

KY PUBLIKIM ËSHTË
HARTUAR ME NDIHMË
TË BASHKIMIT EVROPIAN



SHOQATA
E GAZETARËVE
TË MAQEDONISË

PITER

VANHOJTE

PËR LOBIM

TË SUKSESSHËM

DHE STRATEGJI

TË AVOKIMIT TË GAZETARËVE

ME QËLLIM TË PËRMIRËSIMIT TË

GJENDJES SË PËRGJITHSHME NË

MEDIAT NË MAQEDONI

PËR **LOBIM** TË SUKSESSHËM DHE **STRATEGJI** **TË AVOKIMIT** TË GAZETARËVE ME QËLLIM TË **PËRMIRËSIMIT TË GJENDJES** SË PËRGGJITHSHME NË **MEDIAT NË MAQEDONI**



*Liria e shtypit nuk është
e rëndësishme vetëm për demokracinë,
ajo vet paraqet demokraci.
(Volter Kronkajt)*

Piter Vanhojte,
Ndërmjetësues
Korrik 2017

Përmbajtje

1	HYRJE	5
2	LOBIM DHE PLANIFIKIM STRATEGJIK	6
2.1	NEVOJA PËR UNITET TË BRENDSHËM	6
2.2	NEVOJA PËR PLAN EFIKAS STRATEGJIK	6
2.3	LOBIM NË KONTEKST TË MAQEDONISË	7
	ADRESAR	8
	PLANI I VEPRIMIT VJETOR	8
	KONSULTIM ME VEPRUESIT MEDIATIK	9
	BASHKËPUNIM ME QEVERINË	10
	BASHKËPUNIM ME KUVENDIN	10
	EMËRIMET NË KËSHILLAT DHE NË ORGANET RREGULLUESE TË PAVARUR	11
	ROLI I BASHKËSISË NDËRKOMBËTARE	11
	CAKTIMI I PRIORITETEVE	11
	MEDIAT DHE VETË-RREGULLIMI	12
2.4	AVOKIM	12
	E VËRTETA DHE SAKTËSIA	12
	PAVARËSI	13
	DREJTËSI DHE PAANSHMËRI	13
	HUMANITET	13
	PËRGJEGJËSI	13
3	KONKLUZA	14

Ky tekst është bërë me kërkesë të Shoqatës të gazetarëve të Maqedonisë (ShGM), si vazhdimësi e ngjarjeve të organizuara në qershor, lidhur me përgatitjen për dorëzimin e amendamenteve për Ligjin për media nga Qeveria.

Qëllimi i tekstit është të kontribuojë për planifikim më efektiv dhe strategji të ShGM-së me qëllim që të përmirësohet gjendja e përgjithshme e mediave në Maqedoni.

I falënderoj shumë ShGM-së, e cila më mundësoi të kthehem në Shkup pas më shumë se një viti dhe t'i shoh ndryshimet e fundit në dobi të demokracisë dhe mediave të lira. Qytetarët shpresojnë për një të ardhme më të mirë dhe më demokratike si dhe të integrohet vendi në BE dhe NATO. Kjo gjë mund të arrihet vetëm nëpërmjet mbështetjes së vazhdueshme të mediave të lira dhe kritike.

Piter Vanhojte, Korrik 2017

1. Hyrje

Në periudhën mes viteve 2009-2017, mediat gjendeshin nën presion të fortë të qeverisë gjithnjë më autoritare, e cila mediat e lira dhe organizatat mediatike kritikuese i konsideronte si kërcënim nëse ato nuk i përkrahnin dhe përmbanin qëllimet e Qeverisë.

Zgjidhjet në 2016, të cilët rezultuan me formimin e qeverisë alternative, krijoji impuls të ri për zhvillimin e mediave të lira dhe kritike, të pavarura nga ndikimet politike dhe partiake. Do të jetë shumë e rëndësishme të konsolidohet zhvillimi i ri në vitet në vijim dhe të parandalohet nënvlerësimi i sërishëm i funksionimit të mediave.

Ky tekst siguron bazë për përforcimin e mëtejshëm të pozitës të ShGM-së dhe të pozitës të gazetarëve dhe mediave që e përkrahin shoqërinë demokratike duke theksuar planifikimin strategjik lidhur me lobimin dhe avokimin efektiv.

2. Lobim dhe planifikim strategjik

2.1 Nevoja për unitet të brendshëm

Lobimi efektiv dhe avokimi fillojnë me krijimin e platformës së përbashkët në kuadër të ShGM-së. Kjo platformë duhet qartë të definojë hapat e duhura për përmirësimin e gjendjes së mediave në Maqedoni, të mbështesë zhvillimin profesional të gazetarëve dhe të zhvillojë edhe mekanizma tjerë për vetë-rregullim që do të mundësojnë hapësirë mediatike të pavarur. Kjo është vegël e domosdoshme për bisedim me faktorët tjerë në sferën e mediave dhe me Qeverinë.

Është e rëndësishme të gjithë anëtarët e ShGM-së të bashkohen dhe të mbështesin atë platformë. Përveç asaj, është e rëndësishme të gjithë anëtarët të flasin me një zë – më së miri nëpërmjet të ShGM-së. Mendimet mospajtuese duhet të anashkalohej gjatë takimeve për lobim me faktorët nga jashtë sepse kjo gjë mund të paraqet problem në arritje të qëllimeve të tërësishme ose në aktivitetin konkret për lobim.

