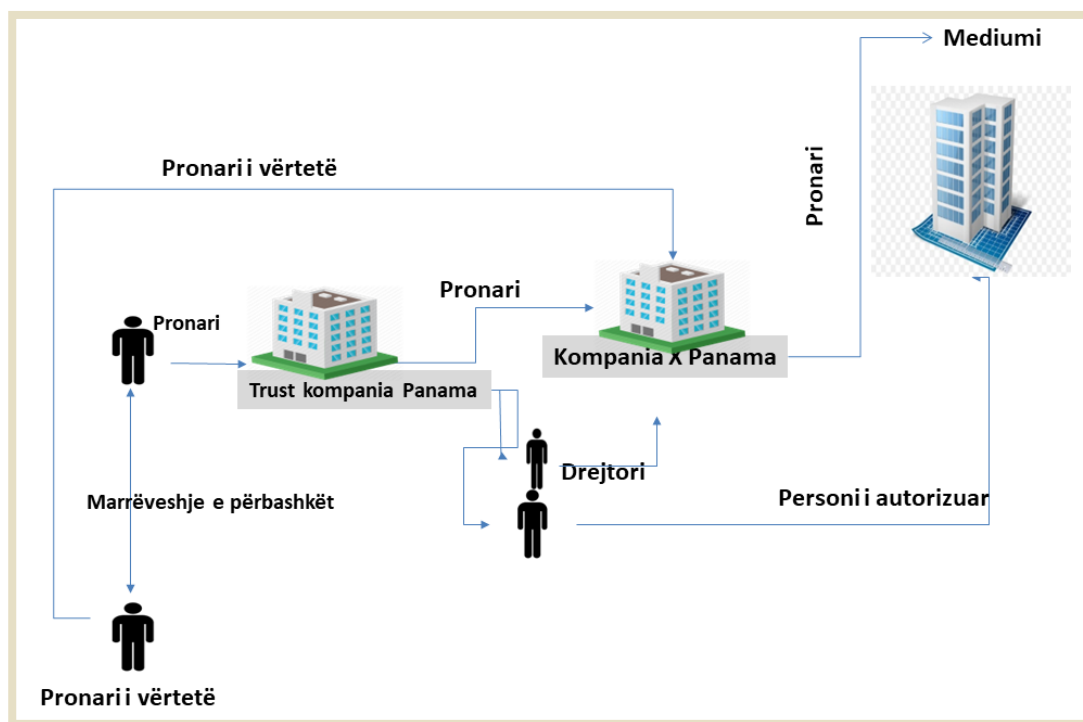
në çdo juridiksion që të marrin të gjithë informacionin përkatës për personin juridik që është lëndë e e një hetimi për pastrimin e parave, ose vepra të tjera të rëndësishme si korrupsioni ose evazioni fiskal.

Strukturat me shumë juridiksione (struktura që përbëhen nga një sërë subjektsh korporative dhe truste të krijuara në vende të ndryshme) mund të jenë veçanërisht të vështira për t'u monitoruar kur transaksionet ndërmjet subjekteve të lidhura që duken të ligjshme përdoren për të pastruar të ardhurat e krimit, përfshirë korrupsionin. Në raste të tilla, vonesat në marrjen e bashkëpunimit ndërkombëtar të nevojshëm për të ndjekur gjurmët e parave, përfundimisht mund të pengojnë ose minojnë hetimin.

Personat juridikë me karakteristika të ngjashme me ato të mësipërme mund të paraqesin rrezik më të lartë për financim të paligjshëm me fonde që vijnë nga vepra penale. Shpesh kompani të tilla nxisin kompleksitetin në strukturën e pronësisë dhe rrisin vështirësinë që autoritetet të marrin informacion të saktë në lidhje me pronësinë përfituese (p.sh., kompanitë guaskë dhe aksionet mbajtëse) kur kryejnë hetime që përfshijnë persona juridikë (media) të dyshuar për abuzim.

Sipas Simonovski & Evgo (2022),<sup>23</sup> në drejtim që të fshihet identiteti i vërtetë i pronarit të vërtetë të personit juridik - media, ata mund të përdorin strukturat e mëposhtme komplekse të pronësisë:

Foto 1: Struktura komplekse e pronësisë



23 Simonovski I. & Evgo K., Hetimet financiare– udhëzues për praktikues, 2022

Foto 2: Pronari përfundimtar me kontroll efikas ndaj personit juridik

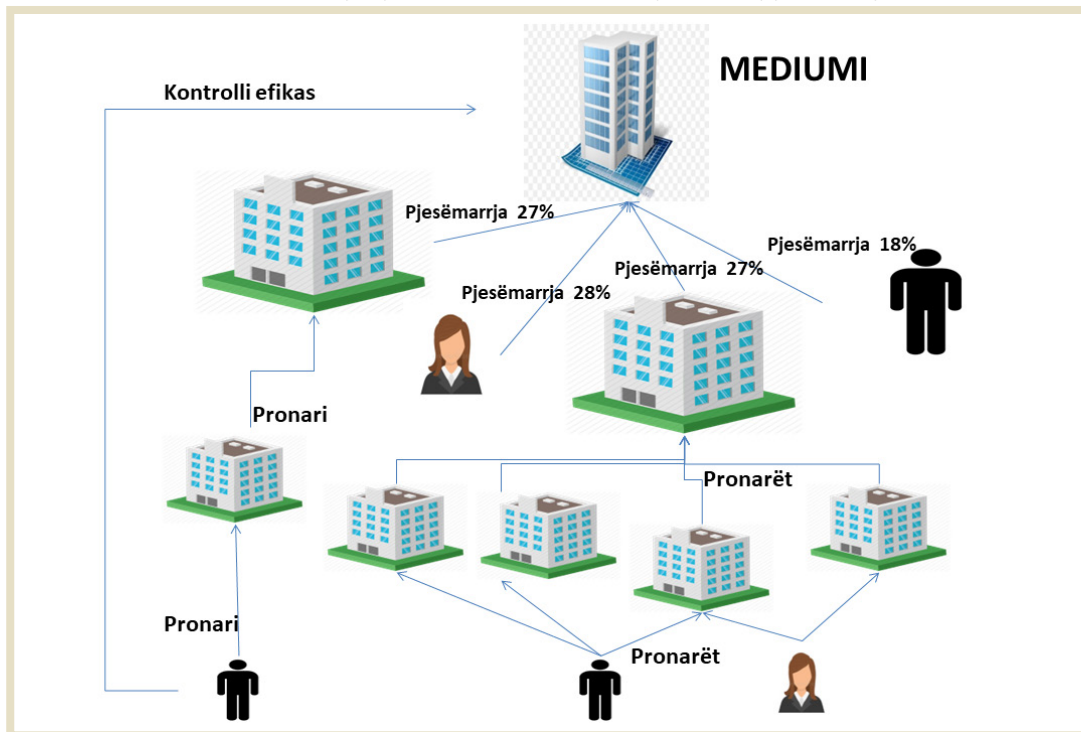
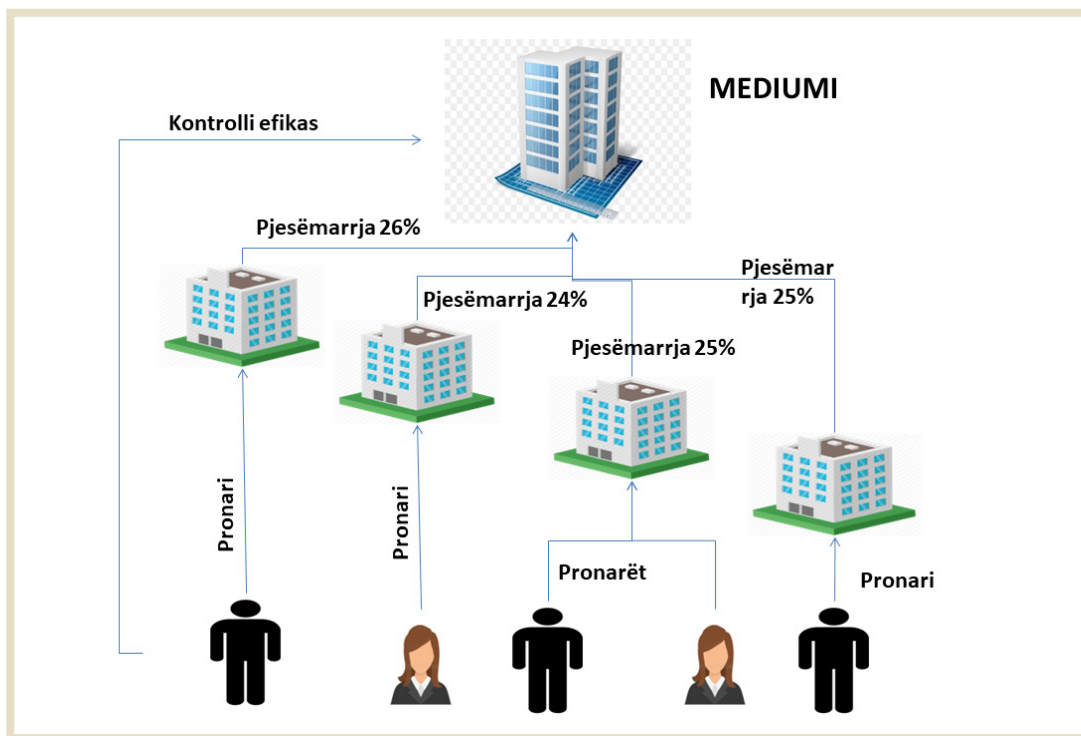


Foto 3: Pronari përfundimtar me kontroll efikas ndaj personit juridik



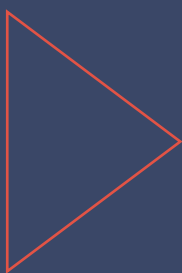
## ▷ 4. SHKAQET KRYESORE (SHTYTËSIT) PËR KORRUPSION NË MEDIA

Arsyet e shfaqjes së korrupsionit në media mund të jenë të ndryshme, por në përgjithësi sistematikisht mund t'i ndajmë në:

