

# Rekomandime për onlajn media të përgjegjshme

---

Për të zvogëluar devijimet dhe keqpërdorimet që janë duke ndodhur, duhet të praktikohet legjislacioni ligjor, të mundësohet një treg real financiar, si dhe arsim digjital për të gjithë vepruesit në fushën e onlajn informimit

---

Autor: Zoran Richliev

Me paraqitjen e komunikimit digjital i cili mundësoi komunikim të lehtë dhe të thjeshtë, industrioni mediatik në nivel global u ballafaqua me sfida serioze me karakter financiar, legal dhe etik.

Roli i mediave që i bëri të jenë transmetues kryesorë të informatave për ngjarjet shoqërore është zvogëluar, sepse tani secili individ ka mundësi teknike të transmetojë informata, ose të vëhet në rol të mediumit.

Onlajn mediat në Maqedoni janë shumë në numër. Agregati më i njohur i lajmeve në Maqedoni [Time.mk](http://Time.mk) ka afër një qind ueb faqe, duke marr parasysh se te ai ekziston sistem i rreptë i selekcionimit. Numri real është afër 300 faqeve aktive, prej të cilëve së paku gjysma kanë përmbajtje të cilët janë kryesisht të angazhuar në fushën socio-politike, ndërsa të tjerët janë të specializuar për sport, zbavitje e tjerë.

Kuantiteti jo vetëm se nuk solli cilësi, por për kundër, shkak i mungesës së tregut real dhe proceseve të kohezionit të integritetit dhe konsolidimit, solli deri në fragmentim dhe zvogëlim i redakcive që në fund rezultoi me zvogëlimin e cilësisë të përmbajtjeve të ofruara.

Interneti i shkatëroi biznes modelet e mëhershme të mediave dhe për atë shumë gazetarë punojnë në vende të pasigurta të punës, ndërsa mediat gjithnjë më pak investojnë në gazetarinë – si për shembull për trajnime për profesionalizim, ose në gazetarinë hulumtuese.

Gazetaria cilësore është punë e shtrejtë sepse kërkon resurse, si njerëzore ashtu edhe teknike, ndërsa pavarësia financiare e mediumit është garanca e parë për integritetin dhe paanshmërinë e tij.

Mediat luajnë rol kyç në shoqërinë demokratike dhe për ato arsye është e domosdoshme puna e tyre, në mënyrë ligjore, profesionale dhe etike, si dhe transparente në lidhje me pronësinë dhe mënyrën e financimit.

“Kulaçi” për onlajn reklamat në tregun e përgjithshëm të reklamimit në Maqedoni është i vogël. Për fat të keq, nuk ekziston burim relevant për numrin e sakt, ndërsa problem i madh paraqet edhe derdhja e parave për reklamimin në Google dhe Facebook i cili është duke fituar në popullaritet.

Është e qartë se nuk ka financa të mjaftueshme në treg, ndërsa onlajn mediat të cilët financohen në bazë komerciale ka shumë dhe çdo ditë hapen të reja.

Prej kësaj mund të sjellim përfundim se një pjesë e madhe prej tyre nuk financohen në bazë komerciale por janë ose kopje teknike e të tjerëve ose “subvencionohen” nga qendra të fuqisë, kryesisht politike dhe rrallë nga paratë publike.

Këto “entitete” edhe pse arrijnë deri te publika e madhe dhe ofrojnë informata, ato më së shpejti e përdorin emrin e tyre për të promovuar intereset e tyre, sepse përmbajtjen nuk e krijojnë gazetarë dhe ajo që publikohet nuk kontrollohet nga redaktorët. Ato, në këtë kuptim, mund të quhen “paramedime”.

Përkundër paramedimeve të shumta, ekzistojnë edhe onlajn media në Maqedoni të cilët publikojnë përmbajtje profesionale gazetareske dhe kanë strukturë të qartë dhe të publikuar editoriale si dhe gazetarë të nënshkruar, foto dhe video reporterë dhe lektorë të cilët së bashku prodhojnë përmbajtje autentike, ose janë media me identitet të qartë. Por, si duket publiku ka vështirësi t’i identifikojë “të rëndësishmit” nga “të rremet”. Kjo shkon në dëm të atyre që janë korrekte sepse janë të sjellë në situatë të pabarabartë, madje edhe në situatë më të vështirë në krahasim me paramediat.