Mirëpo, duhet të lihet vend të mjaftueshëm për analizë kritike të secilit propozim dhe sugjerim. Qëllimi i mbledhjeve të brendshme është të ndërtohet kompromis funksional për platformë të përbashkët. Në përgjithësi, kompromisi është i mirë nëse të gjitha palët e përfshira janë pak të pakënaqura nga kompromisi final. Është vështirë të bëhet kompromis për ndonjë platformë nëse personi/personat që e udhëheqin bisedën janë njëkohësisht edhe pjesëmarrës aktiv në të dhe mbrojnë ndonjë agjendë të caktuar. Në këtë rast kompromisi arrihet vështirë dhe mund të zhvillohen tensione. Nëse kjo rezulton me platformë të imponuar nga pjesa dërmuese e anëtarëve, për shembull me shumicë të thjeshtë, ato që nuk pajtohen me rezultatin mund të vazhdojnë të kundërshtohen edhe brenda edhe jashtë. Që të anashkalohej një zhvillim i tillë i ngjarjeve që nga fillimi, gjithmonë është më mirë të zgjidhet një udhëheqës neutral në diskutimet për platformë të kompromisit, dikush që nuk ka interes ose pozitë të veçantë, dikush që është dëgjues i mirë dhe është i aftë të analizojë dhe të zbulojë mundësi për kompromis.

Ndërtimi i kompromisit mbi një platformë të mundshme gjithashtu do të thotë se qëllimi është pajtuesmëri mes të gjithë anëtarëve. Që të anashkalohej kompromisi i dobët është e rëndësishme para sjelljes së vendimit për platformë grupi i punës të pajtohet rreth pragut të poshtëm të kushteve minimale pa të cilin kompromisi nuk ka kuptim. Kompromisi i një platforme gjithashtu duhet të ketë qëllime të larta që nga fillimi, të fokusohet në temat kryesore dhe asnjëherë nuk guxon të përfundojë ndër pragut të poshtëm.

Edhe pse platforma që bazohet në kompromis të brendshëm mund të duket në shikim të parë si e dobët ose e pamjaftueshme, ajo iu mundëson lobistëve dhe negociatorëve pozitë më të fortë fillestare me palët e jashtme, pikërisht për atë se platforma e ka mbështetjen prej të gjithëve.

Pa unitet është vështirë, pothuajse e pamundur të arrihen rezultate konkrete.

2.2 Need for an effective strategic plan

Përveç nevojës për plan strategjik të gjerë për ShGM-në, është e rëndësishme të zhvillohet plan strategjik të veçantë për lobim dhe strategji për avokim. Planifikimi strategjik është përmbledhje e koncepteve, procedurave dhe mjeteve që ju ndihmojnë palëve të kyçura në atë proces të mendojnë, veprojnë (dhe të mësojnë) në mënyrë strategjike.

Qëllimi i planifikimit strategjik është t'i ndihmojë ShGM-së të sjellë vendime efektive dhe veprime me vlerë të smadhuar në pajtuesmëri me misionet e ShGM-së dhe me mandatin e tij. Ky plan strategjik i cili ka të bëjë me reformat në media në të gjitha aspektet kryesore, duhet të zhvillohet nga brenda, para se të bëhen çfarë do konsultime me anëtarët tjerë dhe duhet qartë t'i reflektojë qëllimet dhe ambiciet e ShGM-së dhe anëtarëve të saj.

Plani i tillë strategjik (me kohëzgjatje prej 4 viteve) duhet të përfshijë këtë:

- **SWOT analizë.** Ajo duhet të përfshijë thelbin (çfarë ndryshime na duhen që të nxitim mjedisin mediatik profesional të pavarur?) dhe strukturat/kapacitetet në dispozicion. Gjithashtu, duhet të definohen mundësitë (psh. të Qeverisë së re) dhe sfidave eventuale për progres. SWOT analiza mund të sigurojë analizë të shkëlqyer dhe të detajuar për sfidat e mundshme me të cilët ShGM mund të ballafaqohet kur të kyçet në procesin e lobimit dhe si të anashkalohen dështimet e mundshme.
- **Qëllime.** Ato duhet të jenë të gjëra, të kapshme në princip dhe mirë të definuar. Është e rëndësishme të parashtrihen qëllime afatshkurta sepse ato e detalizojnë planin konkret të punës deri në nivelin e ardhshëm me lobim dhe aktivitete avokuese. Parashtrimi i qëllimeve afatshkurta gjithashtu paraqet metodë efektive për punë gjatë lobimit me qasje gjithëpërfshirëse hap pas hapi, ku rezultatet e secilit hap mund të maten para se të kalohet në nivelin e ardhshëm.
- **Veprues:** për çdo qëllim duhet të definohen dhe të vlerësohen vepruesit e ndryshëm. Është e rëndësishme të sigurohen mjaft detaje për vepruesit dhe interesin e tyre të mundshëm sepse ajo mund të jep shqyrtim plotësues për mënyrën me të cilën ato duan të kyçen në procesin për të arritur qëllime konkrete. Por është e rëndësishme të jesh i kyçur në një proces inkluziv që i përfshinë të gjithë vepruesit relevant, duke përfshirë edhe ato që mund të jenë kritik ose që i kundërshtojnë arritjeve të qëllimeve të caktuara.
- **Prioritete vjetore:** përgatitja e plan veprimit me prioritete vjetore duhet të merr parasysh realitetin politik, skenarin më të mirë dhe më të keq dhe faktorët e jashtëm (psh. gjendja ekonomike, probleme në buxhetin e shtetit, zgjidhje të parakohshme...). Duke marr parasysh gjendjen e kontekstit maqedonas, gjatë implementimit, vlerësime të rregullta të prioriteve vjetore janë të dobishme me qëllim që të anashkalohen anulime dhe probleme me implementimin e vonuar ose të pa vonuar.

