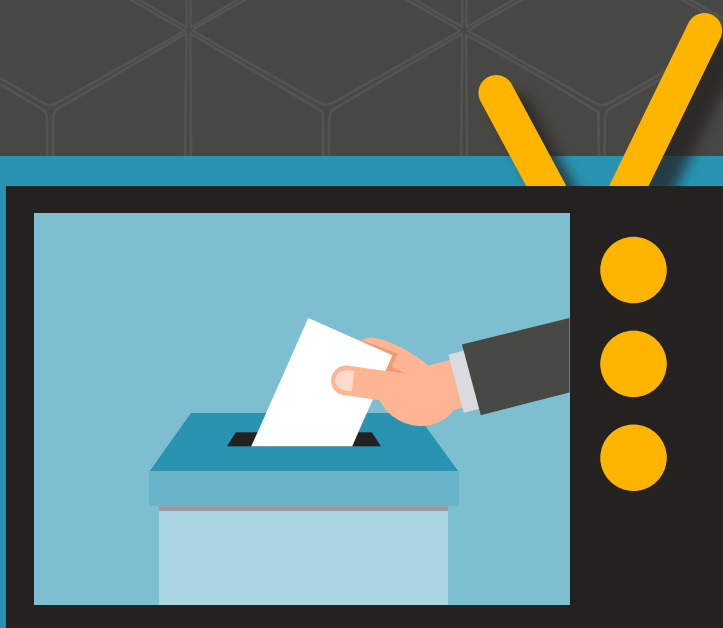


Udhëzues për raportimin etik për zgjedhjet në Maqedoninë e Veriut



www.znm.org.mk

ZNM

Shoqata e Gazetarëve të Maqedonisë

Udhëzues për raportimin etik për zgjedhjet në Maqedoninë e Veriut

Autorët:

d-r. Marina Tuneva
Mladen Çadikovski
m-r. Naser Bislimi
m-r. Emilija Janevska

Redaktor:

m-r. Dragan Sekulovski

Përktheu dhe përshtati:

Vjollca Shemsi

Mars 2020, Shkup

Ky botim ishte mbështetur nga Fondacioni Ndërkombëtar për Sistemet Zgjedhore (IFES) me mbështetjen bujare të popullit Amerikan përmes Agjencisë Amerikane për Zhvillim Ndërkombëtar (USAID) dhe Zyrës së OSBE-së për Institucionet Demokratike dhe të Drejtat e Njeriut (ODIHR). Përmbytja e këtij botimi është përgjegjësia e vetme e SHGM-së dhe autorëve dhe në asnjë mënyrë nuk mund të llogaritet për të pasqyruar pozicionin e USAID ose Qeverisë së SHBA, IFES ose ODIHR.

Botuesi: Shoqata e Gazetarëve të Maqedonisë

Gradski xid: blloku 13 1000 Shkup, Republika e Maqedonisë së Veriut
Tel: 00389 (02) 3298-139 email: contact@znm.org.mk

PËRMBAJTJA

I. STANDARDET ETIKE, ROLI DHE RËNDËSIA E MEDIUMEVE GJATË ZGJEDHJEVE NË MAQEDONINË E VERIUT [d-r. Marina Tuneva]	4
Rekomandime për përgatitje dhe raportim profesional për zgjedhjet	7
Çështjet kryesore të raportimit gjatë fushatës elektorale	9
Abuzimi i funksionit	10
Raportimi i votimit dhe rezultateve	10
Parimet kryesore në zgjedhjen e temave për raportim	11
Standardet profesionale dhe etike gjatë raportimit për zgjedhjet	12
II. PARIMET ETIKE PËR REALIZIMIN E NJË DEBATI TË DREJTË DHE TË EKUILIBRUAR TELEVIZIV ME KUNDËRSHTARËT POLITIKË [Mlladen Çadikovski]	16
Përkufizimi dhe modelet e debatit politik televiziv	17
Konteksti lokal dhe rekomandimet që rrisin cilësinë gjatë debatit politik	25
Rekomandime për përmirësimin e cilësisë së debeteve publike	28
III. STANDARDET LIGJORE NDËRKOMBËTARE PËR LIRINË E SHPREHJES DHE ZGJEDHJET [m-r Naser Bislimi]	30
Organizimi në Kombet e Bashkuara	32
Deklarata universale për të drejtat e njeriut	32
Pakti Ndërkombëtar për të Drejtat Civile dhe Politike	33
Këshilli Evropian	35
Rekomandimet e Këshillit të Evropës	36
Bashkimi Evropian	37
OSBE	38
Kufizimet e lirisë së shprehjes	41
E drejta për tu shprehur dhe e drejta e privatësisë në raportimin mbi zgjedhjet	41
Roli i serviseve publike radiodifuziv	43

IV. RREGULLAT AT KOMBË TARE PËR MBULIMIN MEDIATIK TË PROCESE ZGJEDHORE [m-r Emilija Janevska]	45
1. Pse duhen rregullat gjatë proceseve zgjedhore?	46
2. Për kë dhe për çfarë zbatohen rregullat?	48
3. Rregulla për shpallje të zgjedhjeve	50
4. Rregullat gjatë fushatës zgjedhore	52
5. Parimet / rregullat e përgjithshme që zbatohen gjatë gjithë procesit zgjedhor	58
6. Detyrimet dhe roli i shërbimit të transmetimit	60
7. Heshtja zgjedhore	61
8. Pas përfundimit të zgjedhjeve	62
9. Roli i institucioneve në procesin zgjedhor	62
10. E drejta e ankesës – qasja pas ankesave	63
V. REKOMANDIME PËRMBLEDHËSE TË SHOQATËS SË GAZETARËVE TË MAQEDONISË(SHGM) NË KONTEKST TË KODIT ZGJEDHOR [m-r. Dragan Sekullovski]	65

I. STANDARDET ETIKE, ROLI DHE RËNDËSIA E MEDIUMEVE GJATË ZGJEDHJEVE NË MAQEDONINË E VERIUT

d-r. Marina Tuneva

Zgjedhjet janë një sfidë e madhe dhe serioze për raportimin në mediat, veçanërisht në shoqëritë e brishta demokratike. Është një kohë kur nevojat për ndryshimin e qeverisë, politikën e veprimit dhe aktorët politikë janë intensifikuar dhe janë bërë fokus qendror i vëmendjes së publikut dhe mediumeve. Pa raportime të mira dhe profesionale të mediumeve, është e vështirë të imagjinohen zgjedhje të ndershme dhe të lira në vend.

Prandaj, mediat kanë një rëndësi dhe rol të madh në raport me zgjedhjet. Për shumë votues, ata janë burimi kryesor i informacionit për vetë zgjedhjet, partitë e ndryshme dhe kandidatët që marrin pjesë në zgjedhje dhe mënyrën e votimit. Për më tepër, mediat luajnë një rol të fuqishëm në edukimin e votuesve, për pyetje të shumta që lidhen me zgjedhjet. Ata gjithashtu kanë rëndësi primare dhe rol në parandalimin dhe/ose ekspozimin e korrupsionit politik dhe akteve të tjera që mund të dëmtojnë procesin zgjedhor.