Që të bëhet dallimi mes punës profesionale të mediave dhe entitetet e krijuara me qëllim që është në kundërshtim me interesin publik, duhet t’i kushtohet vëmendje përgjegjësisë më të madhe të mediave. Sjellja e përgjegjshme, në këtë aspekt nënkupton punë të ligjshme, transparente dhe profesionale të mediumit.

Gjatë sjelljes së Ligjit për media dhe Ligjit për shërbime mediatike audio dhe audiovizuale, e cila ishte e realizuar nën shtypje të madhe të pushtetit të kaluar, përkundër kundërshtimit të bashkësisë mediatike në fund rezultoi me zgjidhje kompromisi, gjegjësisht një nga kërkesat kryesore të ShGM ishte e pranuar – ueb faqet informative mos të rregullohen me këto ligje.

Kjo, fatkeqësisht, krijoi një vakum të dukshëm juridik i cili për shumë njerëz do të thoshte se për ato nuk vlen asnjë ligj, që ishte perceptim i gabuar.

Si argument kyç në thirrjet naive për “rregullim” shtetëror i onlajn mediave shpesh theksohet mosrespektimi i të drejtave të autorit, ose kopjimit ose publikimit e përmbajtjeve nga ueb faqe të tjera të vendit ose të huaja pa lejen e tyre. Ky është vetëm një nga problemet dhe është i rëndësishëm sepse destimulon krijimin e përmbajtjeve cilësore, por aspak nuk është i lidhur me ligjet për media, por me ligj tjetër, ai është Ligji për të drejtat e autorit dhe të drejtat e përafërta.

Ekzistojnë edhe probleme me gjetjen e pronësisë, mënyrat e financimit, gjuhën e urrejtjes, diskriminimet, shpifjet, fyerjet... si duket kjo listë nuk ka fund. Vetëm një pjesë e vogël e keqpërdorimeve kanë zgjidhje juridike. Kryesisht shkak i mosmarrëveshjeve në lidhje me aplikimin e legjislativës ligjore.

Problemet e konstatuar janë të vështira për t’u zgjedhur, por nuk janë të pazgjedhshme. Pjesë e madhe prej tyre janë vetëm pasojë e keqinterpretimit, idetë e gabuara ose inercioni i institucioneve.

Është e rëndësishme të fillojnë të merren masa në drejtim të përmirësimit të cilësisë dhe përgjegjësisë së mediave. Metodrat duhet të jenë afirmative, e jo represive.

## **Aplikimi i legjislatives ekzistuese dhe stimulimi i angazhimit të institucioneve përkatëse**

Edhe pse onlajn mediat nuk janë as të definuara, as të rregulluara me Ligjin për media dhe me Ligjin për shërbime mediatike audio dhe audiovizuale, kjo nuk do të thotë se ato de-fakto nuk ekzistojnë dhe se për ato nuk vlejnë ligjet tjerë. Më në fund edhe mediat e shkruara për herë të parë përfshihen në Ligjin për media i votuar në dhjetor të vitit 2013, po a ka pasur dilema më herët për atë se a janë media edhe gazetatat?

Kultura e mosndëshkimit për shkeljet është evidente. Ndonjëherë shkak i inercisë së institucioneve, ndonjëherë shkak i moskuptimit të kësaj fushe relativisht të re, e ndonjëherë shkak i të përmendurit vjen deri te moskuptimi se për onlajn mediat nuk vlejnë ligjet dhe se onlajn mediat nuk janë të “rregulluara”. Gjithçka që vlen oflajn, vlen edhe onlajn.

[Analizat](#) e bëra sugjerojnë se mosndëshkimi duhet të ndërpret dhe se legjislacioni duhet të zbatohet në mënyrë joselektive, të drejtë dhe proporcionale, për të gjithë aktorët në komunikimin publik në internet.

Në vazhdim janë cekur disa shembuj për zgjidhje ligjore të cilët kanë të bëjnë me punën e onlajn mediave:

Një nga pyetjet më të vështira – thyerja e drejtave të autorëve, për shembull, është rregulluar me **Ligjin për të drejtat e autorit dhe të drejtat e përafërta**, si dhe me nenin 157 nga **Kodi penal** ku janë parashikuar dënime me burg deri në gjashtë vjet.