2.3 Lobimi në kontekst të Maqedonisë

Të arrihet përparim efektiv në gjendjen mediatike është e mundshme vetëm me lobim të gjithanshëm. Lobimi është “aktivitet me të cilin tentohet të bindet pushteti, më së shpeshti ndonjë anëtarë i Qeverisë, t’i mbështesë ligjet dhe rregulloret që do t’i japin përparësi ndonjë sektorit ose organizatës”. Nëse lobimi ndodh në mënyrë spontane dhe në bazë të kontakteve të rastit ose në takime që bazohen në ad hoc agjendë, mundësitë për ndryshime të mëdha dhe të rëndësishme që do të ndikojnë në sektorin (mediat) janë të kufizuara.

Pika fillestare e lobimit efektiv është plan veprimi vjetor i cili del nga targetimi i ndryshimeve të nevojshme të definuar nga vepruesit mediatik (ShGM). Plan veprimi për Maqedoninë duhet të merr parasysh situatën politike momentale (Qeveria e re, Parlamenti me shumicë të thjeshtë, partia opozitare e përqendruar në opstrukcione). Duke marr parasysh shumicën e ngushtë, “blerja” e partive tjera opozitare në disa raste mund të jetë e dobishme për tejkalimin e rezistencës politike në një pjesë të shumicës.

Në përgjithësi, duket se marrëdhëniet mes partive politike dhe mediat gjithashtu duhet të jenë të hapura për diskutime sepse pjesa më e madhe e tyre kanë tendencë për t’i kontrolluar mediat sepse kjo duket si mënyrë më e lehtë për të transmetuar porosinë e tyre qytetarëve dhe për të bërë censurë asaj që nuk ju pëlqen. Ndryshimi i qëndrimit politik ndaj mediave kërkon ndryshim të madh në perceptimin e raporteve mes partive politike dhe mënyrës me të cilën partitë mund të promovohen dhe të kenë përfitime nga mediat e pavarura dhe kritike.

Gjatë viteve të fundit, shumë media maqedonase ishin realisht të kontrolluara nga partitë politike nëpërmjet të biznes interesave. Kjo nuk është rast edhe me mediat shqiptare sepse pjesa më e madhe e tyre bazohen në financa që vijnë nga jashtë.

Çdo reformë në media duhet të fillojë me adaptimin e kontekstit juridik për nevojat aktuale, me mbështetje të mediave profesionale, të pavarura dhe të lira. Ndryshimet në legjislativen mediatike aktuale duhet të sigurojnë vendin e domosdoshëm për atë. Target grupi për reformat mediatike duhet të përfshijë edhe radiodifuzorin publik, mediat e shtypit, mediat audio-vizuale dhe elektronike. Për ShGM-në, përveç reformave në legjislativen, për qëllime kryesore duhet t’i kenë kushtet e punës dhe profesionalizmin e gazetarëve në lidhje me raportimin kritik.

Adresar

Para se të fillojë lobimi, duhet të bëhet adresar i detajuar. Adresari mundëson shpejtë të gjenden kontaktet dhe vepruesit relevantë me qëllim që shpejt të organizohen takime, mbledhje joformale dhe bisedime, që është kyçe për procesin efektiv të lobimit.

Adresari duhet të përfshijë:

Të gjithë vepruesit e mundshëm, duke kyçur edhe kompetencat e tyre në lidhje me mediat

- **Qeveria;**
- **Kuvendi;**
- **Partitë politike;**
- **Institucionet gjyqësore;**
- **Institucionet e pavarura;**
- **Agjencitë rregulluese;**
- **Bashkësia ndërkombëtare (BE, institucionet ndërkombëtare – KB, OSBE, KE dhe ambasadat bilaterale);**
- **Institucionet ndërkombëtare të lidhura me mediat;**
- **Organizata kombëtare dhe institucione për hulumtime shkencore që merren me mediat;**
- **Listë të gjerë të mediave;**
- **Ekspertë (kombëtarë dhe ndërkombëtar);**

Në vijim, duhet të sigurohet në nivel të secilit prej vepruesve listë e personave kyçe dhe kontakte të mundshme, duke përfshirë e-mail adresat e tyre, numrat e telefonave celularë, skape, what's up/viber, rrjetet sociale (facebook/twitter...).