- ▶ **Standardi i ulët ekonomik** – është kushti kryesor për shfaqjen e korrupsionit në media. Profesionit i gazetarisë në shumë vende paguhet dobët, kështu që gazetarët shpesh tundohen të jenë të ndjeshëm ndaj ryshfetit dhe korrupsionit. Pozita e dobët materiale, ekzistenciale dhe sociale e gazetarëve dhe familjeve të tyre i vendos gazetarët në situatën për të keqpërdorur profesionin, pra për t'u vënë në shërbim të interesave të dikujt tjetër (politike, afariste, financiare), gjë që kërkon organizim më të mirë sindikal përmes të cilit ata do t'i realizojnë të drejtat e tyre.
- ▶ **Presionet politike** – Presionet politike për përfaqësim të vazhdueshëm dhe të pandërprerë në hapësirën mediatike mundësojnë shfaqjen e korrupsionit, në atë mënyrë që media përmes lidhjes së drejtpërdrejtë me pushtetin mund të marrin në këmbim përfitime të caktuara, moszbatim të kontroleve, përfitime në rregullore, si dhe marrjen e subvencioneve.
- ▶ **Frikësimi dhe shantazhi në vendin e punës** – siç e përmendëm edhe më lart, manifestimi i nepotizmit është i pranishëm në media nga pikëpamja që gazetarët, për të ruajtur integritetin e tyre profesional dhe normat etike, nuk i qasen shantazheve dhe kërcënimeve të drejtuara nga menaxhmenti editorial me qëllim të publikimit, ose mospublikimit të një storje të caktuar, lajmi apo ngjashëm. Kyshtytës apo shkaki shfaqjes së korrupsionit lidhet drejtpërdrejt me standardin e ulët ekonomik të gazetarëve nga pikëpamja që për të mos humbur vendin e punës, ata durojnë vazhdimisht presione dhe shantazhe.
- ▶ **Lidhja në relacionin media-qeveri** – ose i ashtuquajturit klientelizëm, në të cilin qeveria dhe media janë në një marrëdhënie të drejtpërdrejtë, ku qeveria përmes fondeve buxhetore do të financojë një media të caktuar në llogari të lajmeve të favorshme dhe të dhënave për suksesin e qeverisë.
- ▶ **Korniza joadekuat juridike për rregullimin dhe vetërregullimin e medias** – Edhe pse duhet të jetë shkaku i parë apo forca shtytëse, megjithatë nevoja për rregullimin e funksionimit të mediave, zbatimimi i mbikëqyrjes mbi punën e tyre duke mos rrezikuar



gjatë kësaj lirinë e media është thelbësore. Gjithashtu, mungesa e një procesi vetërregullimi mund të çojë në shfaqjen e elementeve korruptive, si p.sh.: nëse një media e caktuar online që është regjistruar pak para zgjedhjeve paraprakisht pa pasur përvojë adekuate, kod etik, mostransparencë të të dhënave për strukturën e pronësisë dhe punën financiare, mungesë impresumit, mungesë të redaktorit/autorit/gazetarit për lajmet që i publikon, me qëllim të marrjes së mjeteve të caktuara ligjore nga buxheti të dedikuara për raportim profesional apo për marrjen e subvencioneve nga qeveria, në këtë rast mund të flitet në mënyrë aktive për një paraqitje të mundshme të korrupsionit.



# KAPITULLI II: FUQIA E MEDIAS NË LUFTËN KUNDËR KORRUPSIONIT – RREZIKU DHE KONTEKSTI

Fuqia e medias në luftën kundër korrupsionit mund të shqyrtohet nga dy perspektiva:

- ➊ Mund të luajnë rolin kryesor në zbulimin e korrupsionit;
- ➋ Të nxisin masa ligjore, politike dhe ndëshkuese ndaj tij dhe
- ➌ Vetërregullimi i medias duke ngritur integritetin dhe standardet etike, duke forcuar pavarësinë e medias përmes politikave të duhura mediatike, duke promovuar përgjegjësinë nëpërmjet një numri të përforcuar dhe të shtuar mbikëqyrjeve dhe kontrolleve nga organe të pavarura rregullatore, llogaridhënie dhe transparencë, si dhe si mbështetje të gazetarisë investigative duke forcuar kapacitetet kuadrore dhe teknike.

Në luftën kundër korrupsionit, media është një shtytës kyç, duke i ofruar publikut informacione mbi aktivitetet qeveritare, administrative dhe të biznesit për të cilat shoqëria duhet të jetë e informuar, duke i ofruar kështu publikut të gjerë një kapacitet kritik për të kërkuar llogari nga ata që janë në pushtet. Nëpërmjet zbulimit, ekspozimit, informimit

dhe edukimit në kohë për efektet e dëmshme të korrupsionit në shoqërinë në tërësi, media mund të rrisë ndjeshëm rrezikun politik të atyre që janë të ekspozuar ndaj praktikave korruptive dhe të inkurajojë ndërgjegjësimin kritik të shoqërisë civile.

Kapaciteti i medias si mjet efektiv në luftën kundër korrupsionit varet drejtpërdrejt nga shkalla e lirisë së tyre. Sipas kësaj, media e lirë dhe e pavarur do të kishin efikasitet më të madh në luftën kundër korrupsionit. Është fakt se mediat e pavarura dhe të lira përfaqësojnë një mjet të rëndësishëm të kontrollit të jashtëm që synon të zbulojë shkeljet e zyrtarëve të qeverisë dhe biznesit. Gazetarët e pavarur që punojnë në tregjet konkurruese dhe pluraliste të medias duhet të kenë një nxitje të fortë për të zbuluar dhe ekspozuar storjet dhe dyshime për aktivitete korruptive në sektorin privat dhe veçanërisht në atë publik.

Në këtë mënyrë, përmes raportimeve mediatike, shtohet mundësia që autorët e këtyre veprave të kapen dhe të ndëshkohen për sjellje korruptive. Në këtë mënyrë, media mund të ndihmojë në mbajtjen e sistemit politik transparent dhe të përgjegjshëm. Në të kundërtën, mungesa e transparencës së sistemit në politikat e qeverisë dhe në procesin e menaxhimit mund të çojë në krijimin e një situatë dhe gjendjeje në të cilën qytetarët do të humbin besimin në sistem, e që nga ana tjetër do të nxisë një efekt kaskadues nëpërmjet mosbindjes civile, gjegjësisht tërheqjen dhe moszbatimin e përgjegjësive themelore qytetare

Sipas Weaver (1977), liria e medias mund të përkufizohet si:

- 1 mungesë relative e kufizimeve të qeverisë për median;
- 2 mungesë e plotë e kufizimeve qeveritare dhe të tjera;
- 3 prani të kushteve që sigurojnë përhapjen e një morie idesh në një audiencë më të madhe.<sup>24</sup>

Nga ana tjetër, ekziston mundësia që korrelacioni pozitiv ndërmjet pavarësisë dhe lirisë së medias dhe korrupsionit në nivelet më të ulëta të mos jetë gjithmonë aq i dukshëm dhe i njohur. Mirëpo, nëse aktivitete të tilla korruptive në nivelet e ulëta bëhen rutinë dhe praktikë e përditshme, duke krijuar kështu një fenomen dhe sjellje shoqërore, në atë rast, sërish roli i medias mund të luajë një rol të rëndësishëm, mbi të gjitha në parandalimin përmes informimit dhe publikimit në kohë dhe në kohë të storjeve hulumtuese.

Por në mënyrë që kjo të arrihet dhe të mundësohet, rekomandohet:

- 1 Të bëhet dallimi dhe të vlerësohen efektet afatshkurtra dhe afatgjata të medias në luftën kundër korrupsionit;
- 2 Forcimi i kapaciteteve të mediave dhe gazetarisë hulumtuese deri në masën e zbulimit në kohë të aktiviteteve korruptive.
- 3 Të bëhet vlerësim nëse madhësia dhe lloji i medias mund të ketë ndikim të drejtpërdrejtë në ndërgjegjësimin, qëndrimet dhe perceptimin e shoqërisë civile për nivelin e korrupsionit.

24 Weaver, David H. 1977. The Press and Government Restriction: A Cross-National Study over Time, in: International Communication Gazette, 23(3): 152- 70;

# 1. STANDARDET PROFESIONALE NË MEDIA

A ta që duhet të bashkohen në angazhimin e tyre për ngritjen e standardeve profesionale janë pikërisht mediat dhe me këtë janë ato që duhet të forcojnë pozitën sociale të gazetarisë. Bashkëpunimi mes gazetarëve në fushën e etikës është gjithashtu një terren i shkëlqyer trajnimi për bashkëpunimin e tyre në kërkimin e të drejtave legjitime nga qeveritë. Megjithatë, cilësia nuk duhet të jetë kurrë një parakusht për lirinë.

**Vetëm një media plotësisht e lirë mund të jetë plotësisht përgjegjëse.** Pa media të lirë, shoqëria civile është e gjymtuar, jo vetëm nga mungesa e informacionit, por edhe nga pamundësia për të nxitur debat publik.

Treguesit për numrin dhe llojin e ankesave të dërguara në Komisionin e Ankesave pranë KEMM gjatë vitit të kaluar (2021) tregojnë se **standardet etike dhe profesionale të gazetarisë janë shkëlqur më së shumti nga mediat online** (76.5%), e ndjekur nga televizioni (17.6%), dhe nga gazetaret e shtypura dhe të përjavshmet (4.4%). Nga gjithsej 68 ankesa të dorëzuara në Komision gjatë vitit të kaluar, numri më i madh është nga qytetarët (33.8%), pasuar nga mediat dhe gazetarët (25%), nga organizatat dhe shoqatat e sektorit civil (22.1%) dhe nga bartës të funksioneve publike, institucione dhe parti politike (19.1%). Nga 68 vendimet e marra, në 38 raste Komisioni ka konstatuar shkelje të Kodit të Gazetarëve dhe ka vendosur sanksion moral, ndërsa 16 ankesa janë të pabaza ose jashtë kompetencës së Komisionit.<sup>25</sup>

Gjëja më shqetësuese për KEMM-në është fakti se shumica e shkeljeve i referohen rregullave bazë të gazetarisë etike: publikimi i informacioneve të sakta, të verifikuara dhe gjithëpërfshirëse (në 60.5% të rasteve) dhe ndarja e fakteve nga opinioni i gazetarit (në 34.2% e rasteve). Në 31.5% të rasteve të regjistruara, gazetarët nuk kanë kultivuar kulturën e të folurit dhe nuk kanë respektuar parimin e komunikimit shembullor me publikun.