Fatkeqësisht, rrallë ndodh mediumi ose autori të padisë për shkarkimin e paautorizuar të përmbajtjeve. Shkaqet për këtë mund të kërkohen në mos informimin për ekzistimin e ligjit ose në mos respektimin e të njëjtit nga ana e të dëmtuarit. Respektimi dhe zbatimi i këtij Ligji do të kontribuojë për zmadhimin e vlerës të përmbajtjeve të autorëve dhe do t’i stimulojë autorët në mënyrë të pavarur të krijojnë prodhim gazetaresk i cili do të mund të ofrohet nën kushte të tregut, njëkohësisht do të ç’mundësohet ekzistimi i paramediave të cilët publikojnë vetëm përmbajtje të kopjuara që është kundërligjore.

Edhe pse nuk është pjesë e legjislacionit, në kontekst të kësaj, ndërsa me qëllim për funksionim të ekosistemit për informim, duhet të theksohet edhe stimulimi i kulturës për citimin, i njohur si “Politika e përdorimit të drejtë”, ku pa e pyetur autorin, në emër të interesit publik, mund të merret pjesë e vogël e tekstit, ose prodhimit audio-vizual me citim të qartë dhe udhëzim (hallkë) deri te burimi. Në Maqedoni [iniciativë të tillë me parime formale](#) promovoi Qendra për zhvillim të mediave.

**Kodi penal** sanksionon edhe nxitje të dhunshme të ndryshimit të rendit kushtetues (neni 318), fjala e urrejtjes dhe diskriminimi (neni 319 dhe neni 417), parashikon dënim kundër personit që me ndihmën e sistemit informativ në mënyrë publike do të mohojë, do të minimizojë, do të miratojë ose do të arsyetojë gjenocidin, krimet kundër njerëzisë ose krimet luftarake (neni 407-a) dhe ndalon përhapje të materialeve raciste dhe ksenofobike nëpërmjet të sistemit kompjuterik (neni 394-g).

**Ligji për përgjegjësi civile për shpifje dhe fyerje** (2012), i përfshinë edhe internet – mediat si mjete për informim publik nën terminin “publikime elektronike” nëpërmjet të cilëve mund të bëhet shpifje ose fyerje (neni 6 dhe neni 8). Për ato vlejnë edhe e drejta për të reaguar, për të dhënë demant përgjigje ose korrigjim, si dhe kompensimin për dëmet specifike për gazetarët dhe mediat. (neni 18).

Është e rëndësishme të ceket se, Gjyqi krijon praktikë të papranueshme për padi për shpifje dhe thyerje kundër onlajn mediat, e cila nuk është në pajtim me ligjin dhe me praktikën Evropiane. Sipas analizave të ShGM-së, Gjyqi i refuzon paditë me shpjegim se onlajn publikimet nuk janë media, dhe me atë i dëmton të dy palët që do të thotë se ai që padit nuk ka mundësi të mbrojë nderin dhe reputacionin e tij, ndërsa nga ana tjetër gazetarët i shfaq në rrezik që mos të jenë të trajtuar si qytetarë për të cilët kompensimi për dëmin jomaterial për shpifje dhe fyerje është i pakufizuar.

Duhet të kujtohem edhe në **Ligjin për mbrojtje nga diskriminimi** (ky keqpërdorim edhe pse është i shpeshtë në onlajn mediat, deri më tani nuk ka pasur procese gjyqësore me epilog), Konventa për kriminal kompjuterik, Ligji për mbrojtjen e të dhënave personale, Ligji për marrëdhëniet e punës, Ligji për materialin arkivor... e deri te ligjet e ndryshme të cilët rregullojnë punën e subjekteve juridike komerciale.

Ligji i vetëm i cili në mënyrë precize përdor termin “internet-portale”, është **Kodi zgjedhor**. Në atë janë parashikuar dënime për “internet-portalet” të cilët nuk raportojnë në mënyrë të balancuar edhe atë dënimi është 8.000 euro që paraqet kërcënim serioz për funksionimin e onlajn mediave, ligj i cili nëse praktikohet mund të kufizojë lirinë e të shprehurit. Për arsye se monitorimi i onlajn mediave, nuk paraqet as praktikë botërore, as nuk është e mundshme pa përdorimin e resurseve të mëdha, Agjencia [vendosi mos t'i praktikojë](#) ato nënë me sqarim se “Ligji nuk e definon termin internet-portale dhe madhësinë e tij”, ndërsa definim të tillë nuk ka në ligjet tjerë.

