



Revistë,

Autoriteti i Mediave Audiovizive

Tiranë 2018

Prof. Assoc. Dr. Mark MARKU



Shefi Departamentit të Gazetarisë dhe
Komunikimit në Universitetin e Tiranës

Tre vjet më parë, AMA dhe Departamenti i Gazetarisë dhe Komunikimit, njëri autoritet rregullator mediave audiovizive, tjetri institucion arsimor publik në fushën e gazetarisë dhe komunikimit, hodhën bazat e një partneriteti të përbashkët në fushën e kërkimeve për median. Partneriteti ishte produkt i një vizioni të ri që dy drejtuesit e këtyre institucioneve z. Gentian Sala, dhe paraardhësi im në detyrën e përgjegjës të departamentit Prof. Akademik Artan Fuga, kishin për institucionet e tyre. Z. Sala mendonte se AMA si institucion rregullator i industrisë audiovizive kishte përveç detyrave të tjera, edhe atë të studimeve shkencore për sistemin e mediave audiovizive, kusht ky i domosdoshëm nga njëra anë për

mbledhjen e informacioneve dhe evidentimin e problematikave me të cilat do të përballej vetë AMA, e nga ana tjetër si një shërbim për operatorët audiovizivë. Departamenti i drejtuar nga Prof. Fuga gjithashtu kishte një vizion të ri për rolin e vet: Departamenti i Gazetarisë dhe Komunikimit si institucioni më i rëndësishëm kërkimor në fushën e gazetarisë dhe komunikimit duhej që kapacitetet e veta t'i koordinonte në aktorë të tjerë dhe t'i vinte në shërbim të operatorëve mediatikë dhe institucionalë në vend e jashtë tij.

Në këtë pikëprerje lindi edhe partneriteti i ri mes AMA-s dhe Departamentit të Gazetarisë dhe Komunikimit. Si rezultat i këtij bashkëpunimi vetëm në



tre vjet janë realizuar tre nga projektet kërkimore më të rëndësishme në fushën e mediave audiovizive në Shqipëri. Vitin e parë AMA dhe Departamentet realizuan projektin “Dixhitalizimi i transmetimeve televizive shqiptare”, një studim i gjerë për procesin e dixhitalizimit të mediave televizive shqiptare. Vitin e dytë u realizua projekti “Televizioni pa televizor”, një studim për transformimin e mediave televizive për shkak të zhvillimit teknologjik, dhe studimi i tretë që është në përfundim; Modeli ekonomik i mediave televizive shqiptare, studim ky që merr në shqyrtim krizën ekonomike të mediave shqiptare dhe pasojat që ajo sjell në strukturën programore, përmbajtjet televizive si dhe në ushtrimin e profesionit të gazetarisë. Studimet janë të mbështetura në sondazhe të gjëra me audiencat, në intervista të thelluara cilësore me operatorët televizivë dhe trajtojnë problematikat, prirjet dhe sfidat me të cilat përballen mediat bashkëkohore audiovizive në Shqipëri. Përveç kësaj, këto studime shtrihen edhe në rrafsh krahasues me zhvillimet në mediat bashkëkohore në botë. Si rezultat i këtij partneriteti ka patur edhe bashkëpunime të tjera të përmasave më të vogla si bie fjala organizimin e debateve për dukuri të tjera të mediave bashkëkohore si Fake News, apo mundësimin e praktikave dhe kërkimeve për studentët dhe kërkuesit në AMA

Është mëse e qartë se rezultatet e këtij partneriteti kanë qenë përtej pritshmërive. Koordinimi i burimeve dhe energjive mes dy institucioneve ka

qenë vlerë shtesë për secilin institucion por ajo çfarë është më e rëndësishme i ka bërë si AMA-n ashtu edhe Departamentin e Gazetarisë dhe Komunikimit më të vlefshëm dhe më të dobishëm për operatorët televizivë, përgazetarët, studentët dhe studiuesit e mediave, për botën shqiptare në përgjithësi.

Përmbajtjet audiovizive duhet të respektojnë dinjitetin njerëzor dhe privatësinë

Përmbajtjet audiovizive shpesh herë bëhen shkak i reagimeve kundërthënëse në opinion publik.

Autoriteti i Mediave Audiovizive është shumë i kujdesshëm që programet të jenë në përputhje me me kërkesat e ligjit 97/2013 “Për mediat audiovizive në Republikën e Shqipërisë” dhe Kodit të Transmetimit ku sanksionohen veçanërisht:

garantimi i lirisë së shprehjes;
garantimi i së drejtës së informimit;
ruajtja e sekretit të burimeve të informacionit;
respektimi dhe garantimi i së drejtës së ruajtjes së jetës private.
moslejimi i transmetimeve që nxisin intolerancën ndërmjet shtetasve;
moslejimi i transmetimeve që nxisin ose justifikojnë dhunën;
garantimi i së drejtës së përgjigjes;
garantimi i së drejtës së autorit dhe të drejtave të tjera të lidhura me të;
respektimi i fqinjësisë së mirë midis popujve;
respektimi i standardit letrar të gjuhës shqipe.



Kodi i transmetimit, nevoja për përmirësim!

Arben MUKA
Drejtore në Drejtorinë e Programeve në AMA

AMA është e vendosur të zbatojë reptësisht procedurat vlerësuese ligjore për secilin rast abuziv. Nga ana tjetër të gjitha aktivitetet e Autoritetit synojnë që të krijojnë një ambient bashkëpunues për të arritur standarde të reja në përmbajtje. Kjo ka qenë kredoja kryesore e Drejtorisë së Programeve në AMA për vitin 2017. Në sinergji me Këshillin e Ankesave dhe Drejtorinë Juridike dhe Licencave, ndërhyrja për përmirësim në një ndër aktet nënligjore më të rëndësishme të performancës audiovizive mbetet objektivi prioritar për këtë vit.

Kjo për një sërë shkaqesh thelbësore:

Teksti aktual i Kodit të Transmetimit është miratuar nga Autoriteti i Mediave Audiovizive që në muajin janar 2014 dhe prej asaj kohe janë regjistruar precedentë që kanë diktuar nevojën për ndryshime. Në më shumë se tre vite ka pasur reagime dhe propozime konkrete për përmirësime dhe amendime nga vetë OSHMA-të, nga institucione dhe individë. Por dhe vetë natyra e zhvillimeve të reja në industrinë mediatike audiovizive, formatet e reja të emetimit dhe konvergjenca, apo dhe fi nga puna i Këshillit të Ankesave në muajin prill 2016 janë arsye për nisjen e procesit.

Në mënyrë specifi e Kodit të Transmetimit ju caktua një afat 9 muajor për rishikim. Duke aplikuar dy faza të këshillimit publik: veç periudhës njëmuajore që parashikon ligji për akte të tilla, u planifi ua dhe një parakonsultim dhe tërheqje mendimesh dhe propozimesh nga partnerët e AMA-s, subjekte dhe institucione bashkëpunuese që janë të angazhuara në aspekte që përfshin përmbajtja e Kodit.