Veçanërisht shqetësues është edhe fakti se 23.7% e numrit të përgjithshëm të ankesave kanë të bëjnë me media që kanë përhapur gjuhë të urrejtjes në publik, kanë përdorur deklarata diskriminuese ose kanë nxitur stereotipe, duke shkaktuar në këtë mënyrë dëm serioz tek anëtarët e grupeve të caktuara.<sup>26</sup>

Publiku, i cili informohet **kryesisht nga portalet online** apo media të tjera që nuk respektojnë rregullat e gazetarisë etike, bëhet objekt i lehtë manipulimi për shkak të numrit të madh të informacioneve të fabrikuara apo gjysmë të vërteta. Duke pasur parasysh fuqinë e madhe manipuluese të dezinformatave dhe lajmeve të sajuara apo të rreme që përhapen nën petkun

25 [Standardet etike dhe profesionale të gazetarisë më së shumti shkelen nga mediat online \(semm.mk\)](#)

26 [Infografik - Pasqyrë statistikore e vendimeve të Komisionit për Ankesa për vitin 2021 \(semm.mk\)](#)

e “gazetarisë serioze”, dhe në drejtim të një afirmimi më të madh të vetërregullimit, apelohej që të respektohen rregullat për portalet e internetit.<sup>27</sup>

Megjithatë, përveç futjes së këtyre rregullave, media duhet të punojë me integritet profesional dhe të angazhohet për zbatimin e vazhdueshëm të parimeve bazë të gazetarisë etike.

#### **Përkitazi me këtë, mediat duhet të:**

- ▶ Informojnë, edukojnë dhe argëtojnë;
- ▶ Të inkurajojnë debatin për çështje të rëndësishme me interes publik;
- ▶ Të kenë rol kyç në ndërtimin e një shoqërie demokratike;
- ▶ Në mënyrë objektive dhe të vërtetë të prezantojnë komunitetet e ndryshme në shoqëri dhe të inkurajojnë respektimin e dallimeve ndërmjet tyre.

#### **Ndërsa gazetarët duhet:**

- ▶ Të thërrasin në përgjegjësi bartësit e funksioneve shtetërore dhe të tjera publike;
- ▶ Të hulumtojnë dhe të zbardhin tema që janë me interes publik;
- ▶ Të punojnë të lirë, të pavarur, në një mjedis të sigurt dhe janë të mbrojtur ligjërisht dhe nga aspekti social.

Nëse mediat dhe gazetarët janë të ekspozuar ndaj presionit nga qendra të ndryshme të pushtetit, ekziston një konstelacion marrëdhëniesh që pasqyrojnë një shtet demokratik të pamjaftueshëm të pjekur; futen në “skema” klienteliste apo janë në funksion të përmbushjes së agjendave politike-atëherë pasojnë standardet profesionale.

Gazetaria me interes publik është gazetari që trajton tema dhe i shërben interesit apo përfitimit të numrit më të madh të qytetarëve në shoqëri. Ajo është atëherë kur gazetaret i shërbejnë TË VËRTETËS!

***Detyra themelore e gazetarëve është të respektojnë të vërtetën dhe të drejtën e publikut për t’u informuar.***

---

27 <http://semm.mk/sovet-za-etika-4/pravila-za-chlenstvo>

## 1.2. NORMAT ETIKE

***Parimi bazë i etikës mediatike thotë se: “Gazetarët do të mbrojnë të drejtat dhe lirinë e njeriut, të respektojnë pluralizmin e ideve dhe qëndrimeve, do të kontribuojnë në forcimin e shtetit të së drejtës dhe kontrollin e pushtetit dhe subjekteve të tjera të jetës publike”.***

Kodet e etikës u ofrojnë gazetarëve parime udhëzuese se si të ushtrojnë profesionin e tyre. Emrat e këtyre kodeve ndryshojnë: standardet etike, dispozita etike, kode të sjelljes, kodet e punës, kodet e etikës, etj. Megjithatë, të gjithë kanë qëllime të ngjashme: mbrojtjen e autonomisë së profesionit dhe shërbimin e interesit publik. Te ne është pranuar termi “Kodi i Etikës”.

**Kodi etik i** gazetarëve në Maqedoni është krijuar nga gazetarët në nëntor të vitit 2001. Kodi i etikës është në përputhje me standardet etike të Federatës Ndërkombëtare të Gazetarëve dhe është rezultat i përvojave botërore dhe nevojave për punë profesionale të profesionit të gazetarit në Republikën e Maqedonisë së Veriut.

### **Ai bazohet në parimet e mëposhtme etike:**

- ▶ Liria e medias është një e drejtë e pacenueshme në Maqedoninë e Veriut e garantuar me Nenin. 16 të Kushtetutës;
- ▶ Gazetarët kanë rolin për të përcjellë informacione, ide dhe opinione dhe të drejtën për të komentuar në mënyrë të ndershme, objektive dhe të saktë;
- ▶ Është e drejtë dhe detyrë e gazetarëve që të përpiqen të parandalojnë censurën dhe shtrembërimin e lajmeve

### **Parakushtet e nevojshme për profesionalizëm në media janë:**

- ▶ Siguria e gazetarëve, punonjësve të medias dhe mbrojtja e integritetit të tyre personal;
- ▶ Pavarësia ekonomike dhe sociale e gazetarëve dhe punonjësve të medias;
- ▶ Ndarja e redaksisë nga menaxhmenti i medias dhe pronari;
- ▶ Institucione transparente dhe bashkëpunim i hapur me to;
- ▶ Shkollat e redaksive;
- ▶ Edukimi mediatik i gazetarëve;
- ▶ Redaksitë nuk duhet të jetë nën presionin e qendrave politike dhe të biznesit të pushtetit;
- ▶ Autonomi dhe pavarësi në punën e tyre, dallimi ndërmjet informacionit dhe qëndrimit, ekuilibër politik dhe pluralizëm i pikëpamjeve.

## 1.2.1. SI MEDIAT QË NUK I SHËRBEJNË INTE ESIT PUBLIK JANË TË KORRUPTUARA

Për të kuptuar ndikimin e dëmshëm të formave aktuale të marrëdhënieve ndërmjet politikës/politikanëve dhe mediave, duhet të trajtojmë çështjen e korrupsionit.

Nëse vëzhgojmë rrjetet ndërkombëtare të krimit të organizuar, do të shohim lehtësisht se ato kanë depërtuar me sukses në të gjitha segmentet e jetës njerëzore, përfshirë edhe ekonominë, dhe janë zgjeruar në mbarë botën. Në zemër të të gjithë kësaj është korrupsioni: qeveritë lejuan që sistemet dhe elementët e tyre më të rëndësishëm të tërbohen dhe po aq mbyllën sytë kur sisteme të tilla u shembën, kështu që financuesit dhe biznesmenët vazhduan të grumbullonin pasuri pa ndaluar.<sup>28</sup> Korrupsioni është një tregues i fortë i një demokracie të dobët sepse tregon një klasë politike që është bërë cinike, imorale, jashtë kontrollit dhe e tjetërsuar nga publiku.

**Provat e korrupsionit në media** duhet të kërkohen në shumë nivele. Së pari, se mediat nuk i shërbejnë gjithmonë interesit publik, megjithëse kjo përbën kornizën e punës gazetareske. Pastaj, se është pikërisht burimi dominues i të ardhurave për median (reklama) ajo që e pengon industrinë mediatike të zbatojë “demokratizimin nga brenda”. Në këtë kontekst, është e nevojshme të flitet për situatën e gazetarëve, praktikant dominues dhe (pa)aftësinë e tyre për të menduar në mënyrë kritike për sjelljen e tyre.

Në fund, duhet të merret parasysh edhe problemi i besimit të humbur në institucionet qeveritare (mosbesimi si pasojë e pritshmërive më të larta të shoqërisë për standardet demokratike), prandaj kërkesat për transparencë radikale të punëve institucionale duhet të shoqërohen nga mekanizmat e një demokracie pragmatike, pra demokraci e orientuar drejt zgjidhjes së përbashkët të problemeve. Në këtë proces, roli parësor i medias është të përcaktojë dhe interpretojë metakoncepte që shtrihen përtej interpretimeve ekzistuese dhe proceseve shoqërore.<sup>29</sup>

Nëse i vendosim të gjitha këto në një kontekst më të gjerë, do të shohim se si korrupsioni kontribuoi në barazimin e demokracisë me sistemin e prodhimit kapitalist dhe të stigmatizohet shteti në rolin e tij si një mbrojtës aktiv i interesit publik përballë qeverisjes së pretenduar të tregut, e cila krijoi një situatë në të cilën çështja e privatizimit të pronës kolektive dhe shtetërore është bërë një çështje ekskluzivisht politike, e jo ekonomike.<sup>30</sup> Si rezultat, fituam privatizimin që çoi në zëvendësimin e pronësisë shtetërore me pronësi private të dukshme të grupeve klienteliste të motivuara politikisht. Marrëdhëniet aktuale të pronësisë në sektorin e medias tregojnë qartë se si funksionon dera rrotulluese mes

28 Schneider, L. (2014). *Media freedom indices: What they tell us—and what they don't*. Retrieved from <http://www.dw.com/popups/pdf/37157168/01-2014-media-freedom-indices-pdf.pdf>

29 Ligjin për veprimtarinë transmetuese nga viti 2005 e kanë shkruar disa grupe punuese të krijuara në kuadër të Qendrës për Zhvillimin e Medias, ndërsa i gjithë procesi është udhëhequr dhe koordinuar nga Roberto Beliçanec, një nga aktivistët më të shquar për lirinë e medias dhe të drejtat e njeriut në vend.