Për çdo person është e rëndësishme të shënohet deri në çfarë niveli ai/ajo mund të llogaritet si aleat, neutral ose kundërshtar, fusha e tyre e ekspertizës dhe emra të personave në SHGM që eventualisht mund të jenë të lidhur në ndonjë mënyrë me atë person. Kjo do të mundësojë kontaktim më të lehtë me persona të caktuar edhe gjatë diskutimeve të rënda.

Për listën e mediave është e rëndësishme të sigurohen informata të rëndësishme për strukturën financiare, numrin e të punësuarve, numrin e gazetarëve të punësuar dhe frilenserët. Edhe pse pjesa më e madhe e këtyre informatave ndoshta janë në dispozitë, është mirë të njëjtët të rinovohen duke marr parasysh ndryshimet e fundit në mediat e shtypit.

Informatat nga rrjetet sociale gjithashtu mund të japin të dhëna interesante dhe të sakta në lidhje me zhvillimin aktual ngjarjeve. Shpesh herë komentet që jepen në mediat sociale janë më direkte dhe më mirë i reflektojnë mendimet e vërteta dhe perceptimet e autorit. Nëse lejon koha, mund të jetë shumë e dobishme në margjinat e lobimit të analizohen dhe të përcillen faqe të fejsbukut dhe profilet e tviterit të vepruesve kryesorë në diskutimet.

Pasi që mbledhen informatat e lartë përmendura duhet mirë të sigurohen dhe të llogariten si të klasifikuara. Vetëm një numër i kufizuar i njerëzve duhet të kenë qasje deri në ato informata.

Plani i veprimit vjetor

Plani i veprimit vjetor për reformat në media duhet të përfshijë (por jo edhe të kufizohet në):

- **Ndryshime në legjislativen mediatike aktuale.** Qëllimi kryesor është të bëhet dallimi mes politikës, qeverisë dhe mediat si dhe pavarësia e redaktimit nga financierët dhe investitorët privat. Ndryshimet në legjislativen mediatike janë urgjentisht të nevojshme për të bërë kufi mes të kaluarës dhe të sigurojnë perspektivë për ndryshime të gjëra në të ardhmen. Mos kycja në ndryshimet urgjente në legjislativen aktuale mediatike mund të jetë problematike për arsye se mund të llogaritet si porosi deri te ato që kufizonin mediat më herët se nuk ka nevojë për ndryshime të vërteta në mënyrën me të cilën kontrollohen mediat. Ndryshimi i qeverisë gjithashtu paraqet mundësi e shkëlqyeshme që të theksohet nevoja për gazetari të pavarur dhe kritike.

- **Lëvizje të politikave prej sanksioneve dhe kufizimeve kah përforcimi.** Deri më tani rregullimi i mediave shpesh ka qenë tejet restriktiv dhe u kanoste me sanksione që shpesh u implementonin sipas klientit dhe i detyronin me obligime të cilët varësisht nga përqindja e produktionit nacional pa u bindur vepruesit për përfitimet nga dënimet dhe kuotat. Lirimi nga këto kufizime mund të jetë hapi i parë në krijimin e një mjedisi më të lirë dhe më të pavarur. Dënimet duhet të mbesin si zgjidhje e fundit e mundshme, për shkelje të rënda në rast nëse ndërmjetësimi nuk arrin të zgjidh problemin.
- **Revidimi i ingerencave dhe funksionimi i agjencive rregulluese.** U pajtuam që procesi i revidimit nuk është urgjent. Një pikënisje e mirë do të ishte revidimi i secilës agjenci që është kyçur posaçërisht (duke përfshirë financat, personeli dhe shkalla deri te cila agjencitë i kanë tejkaluar ingerencat e tyre viteve të fundit). Procesi i revidimit mund të përcillet me zhvillim të qasjes të reformave strukturale. Qëllimi është të anashkalohej funksionimi i mëtutjeshëm i agjencive si ishuj të pavarur ku njerëzit akomodohen me punë komode dhe rroga të larta.
- **Gazetarët si profesion i mbrojtur** (duhet të përmbushin disa kritere para se t'i thuan vetes gazetar-profesionist – kritere që duhet të diskutohen në kuadër të vetë-rregullimit). Pikënisja për gazetarët profesionist duhet të jetë se jo secili mund t'i thotë vetes gazetar profesionist, sepse duhet të plotësojë kritere të caktuara profesionale.
- **Përmirësimi i mekanizmave të vetë-rregullimit** (Këshilli për etikë);
- **Roli dhe funksionimi i radiodifuzerit publik;**
- **Veprime për të mbështetur mediat e shtypura në fazën aktuale të tranzicionit.** Deri më tani nuk është e qartë nëse mediat e shtypura duhet të subvencionohen në fazën e tranzicionit dhe si të vendosen kushtet për këtë. Nëse nuk ka subvencione duhet mbështetur tranzicionin e tyre, duke siguruar mbështetje teknike dhe trajnime.