Në thelb, mediat kanë tre role thelbësore (të rëndësishme) në lidhje me zgjedhjet:

- 1. Të informojnë**
- 2. Të mbikëqyrin**
- 3. Të jenë zëri i qytetarëve dhe të nxisin debate dhe diskutime.**

Roli informues i mediumeve nënkupton që ata do të raportojnë në mënyrë të balancuar dhe korrekte për fushatat e të gjitha partive politike, dhe me këtë veprim u ndihmojnë qytetarëve të vendosin se si të votojnë. Mediat gjithashtu rolin e tyre e kryejnë duke transmetuar informacione nga administrata zgjedhore, duke prezantuar kandidatët dhe mënyrën e votimit. Mediat gjithashtu funksionin e tyre informues e përmbushin duke e prezantuar publikun me pikëpamjet e analistëve dhe krijuesve të opinionit publik.

Për më tepër, mediat kanë një funksion mbikëqyrës në lidhje me sjelljen e ndershme dhe korrekte të fushatës zgjedhore dhe procesin e votimit. Ndër të tjerash, ata kanë një rol të rëndësishëm në përcaktimin nëse ka ndodhur korrupsion (p.sh. blerja e votave), nëse rrezikohet liria e shprehjes, nëse administrata zgjedhore ka zbatuar me përgjegjësi kompetencat e saj, etj. Disa nga pyetjet që mediat mund t'i parashtrojnë, gjatë kryerjes së mbikëqyrjes së tyre, do të ishin këto:

- A kanë mundësi të votojnë të gjithë ata që kanë të drejtën e votës?
- **A kanë mundësi të gjitha partitë politike të mbajnë mitingje pa ndonjë shqetësim për sigurinë e tyre? Si do të jenë të mbrojtura?**
- A u jepet të gjitha partive politike hapësirë të përshtatshme në lajme dhe forume publike nga të cilat raportojnë mediat?
- **A janë të sigurt vendet e votimit? Kush do t'i sigurojë kutitë e votimit dhe kush do të kryejë numërimin e votave?**

Mediat gjithashtu janë zëri për qytetarët, duke u dhënë mundësi atyre të shprehin mendimet dhe pikëpamjet e tyre për çështje dhe tema që ata i konsiderojnë të rëndësishme. Gazetarët në veçanti duhet të përqendrohen në inkurajimin e njerëzve, pikëpamjet e të cilëve janë injoruar ose nuk kanë mundur të shprehin pikëpamjet e tyre publikisht. Ata duhet të raportojnë për pikëpamjet e përfaqësuesve të grupeve të pakicave, shoqatave profesionale, forumeve të grave, organizatave për të drejtat e njeriut, etj. Këto janë grupe interesi, pikëpamjet e të cilave duhet të përçohen nga mediat.

Mediat duhet të inkurajojnë dialogun që përfshin një shumëllojshmëri mendimesh, dhe të sigurojë analizë kur përfaqësuesit e grupeve të pakicave janë ekspertë dhe diskutojnë ose shprehin mendime për tema të ndryshme. Mediat, duke ushtruar rolin e tyre informues dhe duke hapur hapësirë për debat dhe diskutim, veprojnë si një ndihmë institucionale dhe udhëzues për qytetarët në procesin e votimit.

Gjatë fushatës zgjedhore, mediat gjithashtu kanë edhe rol:

- **T'i edukojnë votuesit** se si të arrijnë të drejtën e tyre demokratike të votës;
- **Të jenë një platformë** përmes së cilës publiku i gjerë mund të ndajë shqetësimet dhe pikëpamjet e tyre me partitë dhe kandidatët dhe të bashkëveprojë në lidhje me këto çështje;
- **Të kryejnë analizë** të procesit zgjedhor nga një këndvështrim kritik, të vlerësojnë nëse procesi është i drejtë dhe efikas dhe të bëjnë krahasime me fushatat e mëparshme zgjedhore;
- **Të jenë një platformë** përmes së cilës partitë politike paraqesin propozimet e tyre dhe konkurrojnë me ide dhe debate midis tyre;
- **Të raportojnë për rezultatet** dhe të monitorojnë numërimin e votave.

Për të luajtur këto role kyçe, mediat duhet të jenë të lira nga çdo ndikim, presion dhe interes i mundshëm nga qendrat e ndryshme të fuqisë. Interesat e tilla mund të lidhen me pronësinë e mediave, kontrollin e qeverisë dhe partive, kufizimet ligjore, financimin e mediave që mund të ndikojnë në pavarësinë ose objektivitetin, etj.

Është thelbësore që mediat të jenë etike dhe profesionale në punën e tyre dhe t'i shërbejnë interesit publik. Për t'i rezistuar presioneve të mundshme, gazetarët duhet të mbështeten në parimet etike dhe rregullat morale mbi të cilat mbështetet profesioni i tyre. Nuk ka statut universal të rregullave, dhe kodet etike janë të ngjashme në tërë botën.

Puna profesionale e gazetarëve, para së gjithash, duhet të jetë e vërtetë, duke përdorur informata të besueshme, të ekuilibruar, neutrale dhe respekt për dinjitetin njerëzor. "Kjo përfshin një ndjenjë morali dhe përgjegjësie, si dhe aftësinë për të kuptuar pikëpamjet e kundërta, përfshirë ato që nuk raportohen nga gazetari. Sido që të jenë rrethanat socio-politike, përgjegjësia kryesore e gazetarëve është, mbi të gjitha, ndaj qytetarëve"¹.

Duke qenë pjesa vendimtare në zgjedhje, gazetarët kanë rol të rëndësishëm për të lehtësuar diskursin politik, forcimin e transparencës dhe shkëmbimin e informacionit, duke shërbyer si një forum efikas për debatin publik.

Rekomandime për përgatitje dhe raportim profesional për zgjedhjet

Zgjedhjet janë ngjarje politike që ndodhin në një kontekst të ndryshëm shoqëror, dhe raportimi i papërgjegjshëm, i njëanshëm ose joprofesional i mediumeve mund të shkaktojë më shumë probleme. "Disa faza të ciklit zgjedhor janë veçanërisht të ndjeshme ndaj problemeve të ndryshme, veçanërisht gjatë fushatës zgjedhore dhe faza menjëherë pas përfundimit të votimit, kur

¹ Reporters without Borders, Organization Internationale de la francophonie (2015) *Handbook for Journalists During Elections*, e disponueshme në: https://rsf.org/sites/default/files/handbook_for_journalists_during_elections.pdf, e qasshme në 30.12.2019

përcaktohen dhe shpallen rezultatet"². Prandaj, në punën e tyre, gazetarët duhet të përdorin informacione gjithëpërfshirëse, të verifikueshme dhe të paanshme të marra nga burime të ndryshme, të ndërlidhura. "Në të njëjtën kohë, gazetarët duhet të distancohen nga publikimi i informacioneve që inkurajojnë ndarje ose diskutime antagonistike që mund të nxisin dhunë ose të prishin kohezionin shoqëror në shoqëri"³. Sidoqoftë, redaksitë e lajmeve shpesh vendosin të mbulojnë çështje të caktuara me interes publik, me qëllim që të ekspozojnë aspekte problematike të cilat kërkojnë vëmendje të veçantë.