30 Intervistë anonime me pronarin e një media transmetuese kombëtare, Shkup, 26 korrik 2013

politikës dhe medias. Për të kuptuar se si funksionon korrupsioni, duhet të kuptojmë parimin bazë të tij, pra mënyrën se si ndikon korrupsioni në qeverisje, ose nëse duam të jemi më të saktë, se si qeverisja e keqe e shkatërron demokracinë.

Demokracia kërkon nga personat që janë në pushtet të qeverisin në dobi të (jo në interes) të gjithëve. **Demokracia mbështetet në lirinë e shprehjes, lirinë e fjalës dhe lirinë e medias. Mediat e korruptuara shënojnë vdekjen e demokracisë. Ato janë institucione thellësisht jodemokratike që e kthejnë shtetin në një kompani private.** Megjithatë, demokracia nuk është as emër, e as mbiemër. Është një folje që tregon një kontroll të vazhdueshëm sesa njerëzit që janë në pushtet në një moment të caktuar punojnë për të mirën e të gjithëve.<sup>31</sup>

Rrjedhimisht, korrupsioni nuk ka prefiks kombëtar dhe as nuk mund të locohet gjeografikisht – ai është një problem global. Kriza që rrethoi industrinë mediatike dhe gazetarinë është mbi të gjitha një krizë e modeleve ekzistuese të menaxhimit të medias. Paul Starr tregon një lidhje të drejtpërdrejtë midis rënies së industrisë së medias së shkruar dhe rritjes së formave të reja të korrupsionit: **“tekstet gazetareske nuk janë e vetmja gjë që na kanë lënë gazetatat. Ata i dhanë publikut një mënyrë të fuqishme për të kontrolluar shtetin dhe ky kontroll tani është në rrezik. Nëse e marrim seriozisht idenë se gazetatat janë pushteti i katërt ose dega e katërt e qeverisë, fundi i epokës së gazetave nënkupton një ndryshim në vetë sistemin tonë politik.** Gazetat ndihmuan për të kontrolluar tendencat e korrupsionit si në pushtet ashtu edhe në ekonomi. Nëse duam të shmangim një epokë të re korrupsioni, do të na duhet ta thërrasim një pushtet të tillë në një mënyrë tjetër. **Teknikat tona të reja nuk i shfuqizojnë përgjegjësitë tona të vjetra”.**<sup>32</sup>

*Lufta kundër korrupsionit në media, si dhe ekspozimit të marrëdhënieve jotransparente të pronësisë dhe metodave të financimit dhe kritika ndaj rënies së gazetarisë si praktikë e kontrollit publik mbi punën e institucioneve qeveritare, paraqet gjithashtu një luftë për demokracinë. Nuk është e rëndësishme vetëm të identifikohen praktikat negative në punën mediatike, por edhe të vendosen forma të reja të funksionimit të medias, në të cilat beteja për integritetin e medias do të ishte vetëm një nga kërkesat kryesore politike.*

Një politikë efektive e medias është një politikë që vendos një dialog midis medias (gazetarëve) dhe publikut dhe krijon një mjedis për punën mediatike që do t'i mundësonte mediave të çlirohen nga zgjedha e varësisë nga qendrat private të pushtetit dhe të bëhen të varura nga publiku . Për të arritur këtë qëllim, duhet të sfidohen modelet ekzistuese menaxheriale, financiare dhe të pronësisë në sektorin e medias.<sup>33</sup>

31 West, D. M. (2005). *Digital government: Technology and public sector performance*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

32 Starr Paul (2009), *Goodbye to the Age of Newspapers (Hello to a New Era of Corruption)*, The New Republic, objaveno na 04.03.2009, Shih më shumë në: <https://newrepublic.com/article/64252/goodbye-the-age-news-papers-hello-new-era-corruption>

33 [MediaObservatory](https://www.mediaobservatory.org/)





## 2. SISTEMI I BRENDSHËM I INTEGRITETIT

### 2.1. VETËRREGULLIMI I MEDIAS

Vetërregullimi i medias është një angazhim i përbashkët i profesionistëve të medias për të vendosur udhëzime vullnetare editoriale dhe për t’u përmbytur atyre në një proces mësimor që është i hapur për publikun. Me këtë, mediat e pavarura pranojnë pjesën e tyre të përgjegjësisë për cilësinë e diskursit publik në vend, duke ruajtur plotësisht pavarësinë e tyre editoriale në formësimin e atij diskursi.

Në të njëjtën kohë, vetërregullimi mbron të drejtën e gazetarëve për të qenë të pavarur dhe për t’u gjykuar për gabime profesionale nga kolegët e tyre, jo nga ata që posedojnë pushtet. Kur bëhet fjalë për korrigjimin e gabimeve faktike apo shkeljet e të drejtave personale të medias, kënaqësia nga vendimet e organeve vetërregulluese ul presionin ndaj sistemit gjyqësor për të sanksionuar gazetarët.

Vetërregullimi nuk është censurë, as vetëcensurë. Bëhet fjalë për vendosjen e parimeve minimale të etikës, saktësisë, të drejtave personale, e kështu me radhë, duke mbrojtur në të njëjtën kohë plotësisht lirinë editoriale në lidhje me gjërat për të cilat duhet të raportohet dhe për opinionet që duhet të shprehen.<sup>34</sup>

Kjo do të thotë se:

- ▶ Gazetarët do të pranojnë “gjykimin” në lidhje me profesionin vetëm nga kolegët e tyre dhe do të jenë jashtë ndikimeve politike dhe të tjera.

Vetërregullimi është një përpjekje e profesionistëve të medias, të cilët janë të vetëdijshëm për nevojën e cilësisë në mbajtjen e dialogut me publikun. Një mekanizëm i krijuar ankesash për t’u marrë me shqetësimet legjitime në një mënyrë racionale dhe autonome. **Natyrisht, vetëm ata gazetarë, redaktorë dhe pronarë që përpiqen të krijojnë media të përgjegjshme do të angazhohen në këtë lloj dialogu.** Vetërregullimi mund të vendoset si brenda industrisë ashtu edhe brenda vetë redaksive. Jashtë mediave, parashtruesit kryesorë të ankesave janë zakonisht institucionet politike dhe figurat publike, duke marrë parasysh faktin se raportimi dhe komentimi i aktiviteteve të tyre është një çështje e rëndësishme për mediat serioze. Por partnerë po aq të interesuar janë edhe protagonistët e shoqërisë civile, si organizatat e biznesit, organizatat e punës, organizatat fetare dhe të pakicave, grupet tradicionale dhe të sapokrijuara të interesit dhe, natyrisht, përfaqësues individualë të audiencës.

34 Misioni i OSBE-së në Shkup (2017), UDHËZUES për vetërregullimin në media: të gjitha pyetjet dhe përgjigjet <https://www.osce.org/files/f/documents/5/3/316171.pdf>

Në Republikën e Maqedonisë së Veriut ekzistojnë dy organe për vetërregullim në media:

- ▶ Këshilli i Nderit në Shoqatën e Gazetarëve të Maqedonisë (SHGM)
- ▶ Komisioni për ankesa pranë Këshillit për Etikë në Media në Maqedoni (KEMM)

Në Strategjinë Kombëtare për Parandalimin e Korrupsionit dhe Konfliktit të Interesit 2021-2025, mungesa e (vetë)rregullimit të mediave online që duhet të krijohet, si dhe nevoja për të përmirësuar regjistrin e mediave profesional janë diagnostikuar probleme prioritare që gjenerojnë rrezik të lartë korrupsioni dhe janë identifikuar masa për tejkalimin e tyre. Mosrregullimi rezulton në aktivitetin e tyre në hapësirën mediatike, si në përmbushjen e standardeve gazetareske profesionale dhe etike, ashtu edhe në drejtim të pronësisë dhe financimit të tyre.<sup>35</sup>

### 2.1.1. KODET E SJELLJES SË GAZETARËVE

Vetërregullimi është konsideruar një kohë të gjatë si përgjegjësi profesionale e vetë gazetarëve dhe ne kemi qenë dëshmitarë të përpjekjeve të ndryshme për të kodifikuar përgjegjësinë e gazetarëve, shpesh përmes mediumit të shoqatave të tyre profesionale. Megjithëse kodet ekzistuese kanë disa ndryshime, shumica përmbajnë elemente të përbashkëta duke përfshirë parimet e së vërtetës, saktësisë objektivite, paanshmërisë dhe drejtësisë.

Kodet e sjelljes janë të kufizuara dhe të vështira për t'u mbajtur. Në thelb janë kode profesionale të miratuara vullnetarisht nga gazetarët, por pa sanksione nëse shkelen. Nëse një shoqatë gazetarësh përjashton anëtarin ose punonjësën e vet që me vetëdije ka shkelur një kod të tillë, kjo nuk do të thotë ndalim i mëtejshëm për të punuar si gazetar. Por ata thonë, një gabim i përsëritur dy herë bëhet zakon. Prandaj, media duhet të vendosin një praktikë që gjatë punësimit do të kërkoheshin referenca nga dy deri në tre punëdhënësit e fundit. Kjo qasje do të synojë profilizimin e gazetarit kandidat që dëshiron të punësohet në një shtëpi të re mediatike.

Përveç kësaj, dihet mirë se gazetarët shumë shpesh kanë pak pushtet brenda organizatave të tyre. Vendimet se cilat tregime do të përpunohen, sa buxhet do t'i ndahet çdo artikulli dhe çfarë prioriteti duhet dhënë zakonisht merren nga redaktorët ose menaxherët e lartë. Pronarët e medias sa herë që mund të përdorin fuqinë e tyre për të ndikuar në mënyrën se si raportohen dhe publikohen ngjarjet, por edhe për të formësuar prioritetet e organizatës mediatike. Në rrethana të tilla, një kod etik i gazetarëve do të ishte relativisht i pafuqishëm.