Në rastin ideal, plani i veprimit vjetor duhet të merr parasysh planin e veprimit të qeverisë në lidhje me reformat në legjislacionin mediatic. Për shkak të urgjencës së disa reformave, jemi të pajtuar që disa prej tyre duhet të dorëzohen në fazën e parë shpejt të dorëzohen në Kuvend pas procesit të shkurtë të konsultimeve publike. Për hapat e ardhshëm besojmë që procesi i ndryshimit të legjislacionit mund të kryhet në mënyrë proaktive. Para ndryshimit të legjislacionit ShGM mund t'i konsultojë vepruesit mediatic me qëllim që të definojnë konceptin dhe strategjinë për ndryshime. Më pas, në bazë të bisedimeve me qeverinë mund të përgatiten ndryshimet dhe të hapen për konsultime të mëtutjeshme.

Konsultime me vepruesit mediatic

Për çdo ndryshim të ardhshëm është me rëndësi ShGM dhe vepruesit tjerë mediatic të pajtohen për qasjen. Pikënisja për çdo aktivitet të ShGM-së për të cilën është arritur pajtueshmëri të brendshme është së pari të sigurojë mbështetje të gjerë nga vepruesit tjerë para se të kyçet Qeveria. Deri më tani kemi parë se menjëherë pasi që ShGM mbron ndonjë pozitë të caktuar ose del me propozim, vepruesit tjerë mediatic fillojnë të kundërshtojnë – shpesh më shumë për të kundërshtuar e jo për shkak të dallimeve thelbësore.

Mund të gjenden aleatë për ndonjë propozim nëse procesi i gjendjes së aleatëve është i balancuar dhe nëse propozimet në fund nuk tregohen vetëm si propozime të organizatës, por i të gjitha organizatave që janë të gatshme të angazhohen. Ky lloj i aktivitetit të përbashkët është i rëndësishëm për të shmangur konfliktet mes palëve të interesuara. Si pikënisje duhet të parashikohen kontakte diskrete joformale (shiko në adresar!), të shmangen mënyra formale të komunikimit (e-mejl,...).

Kontaktet dhe takimet joformale mundësojnë diskutime të hapura pa obligim për përkushtime. Ato janë mjete të mira për të parë deri në çfarë mase kushtet e parashtruara në anën tjetër të tavolinës për negociata do t'i kënaqin kufijtë e poshtme të ShGM-së. Nëse paraqitet ndonjë problem, mund të bëhen konsultime të brendshme për të zgjedhur atë. Përdorimi i kontakteve përkatëse (shiko adresarin!) për angazhimin e partnerëve është e rëndësishme në këtë fazë për të arritur marrëveshje. Nëse ajo nuk arrihet, së paku ShGM do të kuptojë si dhe pse dështoi dhe kur do të del në publik me propozim ose kur do të bëjë kontakte me Qeverinë dhe faktorët tjerë të jashtëm për lobimin e mëtutjeshëm kjo do të mund të përfshihet në komunikimin e ardhshëm. Kjo qasje joformale është shumë efektive për heqjen e hershme të rezistencës eventuale nga vepruesit mediatic.

Bashkëpunimi me Qeverinë

Para se të bëhet bashkëpunim me Qeverinë në ndonjë temë të caktuar, është shumë e rëndësishme së pari të përgatitet terreni. Mënyra më efektive për të të bërë atë është të zhvillohen kontakte të rregullta me ministrat dhe ministratë përkatëse.

Ato kontakte mund të paraqesin situata vin-vin për të dyja palët. Ajo i mundëson ShGM-së të jep këshillë të çmuar dhe i mundëson Qeverisë të pranojë të njëjtën pa obligim për të përmendur ShGM-në dhe me atë ajo të fitojë lavdëresat për atë, ndërsa ShGM do të dijë se propozimi i tyre ka qenë i pranuar nga Qeveria. Kjo qasje do ta inkurajojë Qeverinë që më rregullisht të konsultohet me ShGM-në, ndërsa ajo do të rezultojë me bashkëpunim nga i cili do të kanë dobi të dyja palët. Ndoshta një mungesë e vogël e kësaj qasjeje është se ShGM nuk do të merr gjithmonë mirënjohje për punën e bërë. Nëse Qeveria vepron në mënyrë të mençur, do të promovojë sistem të gjerë të konsultimeve joformale me vepruesit dhe me atë do të zvogëlojnë mundësitë për rezistencë të fuqishme nga ana e kundërshtarëve të Qeverisë.

Gjithashtu, ShGM duhet t'i mbështesë ministrat përkatës – së paku deri sa ato janë konstruktiv – me atë se do t'i ftojë në ndonjë ngjarje publike dhe me atë do të kontribuojnë për profilin e tyre publik. Ndërsa nga ana e Ministrat (Ministrave) do të ndajnë obligim të kushtojnë më shumë vëmendje për shqyrtimin e propozimeve të ShGM-së.

Bashkëpunimi me Qeverinë në fazat e hershme është e rëndësishme nëse duam të arrijmë ndikim më të madh mbi politikat dhe legjislatives. Për momentin më shumë se 90% të ligjeve ose amendamenteve të ligjeve ekzistuese rrjedhin nga Qeveria. Nëse duam të arrijmë ndikim efektiv mbi atë, duhet të sigurohet pjesëmarrje konstruktive në fazën e hershme, mundësisht para se të bëhet projektligji apo amendamenti. Kupto i pari që të veprosh i pari! Politikat rregullisht formohen në Qeveri dhe shpesh herë nuk mbarojnë në Kuvend – pjesëmarrja në periudhën e inicimit të politikave është e rëndësishme që të mund të ndikohet në to. Përveç kontakteve të rregullta joformale, duhet të krijohet mekanizëm përkatës për mbledhje të rregullta formale me Ministrat. Me atë mundësohet diskutimi për orarin e aktiviteteve për periudhën që vjen që të jemi të përgatitur për diskutime publike dhe/ose parlamentare në fazën e mëvonshme. Me atë ofrohet mundësi formale të sigurohet informata kthyesë për propozimet në vijim ose propozimet e mbështetura nga ShGM të diskutohen në mjedis më formal.