Gazetarët duhet të jenë të përgatitur në mënyrë të duhur për të raportuar mbi zgjedhjet, të gjejnë informacione faktike dhe të analizojnë paraprakisht programet e partive dhe kandidatëve. Ata duhet të jenë të përgatitur të ofrojnë pikëpamje të ndryshme për shumë palë të interesuara, jo vetëm pikëpamjet e partive politike.

Organizatata ndërkombëtare dhe vendore po monitorojnë vazhdimisht zgjedhjet në Maqedoninë e Veriut. Raportet përfundimtare të ODIHR-së gjithashtu përmbajnë një numër rekomandimesh në lidhje me raportimin etik nga zgjedhjet.⁴

² United Nations Development Programme (2015) *Mediat and Elections – a Guide for Electoral Practitioners*, e disponueshme në: https://www.undp.org/content/undp/en/home/librarypage/democratic-governance/electoral_systemsandprocesses/mediat-and-elections--a-guide-for-electoral-practitioners.html, e qasshme në 10.01.2020.

³ Search for Common Ground (2011) *Responsible Media Coverage of Elections – a Training Guide*, e disponueshme në: https://www.sfcg.org/programmes/rfpa/pdf/2011-Responsible_Media_Elections_Color_EN.pdf e qasshme në 11.01.2020.

⁴ Për shembull, shihni Raportin Përfundimtar të Misionit të Vëzhgimit të Zgjedhjeve të ODIHR-it në Maqedoninë e Veriut në vitin 2019, Rekomandimi 21: "Shteti duhet të vazhdojë të promovojë publikisht mekanizmat ekzistues vetë-rregullues dhe organet e krijuara për të mbrojtur standardet profesionale dhe etike të gazetarisë, siç është Këshilli për Etikën e Mediemeve. Për më tepër, vendi duhet të marrë parasysht politikata strukturore dhe të bëra me porosi për të përmirësuar cilësinë e gazetarisë, përfshirë mediat lokale, dhe për të përmirësuar mediat dhe letërsinë digjitale". Shihni gjithashtu Raportin Përfundimtar të ODIHR-it për Misionin Lokal për Vëzhgimin e Zgjedhjeve 2017, Rekomandimi 26: "MRT duhet të forcojë rolin e saj si një transmetues i shërbimit publik duke përmirësuar cilësinë e programeve. Ai duhet të promovojë pluralizmin, të sigurojë një gamë të gjerë të pikëpamjeve politike, gazetari profesionale, të transmetojë programe të edukimit të votuesve dhe të rrisë pjesëmarrjen politike të grave duke u ofruar atyre një mbulim më informues".

Çështjet kryesore të raportimit gjatë fushatës elektorale

Gjatë fushatës zgjedhore, **ekzistojnë tre pjesë kryesore për raportimin e zgjedhjeve në mediat:**

- **Partitë politike dhe kandidatët.** Të gjitha partitë duhet të kenë qasje të pakufizuar në mediat në mënyrë që të mundën të paraqesin programet e tyre politike. Mediat, përveç servisit publik / mediat shtetërore, mund të shprehin prirjet e tyre politike, por kjo duhet të shprehet qartë në mënyrë që publiku të informohet. Në raste të tilla, është me rëndësi të madhe të mundësohet audiencia e atyre mediave që të dëgjojnë pikëpamjet kundërshtuese dhe kandidatët të jenë në gjendje të shprehin pikëpamjet e tyre. Duke vepruar kështu, gazetaria profesionale do të thotë që votuesit nuk do të detyrohen të zgjedhin se cila parti është më e mirë, por përkundrazi do ju lejohet të informohen në një mënyrë që ata vetë të përcaktojnë zgjedhjen e tyre dhe kujt i besojnë.

- **Performanca e secilës parti politike.** Secila parti politike ka qëndrimet e veta për çështjet më të rëndësishme, temat dhe arsyet pse ata mendojnë se duhet të votohen. Shumica e partive vendosin vëmendjen e tyre në publik, duke pritur kështu që qytetarët të votojnë për kandidatët e partive. Fushata zgjedhore përbëhet nga fjalime, tubime dhe konferenca për shtyp që përfaqësojnë liderin e partisë në një qendër të vëmendjes. Por detyra e mediave nuk është thjesht të përcjellë gjithçka që është thënë nga liderët, por edhe të informojnë reagimet e njerëzve, qëndrimet e kundërshtarëve, pjesëmarrjen etj. Detyra e mediave është të raportojnë dallimet midis partive politike për të njëjtat çështje, dhe t'u japin votuesve informata të mjaftueshme për të bërë një krahasim. Roli analitik i medias nënkupton që ata do të përpiqen të mbulojnë çështjet të cilat nuk diskutohen nga kandidatët e partive ose politikanët, por janë të rëndësishme për njerëzit.

- **Procesi i realizimit të zgjedhjeve.** Mediat duhet të informojnë për mënyrën në të cilën votuesit mund të ushtrojnë të drejtën e tyre të votës, kohëzgjatjen dhe mënyrën e zhvillimit të fushatës zgjedhore, përgjegjësitë e Komisionit Shtetëror të Zgjedhjeve, mënyrën e përpunimit të rezultateve, shumën e fondeve të shpenzuara nga partitë gjatë fushatës zgjedhore dhe shumë çështje të tjera.

Abuzimi i funksionit

"Mediat duhet të raportojnë për punën zyrtare të qeverisë dhe ministrave gjatë procesit zgjedhor, por shpesh mund të përdoret si një avantazh dhe një mënyrë për të rritur ekspozimin e tyre gjatë fushatës zgjedhore"⁵. Përfaqësuesit e qeverisë mund të përpiqen të përfshijnë aktivitete të lidhura me fushatën elektorale në aktivitetet e tyre institucionale (për shembull, hapja e qendrave ose objekteve të ndryshme, fjalime nëpër universitete, etj.). Prandaj, është shumë e rëndësishme të bëhet dallimi midis aktiviteteve të fushatës dhe aktiviteteve zyrtare të politikanëve. "Gazetarët duhet të bëjnë një përpjekje për t'i ndarë qartë këto aktivitete dhe të mos u japin trajtim të privilegjuar anëtarëve të qeverisë. Kjo është veçanërisht e rëndësishme në kontekstin e përpjekjeve për të siguruar autonomi dhe pavarësi nga qendrat politike dhe ekonomike të pushtetit"⁶.

Raportimi i votimit dhe rezultateve

Dita e zgjedhjeve është lajmi kryesor dhe mediat kanë një rol kryesor për të siguruar që çdo votues të jetë në gjendje të votojë lirshëm dhe në fshehtësi, pastaj se të gjitha fletat e votimit janë të numëruara ashtu siç duhet dhe të mos nuk ka abuzime. Kjo nënkupton monitorimin e punës së Komisionit Shtetëror të Zgjedhjeve dhe rregullat e tyre të punës duke vëzhguar me kujdes

⁵ United Nations Development Programme (2015) *Media and Elections – a Guide for Electoral Practitioners*, të disponueshme: https://www.undp.org/content/undp/en/home/librarypage/democratic-governance/electoral_systemsandprocesses/media-and-elections--a-guide-for-electoral-practitioners.html, qasje në 10.01.2020.