Kjo situatë si pasojë e zgjidhjes ad-hok (e cila është problematike shkaku se parashikon dënim për mediat duke mos e marr parasysh madhësinë e tyre) dhe interpretimi i Agjencisë ka kontribuar për keqkuptimin se për onlajn mediat nuk vlejnë ligjet.

Në kontekst të kësaj, [analiza](#) e Këshillit për etikë në media thotë: Puna joprofesionale dhe joetike e internet-mediave, pjesërisht është lejuar edhe nga mospraktikimi i ligjeve ekzistuese në praktikë dhe ka të bëjë me inertitetin e institucioneve përkatëse gjatë veprimit, si dhe gjatë sanksionimit të dukurive, siç është fjala e urrejtjes, për shembull.

Në atë drejtim është edhe analiza e MIM në të cilën thuhet: “Maqedonia ka mjaft legjislativë të mirë, e cila është e zbatueshme edhe në fushën e internetit dhe nuk ka nevojë për rregullim shtesë të internet-komunikimit”.

Por, në praktikë ekzistojnë edhe pengesa të tjera për zbatimin e ligjeve në këtë sferë relativisht të re të informimit. Shpesh herë në rast të shkeljes të konstatuar është vështirë të identifikohet subjekti i cili qëndron pas ueb-faqes, si kreatori i përmbajtjes ashtu edhe pronari sepse ato nuk janë të listuara. Procesi i lokimit nuk është i lehtë, por nuk është edhe i pamundshëm.

[Regjistri](#) i Marnet-it ku faqja merr .mk domejn është hapi i rradhës për lokimin e subjekteve të fshehura. Nëse personi për kontakt i cili e regjistron domejnin në rast të keqpërdorimit nuk dëshiron të zbulon subjektin që e ka angazhuar për atë punë, atëherë ai mund të llogaritet si përgjegjës gjatë procesit gjyqësor.

### **Konsolidimi i tregut mediatik**

Një nga problemet kryesore të tregut është fragmentimi i madh ose ekzistimi i shumë subjekteve të vogla me kapacitete të vogla. Që të arrihet deri në përmbajtje cilësore duhet të zmadhohen

kapacitet e mediave që mund të arrihet me integrim dhe konsolidim të tyre, ose nëpërmjet të bashkimit dhe bashkëpunimit të tyre. Nevojiten vetëm masa për stimulim të më pak mediave të mëdha sesa të numrit të madh të mediave të vogla. Ky proces mund të ngrisë nivelin profesional dhe kapacitetet e mediave dhe do të koncentrojë paratë nga tregu për reklama, por duhet të kujdeset edhe për ruajtje të diverzitetit. Ky proces sikur ato më parë, duhet të jetë afirmativ dhe stimulues, e jo restriktiv, sepse ekzistojnë edhe media të vogla të cilët arrijnë të punojnë me sukses në mënyrë profesionale dhe të pavarur.

Që të krijohet bashkëpunim dhe “zmadhim” i mediave përveç të stimulimeve, nevojitet edhe aplikim i përgjegjësishëm i regullativës ligjore ekzistuese. Por, qasja duhet të jetë e kujdesshme. Një situatë kontraverze është kjo për shembull: nëse aplikohet në tërësi vetëm Ligji për të drejtat e autorit, atëherë afër 99% prej onlajn mediave në Maqedoni do të duhet të paguajnë shumën të mëdha për dëmshpërblime, edhe atë më së shumti për agjencitë e vendit dhe të jashtit, por edhe të mediave dhe autorëve që dal ngadal do t’i shkatërojë.

Që të punojnë sipas ligjit, pjesë e madhe e mediave duhet të bashkohen që t’i ndajnë shpenzimet, para së gjithash ato për agjencitë e lajmeve dhe kreatorëve të tjerë të përmbajtjeve të cilët do të duhet të sigurojnë vendin kyç në këtë eko-sistem. Ato të cilët as nuk prodhojnë përmbajtje, e as nuk e blejnë në mënyrë legale, nuk do të mund ta marrin vendin e atyre që do ta bëjnë atë në mënyrë profesionale dhe përgjegjëse.

Kuptohet, këto masa do të duhet të zbatohen gradualisht dhe ato në asnjë rast nuk guxojnë të rrezikojnë lirinë e të shprehurit.

Në lidhje me internet reklamimin gjithashtu na duhet edukim edhe atë prap me qëllim të ngritjes të nivelit të cilësisë të përmbajtjeve.