Gjatë formulimit të politikës specifike për mediat, përdorimi i takimeve formale dhe joformale mundëson ndikim të madh përpara projekt-fazës.

Kur më në fund bien dakord konsultimet publike me Qeverinë para se të dorëzohet propozimi deri të Qeveria, ShGM mund të relaksohet, të shpjegojë dhe/ose të mbrojë propozime të caktuara ose të përqendrohet në detaje për të cilët duhet vëmendje. Konsultimet publike mund të ofrojnë platformë të ndryshme, të përqendruar më shumë në avokim për grup më të gjerë të vepruesve se sa në lobim të pastër.

Kur bëhet lobimi në nivel të qeverisë, për fokusin është e rëndësishme mos të jetë vetëm në ministrat e sektorit, por edhe atyre që janë përgjegjës për telekomunikime, financa, buxhet... Ajo qasje e gjithanshme do të kontribuojë për angazhimin më efektiv të Qeverisë si tërësi kur diskutohen propozime me, psh., ndikim të mundshëm financiar ose teknik.

Bashkëpunimi me Kuvendin

Në fund të procesit dorëzohen propozimet deri te Parlamenti. Nëse gjithçka është në rregull ato do të kalojnë pa problem. Ndërsa, si praktikë e mirë, mund të organizohen seanca parlamentare të cilat do të sigurojnë mundësi për diskutim të propozimeve dhe do të mund të propozojnë amendamente plotësuese.

Nëse nga fillimi i tërë procesi menaxhohet mirë, parlamenti mund të llogaritet si frenë në raste urgjente. Në këtë nivel duhet të bëhet lobim intensiv nëse Parlamenti nuk ka dëshirë të ndjekë Qeverinë ose nëse propozimet e dorëzuara nga Qeveria nuk janë në pajtueshmëri me propozimet initiale të ShGM-së. Që të shmangen komplikime eventuale në këtë nivel, gjithmonë është mirë të ketë persona brenda shumicës ose në opozitë, që

do të mundësojë të detektohen probleme eventuale në fazën e hershme të procedurës parlamentare. Propozimi jonë është nëse paraqiten probleme në këtë fazë, mos të priten diskutimet publike por të fillohet me diskutime bilaterale me anëtarët e Parlamentit dhe me grupet tjera politike. Nëse edhe në këtë fazë nuk ka rezultat konkret, mjeti i fundit është debati publik (nëse ka), ku, si të ftuar mund të tregoni publikisht brengosjet për atë propozim dhe të sugjeroni amendamente, mundësisht me konsultim të afërt me veprues dhe ekspert të tjerë mediatik. Nëse asgjë nuk ndihmon dhe në fund votohet ligji i keq, ende ka mekanizma për revidim të ligjit¹, në atë rast e ashtuquajtura mbikëqyrje post-ligjore. Kjo procedurë përdoret nga ana e shumë parlamenteve në BE në bazë sistematike i mundëson shqyrtim të ndikimit të legjislatives 4 deri 5 vite pas miratimit inicial.

Emërimi në Këshillat dhe në organet rregulluese të pavarur

Në vitet e fundit ekziston tendencë që zgjidhja dhe emërimi i anëtarëve të Këshillave të ndryshme, siç është Këshilli publik për radiodifuzion dhe agjencitë rregulluese, të bëhet në Parlament. Në përgjithësi, siç është rasti me secilin parlament, zgjidhja dhe emërimi i njerëzve për çfarë do funksioni duhet të jetë përjashtim nga rregulla kur bëhet fjalë për parlamentin.

Në rastin e Maqedonisë për momentin mungon personeli kompetent teknik dhe procedurë për zgjedhje fillestare të kandidatëve. Gjithashtu, nuk ekziston sistem për matje adekuate të cilësisë të kompetencave të kandidatëve.

Përveç asaj, zakonisht, emërimi final është rezultat i pazarllëkut mes partive politike kryesore dhe më së shpeshti ajo kontribuon që mos të zgjidhen kandidatët më kompetent për ato pozita. Përkundrazi, ajo procedurë shpesh rezulton me Këshilla të dobët për shkak të shkallës së lartë të politizimit. Nëse zgjidhen këto pyetje mund të kontribuojë për Këshilla më efektiv dhe më të pavarur. Si alternativë, përgjegjësia për emërimin mund të transferohet tërësisht në organizatat të cilët janë pranuar që të emërojnë anëtarë të këshillave.