Konsultimet me partnerët u zhvilluan më 15 maj 2017 dhe më 21 shtator 2017. Në to morrën pjesë përfaqësues nga Komisioneri për të Drejtën e Informimit dhe Mbrojtjen e të Dhënave Personale, Qendra për Mbrojtjen e të Drejtave të Fëmijëve në Shqipëri, Agjencia Shqiptare për Mbrojtjen e të Drejtave të Fëmijëve, Observatori për të Drejtat e Fëmijëve, Rrjeti për demokraci i grave në Shqipëri, Qen-

dra Shqiptare për Komunikim Publik, nga Shoqata Kombëtare e të Verbërve, Urdhri i Mjekut, Urdhri i Farmacistit etj. Në takimin e dytë u angazhuan në konsultim dhe përfaqësues të OSBE-së dhe Këshillit të Europës

Vlerësimet mbi tekstin ekzistues ishin të shumta nga ana e partnerëve.

Gjatë fazës reflektuese ata dërguan në AMA mbi 20 propozime për ndërhyrje, plus sugjerimeve që kishte brenda për brenda Autoritetit, nga Drejtoria e Programeve, Këshilli i Ankesave dhe Drejtoria Juridike dhe Licencave. Përqëndrimi më i madh ishte për dy aspekte të

ndjeshme në transmetimet audiovizive: mbrojtja e fëmijëve dhe mbrojtja e të dhënave personale.

Ky fluks diskutimi shërbeu në hartimin e një teksti projekt të përmirësuar, i cili është aktualisht në fazën e konsultimit publik, në pritje të mendimeve dhe propozimeve nga vetë OSHMA-të, organizata, institucione të interesuara, qytetarët etj.

Bazuar në kalendarin e veprimit për procesin e përmirësimit të Kodit të Transmetimit, pas periudhës një muajore të konsultimit publik, teksti ku do të refl tohen mendimet dhe sugjerimet do të kalojë për diskutim dhe votim në Bordin e

AMA-s. Më pas do të bëhet publikimi në faqen zyrtare online të Autoritetit, si dhe do të zhvillohen takime informuese dhe ndërgjegjësuere me redaksitë e subjekteve audio dhe audiovizive.





AMA publikon Buletinin Periodik

një paketë treguesish, çdo gjashtë muaj, me të dhëna nga tregu audioviziv në Republikën e Shqipërisë

Arben MUKA

Drejtor në Drejtorinë e Programeve në AMA

Në versionin virtual apo dhe në print, Buletini është tashmë një realitet. Mbledhja, përpunimi dhe publikimi i të dhënave mbi transmetimet audiovizive në një Buletin Periodik ka qenë një nevojë, një domosdoshmëri për realitetin shqiptar. Ky akt duhet parë dhe si një shërbim transparence për publikun, i cili duhet të ketë akses në të dhëna dhe informata për një produkt të cilin e konsumon sistematikisht për t'u informuar, edukuar dhe argëtuar. Një operator në tregun audioviziv ka mundësi që nëpërmjet Buletinit të shikojë dhe vlerësojë vetveten në raport me pjesën tjetër të të ngjashmëve apo gjithë spektrit audioviziv. Ky format publikimi është i mirëpritur në mënyrë të veçantë nga kasta e pedagogëve, studiuesve dhe kërkuesve në lëmin e gazetarisë dhe komunikimit, për të cilët mungesa pjesore a tërësore e të dhënave është një pengesë serioze për punimet e angazhimet e tyre shkencore.

Në procesin e përgatitjes së Buletinit, sektori i Publikimeve dhe Bashkëpunimit në Drejtorinë e Programeve në AMA u angazhua fi në konceptimin e tij, duke vjelë mendime, opinione, propozime dhe sugjerime nga dy pyetje thelbësore: “Si e mendoni ju një Buletin Periodik?” dhe “Çfarë prisni nga ky dokument?”. Në bashkëbisedim apo në intervista me ekspertë, studiues të fushës, përfaqësues të grupeve të interesit janë mbajtur shënime dhe përgjigjet a reagimet për rreth 15 nënpyetje mbi perceptimin dhe pritshmëritë. Ashtu sikundër janë qëmtuar publikime të ngjashme nga homologët në BE ose në rajon, nga institucione dhe organizata që janë të fokusuar te statistikat – në kërkim të një modeli të përshtatshëm me natyrën e tregut audioviziv shqiptar. Ky është një proces i pambyllur. AMA me publikimin virtual dhe print të Edicionit të Parë është e paduruar për të marrë çdo mendim, kritikë, a sugjerim që përmirëson këtë botim në formë e në përmbajtje.

Treguesit janë sistemuar në pesë kolona kryesore të aktivitetit të transmetuesve audio dhe audiovizivë: ekonomikë dhe fi; pronësia në aktivitetin audioviziv dhe kontributi jashtë tregut; karakteristika të personelit të angazhuar; treguesit teknikë të transmetimit; aspekte të monitorimit të përmbajtjeve të transmetuara
Krijimi dhe publikimi i një depozite të dhënash nga performanca e tregut audioviziv nuk ka qenë e lehtë të realizohet, ka pasur vështirësi dhe sfi për AMA-n. Është operuar në një sektor të pamësuar me deklarin në kohë dhe cilësi të të dhënave; ku shifrat që raportohen bartin dhe hije e nuanca dilematike për saktësinë dhe besueshmërinë; nga ana tjetër për stafi e institucionit, si ç'ndodh në një angazhim premierë, u ndesh nevoja për njohuri dhe praktikë profesionale në trajtimin e të dhënave të përftuara. Gjithashtu dhe ristrukturimet e subjekteve audio dhe audiovizive, përqendrimi në grupime mediatike shkakton hapësirë të diskutueshme ku vjen fjala për identifi e pjesëve përbërës të aktivitetit.

Sfi t dhe zhvillimet e reja numerike janë premisë se Edicionet e tjera gjashtëmuajore të Buletinit Periodik të AMA-s do të përshtaten mbi natyrën dhe sjelljen e komponentëve të tregut audioviziv, duke ruajtur koherencën e një botimi të tillë.



Marrëdhëniet e punës në tregun audioviziv

Valbona BOLETINI - Përgjegjëse në Sektorin e Bashkëpunimit dhe Publikimit në AMA

Roli i gazetarit është thelbësor në jetën politike dhe shoqërore të një vendi. Ai ushqen dhe është në bazë të analizave të ndryshme. Ka kohë që gazetari, duke e marrë si shënjeshtë të hapësirës mediatike, ka zgjuar interes të madh të studiuesve të fushës së komunikimit. Gazetari, si punonjësi më përfaqësues i fushës mediatike, është kthyer në një nga nocionet matëse të hapësirës publike. Ai është një figurë komplekse, që gjendet midis dilemave të vullnetit të tij etik për bashkëpunim, por edhe në distancën apo afërsinë që ai ka me pushtetin, shpesh herë gazetari ka riskun e të qenit i manipuluar siç ka edhe mundësinë të manipulojë, duke u kthyer në bashkëpunëtor, siç na e kanë treguar edhe ngjarje të mëdha historike. Të dhënat empirike na tregojnë se pozitat e gazetarit sot në vendin tonë nuk janë nga më të favorshmet.

Rekrutimet dhe menaxhimi i burimeve njerëzore në subjektet audio dhe au-

diovizive kanë një ndikim të jashtëzakonshëm në larminë dhe cilësinë e produkteve dhe shërbimeve që ato ofrojnë. Hulumtimet dhe statistikën çojnë në përfundimin se një fuqi punëtore e kënaqur, është më produktive. Krijimi i një ambienti komod dhe efi as në punë me një menaxhim të mirë dhe një marrëdhënie e shëndoshë punëmarrës-punëdhënës është çelësi për çdo sukses.