Për momentin, matësi i vetëm i “suksesit” të onlajn mediave në Maqedoni është numri i lexueshmërisë së tyre, si informatë kuantitative. Kjo për fat të keq, çon në tabloidizimin e mediave, ose në devijimin e tyre drejtë senzacionalizmit të lirë si “karrem për klikime”. Si pasojë e saj vuan informimi i publikut, ndërsa nga informatat e rreme, të shtrembura dhe jo-thelbësore vuajnë edhe proceset demokratike në vend.

Zgjidhje ka, por është problem të implementohet shpejt. Procesi ka filluar, por për dallim nga shtetet më të zhvilluara, tek nesh shkon shumë ngadalshëm.

Ekzistojnë dy mënyra të reklamimit në internet:

- Reklamimi me blerje të banerit për kohë të caktuar
- Reklamimi me blerje të banerit për numër të caktuar të vizitave

Parimi i parë, me siguri për shkak të thjeshtësisë së përdorimit, është ai që përdoret më shumë në Maqedoni. Ai nënkupton blerje të pjesës të caktuar fizike në internet faqen për periudh të caktuar, më së shpeshti për një javë ose për një muaj.

Te ky parim numri i njerëzve para të cilëve do të shfaqet reklama varet nga numri i vizitave të faqes – që do të thotë se do ta stimulojë mediumin të ndryshojë balancin prej profesionalitetit në tabloiditet.

Në rastin tjetër kur subjekti që dëshiron të reklamohet blen numër të shfaqjeve (Cost per Mile – CPM model) të reklamës, ndërsa ka mundësi edhe të blejë numër të caktuar të kliqeve në reklamën e tij (Cost per Click – CPC), kemi situatë krejtësisht të ndryshme. Atëherë nuk është me rëndësi sa njerëz e vizitojnë faqen, por kush dhe sa i besojnë mediumit. Ekzistojnë edhe opsione më të përparura ku sakt mund të zgjidhet target publiku, koha dhe lokacioni.

Në botë, shumë më shumë është i preferuar modeli i dytë, ndërsa tek nesh situata është e kundërt dhe në faqet në Maqedoni ka numër të madh të banerave, të cilët “luftojnë” për vëmendje.

Në lidhje me këtë të fundit rol pozitiv mund të luan edhe Shoqata për zhvillim dhe përparim të reklamimit digjital IAB (International Advertising Bureau, IAB) Maqedoni e cila duhet të lidhet me vepruesit tjerë dhe nëpërmjet të trajnimeve dhe publikimeve të përparojë funksionimin e lirshëm të tregut mediatik në Maqedoni.

Rrënja e shumë problemeve del nga zhvillimi i shpejtë i teknologjisë dhe komunikimeve dhe nga mungesa e kuptimit të tyre nga ana e vepruesve kryesor. Për atë nevojitet proces për shkrim-lexim medial, i cili është përpunuar në analizën **“Rekomandime për zmadhimin e integritetit dhe profesionalitetin e onlajn mediave”**, e cila është komplementare me këtë analizë.

## **Përfundim**

I panevojshëm është debati për rregullim shtesë për funksionimin e onlajn mediave sepse suaza ligjore për funksionimin e tyre veçmë ekziston. Edhe pse onlajn mediat nuk përmenden në Ligjin për media, të cilët në përgjithësi i rregullojnë radiodifuzerët, ato që kanë përmbajtje të prodhuar në mënyrë gazetareske, impresum, përputhje me kodin etik dhe pronësi transparente, de-fakto janë media dhe duhet t’i gëzojnë të gjitha privilegjet që dalin nga ai funksion publik, siç janë mbrojtja e burimit të informatave ose sanksionet shkallëzore nga Ligji për përgjegjësi civile, shpifje dhe fyerje.

Nevojitet angazhim i zmadhuar i institucioneve përkatëse, jo vetëm në lidhje me përmbajtjet e dëmshme, por edhe në lidhje me funksionimin financiarë dhe juridik të personave juridike të cilët qëndrojnë pas mediave.

Nevojitet shkrim-lexim medial i zmadhuar dhe debate te mediumet, pronarët, gjyqësori, agjencitë për marketing dhe te biznes komuniteti.