⁶ Radio Televizioni Nacional (2016) *Parimet etike dhe profesionale të MRT për mbulimin mediatik të proceseve zgjedhore*, të disponueshme: <http://vistinomer.mk/wp-content/uploads/2016/01/Eticki-kodeks-na-MTV1.pdf>, qasje në 29.12.2019.

nëse rregullat zbatohen në mënyrë të vazhdueshme dhe të përshtatshme. Nëse ata vërejnë ndonjë mashtrim ose ndërhyrje në ushtrimin e të drejtës së tyre të votës, mediat duhet ta raportojnë këtë, duke u siguruar që të mos paraqesin kualifikim ose vlerësim që kjo po ndodh në zonën ose rajonin më të gjerë, d.m.th që një incident të mos përdoret për të përgjithësuar ngjarjen. Raportimi i cili bazohet në spekulime dhe supozime, pa fakte, mund të shkaktojë incidente të mëtejshme dhe të nxisë retorikë të akuzave të ndërsjella.

Roli i medimeve nuk përfundon me numërimin e votave dhe shpalljen e rezultateve. Ata pritet të analizojnë dhe raportojnë mbi tendencat e votimit, ndryshimet e sjella nga zgjedhjet, arsyet e tij, qëndrimet e qytetarëve, vlerësimet e analistëve, etj. Gazetarët në veçanti duhet të kujtojnë publikun e gjerë për premtimet zgjedhore të partisë fituese në mënyrë që të mbajnë përgjegjësi në qeveri.

Parimet kryesore në zgjedhjen e temave për raportim

Kur raportojnë për procesin zgjedhor, redaksitë e lajmeve duhet të identifikojnë me kujdes temat e raportimit. Është thelbësore të keni pavarësi të vërtetë të redaktimit, duke përfshirë edhe vendosjen se cilat janë temat më të rëndësishme të një fushate zgjedhore, pavarësisht nga detyra zyrtare apo përkatësia politike.

Ndër kriteret kryesore për zgjedhjen e temave përfshihen si më poshtë:

- **Rëndësinë dhe relevanca e temës.** Redaksitë e lajmeve duhet të synojnë të zgjedhin tema që janë të rëndësishme dhe thelbësore për shtetin. Rekomandohet që redaksitë e lajmeve të lidhin ngjarjet e rëndësishme ditore për raportimin e zgjedhjeve për publikun më të gjerë. Kur në rast të tillë raportohet për tema komplekse elektorale, kjo krijon një mundësi për publikun që lehtë të kuptojnë dhe edukojnë veten e tyre mbi tema të rëndësishme.
- **Dallimi në mes temave me interes publik dhe privat.** Koncepti i interesit publik për çështje që konsiderohen se lidhin një numër të konsiderueshëm njerëzish. Gjithashtu në mediat ekzistojnë histori dhe tema që nuk janë në interes të publik, por shumica e publikut më të gjerë

regon një interes të veçantë për to. Individët heqin dorë nga e drejta e privatësisë në emër të një interesi më të lartë, domethënë, në interes të kolektivit, përkatësisht kur ai futet në fushën e interesit publik. Është e nevojshme të bëhet një dallim i qartë midis informacionit sensacionale (për shembull, jeta private e politikanëve) dhe temave dhe ngjarjeve thelbësore me rëndësi shoqërore dhe me interes të përgjithshëm publik.

Standardet profesionale dhe etike gjatë raportimit për zgjedhjet

Mediat që raportojnë për zgjedhjet i kanë të njëjtat përgjegjësi sikurse edhe raportimi për ndonjë temë tjetër. Parimet themelore dhe standardet e raportimit që duhet të respektohen në çdo kohë dhe për çdo temë me interes publik gjithashtu duhet të respektohen edhe gjatë raportimit për zgjedhjet.

Në vazhdim kemi disa udhëzime dhe rekomandime të bazuara në parimet më të rëndësishme universale të profesionit dhe që rrjedhin nga shumë dokumente vendase dhe ndërkombëtare të lidhura me zgjedhjet (federata ndërkombëtare e gazetarëve, Fondacioni Reuters, Reporterët pa Kufij, neni 19, etj.)

SAKTËSIA. Gazetarët kanë obligim të raportojnë në mënyrë të saktë, duke prezantuar realisht realitetin përmes fakteve dhe argumenteve. Ata duhet të kenë qasje kritike ndaj informacionit, që nënkupton se do t'i ekzaminonjë dhe verifikonjë. Burimet e informacionit duhet të citohen qartë dhe saktësisht, me përjashtim të rrethanave kur mediat duhet të sigurojnë identitetin e burimit që ofron informacione të caktuara. "Qasja e publikut deri tek informacioni duhet të garantohet nga larmia e burimeve dhe mjeteve të disponueshme për të, duke i mundësuar secilit individ të verifikojë saktësinë e fakteve dhe të planifikojë ngjarjet⁷ në mënyrë objektive". Gazetari gjithashtu nuk mund të fshehë ose të injorojë informacionin thelbësor.

⁷ Article 19 (1994) Guidelines for Election Broadcasting in Transitional Democracies, të disponueshme: <https://www.article19.org/data/files/pdfs/tools/electionbroadcastingtrans.pdf>, qasje në 03.01.2020.

PAANSHMËRIA. Ajo nënkupton që në një raportim gazetaresk bëhet dallim i qartë midis fakteve dhe opinionëve. "Prezantuesit dhe gazetarët mund të mos shprehin pikëpamjet dhe mendimet e tyre politike në lajme"⁸. Mediat mund të citojnë burime të ndryshme informacioni dhe më pas të kontrollojë faktet për atë që është thënë, duke zbuluar çdo të pavërtetë duke cituar një fakt. Kjo do të thotë që asnjë paragjykim nuk ekziston në favor të ose kundër asnjë pale. "Ky parim përfshin gjithëpërfshirjen e raportimit - duke marrë parasysh perspektivën e gjerë dhe duke siguruar që të gjitha pikëpamjet e ndryshme janë paraqitur në mënyrë adekuate. Të gjithë gazetarët kanë mendimin e tyre dhe për të qenë në gjendje të mbulojnë plotësisht dhe profesionalisht lajmet dhe ngjarjet në vazhdim, ata duhet të ngrihen mbi pikëpamjet e tyre personale"⁹. Kodi i Gazetarëve të Maqedonisë (neni 14) përcakton se: "Raportimi për proceset politike, veçanërisht zgjedhjet, duhet të jetë i paanshëm, i ekuilibruar dhe i drejtë. Gazetari duhet të bëjë distancën profesionale nga subjektet politike"¹⁰.