Marrëdhëniet e punës në mediat audio dhe audiovizive kanë një impakt më të madh se shumica e marrëdhënieve të tjera të punës. Ato ndikojnë në mënyrë të drejtpërdrejt tek audienca. Për AMA-n ka qënë gjithmonë me rëndësi që këto ekuilibra të ruhen, dhe me mjetet që ka në dispozicion ka punuar për forcimin e tyre.

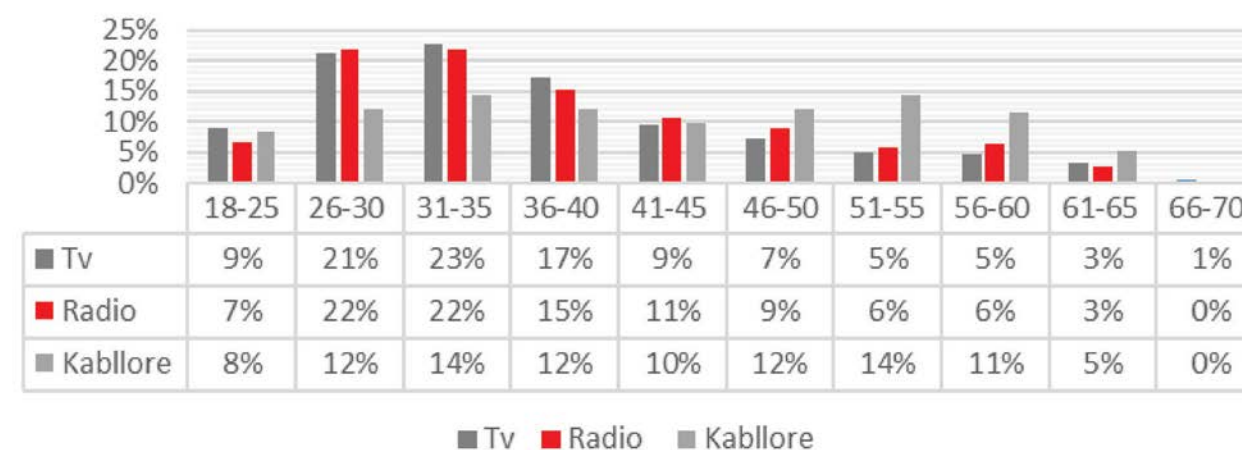
Referuar të dhënave të Buletinit periodik nr.1 të AMA-s, si dhe bazuar në deklaratimet që kanë bërë vetë subjektet

audio dhe audiovizive në institucionet publike përkatëse, evidentohen tipare të rëndësishme në lidhje me burimet njerëzore të subjekteve audiovizive.

Vihet re psh. se ka ngjashmëri kur vjen puna tek niveli arsimor i të punësuarve në televizion, radio dhe subjektet për përsëritjen e programit audioviziv të të tretëve mbështetur në rrjet kabllor - nga këtu e më poshtë, kabllor . Bie në sy se televizionet dhe radiot angazhojnë edhe studentë, përkatësisht 1% deri në 2% ndërsa te kabllorët nuk e gjemë një fenomen i tillë.

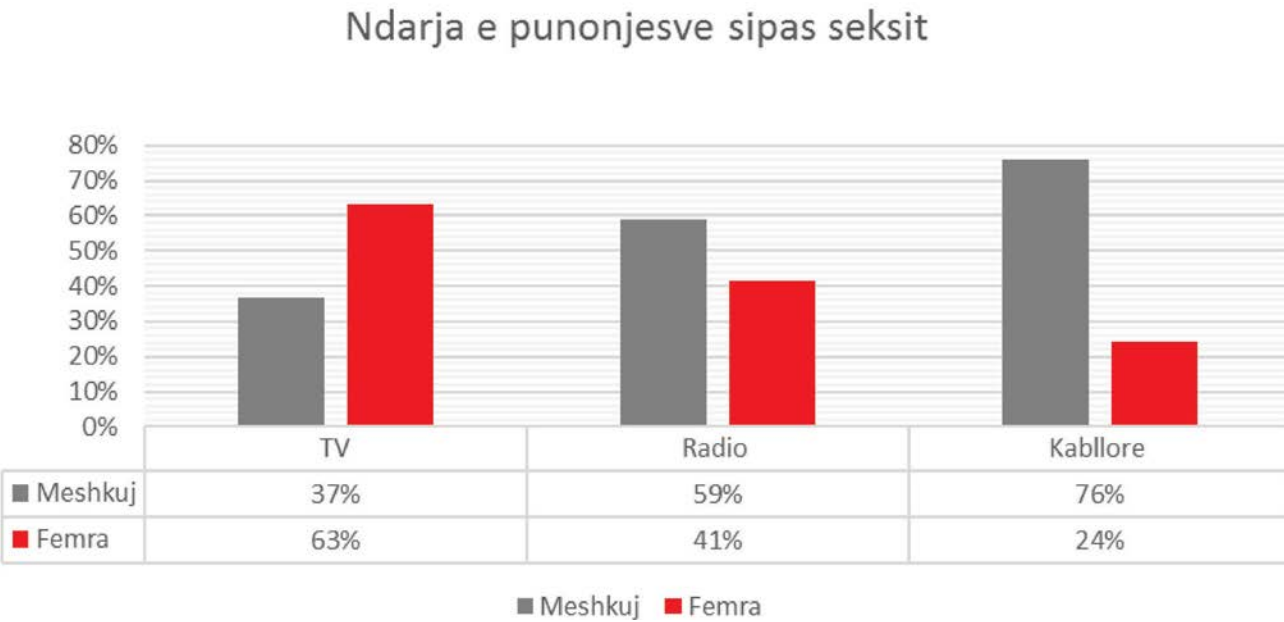
Grupmosha 26-35 vjeç zë peshën më të madhe në televizion, rreth 44%, kurse grupmosha 36-40 vjeç arrin deri në 17% të të punësuarve. Në radio vihet re se grupmosha 26-35 vjeç ka po të njëjtën peshë, ndërkohë që grupmosha 36-40 vjeç ka një rënie prej 2%. Në rastin e kabllorëve stafi ka një moshë mesatare pak më të pjekur dhe kjo bie në sy sidomos tek grupmosha 46-60 vjeç, ku kjo moshë arrin pothuajse deri në 36%. Tek televizionet kjo grupmoshë zë gati 17%, kurse te radiot zë deri në 21% të të punësuarve.