Onlajn mediat, posaçërisht ato të cilët janë formuar me qëllim të zbatimit të qëllimeve financiare duhet të kanë kushte të barabarta për qasje në tregun e reklamave. Por, duhet të bëhet dallimi se a funksionojnë ato media në mënyrë profesionale, etike dhe legale, a prodhojnë përmbajtje ose vetëm kopjojnë nga ato të cilët prodhojnë. Kjo është e rëndësishme kur ato pranojnë mjete publike të cilët janë prezentë në tregun. Praktika e mëparshme e reklamimit shtetëror dhe reklamimi i institucioneve shtetërore, ndërmarrjet publike dhe vetëqeverisjes lokale është e keqe. Paratë e qytetarëve nuk guxojnë të shërbejnë për financim të lajmeve të rreme dhe të paramedimeve.

Pa tjetër duhet subjektet juridike që qëndrojnë pas mediave të punojnë sipas ligjit dhe në mënyrë profesionale, dhe të theksohet se për ato vlejnë ligjet si për personat tjerë juridik.

Anonimiteti i entiteteve të cilët paraqiten si onlajn media, nuk guxon të jetë pengesë për sanksionimin e keqpërdorimeve. Fajtorët e vërtet për keqpërdorimet është vështirë të gjinden, por

nuk janë edhe të paarrtshëm posaçërisht shkaku i funksionimit komercial, ose për t'u financuar në mënyrë legale ato duhet të kanë person juridik pas tyre.

Rregullimi i tregut dhe funksionimi legal i mediave do të çojë deri në proceset e bashkimit dhe zmadhimit të mediave të cilët duhet të dalin si financiarisht stabile dhe të pavarura dhe do të kanë integritet të zmadhuar. Proceset e njëjtë do të ndikojnë edhe mbi zmadhimin e nevojës për përmbajtje legale të përmbajtjes ku agjencitë duhet të luajnë rolin e tyre. Përdorimi i zmadhuar i përmbajtjes të agjencisë do të kontribuojë për zvogëlim të çmimit të përdorimit të shërbimeve të tyre për mediat dhe përdoruesit e tyre.

Parakusht për atë kuptohet se është Ligji për të drejtat e autorit për çka duhet të angazhohen edhe vet autorët. Kjo vlen edhe për përmbajtjet tekstuale si dhe për foto dhe video përmbajtjet, te të cilët shumë lehtë dëshmohet thyerja e të drejtave të autorit.

#### **Burime të përdorura:**

1. Saraçini, P., (Ur.) e tjerë, Maqedonia në kohën digjitale – mes të drejtave dhe përgjegjësië gjatë komunikimit në internet, MIM, Shkup, 2015. Në dispozicion në: [http://mim.org.mk/attachments/article/853/MIM\\_Analiza\\_mk.pdf](http://mim.org.mk/attachments/article/853/MIM_Analiza_mk.pdf).)
2. Regjistri i Marnet. Në dispozicion në <http://registrar.mk/> http://registrar.mk/?lang=EN
3. KEMM, Vetërregullimi ose rregullimi i internet mediave. Në dispozicion në: <http://www.semm.mk/pravna-ramka-4/publikacii/489-samoregulacija-ili-regulacija-na-internet-mediumite> http://www.semm.mk/en/pravna-ramka-3/publikacii/498-self-regulation-or-regulation-of-internet-media-in-macedonia
4. Qendra për zhvillim të mediave, Parime për përdorim të drejtë. Në dispozicion në: [http://ferupotreba.mdc.org.mk/?page\\_id=13](http://ferupotreba.mdc.org.mk/?page_id=13)
5. ASHMAA, “Qëndrimi i Agjencisë për obligimin që të vështrojë paraqitjen mediatike të internet-portaleve”, ASHMAA, Shkup, 2016. Në dispozicion në: [http://avmu.mk/images/Stav\\_na\\_Agencijata.pdf](http://avmu.mk/images/Stav_na_Agencijata.pdf)
6. Kodi penal i Republikës së Maqedonisë (1996)
7. Ligji për përgjegjësi civile për shpifje dhe fyerje (2012)
8. Ligji për media
9. Ligji për shërbime mediatike audio dhe audiovizuele
10. Kodi penal
11. Ligji për mbrojtje nga diskriminimi
12. Kodi zgjedhor

*Ky aktivitet është pjesë e projektit “Platforma rajonale për avokimin e lirisë së mediave dhe sigurinë e gazetarëve të Ballkanit Perëndimor”. Përmbajtja e kësaj analize është në përgjegjësi të plotë të ShGM-së dhe në asnjë mënyrë nuk mund të konsiderohet se shpreh pikëpamjet e Bashkimit Evropian.*