Roli i bashkësisë ndërkombëtare

Bashkësia ndërkombëtare mund të luan rolin vendimtar në promovimin e vlerave të lidhura me mediat e lira dhe të pavarura si pjesë e procesit aktual të demokratizimit. Njohuritë me të cilët disponojnë OSBE dhe Këshilli i Evropës mund të ofrojë udhëheqje për mbështetje të mediave dhe gazetarisë profesionale së bashku me standardet profesionale të etikës dhe në bazë të vetë-rregullimit. Edhe ekspertë të shteteve të ndryshme anëtare të BE mund të sigurojnë ndihmë praktike teknike dhe mbështetje në lidhje me pyetjet specifike siç janë financimi dhe zhvillimi i radiodifuzerit publik dhe kanaleve në gjuhë të ndryshme, ristrukturimi dhe bashkimi eventual i agjencive të ndryshme rregulluese si dhe për pyetje teknike në lidhje me transmetimin e mediave audio-vizuale.

Në rast të bllokimit ose pengimit të reformave në media nga ana e partive politike ose biznes interesave, mund të jenë të dobishme konsultimet bilaterale me përfaqësues të bashkësisë ndërkombëtare, duke përfshirë BE dhe ShBA. Këto shtete mund të merren si referencë për promovim të praktikave dhe standardeve.

Vendosja e prioriteteve

Kur diskutohet për propozim me Qeverinë ose me Kuvendin është e rëndësishme të ketë në dispozicion ekspertë, sepse nuk ka kohë për të humbur. Koha, ose koha e pamjaftueshme shpesh përdoret në negociatat për shtypje të njëjës palë që të lëshojë. Kur keni në dispozicion ekspertë do t'i shmangeni mospërfundimit nëse paraqitet pyetja e mungesës së kohës.

Përgatituni mirë për negociatat për lobim. Është e rëndësishme paraprakisht të definohen kufijtë e poshtme dhe prioritetet. Për shembull: gjatë diskutimeve të fundit për radiodifuzerin publik, në shumë raste u diskutua buxheti. Propozimi aktual është difuzeri të financohet me 1% të buxhetit vjetor të shtetit. Por, kjo ndoshta nuk do

1 Në raste të veçanta mund të mendohet për fillimin e një procedure para Gjykatës kushtetuese, por kjo duhet të jetë masa e fundit dhe duhet të përdoret vetëm nëse ligji nuk është në përputhje me Kushtetutën.

të arrihet vitin e ardhshëm. Një kompromis i mundshëm është që kjo të arrihet gjatë disa viteve në vijim. Është e rëndësishme që brenda të bëhet marrëveshje për rëndësinë e kësaj pyetje për rrjetin e tërësishëm të legjislatives ekzistuese për mediat dhe për ambiciet për t'u përmirësuar gjendja e mediave. Në bazë të shqyrtimeve të tilla duhet të sillen vendim për mbështetje ose mospranim të propozimit final.

Vendosja e prioriteteve për përmirësim të situatës në media duhet të jetë e bazuar në principin “të parët diçka të parë”. Numër i kufizuar i amendamenteve për ligjin mund të nxit tjerë më vonë, sepse mund të hapen pyetje të reja. Plani strategjik duhet me kujdes t'i balançojë prioritetet dhe aktivitetet e ardhshme.

Mediat dhe vetë-rregullimi

Sistemit për vetë-rregullim të mediave në Maqedoni i nevojitet shumë kujdes. Periudha e kaluar tregoi se ka progres pavarësisht të përpjekjeve të njëjës prej partive politike që ishte në pushtet që të nënçmojë të njëjtin në dobi të kontrollimit të tërësishëm mbi mediat. Këshilli i etikës në media provon se vetë-rregullimi mund të funksionojë. Sot, një numër i madh i avokatëve bazohen në vendimet e Këshillit për ngritje të procedurave gjyqësore. Që të sigurohet transparencë më e madhe në Këshillin duhet të kyçet edhe ombudsmani mediatik, i cili do të ishte kontakti i parë për të gjitha ankesat të lidhura me median dhe ai do të ndërmerret në çdo proces mes gazetarëve dhe redaktorëve. Kjo do të zvogëlon pragun e “heshtjes” edhe te qytetarët edhe te gazetarët, ndërsa Këshillin e bën më transparent dhe komponentë kryesore në vetë-rregullimin e mediave.

Gjithashtu duhet të ndërmerren edhe hapa tjerë sepse vetë-rregullimi nuk duhet të merret vetëm me ankesa por edhe të përfaqësojë gazetarinë profesionale. Që të stimulohet zhvillimi i mëtutjeshëm i gazetarisë profesionale, është me rëndësi që secili që dëshiron të fillojë të merret me gazetari të jetë i detyruar të kalojë kurs që do ta mësojë për bazën e gazetarisë profesionale, ndërsa këtë kurs, për shembull, duhet ta zbatojë ShGM. Shtetet e BE-së shpesh bazohen në organet vetë-rregulluese për akreditim të gazetarëve profesional, që mund të kontribuojë në përmirësimin e cilësisë së profesionalizmit tek online mediat.

2.4 Avokim

ShGM mund të luajë rol të rëndësishëm në promovimin dhe funksionimin e gazetarisë profesionale dhe për sigurimin e përkrahjes për vendosjen e standardeve etike.