Ndarja e punonjesve sipas grupmoshave

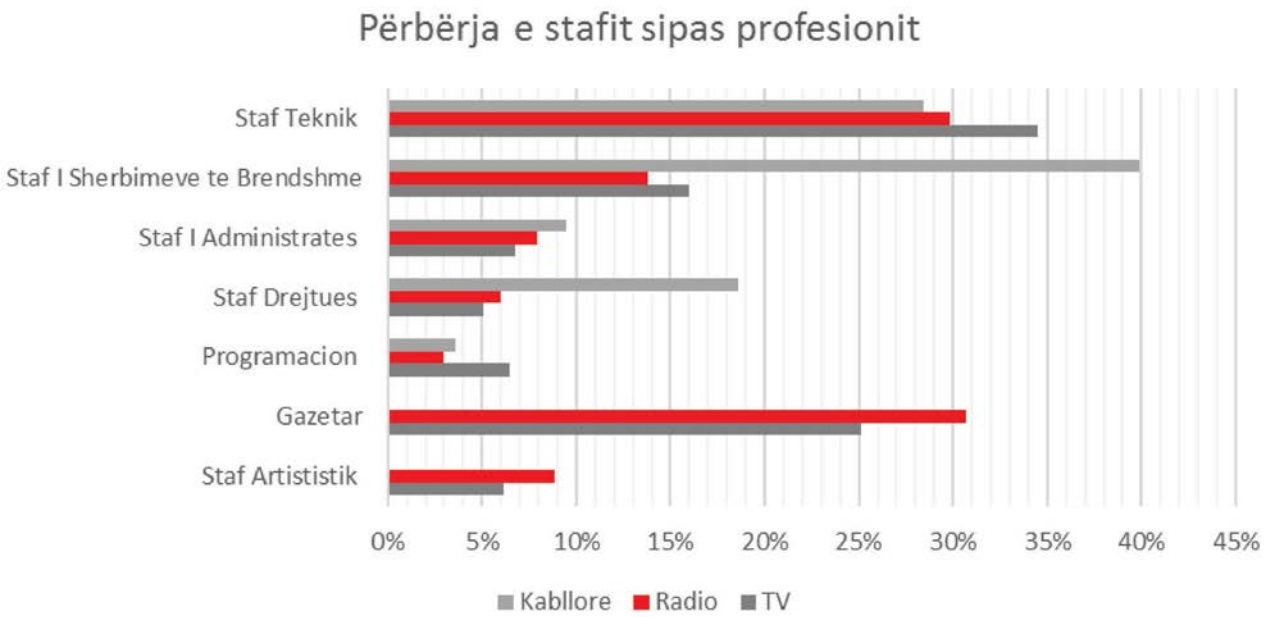


Ndarja e punonjësve sipas gjinisë në tregun audioviziv

Në fakultetin e gazetarisë në Universitetin e Tiranës, por edhe në universitete të tjera, studentet vajza, zënë një përqindje më të madhe në krahasim me djemtë. Ky tregues reflektohet edhe në tregun e punës. Në televizion numri më i madh i të punësuarve janë gra, rreth 63%, por ato janë në minorancë në tregun radiofonik, rreth 41%. Tek subjektet kabllorë, numri i grave të punësuar arrin deri në, 24% ku vihet re edhe prezenca më e ulët e grave. Raportet meshkuj-femra janë prezantuar në grafikët e mëposhtëm:



Nga të dhënat e Buletinit nr. 1 të AMA-s, tregohet se 1/3 e stafit në televizione, ose 33% ka një vjetërsi pune deri në 1 vit. Kjo sjell edhe një herë në vëmendje shqetësimet e herëpashershme të ekspertëve për punën pa kontrata, në ekipe të paqëndrueshme dhe të papërvojë. Në radio vihet re një qëndrueshmëri më e madhe se në televizion, ku vetëm 6% e stafit kanë një eksperiencë deri në 1 vit. Ndërkohë që 44 % e të punësuarve kanë një eksperiencë nga 1 deri në 3 vjet. Tek operatorët kabllorë ka cikël më të shkurtër të vjetërsisë në punë, pasi rreth gjysma e punonjësve përqendrohet tek segmenti 1-3 vjet pune, (52%), kurse deri në 1 vit 31% e të punësuarve. Mbi 3 vjet angazhim ka vetëm 18% të stafit.



Është interesante të shihet nga grafiku më sipër ndarja në grupime sipas profesionit dhe pesha e secilit prej tyre e shprehur në % në totalin e stafit në media. Nga raportet për secilin OSHMA del se përqindjen më të madhe në një media e zë stafi teknik, pastaj vjen stafi gazetaresk, dhe i treti është stafi i shërbimeve të brendshme.

Mediat e kohëve të sotme, shfaqen në skenë me sukseset dhe dështimet e tyre, por edhe me problemet e tyre të identitetit. Pak rëndësi ka nesë ato janë numerike apo analoge, mediat duhet t'i shtrojnë vetes pyetjet, kush jemi ne, për çfarë shërbejmë ne, cilat janë sfidat tona, rregullat tona, prioritetet, standardet? A i ngjajmë ne lexuesve tanë, auditorit, telespektatorëve, që ne duam të informojmë? Natyrisht që për këto pyetje, secila nga mediat ka një përgjigje të ndryshme. Gazetarët janë po ashtu subjekt i këtyre pyetjeve. Secilit i mbetet të vendosë se cilën anë do të mbajë.

Profesioni gazetar

Dilfirus Vrioni

Përgjegjëse për Marrëdhëniet me Jashtë dhe Publikun në AMA

“Gazetarët nuk i besojnë gënjeshttrat e politikanëve, ata i përsërisin, kjo është edhe më keq” Couluhe

E drejta për informim është një ndër të drejtat themelore të njeriut. E njohur si e tillë nga Kushtetuta e Republikës së Shqipërisë por edhe nga konventat më të rëndësishme Evropiane edhe më gjerë. Të informohesh do të thotë të kesh të hapur një dritare më shumë drejt të vërtetës. Në zyrat e shtetit, në një grup të caktuar interesi, në politikat e qeverisë, organizate etj.

Natyrisht që për probleme të ngushta secili zgjedh mënyra të thjeshta, sipas mundësisë edhe qasjes së tij në shoqëri. Por janë edhe ngjarjet publike ose kolektive të cilat na transmetohen nga mjetet e informimit masiv. Për arsyen se jo të gjithë mund të jemi ku lajmi ndodh, por edhe për arsyen se ndonjëherë nuk na interesojnë drejtpërdrejtë ato që janë duke ndodhur, shpesh na qëllon që diku midis rreshtave të ditës të hapim televizorin për t’u informuar,

ose të ndezim radion, apo t’u hedhim një sy gazetave.

Në çdo rast, në televizion, radio dhe gazetë, njeriu që na bën lidhjen me të vertetën faktike, pra asaj që ndodh, është gazetar. Pra në këtë rast gazetar, është ai që sjellë në vëmendjen tonë, një pjesë të realitetit. Dhe ky “realitet” duke u bashkuar edhe me copa të tjera të ditës dhe rrethit formojnë një realitet personal dhe një realitet kolektiv. Profesioni i gazetarit është i lidhur ngushtë me të drejtën për informacion. E drejta për informacion dhe pavarësia që pretendohet të kenë gazetarët, nga pronarët e mediave dhe politika editoriale shpesh kalojnë sfida. Të paktë janë gazetarët që nuk janë përballur me sfidat e këtij profesioni sa të bukur po aq edhe të vështirë.

Dallojmë tre lloj gazetarish:

Gazetarinë e aktualitetit, që trajton ngjarje nga më të fundit, apo që kërkon informacionin ekskluziv (*scoop-i*).

Gazetarinë investigative që ka të bëjë me mbledhje informacioni dhe hulumtim që shpesh është punë e gjatë dhe komplekse, që është e brishtë dhe me shumë presion për prishje provash apo faktesh.

Gazetarinë e reportazhit që shpesh konsiderohet si fusha më fisnike e gazetarisë dhe ka të bëjë me kryerjen e një studimi në thellësi, për ngjarje me rëndësi apo ngjarje historike, si p.sh. luftërat.

Këtu mund të themi me siguri që gazetaria e scoop-it është më e pëlqyera

për t’u tregëtuar në televizionet tona. Autoriteti i Mediave është shumë i ndjeshëm ndaj çështjeve që kanë të bëjnë me të drejtat e gazetarëve dhe me gjithë mjetet e përcaktuar nga ligji përpiqet që të ndikojë për të përmirësuar ambientin e punës nga ana teknike dhe profesionale.