BALANSIMI. Mediat duhet të sigurojnë qasje të barabartë, me mbulim të drejtë, të ekuilibruar dhe të paanshëm për të gjitha partitë dhe kandidatët që garojnë për zgjedhje. Informimi mediatik i programeve të partive dhe debateve midis partive politike ose kandidatëve duhet të bëhen në mënyrë që qytetarët të jenë në gjendje të bëjnë krahasime dhe të nxjerrin përfundime. "Një gazetar mund të shtrojë pyetje, të paraqesë këndvështrime të ndryshme dhe të shtojë informacione dhe kontekst themelor, por gjithmonë të sigurojë ekuilibrin dhe neutralitetin"¹¹.

NDERSHMËRIA DHE PAVARSIA. Mediat duhet të përdorin qasje të ndershme për marrjen e informacionit dhe prezantimin e të njëjtit. "Duke vepruar kështu, ata duhet të shmangin ekzagjerimin e temave dhe ngjarjeve, si dhe supozime të rreme që mund të mashtrojnë publikun"¹².

⁸ Article 19 (1994) *Guidelines for Election Broadcasting in Transitional Democracies*, e disponueshme në: <http://vistinomer.mk/wp-content/uploads/2016/01/Eticki-kodeks-na-MTV1.pdf>, e qasshme në 29.12.2019.

⁹ Ibid.

¹⁰ Shoqata e Gazetarëve (2001) *Kodi i gazetarëve të Maqedonisë*, e disponueshme në <https://znm.org.mk/кодекс-на-новинарите>, e qasshme në 03.01.2020.

¹¹ Ibid.

¹² Këshilli i etikës së medimeve në Maqedoni (2016) *Karta mbi raportimin etik të zgjedhjeve*, të disponueshme në: <https://semm.mk/novosti/2015-08-11-15-03-18/204-2016-01-27-13-41-21>, e qasshme në 04.01.2020.

SHFRYTËZIMI I FJALORIT TË DUHUR DHE PËRDORIMI I FJALËVE ME KUJDES. Fjalët që i shfrytëzojnë gazetarët ndihmojnë tu jepet kuptim ose të kalohen perceptimet e gabuara ose ndonjë frik eventuale. Shprehjet duhet të përdoret me kujdes për të shmangur çdo mundësi dëmtimi. Kjo vlen sidomos gjatë zgjedhjeve kur kandidatët politikë marrin vëmendjen përmes deklaratave të herëpashershme emocionale. Gazetarët duhet të shmangin fjalët e pasakta dhe fjalët akuzuese që kuptohen më shumë si retorikë nxitëse sesa informuese. "Nëse kandidatët politikë përdorin fjalë të tilla, duhet qartë të tregohet se ato janë burimi, e jo të njëjtat t'i përdorin si fakte"¹³.

TRAJTIMI I GJUHËS SË UREJTJES DHE RETORIKA NXITËSE. Një nga pyetjet e parashtruara gjatë fushatës zgjedhore është se si mediat duhet të veprojnë kur ka gjuhë të urrejtjes dhe retorikë nxitëse. Gazetarët patjetër duhet të përmbahen nga pranimi ose përdorimi i gjuhës së urrejtjes (Venecia, 2005) dhe "në ligjin nacional dhe në praktik të ketë një përkufizim të qartë midis përgjegjësisë së autorit që shprehu gjuhë urrejtjeje, nga njëra anë, dhe përgjegjësisë së medias dhe punëtoveve mediatic të cilët kontribuojnë në shpërndarjen e tyre si pjesë e misionit të tyre për shpërndarjen e informacionit dhe ideve për çështje me interes publik, nga ana tjetër"¹⁴.

Gazetarët patjetër duhet të përmbahen nga përdorimi ose pranimi i gjuhës së urrejtjes dhe retorikës intolerante ose nxitëse, por në rastet kur kandidatët përdorin shprehje të tilla, gazetarët duhet të raportojnë me kujdes të veçantë dhe në atë mënyrë që i mundëson kandidatit ta përcjellë atë retorikë të tillë, por jo për ta përhapur të njëjtën retorikë më tej. "Gjatë raportimit, gazetarët nuk duhet të kontribuojnë në urrejtje ose paragjykim dhe duhet të bëjnë gjithçka që është e mundur për të shmangur pjesëmarrjen në përhapjen e diskriminimit në baza të ndryshme"¹⁵. Ose, më konkretisht, "mediat duhet të refuzojnë shprehjen e hapur ose të fshehtë të intolerancës dhe duhet të konsiderojë me kujdes nëse botimi i deklaratave të tilla kontribuon në shpifje dhe përçarje mbi

¹³ International Media Support, Media & Democracy Group, Réseau Liberté (2006) *Coaching Manual for Media Support During Elections*, e disponueshme në: https://en.unesco.org/sites/default/files/coaching_manual_for_media_support_during_elections_en.pdf, e qasshme në 05.01.2020.

¹⁴ Council of Europe, Committee of Ministers, *Recommendation No. R (97) 20 of the Committee of Ministers to Member States on "Hate Speech"*, e qasshme në 05.02.2020.

¹⁵ International Federation of Journalists (2019) *Global Charter of Ethics for Journalists*, e disponueshme në: <https://www.ifj.org/who/rules-and-policy/global-charter-of-ethics-for-journalists.html>, e qasshme në 06.01.2020.

bazën e gjinisë, racës, ngjyrës, gjuhës dhe fesë, përkatësisë kombëtare ose etnike, grupi i pakicave, dallimet shoqërore ose opinionit tjetër"¹⁶. Stereotipat dhe diskriminimi janë të dëmshëm për grupet e nën-përfaqësuar sepse do të thotë kufizime për individët dhe shoqërinë në përgjithësi.

TRAJTIMI I DUHUR I REZULTATEVE TË ANKETIMIT TË OPINIONIT PUBLIK. Përderisa mediat publikojnë rezultatet nga anketime të opinionit publik, kjo duhet të bëhet në mënyrë objektive dhe korrekte, duke publikuar të gjitha informacionet në dispozicion që do t'i mundësoj publikut të marrë një pamje më të qartë. Duke vepruar kështu, qartë duhet të specifikohet porositi i anketës, organizata që e ka kryer anketimin, mënyra e financimit, metodologjia e aplikuar, madhësinë e mostrës, diferenca e gabimit, datat e zbatimit, etj. "Përveç kësaj, mediat duhet të tregojnë në mënyrë të qartë që anketimi e përfaqëson opinionin publik vetëm në kohën kur është realizuar anketa. Anketimi i opinionit ka një ndikim të rëndësishëm në modelet e votimit, veçanërisht kur rëndësia e saj nuk kuptohet në mënyrë adekuate. Prandaj, si pjesë e përgjegjësisë për të informuar votuesit, mediat detyrohen të sigurojnë informacione shtesë për të kuptuar domethënien e tyre"¹⁷.

DHURATA, SHËRBIMET DHE TRAJTIMI I VEÇANT. Gazetarët duhet të refuzojnë dhuratat, shërbimet ose trajtime të veçanta nga palët e interesuara, pasi kjo mund të rrezikojë paanshmërinë e tyre.