Një praktikë e tillë kërkon krijimin e një mekanizmi që do t'u mundësojë gazetarëve të kapur të luajnë rolin e të ashtuquajturve. “indiktorë (bilbilfryrës)” përmes të cilit mekanizëm do të kenë mundësi të informojnë organet përkatëse kompetente për mënyrën e funksionimit

35 Komisioni Shtetëror për Parandalimin e Korrupsionit, Strategjia Kombëtare për Parandalimin e Korrupsionit dhe Konfliktit të Interesit 2021-2025 <https://dksk.mk/wp-content/uploads/2021/01/Nacionalna-strategija-DKSK-KONECNA.pdf>

në median. Nga ana tjetër, shteti duhet të krijojë një mekanizëm për t'i mbrojtur në mënyrë adekuate këta sinjalizues nga reperkusionet e mëtejshme. Në RMV, Kuvendi miratoi Ligjin për Mbrojtjen e Denoncuesve, por mungesa e besimit në sistemin e drejtësisë e gjunjëzon këtë mekanizëm. Megjithatë, si rekomandim, secila media duhet të përgatisë procedura të brendshme të punës në të cilat do të inkuororojë mekanizmat për raportimin e parregullsive në punën e mediave, si dhe kanalet e informimit.

### 2.1.2.PAVARËSIA EDITORIALE

Paralelisht me kodet etike të gazetarëve, është e dobishme që të ketë **garanci për pavarësinë editoriale**, në mënyrë që gazetari të mund të punojë pa kontrollin e drejtpërdrejtë të interesave komerciale të pronarëve të mediave. Me pavarësinë editoriale nënkuptohet e drejta e gazetarëve për të vendosur se çfarë të punojnë(cilën storje), si dhe ku ta publikojnë atë - në një gazetë, revistë apo media elektronike, pavarësisht nga pikëpamjet e pronarëve. Kjo duhet të rregullohet me rregullat e brendshme për punën e punonjësve të medias, përfshirë gazetarët, në çdo shtëpi mediatike apo medium. Në shumicën e vendeve, pavarësia editoriale nuk është e përcaktuar, që do të thotë se ka relativisht pak kode formale që do shpjegojnë se çfarë do të thotë një gjë e tillë.

Një përjashtim i dukshëm është marrëveshja midis Shoqatës Kombëtare të Gazetave Norvegjeze (tani Shoqata e Bizneseve Mediatike Norvegjeze) dhe Shoqatës së Redaktorëve Norvegjezë, të cilët në vitin 1953 miratuan deklaratën mbi të drejtat dhe detyrat e redaktorëve, e njohur në Norvegji si “Redaktørplakaten”, ose Kodi i redaktor.<sup>36</sup>

Ky kod përfshin me sa vijon:

*Redaktori do të promovojë lirinë e mendimit dhe do të mbrojë sa më mirë që mundet për atë që ai/ajo mendon se i shërben (është e dobishme) shoqërisë. Nëpërmjet punës së tij, redaktori do të promovojë një shkëmbim të paanshëm dhe të lirë të informacionit dhe opinioneve”.*

Gjithashtu, ky kod nënkupton që redaktori është ligjërisht përgjegjës për përmbajtjen e medias që redakton. Edhe pse vitet e fundit kjo ka qenë një marrëveshje vullnetare, ka pasur edhe përpjekje për ta bërë atë ligjërisht të detyrueshme.

### 2.1.3. UDHËZIME PROFESIONALE

Një element i tretë i vetërregullimit profesional janë udhëzimet profesionale të miratuara nga organizatat mediatike si çështje e politikës editoriale. Ndoshta shembulli më i mirë për këtë janë udhëzimet e ndryshme të miratuara nga BBC që duhet ta rregullojnë qëllimin/misionin e vet. Korniza e përgjithshme e udhëzimeve të BBC-së është deklarata e vlerës<sup>37</sup>:

36 <http://www.informaworld.com/smpp/content-db=all-content=a788048456-frm=titleink>

37 <http://www.bbc.co.uk/guidelines/editorialguidelines/page/guidelines-editorial-values-introduction>

*“...Prandaj ne duhet ta balançojmë supozimin tonë për lirinë e të shprehurit me përgjegjësitë tona, për shembull ta respektojmë privatësinë, të jemi të drejtë, të shmangim ofendimet e pajustificuara dhe t'i sigurojmë audiencës tonë mbrojtjen e duhur nga dëmtimi.”*

Këtu ekziston një ekuilibër i vetëdijshëm midis lirisë dhe përgjegjësisë, respektivisht njohje se liria e medias (për të punuar në mënyrë të pavarur nga kontrolli i qeverisë) duhet të qëndrojë krahas krahas me disa përgjegjësi gjatë ushtrimit të kësaj lirie.

Ka udhëzime të detajuara që mbulojnë çështje të tilla si saktësia, drejtësia, paanshmëria, privatësia, shmangia e dëmit, përgjegjësitë e medias gjatë zgjedhjeve, konfliktet e interesit dhe mbulimi i çështjeve të ndjeshme si konflikti, të rinjtë, feja, kriminaliteti dhe seksualiteti.

#### 2.1.4. STANDARDET E ZBATIMIT

Ekzistojnë tre aspekte të ndërthurura të vetë-rregullimit profesional që përforcohen mes veti dhe formojnë një qasje gjithëpërfshirëse për vetë-rregullimin profesional:

- ▶ Kodet e etikës së gazetarëve;
- ▶ Standardet që sigurojnë pavarësinë editoriale;
- ▶ Organizatat mediatike që kanë udhëzime për mbulimin e ngjarjeve.

Në mënyrë të pashmangshme kjo ngre pyetje në lidhje me procesin, p.sh. si mbështeten këto kode të vetë-miratuara? A mbështeten vetëm në fuqinë morale apo ndoshta ka një mënyrë për t'u dhënë forcë?!

Në shumë sektorë të jetës komerciale, vetërregullimi i është besuar menaxhimit të një grupi profesionistësh të industrisë. Në organizatën mediatike, një qasje klasike është krijimi i një ombudsmeni të pavarur të medias (prokuror publik) –punonjës i një kompanie mediatike, i cili do të marrë dhe hetojë ankesat nga lexuesit, dëgjuesit ose shikuesit rreth saktësisë, drejtësisë, ekuilibrit dhe shijes së mirë gjatë mbulimit të ngjarjeve. Ata mund të rekomandojnë korrigjime ose përgjigje të përshtatshme për të korrigjuar ose sqaruar raportet nga lajmet.

Për shembull, ombudsmeni i gazetës “Guardian” në Mbretërinë e Bashkuar publikon një listë të rregullt korrigjimesh dhe sqarimesh si përgjigje të ankesave për botimet e gazetës dhe gjithashtu ka fuqinë të vendosë për ankesa më serioze, por edhe të ndryshojë politikën editoriale të gazetës.

### ▷ 3. ROLI I INTERNETIT SI PLATFORMË DIGJITALE DHE NDIKIMET PËR VETËRREGULLIM

Mjedisi i komunikimit është transformuar nga mundësia për të kthyer lloje të ndryshme informacioni (zë, tingull, imazh ose tekst) në një kod dixhital, i cili është bërë i disponueshëm përmes një numri të madh pajisjesh elektronike - nga një kompjuter personal në një celular (smart) telefon. Me paraqitjen e internetit, kapaciteti i komunikimit u transformua gjithashtu, nga diçka në lokale në thelb (qoftë një rajon apo një vend) në një medium që është vërtet global. Në mishërimin e tij të parë, Interneti dhe Uebi rrjeti tërhoqën vëmendjen duke ofruar një hapësirë të re globale dhe të pakufishme, të aftë për të shmangur censurën tradicionale. John Gilmore, aktivist liber dhe themelues i Fondacionit ElectronicFrontier (emri i të cilit sugjeron perspektivën e tij), u citua në revistën Time si thotë **“Rrjeti e interpreton censurën si dëm dhe rrugët rreth tij”<sup>38</sup>**.

Sot, kuptohet rrjeti (neti) është bërë një hapësirë më e kontestuar, e mbyllur dhe e nacionalizuar, por edhe mundësitë liberale ashtu edhe format e reja të dominimit dhe kontrollit e kanë riemërtuar sfidën e lirisë së shprehjes në epokën moderne. Cilat janë karakteristikat e kësaj hapësire që ndikojnë në lirinë e shprehjes?

Si një rrjet mbi rrjetet, Interneti është një platformë ndërkombëtare që nuk ka juridiksion gjithëpërfshirës. Asnjë njësi e vetme nuk menaxhon me të gjithë internetin: menaxhimin e sigurojnë komponentë dhe institucione të ndryshme që veprojnë në juridiksione krejtësisht të ndryshme. Për shembull, një program mund të krijohet në Ukrainë, të ngarkohet në një server në Amerikë dhe të shkarkohet në Gana.

Nëse ka nevojë për ndonjë ndërhyrje të shtetit, nuk është e qartë se si do të zbatoheshin si duhet kompetenca të tilla, duke qenë se nuk ka mënyra për të rregulluar përmbajtjen në nivel ndërkombëtar dhe as konsensus për normat që duhet të zbatohen. Si pasojë i kësaj, theks i madh i është vënë rëndësisë së vetërregullimit në internet. Megjithatë, ka rreziqe në këtë qasje. Nuk ka standarde të pranuar vetë-rregulluese që janë zhvilluar për mjedisin e internetit. Rrjedhimisht, vetërregullimi, kryesisht nga kompanitë, zhvillohet në një vakum ku ai formësohet nga lidhjet tregtare ose presioni privat nga qeveritë.