AMA në vitin 2015 ka lidhur një marrëveshje bashkëpunimi me Këshillin e Medias. Marrëveshje kjo në funksion të ndërtimit të urave lidhëse midis këtyre dy organizmave dhe ka si synim final pluralizmin e medias, demokracinë e saj dhe ruajtjen e standardit të mediave audiovizive informative, kulturore dhe promovuese të vlerave.

Në Shqipëri organizimet me qëllim rrahjen e ideve për ushtrimin e profesionit të gazetarit nuk kanë munguar dhe problemet që hasin sot gazetarët dhe gazetaria janë të njohura nga profesionistët e medias.

AMA së bashku me përfaqësues të Institutit Shqiptar të Medias, Transmetuesit Publik Shqiptar (RTSH), Unionit të Gazetarëve Shqiptarë, BIRN Shqipëri, Këshillit për Mediat, Departamentit të Gazetarisë në Universitetin e Tiranës dhe Shoqatat e Gazetarëve Profesionistë mori pjesë në takime të organizuara nga përfaqësia e OSCE-së në Tiranë nën titullin “Grupet e Partnerëve të Medias” në lidhje me problemet më në ndjeshme aktuale që hasin gazetarët si: Vetë-rregullimi në median shqiptare, siguria e gazetarëve, përgatitjet për Forumin e Zhvillimit të Medias, çështje të tjera me interes për gazetarët.

“Orët e gjata të punës së papaguar, mosrespektim të pushimit javor apo vjetor, mungesë të korrektesës në shlyerjen e pagave nga punëdhënësit e me radhë. Përveç kushteve të punës, problemi kryesor për gazetarin sot është mungesa e kulturës së hapjes në shoqërinë shqiptare, ose e thënë në krah të kundërt, prania e frikës për të komunikuar me median dhe për të pasur opinion publik. Ka një frikë të gjithëpërhapur, e cila nuk është e pabazuar apo e paarsyeshme, mes qytetarëve, tregtarëve, biznesmenëve, ekspertëve, akademikëve e zyrtarëve të shtetit për të mbajtur qëndrime publike, për të ngritur zërin mbi gjëra që i shohin si të këqija.” - Këto u komentuan si probleme të gazetarëve, por në thelb janë problem i të gjithë shoqërisë shqiptare.

Në fund, orteku i interesave jomediatike të pjesës më të madhe të pronarëve të medias e bën të vështirë krijimin e një klime pune të përshtatshme për zhvillim profesional të gazetarëve. Një media që ka, fjala vjen, interesa ndërtimi, nuk ka ndonjë interes specifik për gazetari cilësore.

“Gazetaria është ndoshta fusha me qarullimin më të madh të punonjësve dhe fusha që ka moshën më të re mesatare të punonjësve. Shumë njerëz punojnë pak vite si gazetar para se të arratisen në një profesion tjetër, për shkak se presionet mbi gazetarët janë në përgjithësi shumë më të mëdha se sa mbi profesionet e tjera ndërsa shpërblyimi financiar është me raste njësoj ose pak më i lartë se sa profesionet e tjera, por jo mjaftueshëm i lartë për të sigu-

ruar cilësi” - u shpreh gazetari i BIRN z. Gjergj Erebara kur u pyet nga ana jonë në lidhje me problemet e medias sot.

Kurse në lidhje me mundësinë reale për përmirësimin e sfidave të profesionit/ kushteve të punës ai u përgjigjet - “Ne te BIRN përpiqemi të fuqizojmë gazetarët pjesërisht përmes financimit të shkrimeve kurajoze dhe pjesërisht përmes aftësisht profesional. Ne besojmë se ky model do të krijojë gazetarë me profil të lartë publik dhe rrjedhimisht më të mbrojtur përballë presioneve, ndërkohë që kryen njëkohësisht raportime mbi çështjet dhe problemet që zakonisht nuk raportohen.”

Në këtë klimë në fund të muajit nëntor në ambientet e Autoritetit të Mediave, edhe Komiteti Shqiptar i Helsinkit organizoi konferencën “Media në Shqipëri, përballë pasqyrës”. Kjo konferencë mbledhi ekspertë të fushës së gazetarisë dhe të të drejtave të njeriut, të cilët paraqiten konkluzione mbi aspekte të caktuara të sfidave dhe problemeve që has media shqiptare në përditshmërinë e saj, pasi liria e medias nuk është diçka që duhet ta marrim për të mirëqënë, ajo ndërtohet çdo ditë

Media reflekton vetë shoqërinë tonë dhe gjendja e mediave në vendin tonë përbën sfidë. Solidariteti mes gazetarëve është një nga zgjidhet më efektive që u propozua në të dy takimet e rëndësishme të përmendura. Solidariteti organik për probleme të njëjta dhe ndërgjegjja individuale prej profesionit ndoshta mund të ishin një hap thelbësor në ngritjen e gazetarisë në një standard tjetër.



AMA në funksion të publikut

Në zbatim të Nenit 53 të ligjit të saj organik AMA miratoi rregulloren “Mbi procedurat për trajtimin e ankesave dhe për ushtrimin e së drejtës së përgjigjes”.

Kjo rregullore përcakton rregullat dhe procedurat për trajtimin e ankesave të paraqitura mbi programet e transmetuara prej ofruesve të shërbimit mediatik audio dhe/ose audioviziv dhe për ushtrimin e së drejtës së përgjigjes.

Çdo person, dinjiteti dhe reputacioni i të cilit janë prekur nga publikimi i fakteve dhe informacioneve jo të sakta në një transmetim, ka të drejtën e përgjigjes. Këshilli i Ankesave, në AMA ka rol të rëndësishëm në zbatimin e rregullores.

AMA fton ofruesit e shërbimeve audiovizive që të tregojnë profesionalizëm dhe etikë në rastin e trajtimit të temave sociale, për aspekte brenda

dhe jashtë familjes, duke siguruar në çdo rast mbrojtjen të drejtave dhe dinjitetit njerëzor, veçanërisht kur vjen rasti për të miturit.

Ky është një hap më tej që bën AMA me qëllimin e standardeve të reja në tregun audioviziv dhe përgjegjësinë e mediave përballë publikut. Ndër mënyrat për të nxitur kanalet e komunikimit, njohja e publikut me Kodin e Etikës dhe e drejta për reagim ishte dhe Organizimi i tryezës për përmirësimin e standardeve të medias audiovizive. Z. Gentian Sala në fjalën e tij në tryezë theksoi respektimin e qytetarit në të gjitha transmetimet audiovizive.

Gjithashtu Znj. Bardhylka Kospiri ngrii problematikën e respektimit në me-

dia të të drejtave të grupeve vulnerabel pasi liria e medias duhet parë në funksionim të shoqërisë dhe jo anasjelltas. Ajo ngrii edhe shqetësimin për respektimin e gjuhës së shenjave nga televizionet, duke propozuar edhe një tryezë të ardhshme për këtë çështje.

Z. Lufti Dervishi, nga Instituti Shqiptar i Medias, por edhe nën cilësinë e gazetarit dhe pedagogut në Departamentin të Gazetarisë në UT, e vlerësoi perqasjen e AMA-s në një realitet që jeta imiton televizionin, dhe etika në media shpesh është vendimtare për “sjelljet e reja sociale”. “Puna e AMA-s është e vështirë”, – tha ai – “në një realitet ku televizionet shpesh e përdorin hapësirën publike sikur ta kenë hapësirë private”.