¹⁶ OSCE/ODIHR, Council of Europe & EU (2005) European Commission for Democracy through Law (Venice Commission) *Guidelines on Media Analysis during Election Observation Missions*, Strasbourg.

¹⁷ Article 19 (1994) *Guidelines for Election Broadcasting in Transitional Democracies*, e disponueshme në: <https://www.article19.org/data/files/pdfs/tools/electionbroadcastingtrans.pdf>, e qasshme në 03.01.2020.

II. PARIMET ETIKE PËR REALIZIMIN E NJË DEBATI TË DREJTË DHE TË EKUILIBRUAR TELEVIZIV ME KUNDËRSHTARËT POLITIKË

Miladen Çadikovski

Debatet televizive gjatë zgjedhjeve janë një sfidë serioze. Ata duhet të pasqyrojnë kulturën e një shoqërie dhe sistemin politik si njësi e saj. Debati televiziv duhet të shërbejë si një platformë apo një forum i veçantë, që duhet të balancojë në mes politikanëve, qëllimet dhe mesazhet e tyre nga njëra anë, dhe publikut dhe të drejtën e tyre që të mos bie pre e manipulimeve politike.

Për këtë qëllim, debati televiziv duhet tu mundësoj kundërshtarëve politikë të shprehin pozicionet dhe qëndrimet e tyre, ndërsa moderatori është i detyruar të udhëheqë debat në mënyrë të drejtë, të mos lejoj manipulime, tu përmbahet fakteve dhe të tregojë mospërputhje në deklaratat e politikanëve. Kjo është arsyeja pse debati si produkt më mbresëlënës i medimeve është një dialog që në një mënyrë është edhe tematik edhe i kontrolluar.

Përkufizimi dhe modelet e debatit politik televiziv

Vetë termi "debat" nuk është term i ri. Mund të ketë variante të ndryshme nga një vend në tjetër, por në thelb debati paraqet argument interaktiv dhe përfaqësues. Shumica atë gjithashtu e njohin si një formë më e gjerë e argumentimit, e cila përfshin konsistencën, qëndrueshmërinë faktike dhe ankesat e kufizuara emocionale për audiencën si elementë të rëndësishëm të kulturës së bindjes.

Debati në një far mënyre paraqet një lloj konkurrencë formale, bazuar me rregulla të përcaktuara. Ai është një mjet themelor që mbështet proceset demokratike në një shoqëri.

Debati është një diskutim i qartë dhe i përqendruar midis dy ose më shumë palëve kundërshtarë. Ai është një dialog i fokusuar dhe tematik¹⁸. Moderimi i një debati kërkon rregulla të sakta për të gjithë pjesëmarrësit në debat.

Debati politik televiziv është një format i kundërshtimit të mendimeve të ndryshme të kundërshtarëve politikë, përmes të cilave përcillen qëllimet, idetë, programet dhe politikat për të adresuar një çështje të veçantë që shqetëson

¹⁸ *Organizing and Producing Televised Candidate Debates: A Guide*, Center for Free Elections and Democracy, e disponueshme në: <https://www.debatesinternational.org/resource/organizing-and-producing-televised-candidate-debates-guide>, qasur në 10.01.2020.

publikun. Qëllimi kryesor i debatit politik televiziv është të përpiqemi që partitë që janë kundër të jenë njësoj të suksesshme. Debatit politik televiziv është një forum në të cilin konkurrojnë liderët ose kandidatët e partive politike. Ata përgjigjen në të njëjtat pyetje të bëra nga një moderator ose nga audienca. Debatit mund të jetë "panel" ose me rivalitet, por në çdo rast duhet të sigurojë mundësi që audienca të jetë në gjendje të krahasojë drejtpërdrejt pikëpamjet e kandidatëve për pyetjet e bëra.

Për të siguruar një funksionim të drejtë të debatit, ajo është e rregulluar me rregulla dhe koha e përgjigjes është e kufizuar. Realizimi i debatit zhvillohet sipas rregullave të organizuara, brenda një kornize të caktuar në të cilën ka marrëveshje midis kundërshtarëve. Secili prej folësve në debat u përgjigjet pyetjeve të moderatorit sipas radhës në kohën e caktuar, megjithëse duhet të theksohet se ky nuk është një rregull universal në të gjitha vendet. Në thelb, të gjithë pjesëmarrësit e debatit duhet të flasin mjaftueshëm për të shprehur pikëpamjet e tyre, por edhe për tu përgjigjur pyetjeve ose kritikave nga kundërshtari, i ndjekur nga një moderator neutral.

Debatit është bërë një trend global që sjell mirësi në shoqëritë demokratike në mënyra të ndryshme, mes tyre votuesve u jepet mundësia të informohen vazhdimisht. Debatet shpesh janë koha e vetme gjatë fushatave zgjedhore, kur kandidatët bëhen bashkë në të njëjtin vend. Kjo shërben si një mundësi që votuesit të bëjnë krahasime. Gjatë debateve, kandidatët kanë mundësinë të zbulojnë stilin e udhëheqjes dhe cilësitë personale të kundërshtarëve.

Debatet në mes kundërshtarëve politikë konsiderohen si një mjet i rëndësishëm që ndihmon në informimin e trupit votues.

Në një mjedis politik thellësisht të ndarë ose vende me konflikte të forta, debatet duhet të sigurojnë një mundësi për një përfaqësim të respektueshëm të rivalëve politikë, pavarësisht nga pikëpamjet e tyre kundërshtare. Qëllimi i debatit është ti mundësoj publikut të dëgjojë ofertat e ndryshme politike mbi bazën e të cilave ata mund të ndërtojnë gjykimet dhe qëndrimet e tyre politike. Si rezultat i debateve, mund të vij deri tek zvogëlimi i tensioneve në kontekstin zgjedhor.

Në atë drejtim, organizimi i debateve televizive gjithnjë duhet të përfshijë dialog konstruktiv dhe dinjitar, përpjekje për të qetësuar gjuhën komunikuese

të keqkuptimit. Debatit televiziv nuk duhet të shndërrohet në një arenë konkurruese ku kandidatët përdorin retorikë agresive dhe diskriminuese.

Ekzistojnë dy modele të debatit të hapur, modeli amerikan dhe modeli britanik.

Modeli britanik është më i përhapur në BE, ndërsa në vendet e Amerikës Latine më tepër e preferojnë modelin Amerikan. Sigurisht që këto nuk janë modelet e vetme. Ekzistojnë edhe modele të tjera, ku disa emërtohen sipas personaliteteve të caktuara, ndërsa disa modele të tjera janë specifike për rajone të caktuara të botës.

Modeli britanik u shfaq në Londër në fillim të shekullit të 18-të, dhe qëllimi i tij ishte një debat aktiv që duhej të promovojë kulturën në shoqëri. Ky model e lartëson oratorinë si një aftësi. Gjatë asaj kohe, ideja për debat lindi në Shtetet e Bashkuara. Fokusi kryesor i këtyre debateve ishin të rinjtë.