Në RMV, megjithëse nuk ekziston një kuadër ligjor që do të rregullojë mediat online, megjithatë, nëpërmjet një sistemi vetërregullues të krijuar nga KEMM, ka vendosur rregulla për pranimin e mediave online (portaleve të internetit) në Regjistrin e Mediave Profesionale

---

38 Për herë të parë cituar nga Filip Elmer-DeVitt “First Nation in Cyberspace”, Time Magazine, 6 December 1993.

Online<sup>39</sup>, parime të sjelljes të secilit medium online<sup>40</sup> dhe Udhëzimet për Raportimin Etik në Mediave Online.<sup>41</sup>

Për sa i përket kriterëve të detyrueshme për pranimin e mediave online në Regjistër, **është e nevojshme plotësimi i tyre me kriteret e propozuara si më poshtë:**

- ▶ Deklarata e pronarit të medias dhe gazetarëve se nuk do të publikojnë gjuhë të urrejtjes, fjalë nxitëse, nacionalizëm dhe diskriminim.
- ▶ Lista e trajnimeve të kryera në fushën e gazetarisë profesionale të kryera nga KEMM, si garanci për një proces të vazhdueshëm të ndërtimit të kapaciteteve për respektimin e kuadrit etik.

---

39 <https://promedia.mk/page2.php?lang=mk>

40 <https://promedia.mk/page3.php?lang=mk>

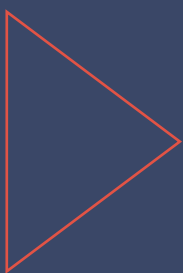
41 <https://semm.mk/etichki-nasoki/888-misijata-na-obse-vo-skopje-i-sovetot-za-etika-vo-mediumite-gi-objavija-prvite-nasoki-za-etichko-izvestuvanje-na-onlajn-mediumite-vo-severna-makedonija-2>

# PËRFUNDIM

Shkurtimisht, është shumë e rëndësishme të njihet natyra e dyfishtë e medias dhe implikimet e saj. Së pari, është një vend ku lejohet shkëmbimi i lirë i ideve dhe opinioneve të nevojshme në një demokraci dhe që për këtë arsye meriton mbrojtjen dhe liritë më të larta nga ndërhyrja e shtetit. Së dyti, media është një aktor social në vetvete, duke zgjedhur nëse dhe/ose si të mbulojë ngjarjet dhe pozicioni editorial i të cilit mund t'i formësojë ngjarjet. Në këtë mënyrë, nga ai kërkohet të veprojë në mënyrë të përgjegjshme shoqërore. Pikërisht është ky karakter i dyfishtë e bën një formë efektive të vetërregullimit kaq thelbësor.

Megjithatë, vetërregullimi nuk është një çështje e thjeshtë; ai vendos kërkesa në të gjitha nivelet, për organizatat mediatike, për vetë gazetarët, për redaktorët dhe menaxherët e tyre, për qasjen e organizatës mediatike ndaj prodhimit të përmbajtjeve dhe sjelljes së përgjithshme të shtëpisë së medias. Natyra me zhvillim të shpejtë e mediave online dhe çështjet komplekse ligjore që paraqet mjedisi global e vendosin vetërregullimin në zemër të peizazhit mediatik në zhvillim.

Nëse pranojmë se vetërregullimi është një alternativë e nevojshme ndaj kontrollit shtetëror të medias, ekzistojnë dy parime kryesore. Së pari, të gjithë aktorët e medias, profesionistë apo biznes, kanë detyrimin t'u përmbahen të drejtave dhe detyrimeve që rrjedhin nga liria e mosndërhyrjes së shtetit. Këto detyrime duhet të fokusohen në nevojën për të mbrojtur dhe promovuar lirinë e shprehjes. Së dyti, të gjitha këto detyrime duhet të jenë të qarta dhe transparente dhe t'i nënshtrohen raportimit të rregullt në sferën publike. Të dyja kushtet janë thelbësore nëse vetërregullimi duhet të mbrojë lirinë e shprehjes dhe jo vetëm interesat e vetë kompanive.



# UDHËZIME PËR PARANDALIMIN E KORRUPSIONIT NË MEDIA

Nisur nga e sipërpërmendura, është e nevojshme të miratohen një sërë masash dhe udhëzimesh për gazetarët dhe mediat me qëllim për të parandaluar me sukses korrupsionin në media..



# ▶ 1. UDHËZIME PËR PARANDALIMIN E GAZETARIT PËR PËRFSHIRJE NË KORRUPSION

Gjatë kryerjes së veprimtarisë së tij bazë, gazetari duhet të jetë i kujdesshëm me qëllim që të mos përfshihet në aktivitete korruptive duke marrë shpërblime si:

- ▶ Përdorimi i një automjeti për promovim nga një kompani automobilistike;
- ▶ Udhëtime shpërblyese për promovim dhe xhrim të video materialit për një kompani të caktuar turistike;
- ▶ Udhëtime gazetareske me shpenzime buxhetore të organizuara nga institucionet qeveritare me qëllim të informimit të caktuar;
- ▶ Udhëtime të organizuara nga autoriteti ekzekutiv;
- ▶ Pjesëmarrja në seminare të caktuara dhe sesione këshillimore;
- ▶ Oferta për dreka ose darka;
- ▶ Përdorimi i shërbimeve telefonike ose kompjuterike falas;
- ▶ Përdorimi i telefonave celularë falas;
- ▶ Shërbime për familjen më të afërt të gazetarit apo redaktorit përmes procedurave për punësim, arsimim, dhënie bursash;
- ▶ Dhënia e subvencioneve për media dhe gazetarë të përzgjedhur;
- ▶ Dhënia e çmimeve shtetërore për media dhe gazetarë të përzgjedhur etj.

# ▶ 2. TRANSPARENCA E MEDIAS

Është e nevojshme të merren masa përmes të cilave do të promovohet transparenca e pronarëve dhe strukturave të pronësisë së medias, por njëkohësisht edhe parandalimi i përqendrimit të pronësisë dhe promovimi i pluralizmit mediatik, rregullimi i aksioneve të pronarëve të huaj në strukturën e pronësisë në media. Kjo synon gjithashtu të arrijë parandalimin e konflikteve të interesit dhe rritjen e njohurive për interesat e fshehura politike dhe financiare që mund të ndikojnë në përmbajtjen mediatike, duke kompromentuar kështu marrëdhëniet e dobëta dhe të dyshimta të biznesit, duke kërcënuar kështu integritetin e sistemit mediatik.

Për këtë qëllim është e nevojshme sa vijon:

### **Miratimi i zgjidhjeve ligjore për transparencën e strukturës së pronësisë ndaj medias.**

Më poshtë janë udhëzimet specifike që duhet të përcaktojnë normat për transparencën e pronësisë së medias:

- ▶ **Përcaktimi i sektorëve të medias për të cilët ka të bëjë kërkesa për transparencë** – Një sistem gjithëpërfshirës për transparencë mund të arrihet vetëm nëse zgjidhjet ligjore mbulojnë të gjithë sektorët e medias (media e shkruar, elektronike dhe online), por mundësisht të gjitha llojet e kompanive që në çdo mënyrë janë të lidhura me median (agjenci reklamash, kompani që ofrojnë informacione për shikueshmërinë/dëgjueshmërinë/lexueshmërinë, pjesëmarrjen, shpërndarjen, etj.). Për t'u përfshirë plotësisht në platformat online, kërkesa nuk duhet të kufizohet vetëm në mediat që janë të regjistruara si persona juridikë, por edhe në platformat ku marrin pjesë autorë dhe mbi përmbajtjen e të cilave ka kontroll editorial.
- ▶ **Përditësimi i vazhdueshëm i të dhënave (të paktën një herë në vit) për ndryshimet në strukturën e pronësisë (pronarët dhe aksionarët) dhe dërgimi i të dhënave në Regjistrin Qendror.** Në të njëjtën kohë, çdo abuzim i këtij sistemi të transparencës së pronësisë për kontrollin dhe mbikëqyrjen e fshehtë dhe mbikëqyrje të medias duhet të parandalohet duke kufizuar kufizime të rrepta të kompetencës së organit kompetent për mbledhjen e informacioneve për pronësinë.
- ▶ **Të dhënat minimale bazë për strukturën e pronësisë nga e cila mund të përcaktohet pronari real, si p.sh:**
  - Emri dhe detajet e kontaktit të medias;
  - Dokumentet e themelimit;
  - Numri i aksionarëve pjesa e të cilëve është më e madhe se 5%;
  - Emri dhe kontakti i pronarëve të drejtpërdrejtë që kanë më shumë se 5% të aksioneve;
  - Identiteti i atyre me kontroll indirekt ose interes të konsiderueshëm, mbi pragun 5%;
  - Statusi i shtetësisë/qëndrimit të aksionarëve me pjesëmarrje mbi 5%;
  - Shteti i selisë së shoqërisë që ka mbi 5% aksione;
  - Identiteti i pronarëve të vërtetë përfitues ku aksionet mbahen në emër të një tjetri, (p.sh. nëpërmjet pronësisë brokere ose të heshtur).
- ▶ **Disponueshmëria dhe qasja e lirë deri te të dhënat:**
  - Informacionet e pronësisë duhet të jenë të nënshkruara qartë dhe lehtësisht të aksesueshëm në faqen e internetit të medias dhe/ose portalin e pushtetitqendror.
  - Qasja në informacionin e pronësisë në format elektronik duhet të jetë pa pagesë. Tarifa për aksesin deri në kopjet e botueshme të informacionit duhet të mbulojnë vetëm kostot aktuale të dorëzimit (p.sh. kostot e kopjimit dhe

postës) dhe nuk duhet të jetë kurrë aq e lartë sa të pengojë ata që dëshirojnë të marrin informacionin.

- Informacionet e publikuara sipas ligjit specifik për median duhet vetveti të mjaftueshme për të identifikuar pronësinë në një bazë të dhënash të centralizuara, pa pasur nevojë për kryqëzim me regjistra të tjerë.
- Nëse janë dorëzuar dokumentet origjinale, ato duhet të skanohen (për shembull në format PDF), të lidhen me bazën e të dhënave dhe gjithashtu të jenë në dispozicion për shkarkim.