AMA organizon takim konsultativ mbi prezantimin e draftit rregullorës “Për reklamën dhe komunikimet tregtare”

“Media përballë pasqyrës” aktiviteti i Komitetit Shqiptar të Helsinkit zhvilluar në AMA



Konferenca Shkencore Ndërkombëtare “Modelet ekonomike të industrisë televizive në Shqipëri” mbështetur nga AMA

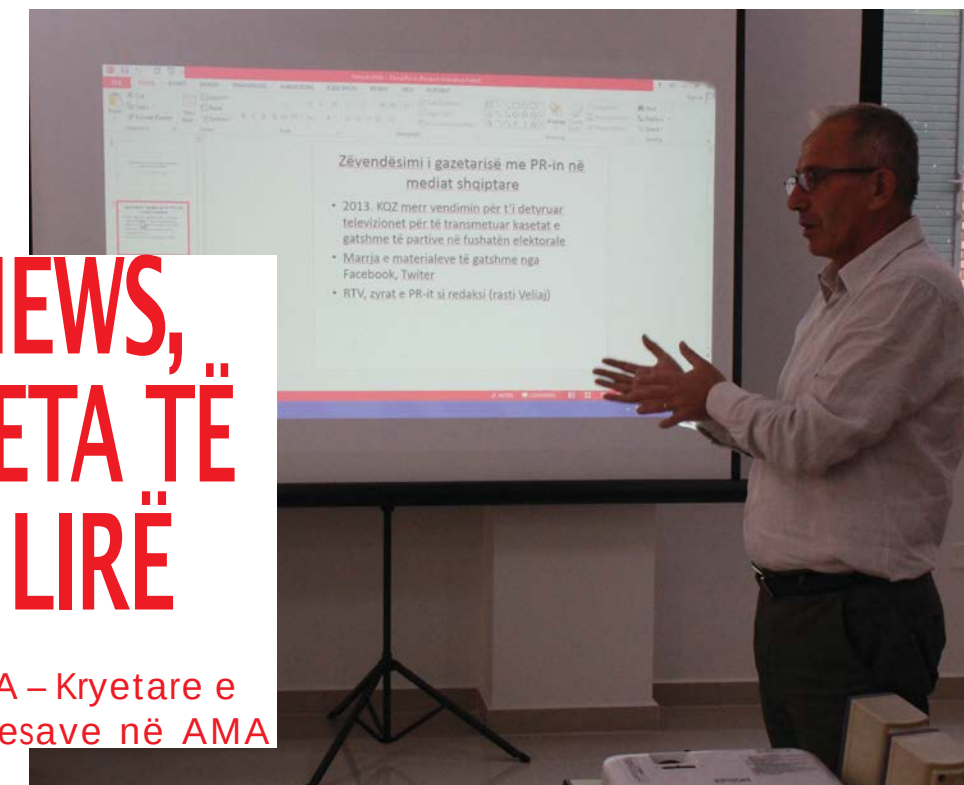


AMAmundëson publikimin e librit “Lajmi në media”



FAKE NEWS, E VËRTETA TË BËN TË LIRË

Monika STAFÄ – Kryetare e
Këshillit të Ankesave në AMA



Çdokush që do të donte t'i shkonte në krye kësaj historie me siguri do të kërkonte të dinte se si do të përkthehej në latinisht, termi “*fake news*”. Papa Françesku, i shqetësuar jo pak herë prej një realiteti mbushur me lajme të rreme në mediat online dhe audiovizive, do ta shqiptonte vetë i pari, duke qenë një zotërues i njohur i saj; “*nuntii fallaces*”. Pas kësaj konfirmoi se po e mendonte seriozisht angazhimin në këtë çështje, fillimisht duke u marrë me hartimin e një akti, deri tani ende i panjohur. Lideri i Kishës Katolike Romake nëpërmjet një komunikimi në Tweeter, vetëm pak ditë më parë nxitoi të dilte me një status që të kujtonte proverbin e lashtë sa vetë bota, duke i shtuar edhe reflektimin e tij personal pas kësaj; “E vërteta të bën të lirë. *Fake news* dhe gazetari për paqen.” Papa Françesku nëpërmjet një interviste, vitin e kaluar

theksonte se ato media të cilat fokusohen tek skandalet dhe janë të prirura të shpërndajnë *fake news* me idenë për të gjykuar politikanë të caktuar, rezikojnë të bëhen si ata njerëz të cilët mbartin rreth vetes, vetëm energji negative. Lideri i Kishës Katolike ndër të tjera, shfaqti edhe dëshirën për një reflektim mbi shkaqet dhe pasojat që sjell keqinformimi në media, duke ndihmuar në të njëjtën kohë promovimin e gazetarisë profesionale, e cila mbetet gjithmonë në kërkim të së vërtetës.

Fake news është togfjalëshi më i përdorur vitet e fundit dhe sinonim i të pavërtetës që qarkullojnë në median tradicionale dhe në mediane re. Beteja me të pavërtetat nuk është betejë e re e medias, por mjedisi në të cilën zhvillohet sot kjo betejë, ka ndryshuar shumë për shkak të zhvillimit të teknologjisë

dhe internetit. Në kohën e cunamit informativ, një alternativë sidomos edhe për mediat audiovizive është rikthimi tek bazat e gazetarisë.

Me këtë shkak, Këshilli i Ankesave në AMA në bashkëpunim me Departamentin e Komunikimit dhe Gazetarisë organizoi një konferencë me temë: “*Fake news* dhe sfida për të vërtetën në media”. Në një kuadër të gjerë, problemi është pjesë e zhvillimeve që kanë të bëjnë me të vërtetën dhe standartet e medias të cilat po sfidohen nga përmbajtje që injorojnë apo manipulojnë faktet dhe të vërtetat dhe mbivlerësojnë opinionet subjektive dhe perceptimet individuale.

Disa nga faktorët më të rëndësishëm që ndikojnë në këto zhvillime janë: shtimi i përmbajtjes së gjeneruar nga përdoruesit, pjesa më e madhe e të cilëve nuk zotërojnë as standardet minimale të të shkruarit mediatik, lehtësia e manipulimit dhe natyra virale e përhapjes së informacionit dixhital, përdorimi i mediave apo i internetit për dëmtimin e imazhit të kundërshtarëve apo të konkurrentëve, etj. Në Shqipëri, kjo dukuri ka gjetur përhapje sidomos në 2-3 vitet e fundit. Kjo situatë dhe këto zhvillime kanë bërë të domosdoshme mes të tjerash edhe ndërmarrjen e veprimtarive që hedhin dritë mbi përmasat dhe shkallën e përhapjes së fenomenit dhe ndihmojnë në arritjen e përfundimeve dhe në marrjen e masave për parandalimin apo minimizimin e tij. Organizimi i kësaj konference kishte si qëllim nisjen e një debati të gjerë mes profesionistëve të fushës së medias dhe në publikun e gjerë, në mënyrë që të mundësohet identifi dhe minimizimi i përhapjes së lajmeve të rreme si dhe rritja e shkallës së njohjes

dhe e informimit të aktorëve mediatikë dhe e audiencës. Konferenca u mbajt në dy seanca gjatë së cilës u vunë re debate dhe diskutime të cilat mëtonin të jepnin argumentet e duhura për një realitet të ri mediatik.