Debatet politike zgjedhore kanë filluar të bëhen pjesë e zgjedhjeve presidenciale në SHBA prej vitit 1976. Për dallim nga debatet në mes studentëve dhe nxënësve, formati i debateve presidenciale ndryshon nga zgjedhjet në zgjedhje. Shpesh ky lloj debati është më kufizues për dallim nga formatet tjera tradicionale, duke kufizuar pjesëmarrësit të bëjnë pyetje me njëri-tjetrin në mënyrë që të kufizojnë diskutimin e temave të veçanta në një format të caktuar kohor. Ata fillimisht u moderuan nga Lidhja e Votuesve të Grave deri në themelimin e Komisionit të Debatit Presidential në 1987.

Debatit televiziv i kundërshtarëve politikë duhet:

- Kandidatët të fokusohen në çështje të rëndësishme;
- Të informojnë votuesit;
- T'ju ndihmojnë në uljen e tensioneve politike;
- Të promovojë përgjegjësitë e kundërshtarëve;
- Të kontribuojnë në një demokraci të shëndetshme;
- Të ngrejë nivelin e lojës politike dhe të krijojnë një fushë të barabartë për paraqitjen e kandidatëve.

Debati sjellë deklaratat e pjesëmarrësve, qëndrimet dhe premtimet politike të kandidatëve të prezantohen në publik¹⁹. Kjo nxitë përgjegjësi, vetëm atëherë kur fitohet posti (pozita), në mënyrë që publiku, mediat dhe organizatat e shoqërisë civile të mund t'i referohen deklaratës zyrtare të kandidatit të dhënë në debatin televiziv.

Debatet televizive të kundërshtarëve politikë janë një mjet i shkëlqyeshëm për të treguar nivelin e demokracisë. Ata duhet të kontribuojnë në legjitimitetin e procesit zgjedhor. Debatet kontribuojnë në lehtësimin e eksplorimit të temave me interes për trupin votues. Për dallim nga tubimet politike, debatet janë platforma ku kandidatët duhet të shprehin mendimet për zgjidhjen e problemeve dhe ti shpjegojnë ato. Në debate, ndryshe nga tubimet politike, kandidatët kanë më pak hapësirë për të prishur pozicionin e kundërshtarit të tyre. Debatet politike gjithashtu janë një mjet i shkëlqyeshëm për të inkurajuar kandidatët të përqendrohen në detaje dhe të japin deklaratat të sakta.

Procesi i organizimit të një debati televiziv fillon duke përcaktuar formatin e debatit. Pyetjet kyçe që duhet të analizohen me kujdes gjatë përcaktimit të formatit të një debati janë:

- Kush është moderatori i debatit?
- Si janë pozicionuar kundërshtarët në skenë? Kundërshtarët do të ulen apo do të qëndrojnë në këmbë?
- A do të ketë publiku në studio ose jo? Nëse zgjidhet opsioni "panel", duhet të përcaktohet përbërja e publikut, nëse do të jenë ekspertë apo jo.

Debati i realizuar në këmbë është format i një debatit që realizohet përmes një tavoline me një mikrofon të instaluar. Në rast, kur debatuesit qëndrojnë pas foltores, pritjet që ata të mos e ndryshojnë vendin e tyre gjatë debatit, edhe pasi të jenë përgjigjur, dhe kjo duhet t'ju thuhet qartë me prezantimin e rregullave të debatit.

Në rregullat duhet të përcaktohet që pjesëmarrësit nuk duhet të hyjnë në hapësirën fizike të pjesëmarrësve tjetër, dhe në fund moderatori mund t'u kërkojë atyre të shtrëngojnë duart ose ata mund ta bëjnë këtë me iniciativën e tyre.

¹⁹ London Free Press, Artikulli me titull: *Kielburger: Debates are rare time to see leaders pressed and unscripted*, e disponueshme në: <https://lfpres.com/opinion/columnists/kielburger-debates-are-rare-time-to-see-leaders-pressed-and-unscripted>, e qasshme në 05.01.2020.

Debati i realizuar ulur është format i një debati që realizohet në atë mënyrë që kundërshtarët qëndrojnë të ulur në një tavolinë ose karrige para një tryeze të caktuar. Ky opsion është më i favorshëm dhe më praktik sesa debati në këmbë. Pavarësisht nga formati i debatit, pozicioni i pjesëmarrësve është përcaktuar fizikisht. Moderatorin dhe publikun (nëse ka) janë të ndarë fizikisht nga pjesëmarrësit në debat. Pavarësisht nga koha e përcaktuar, debati nuk duhet të zgjasë më shumë se 2 orë, duke përfshirë edhe moderatorin në fillim që bën një prezantim dhe përcakton rregullat për debatin. Zakonisht praktikohet që debati të zgjasë 90 minuta. Sa i përket kohëzgjatjes së përgjigjeve, e njëjta është e rregulluar veçmas, edhe atë zakonisht 90 sekonda ose dy minuta, një afat kohor që i jepet secilit pjesëmarrës që të jep në fillim përgjigje dhe më pas 30 sekonda për replikë (kundërpërgjigje). Matja e afatit kohor është shumë e rëndësishme. Publiku vazhdimisht duhet të ketë njohuri për kohën e përgjigjeve në debat. Kjo mund të arrihet duke vendosur një kohëmatës në ekran dhe sinjalizues kur koha ka përfunduar dhe kur përfundojnë sekondat e fundit.

Më e rëndësishme është që debatet synojnë të sigurojnë një forum për prezantimin e temave që diskutohen dhe gjuha në të cilën zhvillohet diskutimi të jetë e civilizuar.

Për të përmirësuar cilësinë e debatit, mund të përdoren teknika të caktuara²⁰. Si më efektive, dhe për të ruajtur nivelin e dialogut në debat, ato janë:

- **NDIZNI VETËM MIKROFONIN E KANDIDATIT QË FLET.**

Të gjithë ne kemi qenë dëshmitarë për kandidatët të cilët dëshirojnë të shfrytëzojnë sa më shumë kohën e tyre në prezantimin publik, kështu që ata sillen keq kundër kundërshtarit duke përdorur fyerje, etiketime dhe elemente të tjera që ulin nivelin e komunikimit. Shpesh herë ata ndërhyjnë përderisa kundërshtari flet. Gjithashtu insistohet që të gjithë kandidatët të flasin në të njëjtën kohë. E gjithë kjo kontribuon në krijimin e një atmosfere të pakuptimtë, pasi nuk ka mundësi të dëgjohet biseda kur të gjithë flasin në të njëjtën kohë. Nuk ekziston kontekst profesional ose politik për të justifikuar këtë lloj komunikimi. Për të parandaluar të gjitha këto, një nga teknikat që mund të jetë jashtëzakonisht e dobishme është aktivizimi i mikrofonit vetëm për kandidatin që flet.

²⁰ Hippo Reads, Artikulli me titull: *Three Simple Ways to Improve Future Presidential Debates*, të disponueshme në: <http://hipporeads.com/three-simple-ways-to-improve-future-presidential-debates>, qasje në 06.01.2020.