▶ **Rritja e transparencës përmes publikimit publik të informacionve për pronarët që kanë aksione më të mëdha se 5%:**

- Aksionet e këtyre pronarëve në media të tjera;
- Aksionet e atyre pronarëve në kompani të tjera që nuk janë media;
- Pozicionet që ka çdo politikan apo zyrtar publik në media;
- Lidhjet familjare (duke përfshirë përkufizimin e “përkatësisë”) ndërmjet çdo pronari.

▶ **Transparenca e ndikimit në median:** për të kuptuar më detajisht jo vetëm se kush është pronar, por edhe se kush kontrollon median, nevojiten edhe informacionet e mëposhtme:

- Menaxhmenti i lartë, për shembull drejtorët (të një kompanie), zyrtarët kryesorë ekzekutivë, redaktori menaxhues;
- Detajet e peshave relative të votimit kur këto nuk shpërndahen në mënyrë të barabartë ndërmjet aksionarëve, dhe procesverbalet e mbledhjeve të përgjithshme vjetore, duke përfshirë të dhënat e votimit.

▶ **Korniza ligjore e qartë dhe e saktë:** Pa dallim nëse dispozitat në lidhje me zbulimin e pronësisë së medias janë të përfshira në një ligj të vetëm që mbulon mediat e shkruara, transmetuese dhe të krahasueshme media online ose në ligje të shumta, proceset e raportimit nuk duhet të jenë tepër të rënda për median dhe përmbajtjen e kërkesës së raportimit të përcaktuara në ligje të ndryshme duhet të jenë absolutisht të qarta dhe të mos jenë në kundërshtim me njëra-tjetrën.

▶ **Mbikëqyrja nga një organ i pavarur:** Një organ i pavarur mbikëqyrës duhet të jetë i mandatuar dhe të ketë pajisur me burime adekuate për të monitoruar dhe siguruar pajtueshmërinë me ligjet përkatëse.

- Sanksionimi i kompanive mediatike për çdo mospërbushje të detyrimeve të raportimit, si dhe për raportim të informacionit të rremë.
- Sanksionet për mospërputhje duhet të jenë proporcionale sipas madhësisë së mediumit;
- Emërimi, mandati, funksioni dhe kompetencat e organit mbikëqyrës duhet të dizajnohen në mënyrë që të sigurohet pavarësia e tij nga qeveria. Ligjet që rregullojnë zbatimin e sanksioneve duhet të sigurojnë që ato të mos abuzohen

për qëllime politike dhe t'i ofrojnë medias mekanizma të shpejt dhe efektiv të snkesës.<sup>42</sup>

- ▶ **Parandalimi i përqendrimit të pronësisë së medias:** Gjatë kësaj fushëveprimi i mësipërm i informacionit mbi pronësinë dhe ndikimin indirekt duhet të mundësojë të kufizohet jo vetëm në përqendrimin e pronësisë nominale, por edhe në përqendrimin e ndikimit nëpërmjet pronësisë indirekte, reale, si dhe si pronësisë e palëve të lidhura. Është e rëndësishme të theksohet se krahas këtyre kufizimeve, nga ana tjetër, duhet të zhvillohen masa pozitive për të promovuar pluralizmin mediatik edhe nëpërmjet stimuljeve të caktuar shtetëror.<sup>43</sup>

### ▷ 3. REKOMANDIME PËR NDËRHYRJE LIGJORE DHE PËRMIRËSIM TË ZBATIMIT TË LIGJEVE

- ▶ **Përmirësimi i situatës financiare të mediave private dhe zbatimi i mekanizmave për lehtësimin e taksave dhe përfitime të ngjashme për mediat.** Nevojitet një analizë e dispozitave të Ligjit për Shërbime Mediatike Audio dhe Audiovizive dhe ligjeve të tjera përkatëse, zbatimi i të cilave do të kontribuojë në përmirësimin e gjendjes financiare.
- ▶ **Forimimi i një fondi për mbështetjen financiare dhe pavarësinë e medias.** Është e nevojshme të hapet një debat për krijimin e mundshëm të një fondi për median, veçanërisht për qëllimet dhe kriteret e mbështetjes financiare (nxitja e diversitetit të programeve, përmirësim i statusit të gazetarëve, etj.), mënyra e shpërndarjes së fondeve, pavarësia dhe objektiviteti në zbatimin e procedurës.
- ▶ **Ndryshimet në Kodin Zgjedhor.** Ndryshimet duhet të thjeshtojnë rregullat për fushatën mediatike me qëllim të reduktimit të mundësisë së keqpërdorimit të reklamave politike me pagesë në mediat private dhe pranimin e institucionalizuar të Regjistrimit të mediave profesionale në procesin zgjedhor, në vend të zbatimit të një regjistër i ri përmes KSHZ-së.
- ▶ **Inicimi i ndryshimeve dhe plotësimit të Kodit të Etikës të gazetarëve në shërbimin publik** për të forcuar vetërregullimin e brendshëm në këtë medium.
- ▶ **Përmirësimi i bashkëpunimit me Avokatin e Popullit,** në drejtim të angazhimit më të madh të këtij institucioni në mbrojtjen e të drejtave të gazetarëve.<sup>44</sup>

42 Access info Europe (2013), *TEN RECOMMENDATIONS ON TRANSPARENCY OF MEDIA OWNERSHIP*, shih më shumë: <https://www.access-info.org/media-ownership-transparency/>.

43 Hodzic Sanela, *U potrazi za boljom regulacijom transparentnosti vlasništva i finansiranja medija iz javnih budžeta*, shih më shumë: <https://bhnovinari.ba/wp-content/uploads/2019/10/U-potrazi-za-boljom-regulacijom-transparentnosti-medijaskog-vlasni%C5%A1tva-i-finsiranja-medija-iz-javnih-bud%C5%BEeta.pdf>

44 Milan Spirovski dhe Verçovska-Kostovska (2020), *Treguesit për shkallën e lirisë së mediave dhe sigurinë e gazetarëve në Maqedoninë e Veriut në vitin 2020*, Shoqata e Gazetarëve të Maqedonisë, Shih më shumë në: <https://znm.org.mk/wp-content/uploads/2021/06/MK-MK-2020.pdf>

# 4. RRITJA E NDËRGJEGJËSIMIT PËR RREZIQET E KORRUPSIONIT TEK MEDIAT DHE GAZETARËT

Me qëllim të njohjes së menjëhershme të aktiviteteve korruptive, është e nevojshme:

- ▶ **Realizimi i fushatave dhe trajnimeve të vazhdueshme**, përmes të cilave gazetarët dhe mediat do të njoftoheshin më shumë për rreziqet e korupsionit në media, të cilat u shtjelluan në fillim të këtij Doracaku.
- ▶ **Mbrojtja e gazetarëve dhe mediave nga format e ndryshme të presioneve**, kërcënimeve, sulmeve dhe dhunës, në rastet kur ata duan të publikojnë dhe zbulojnë marrëdhënie, raste dhe aktorë në klientelizëm, korupsion dhe kriminalitet në politikë dhe në biznes, përfshirë edhe median.
- ▶ **Gazetarët nuk duhet të marrin rolin e klientëve të sponsorëve politikë dhe të biznesit** në këmbim të përfitimit të mallrave apo privilegjeve të ndryshme.
- ▶ **Ndalimi i nepotizmit në media** nëpërmjet emërimit të pavarur të redaktorëve, të udhëhequr nga kompetencat dhe integriteti i tyre profesional dhe jo i bazuar në përkatësinë e tyre politike, besnikërinë dhe lidhjet me interesa konkrete politike të biznesit të pronarëve të medias.
- ▶ **Rritja e profesionalizmit të gazetarëve** nëpërmjet mospolarizimit të tyre, gjë që, në të kundërt, mundëson veprim të tyre i zëdhënës informalë të blloqeve politike kundërshtarë.
- ▶ **Organizimi i gazetarëve në shoqata dhe sindikata** në nivel lokal, rajonal dhe ndërkombëtar përmes të cilave do t'u sigurohet mbrojtja e të drejtave të tyre dhe promovimi i vlerave.<sup>45</sup>
- ▶ **Rritja e pagave të gazetarëve** dhe punonjësve të tjerë të medias dhe pagesa shtesë për kryerjen e aktiviteteve në zona të rrezikshme.
- ▶ **Ndjekja e normave morale** të shpjeguara në kodin e sjelljes në situatat kur gazetari ka një ofertë për ryshfet.
- ▶ **Miratimi i rregullave që ndalojnë ndërhyrjet e papërshtatshme në punën e gazetarëve dhe mediave nga qeveritë dhe institucionet** shtetërore dhe vendosja e parimeve për zbulimin e plotë dhe transparent të kontakteve dhe transaksioneve ndërmjet mediave dhe zyrtarëve shtetërorë.
- ▶ **Sigurimi i kontratave dhe kushteve të punësimit** për gazetarët apo personelin tjetër të medias që plotësojnë standardet ndërkombëtare të punës dhe që u japin të drejtën, pa hakmarrje, të refuzojnë çdo formë pune që cenon kodet dhe ndërgjegjen e tyre profesionale.