Në fjalën e tij, Kryetari i Autoritetit të Mediave Audiovizive, z. Gentian Sala ndër të tjera, vuri në dukje nxitjen e një bashkëpunimi mes aktorëve të medias dhe rolin gjenerues që AMA ka në këtë debat. Profesori i Departamentit të Gazetarisë dhe Komunikimit në Universitetin e Tiranës Mark Marku nga ana e tij solli në vëmendje deformimet më të zakonshme që i bëhen lajmit në nivel shoqëror (media nga pushtet i katërt po kthehet në instrument i pushteteve të tjerë); në nivel komunikimi (gazetaria si nënsistem u brendashkruhet sistemeve të tjerë të komunikimit, si PR, publiciteti apo marketingu politik, etj); në plan profesional (cënohet pavarësia dhe liria e ushtrimit të profesionit të gazetarit). Dr. Zylyftar Bregu, Anëtar i AMA-s në referatin e tij renditi tipologjitë e atyre që e përdorin *face-book*-un për të shpërndarë informacion të rremë duke analizuar ndër të tjera shkaqet dhe pasojat e kësaj sjelljeje. Rastet i përkasin realitetit shqiptar, kur rrjeti social duke shërbyer si burim për median tradicionale, sidomos televizionin e “shtyn” këtë të fundit drejt publikimit të lajmeve të rreme. Çështja e besueshmërisë së mediave sot gjithmonë e më tepër nuk ka të bëjë thjesht me sesa korrekte është një media në raportim, apo sesa i ka respektuar normat etike të dakortësuara. Më shumë se çështje e respektimit të etikës, sipas MA Z. Ervin Gocit, Pedagog i Departamentit të Gazetarisë dhe Komunikimit kemi të bëjmë me një krizë të përgjithshme

të sistemit të mediave, një krizë besimi mbi informimin në tërësi. Ai e vuri theksin në sfidat e reja që i presin logot e vjetra tani e tutje, të cilat e konsiderojnë veten në radhë të parë si agjenci garantuese të vlerave të demokracisë, para se të jenë industri. Eksperti i medias Z. Rapo Zguri u përqendrua tek “*seeing is believing*”, si dhe problematikat që lidhen me manipulimin e imazhit televiziv. Pjesë e panelit ishte dhe Znj. Ilda Londo, nga Instituti Shqiptar i Medias, eksperte e njohur e medias, e cila solli në vëmendje alternativën “*media literacy*” (edukim-aftësim të medias) si një barrikadë ndaj *fake news*. Ajo adresoi kriteret dhe koncepte të aplikuara në fushën e “*media literacy*” në botë, duke supozuar se kjo alternativë është një armë e fortë njohjeje në morinë e informacionit me të cilin përballen qytetarët ditët e sotme. Dr. Sami Neza, n/kryetar i AMA-s në artikullin e tij shkençor vuri në dukje se nëpërmjet formave të ndryshme, e vërteta është se, *fake news* pothuaj në shumë raste ia del të depertojë në mediat tradicionale dhe rrjetet sociale. Një prej modeleve më të sukseshme të *fake news* është ai që shfaqet në mediat tradicionale përmes zbatimit të skemës së lajmit me bazë ‘akuzën’. Nëpërmjet kësaj përshkruhet mekanizmi përmes të cilit kjo skemë ngatërron audiencat. Në vijim të shtjellimit të çështjeve janë identifikuar disa të dhëna sipas të cilave mund të identifikohet një lajm i rremë ose një media të cilat transmetojnë lajme të rreme ose pjesërisht të rreme. Cilat janë praktikatat në mediat perëndimore që synojnë zvogëlimin e dëmit në informacion nga lajmet e rreme dhe nëse ka një legjislacion që i dedikohet lajmit të rremë është një pikë tjetër që Dr. Neza ka tra-

jtuar në referatin e tij sa i përket sidomos kuadrit ligjor për mediat audiovizive në Shqipëri, që mund të shërbejnë edhe si barriera për transmetimet e lajmeve të rreme. Për Z. Lutfi Dervishi, një tjetër ekspert i njohur i medias, fenomeni ‘*fake news*’ ka dhe anën e mirë të tij. Ai nxit mendimin për të mos e parë gotën gjithmonë gjysëm bosh e propozon kthimin drejt bazave të gazetarisë profesioniste. Z. Dervishi, si dhe referuesit e tjerë, përmendën dy mënyra për të dalluar ose shmangur informacionin e rremë; procesin e verifikimit të lajmit në disa burime si dhe kontrollin për të prodhuar lajmin e vërtetë në gjithë këtë proces. E ftuara e nderit në këtë aktivitet të Këshillit të Ankesave ishte Adelheid Feilcke, një gazetare e njohur e DW (*Deutsche Welle*), aktualisht shefe e Departamentit të Gjuhëve Evropiane në DW. Ajo solli përvojën gjermane në betejën ndaj lajmeve të rreme. Znj. Feilcke tregoi se frika nga fake news gjatë fushatës zgjedhore në Gjermani ishte e madhe, edhe pse u konstatua se nuk pati ndonjë rast të bujshëm. Sipas saj, manipulimi i fakteve apo opinionit, sidomos nga mediat që supozohet të ishin të vëzhguara nga Rusia, konsideroheshin si mundësi destabiliteti.

Fake news fatkeqësisht ia ka dalë të depertojë në mediat tradicionale dhe rrjetet sociale. Ndaj dhe nga autoritetet rregullatore është e nevojshme të ndiqet një plan bashkëpunimi mes palësh në mënyrë që të evitohen sa munden depërtimi i fake news. Nisur prej këndej Autoriteti i Mediave Audiovizive dhe Këshilli i Ankesave në AMA po punojnë në disa drejtime me qëllimin ndërgjegjësimin e të gjitha palëve për lajmin dhe rëndësinë e informimit objektiv të publikut.

Zgjerimi i transmetimeve audiovizive në Shqipëri dhe Kosovë



Autoriteti i Mediave Audiovizive, ka si prioritet zgjerimin e tregut audioviziv midis Kosovës. Kryetari i AMA-s, Z. Gentian Sala dhe homologu i tij nga Komisioni i Pavarur i Medias, KPM, Z. Adnan Merovci, kanë trajtuar çështje konkrete të tregut audioviziv të dy vendeve në takimet e tyre të punës.

Autoritetet kanë synim përfshirjen e kanaleve televizive të Shqipërisë në platformat që operojnë në territorin e Republikës së Kosovës, si dhe anasjelltas për kanalet televizive nga Kosova në fluksin e transmetimeve në territorin e Shqipërisë.

Ndjeshmëria e audiencës shqipfolëse për emetimet audiovizive, por dhe për respektimin e të drejtave të transmetimit janë pika të rëndësishme të cilësisë së transmetimeve të përbashkëta.

Muajt që vijojnë Autoritetet do intensifikojnë bashkëpunimin mes tyre në ndjekje të praktikave dhe eksperiencave më të mira në gjallërimin e transmetimeve mes dy vendeve bazuar dhe në standardet më të mira perëndimore audiovizive.