Është e rëndësishme për të gjithë gazetarët dhe redaktorët e ri të mësohen në standardet themelore të gazetarisë profesionale. Këto mund të përmbliken kështu²:

E vërteta dhe saktësia

- **Gazetarët nuk mund gjithmonë të garantojnë “të vërtetën”,** por princip kryesor i gazetarisë është gjithmonë të tregohen fakte të vërteta. Ato gjithmonë duhet të anojnë për të vërtetën, t'i paraqesin faktet relevante që i kanë dhe të janë të sigurt që faktet janë të kontrolluara. Nëse gazetari nuk mund të konfirmojë saktësinë e informatës, ai duhet ta tregojë atë.

Pavarësi

- **Gazetarët duhet të jenë zëra të pavarura;** ato nuk duhet të përfaqësojnë, në mënyrë formale ose joformale, interesa politike, korporatave ose kulturore. Ato duhet t'u zbulojnë redaktorëve – ose publikut – përkatësitë e tyre politike, kontrata financiare ose ndonjë informatë tjetër që mund të paraqiten si konflikt të interesave.

² Për më shumë informata <http://ethicaljournalismnetwork.org/>. Kam vendosur t'i fus këto standarde në tekstin për shkak të rëndësisë së tyre.

Drejtësi dhe paanshmëri

- **Pjesa më e madhe e lajmeve kanë së paku dy anë.** Edhe pse nuk ka nevojë që të dy anët të shpjegohen në detaje, lajmet duhet të jenë të balancuar dhe të japin kontekst. Objektiviteti nuk është i mundur gjithmonë dhe jo gjithmonë është i dëshiruar (për shembull kur bëhet fjalë për brutalitetin ose mizorinë), por raportimi i paanshëm krijon besim.

Humanizëm

- **Gazetarët nuk duhet të shkaktojnë dëme.** Atë që e publikojnë ose transmetojnë mund të jetë e dhimbshme, por duhet të jenë të vetëdijshëm për ndikimin e fjalëve të tyre mbi jetën e njerëzve.

Përgjegjësi

- **Shenjë e sigurt për profesionalizëm dhe gazetari e përgjegjshme është aftësia për të qenë i përgjegjshëm.** Kur bëhen gabime, të njëjtët duhet të korrigjohen, ndërsa kërkesa e faljes duhet të jetë e sigurtë, jo cinike. Ato i dëgjojnë problemet e publikut. Ato nuk mund të ndryshojnë atë që e thuan dhe shkruajnë lexuesit, por duhet të kenë përgjigje kur lexuesit nuk janë të drejtë. Në mjedisin arsimor tani, organizatat siç është ShGM mund të luajnë rol të rëndësishëm të avokimit.

Promovimi i standardeve etike të cilët janë përmendur më lartë duhet të bëhet në disa nivele:

- Kurs special për gazetarët e ri/ardhshëm profesional. Kursi i tillë mund të jetë pikënisje e detyrueshme.
- Kyçja në programin arsimor (për nxënësit në moshën 12-18 vite)
- Kurse për target-grupe konkrete, p.sh. për gjykatës dhe prokuror publik të ardhshëm (kurs fillor), ndër të tjerët.

Mënyra më e mirë për të ngritur ndërgjegjen e tërë shoqërisë për rolin e gazetarëve të pavarur dhe nevoja për to në një shoqëri demokratike është të kyçen gazetarë profesionistë në kurset e lartpërmendur, të cilët do të flasin për standardet profesionale dhe etikën në mediat. Në lidhje me vetë-rregullimin, këto standarde nuk duhet të përfshihen në asnjë formë juridike, por duhet të pranohen nga ana e të gjithë gazetarëve profesionistë edhe nga Këshilli i etikës si udhëheqës i aktiviteteve të tyre.

3. Përfundime

Lobimi dhe avokimi janë dy lloje të aktiviteteve të duhura që ShGM mund t'i ndërmerr për përmirësim serioz të mediave të Maqedonisë. Por, duhet të merret parasysh se implementimi i ndryshimeve është proces afatgjatë që i angazhon vepruesit dhe qytetarët në nivele të ndryshme. Implementimi i ndryshimeve ligjore është hapi i parë për përmirësimin e gjendjes në tërësi. Pa ndryshim të qëndrimit të partive politike, gazetarëve profesionist, redaktorët, financierët dhe të investitorëve, do të jetë vështirë të implementohen ndryshimet, edhe pse ato janë pjesë e procesit të evointegrimit. ShGM mund të luajë rol kryesor në këtë zhvillim duke përdorur lobimin efektiv në nivele të ndryshme dhe avokim me qëllim që të ngritët ndërgjegjja.



Ky publikim është hartuar me ndihmë të Bashkimit Evropian. Përbajtja e publikimit është në përgjegjësi të plotë të ShGM-së dhe në asnjë mënyrë nuk mund të konsiderohet se shpreh pikëpamjet e Bashkimit Evropian

Projekti implementohet nga ShGM



Përbajtja e këtij publikimi është përgjegjësi e vetme e SHGM dhe në asnjë mënyrë s'mund të konsiderohet se i shpreh pikëpamjet e Civica Mobilitas, Agjencisë Zvicerane për Zhvillim dhe Bashkëpunim (SDC) apo organizatave që e realizojnë.