45 Petkoviç Brankica (2015), *PSE ËSHTË I RËNDËSISHËM INTEGRITETI I MEDIAVE PËR NJË KUPTIM MË MIRË TË KUPTIMIT DHE RREZIQET E INTEGRITETIT TË MEDIAS*, Instituti i Paqes, Instituti për Studime Bashkëkohore Sociologjike dhe Politike <http://www.mediaobservatory.net/>

- ▶ **Marrëveshja për rregullat dhe procedurat e brendshme në media** për të siguruar zbulimin e plotë të të gjithë përmbajtjes me pagesë dhe të tillat qartë të dallohen nga puna editoriale dhe gazetareske.<sup>46</sup>

## 5. UDHËZIME PËR KEMM PËR RREGULLIM MË TË MIRË NË MEDIA

Këshilli për Etikën në Media në Maqedoni mund të përmirësojë vetë-rregullimin e mediave përmes:

- ▶ **Organizimit të trajnimeve dhe punëtorive edukative** mbi rreziqet e korrupsionit në media dhe se si media dhe gazetarët mund të mbrohen përmes vetërregullimit.
- ▶ **Forcimi i rëndësisë dhe pranimit institucional nga Regjistri për Media Profesionale nëpërmjet:**
  - Është e nevojshme monitorim dhe pastrim i vazhdueshëm i listës së mediave që nuk i përmbahen kriterëve për anëtarësim.
  - Përdorimi i Regjistrimit si mjet për atë se cilat media mund të hyjnë në Regjistrin e Komisionit Shtetëror të Zgjedhjeve për monitorimin e fushatave parazgjedhore dhe proceseve zgjedhore, me qëllim të përfitimit të kompensimit adekuat financiar përmes mundësisë për reklamim të paguar politik me para publike.<sup>47</sup>
- ▶ Zbatimi i fushatave që do të rrisin ndërgjegjësimin tek komuniteti i biznesit për reklamimin e tyre në mediat online. Me këtë praktikisht do të zgjidhet edhe problemi me stabilitetin financiar dhe pasigurisë tek mediat lokale, të cilat përballen me probleme gjatë sigurimit të burimeve të vazhdueshme financiare.

46 The European Federation of Journalists (EFJ) (2015), *Untold Stories – How Corruption and Conflicts of Interests Stalk the Newsroom*, Ethical Journalism Network, Shih më shumë në: <https://europeanjournalists.org/blog/2015/03/16/corruption-in-the-media-is-killing-ethical-journalism-says-ejn/>

47 Blazheski, Teofil(2021), Përcjellja e të eurointegritimeve: *Reforma në sektorin mediatik: reforma në gjysmërrugë-vullneti politik një çast eksizton e tjetër çast ja*, Fondacioni Metamorfozis, 2021, fq.13.



# LITERATURA E PËRDORUR

1. Access info Europe (2013), *TEN RECOMMENDATIONS ON TRANSPARENCY OF MEDIA OWNERSHIP*, shih më shumë: <https://www.access-info.org/media-ownership-transparency/>
2. Association of Accredited Public Policy Advocates to the European Union, *Fighting corruption in the media*, (2016), shih më shumë: <http://www.aalep.eu/fighting-corruption-media>
3. Ball, C. (2009). What is transparency? *Public Integrity*, 11(4), 293–307. <https://doi.org/10.2753/PIN1099-9922110400>
4. Directive 2010/13/EU of the European Parliament and of the Council of 10 March 2010 on the coordination of certain provisions laid down by law, regulation or administrative action in Member States concerning the provision of audiovisual media services, OJ L 95, 15.4.2010, pp. 1–24.
5. The European Federation of Journalists (EFJ) (2015), *Untold Stories – How Corruption and Conflicts of Interests Stalk the Newsroom*, Ethical Journalism Network, shih më shumë: <https://europeanjournalists.org/blog/2015/03/16/corruption-in-the-media-is-killing-ethical-journalism-says-ejn/>
6. Hodzic Sanela, *U potrazi za boljom regulacijom transparentnosti vlasništva i finansiranja medija iz javnih budžeta*, shih më shumë: <https://bhnovinari.ba/wp-content/uploads/2019/10/U-potrazi-za-boljom-regulacijom-transparentnosti-medijskog-vlasni%C5%A1tva-i-fnansiranja-medija-iz-javnih-bud%C5%BEeta.pdf>
7. Recital 45 of Directive 2010/13/EU
8. Mara Mendes (2013), *Overview of corruption in the media in developing countries*, Anti-corruption Resource Center and Transparency International, shih më shumë: <https://www.u4.no/publications/overview-of-corruption-in-the-media-in-developing-countries;>
9. Marcela Kunova (2021), *Who pays when a Journalist is bribed?*, Publikuar: 13 Prill 2021, aksesuar më 22.06.2022, shih më shumë: <https://www.journalism.co.uk/news/who-pays-when-a-journalist-is-bribed-/s2/a813127/>
10. Starr Paul (2009), *Goodbye to the Age of Newspapers* (Hello to a New Era of Corruption), *The New Republic*, објавено на 04.03.2009, shih më shumë: <https://newrepublic.com/article/64252/goodbye-the-age-newspapers-hello-new-era-corruption>
11. Resource Centre on Media Freedom in Europe (2019), *Media capture: Toolkit for 21st century autocrats*, shih më shumë: <https://www.rcmediafreedom.eu/Dossiers/Media-capture-Toolkit-for-21st-century-autocrats>
12. Sergei Guriev and Daniel Treisman (2019), *Informational Autocrats*, *Journal of Economic Perspectives*—Volume 33, Number 4—Fall 2019—Pages 100–127
13. Schneider, L. (2014). *Media freedom indices: What they tell us—and what they don't*. Retrieved from <http://www.dw.com/popups/pdf/37157168/01-2014-media-freedom-indices-pdf.pdf>
14. Smith C. and Stolte Y., “*The Transparency of Media Ownership in the European Union and Neighbouring States*”, 2014, [https://www.access-info.org/wp-content/uploads/Transparency\\_of\\_Media\\_Ownership\\_in\\_the\\_EU-09-26-2014.pdf](https://www.access-info.org/wp-content/uploads/Transparency_of_Media_Ownership_in_the_EU-09-26-2014.pdf)
15. West, D. M. (2005). *Digital government: Technology and public sector performance*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
16. Wasil Schauseil (2019), *Overview of corruption in the Media*, *U4 Anti-Corruption Resource Center and Transparency International*, shih më shumë: <https://knowledgehub.transparency.org/helpdesk/overview-of-corruption-in-the-media> ;

17. Weaver, David H. 1977. The Press and Government Restriction: A Cross-National Study over Time, in: International Communication Gazette, 23(3): 152- 70.
18. Blazheski, Teofil(2021), *Përcjellja e të eurointegrimi: Reforma në sektorin mediatik: reforma në gjysmërrugë-vullneti politik një çast eksizton e tjetrn çast jo*, Fondacioni Metamorfoysis, 2021, fq.13.
19. Boshnjakoski M., Shopar V., Bujarovski Z (2005)., *Etika në Mediat në Evropën Juglindore*, Instituti Maqedonas i Mediave, 2005, fq. 6.
20. Gabriela Andreevska dhe Risto Karjakov (2022), Qëndrimet rreth korrupsionit në mediat online në Maqedoninë e Veriut, DeSo Development Solution.
21. Komisioni Shtetëror për Parandalimin e Korrupsionit, Strategjia Kombëtare për Parandalimin e Korrupsionit dhe Konfliktit të Interesit 2021-2025 <https://dksk.mk/wp-content/uploads/2021/01/Nacionalna-strategjia-DKSK-KONECNA.pdf>
22. Philip Elmer-DeWitt “First Nation in Cyberspace”, Time Magazine, 6 December 1993.
23. 23. Milan Spirovski dhe VerçOrovska-Kostovska (2020), *Treguesit për shkallën e lirisë së mediave dhe sigurinë e gazetarëve në Maqedoninë e Veriut në vitin 2020*, Shoqata e Gazetarëve të Maqedonisë, Shih më shumë në: <https://znm.org.mk/wp-content/uploads/2021/06/MK-MK-2020.pdf>
24. Misioni i OSBE-së në Shkup (2017), UDHËZUES për vetërregullimin në media: të gjitha pyetjet dhe përgjigjet, <https://www.osce.org/files/f/documents/5/3/316171.pdf>
25. 25. Petkoviq Brankica (2015), *PSE ËSHTË I RËNDËSISHËM INTEGRITETI I MEDIAVE PËR NJË KUPTIM MË MIRË TË RËNDËSISË DHE RREZIQET E INTEGRITETIT TË MEDIAS*, Instituti i Paqes, Instituti për Studime Bashkëkohore Sociologjike dhe Politike, <http://www.mediaobservatory.net/>
26. 26. Simonovski I. & Evgo K., *Hetimet financiare - një udhëzues praktikuesit*, 2022.
27. 27. Tahiri Sefer (2022), *Integriteti i gazetarëve, kusht për një politikë të pavarur redaktuese*, botuar më 08.06.2022, shih më shumë në: <https://kdpolitik.com/mk/2022/06/08/integritetet-na-novinartite-uslov-za-n/>
28. [Standardet etike dhe profesionale të gazetarisë më së shumti shkelen nga mediat online \(semm.mk\)](#)
29. [Infografik - Pasqyrë statistikore e vendimeve të Komisionit për Ankesa për vitin 2021 \(semm.mk\)](#)
30. <http://semm.mk/sovet-za-etika-4/pravila-za-chlenstvo>
31. [OSBE - vetërregullimi në media.pdf](#)
32. <http://www.informaworld.com/smpp/content-db=all-content=a788048456-frm=titleink>
33. <http://www.bbc.co.uk/guidelines/editorialguidelines/page/guidelines-editorial-values-introduction>
34. <http://www.icann.org/>
35. <http://www.w3.org/>
36. <https://promedia.mk/page2.php?lang=mk>
37. <https://promedia.mk/page3.php?lang=mk>
38. <https://semm.mk/etichki-nasoki/888-misijata-na-obse-vo-skopje-i-sovetot-za-etika-vo-mediumite-gi-objavija-prvite-nasoki-za-etichko-izvestuvanje-na-onlajn-mediumite-vo-severna-makedonija-2>



[www.semm.mk](http://www.semm.mk)

Këshilli për etikë në media në Maqedoni (KEMM)  
Bul. „Mitropolit Teodosij Gologanov“ 54/2, Shkup  
Maqedonia e Veriut



**USAID**  
NGA POPULLI AMERIKAN



KËSHILLI PËR ETIKË NË MEDIA  
NË MAQEDONI