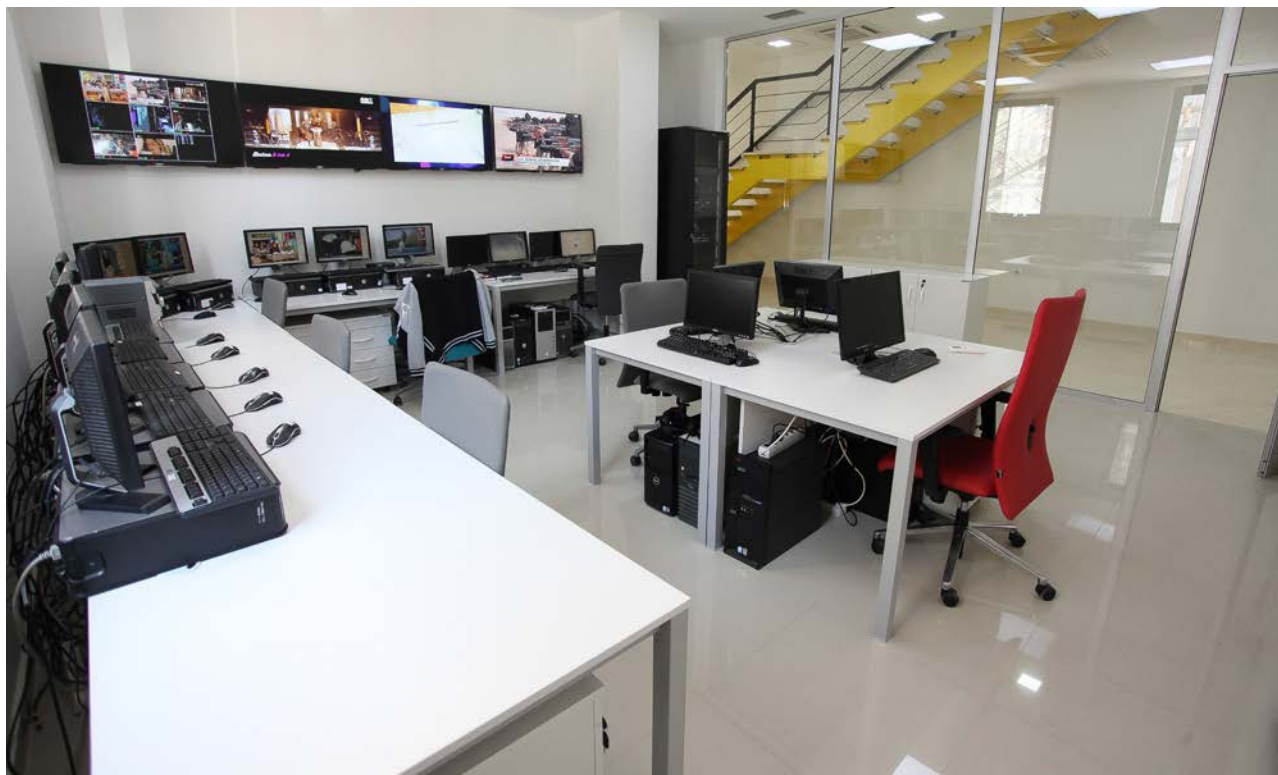
Autoriteti i Mediave bëhet më “shtëpi të re”



Autoriteti i Mediave Audiovizive që nga prilli i këtij viti ka një shtëpi të re. AMA çeli dyert e saj me një ceremoni inauguruese në Ditën Ndërkombëtare të Shypit. Promovimi i institucionit u bë me pjesëmarrjen e dhjetëra drejtuesve të mediave shqiptare dhe redaktorëve të tyre, stafit të AMA-s, Kryetarit të AMA-s, Z. Gentian Sala, shefit të misionit të KE në Shqipëri, Z. Claus Neukirch, etj.

Gjatë ceremonisë në ambientet e reja të Autoritetit, Kryetari i AMA-s, Z. Gentian Sala siguroi që me standardet e reja në punë, institucioni do të ofrojë profesionalizëm më të lartë.

“AMA është kujdestare e kësaj hapësire publike, në të cilën sigurohet transmetimi i operatorëve publikë dhe opera-



torëve privatë. Autoriteti i Medias kujdeset për interesin publik, për programe cilësore, për respektimin e Kodit të Etikës, Kodit të Transmetimit dhe për mbarëvajtjen e tyre. Liria e medias është një gur themeli për një shoqëri demokratike” u shpreh Sala.

Shefi i Zyrës së Këshillit të Evropës në Tiranë, Z. Claus Neukirch pas përshëndetjes u shpreh se liria e medias është një nga faktorët më të rëndësishëm për t’iu bashkuar familjes së madhe evropiane.

“Në ditën ndërkombëtare të lirisë së shtypit, na vjen në mend patjetër neni 10 i Konventës Evropiane të të drejtave të njeriut ku flitet për lirinë e shprehjes dhe siç të gjithë e dimë, për Këshillin e Evropës dhe Bashkimin Evropian, liria e shtypit, liria e medias në përgjithësi janë jashtëzakonisht shumë të rëndësishme. Liria e shprehjes është shumë e rëndësishme për t’i siguruar çdokujt mundësinë për të shprehur opinionin e tij, por kjo gjithmonë brenda respektimit të lirive dhe dinjitetit të tjetrit”, u shpreh shefi i zyrës së KE në Tiranë, Z. Claus Neukirch.

Një nga zërat më të rëndësishëm në fushën e medias, Z. Lutfi Dervishi, në fjalën e tij përmendi rëndësinë e ngritjes së standardeve në raport me ligjet për mbrojtjen e gazetarëve nga Autoriteti i Medias Audiovizive.

Në këtë ditë të shënuar në AMA u mbledhën miq dhe dashamirës të fjalës dhe medias së lirë. Shtëpia e re e medias shqiptare gjendet tani në rrugën “Papa Gjon Pali” II, Nr. 15, Kutia Postare 1010 në Tiranë.



Dita tjetër është një mundësi për t'u përmirësuar

Secili duhet të reflektojë mbi angazhimet që merr, mbi veprimet e tij. Trajnimi na sjell ndryshime të mira individuale por edhe ndryshime të punës në grup. Për punën në grup është shumë i rëndësishëm edhe procesi i diskutimit. Duhet që gjithmonë të diskutoni me menaxherin për të parë se cilat gjëra mund të përmirësohen edhe të shkojnë më mirë. Duhet punë e përbashkët dhe e përditshme për të pasur ndryshime pozitive. Duhet patur kujdes në marrëdhëniet e të gjithë niveleve në një organizatë. Përpikuni të sfidoni vetveten: Çfarë duhet të bëj më mirë? Është pyetja që duhet t'ia shtroni vetes herë pas here.

Shpresoj t'ju shoh shumë shpejt përsëri, por ndërkohë, unë gjithmonë do t'ju kërkoj ta kujtoni këtë: Është detyrë e secilit prej nesh të përcaktojë shembullin e gjeneratës së ardhshme, si në atë që bëjmë ashtu dhe në rrugën që zgjedhim për ato qëllime. Ndërsa ecni nëpër dyert e AMA-s çdo mëngjes, thujini vetes, sot unë do të jem më i mirë në çfarë po bëj si edhe në rrugën që do të ndjek. Ndërsa dilni nga AMA çdo pasdite, pyeteni veten nëse ka vlerë ajo ditë juaja. Shpresojmë se përgjigjja t'ia dalë mbarë, më mirë.

do të jetë po, por nëse përgjigjja është jo, nesër është një mundësi tjetër për t'ia dalë mbarë, më mirë.

“Efienca e Energjisë dhe adoptimi i një plan veprimi për përmirësimin e saj” trajnimi për stafin e Autoriteti







Adresa: Rruga "Papa Gjon Pali II", Nr. 15, Kutia Postare 1010, Tiranë.

Cel: +355 67 303 3000

e-mail: Info@ama.gov.al

www.ama.gov.al