- **SHMANGIA E PUBLIKUT GJATË TRANSMETIMIT DIREKT, PËRDERISA REALIZOHET DEBATI.**

Pjesëmarrja e publikut në një studio ku zhvillohet debati mund të jetë një teknikë e mirë. Por përvoja ka treguar që reagimet e publikut mund ta sjellin debatin të marrë një drejtim të gabuar. Shpesh herë, publiku dëshiron të shprehë reagimin e tyre, duke dhënë përkrahje, duartrokitje ose ngjashëm, të cilat mund të shkaktojnë një efekt të padëshiruar dhe të zvogëlojnë objektivitetin në debat. Për shkak të kësaj, publiku në studio nuk është gjithmonë i mirëpritur për debate parazgjedhore. Nëse publiku është në studio, moderatori doemos duhet paraprakisht të ketë pyetjet nga publiku në mënyrë që të dijë kur dhe a do t'i përfshijnë ato në debat.

- **NDALNI MIKROFONIN E KANDIDATIT PASI TË KETË KALUAR KOHA E PËRCAKTUAR.**

Përskaj përpjekjeve të moderatorëve për të paralajmëruar kandidatët të ndalen, pasi të ketë mbaruar koha, një pjesë prej tyre nuk pushojnë së foluri. Prandaj, është mirë që të ndalen mikrofonat menjëherë pas përfundimit të kornizës kohore. Pajisja jep sinjalizimin si alarm se koha ka përfunduar. Kjo do tu ndihmojë kandidatëve të përqendrohen në përgjigjet e tyre dhe të jenë të saktë, të qartë dhe konstruktiv për sa i përket kohës së lejuar.

Debatet politike televizive janë një mjet i dobishëm, pasi vë në provë aftësinë e kundërshtarëve për të qëndruar të qetë nën presion dhe u siguron një mundësi për të artikuluar një qëndrim të veçantë për çështje të caktuara duke bindur publikun. Qëllimi i vërtetë i debateve nuk është politik. Qëllimi i tyre thelbësor është të demonstrojnë potencialin e lidershit, domethënë potencialin për të reaguar shpejt, por duke menaxhuar dhe qetësuar publikun.

Falë revolucionit digjital në ditët e sotme, një pjesë e madhe e kandidatëve mund të shprehin me shpejtësi dhe lehtësi para trupit të tyre votues. Por debatet televizive²¹ janë një mjet që u mundëson kundërshtarëve të përballen me publikun. Ata e shprehin mundësinë për dëgjim, aftësinë për udhëheqje, gatishmërinë për të improvizuar, gatishmërinë për të zgjidhur problemet dhe për të menaxhuar krizat e kundërshtarëve.

²¹ Article on Indiaspend, entitled: *What research reveals about the impact of media on voter behaviour*, të disponueshme në <https://www.indiaspend.com/what-research-reveals-about-the-impact-of-media-on-voter-behaviour/>, qasje në 09.01.2020.

Parimet themelore të organizimit të një debati janë²²:

- **PAANSHMËRIA.** Njëri nga parimet themelore etike për një debat politik televiziv të suksesshëm është paanshmëria, respektivisht aftësia dhe shkathtësia për të vendosur dhe ruajtur neutralitetin, profesionalizmin dhe komunikimin dinjitoz.
- **FOKUSIMI NË PËRQËNDRIMIN PËRFUNDIMTAR.** Qëllimi themelor dhe kryesor i debatit është të jetë i qartë, për të ndihmuar votuesit të bëjnë një zgjedhje. Ky synim duhet të jetë parimi udhëzues që do të jetë udhëzuesi kryesor i debatit.
- **THJESHTËSIA.** Debatit televiziv kërkon menaxhimin e shumë çështjeve njëkohësisht. Për këtë arsye, një qasje e thjeshtë mund të jetë e dobishme në minimizimin e komplikimeve që mund të paraqiten në minutën e fundit.
- **KUR SKA KANDIDATË NUK KA DEBAT.** A mund të jetë një debat i suksesshëm nëse nuk përfshihen të gjitha kundërshtarët politik? Organizatorët e debatit mund të përballen me një skenar në të cilin të gjithë kandidatët e ftuar nuk do të pranojnë të marrin pjesë. Përfshirja në debat mund të luajë një rol kryesor në fokusin e fushatës për shumë çështje të politikës publike, si dhe në uljen e tensioneve politike. Këto kontribute janë shumë të rëndësishme për ndërtimin e mbështetjes publike si pjesë e procesit zgjedhor. Në fund të fundit, përderisa pritet e publikut për një debat rriten me kalimin e kohës, ashtu do të lind nevoja për pjesëmarrje të kandidatëve në debate.

²² National Democracy Institute (NDI), *Organizing and producing candidate debates*, e disponueshme në: <https://www.debatesinternational.org/sites/default/files/Organizing%20and%20Producing%20Candidate%20Debates-an%20NDI%20international%20Guide.pdf>, qasje në 04.01.2020.

Cilat janë përfitimet e debateve televizive për kandidatët dhe partitë politike:

- Sigurojnë një mundësi unike për të folur drejtpërdrejt me votuesit pa filtrimin e mediemeve;
- Fitojnë një mbulim të pakrahasueshëm mediatik, që disa kandidatë nuk mund ti lejojnë vetes mund ose nuk mund të kenë asi lloj qasje;
- Mund të arrijnë që zëri i tyre të arrijë deri te një numër i madh i votuesve përmes një debati në transmetim sesa me muaj të tërë të shfrytëzojnë qasjen e drejtpërdrejtë me votuesit;
- Lidhen me votues të pavarur ose të pavendosur të cilët kanë gjasë të vogël të marrin pjesë në mitingje politike;
- Mundësia për të krijuar një imazh pozitiv për zgjedhje transparente dhe demokratike të shëndetshme brenda dhe jashtë vendit;
- Të barazojë fushatën zgjedhore ku njëra parti mund të dominojë dhe të ketë qasje edhe në medime;
- Lejimi i partive të tregojnë udhëheqës të rinj, si që janë gratë ose të rinjtë, që ata mund të rigjallërojnë imazhin e partisë, si dhe të tregojnë gjithëpërfshirje.

Vendimi i moderatorit është një nga çështjet kryesore për suksesin e debatit televiziv. Roli i moderatorit, aftësitë dhe njohuritë e tij janë kyçe për një debat të suksesshëm. Moderatorët menaxhojnë debatin dhe ju mundësojnë kandidatëve të ndjekin rregullat e miratuara dhe të pranuar më parë.

Për udhëheqje të suksesshme të debatit, është e patjetërsueshme që para se të filloj debati të përcaktohen rregullat e debatit, formati, temat, moderatori, skenari, mundet edhe një numër i konsideruar i pyetjeve, renditja e folësve si dhe ekipi i producentëve.

Konteksti lokal dhe rekomandimet që rrisin cilësinë gjatë debatit politik

Konteksti politik

Në kontekstin tonë lokal, debati politik ka zënë rrënjë që nga shpallja e pavarësisë kur pluralizmi lejoi rritjen e ndërgjegjësimit të publikut për dobinë e debateve politike. Kultura e debatit në shfaqjet televizive kishte kuantitet serioz deri në fund të viteve '90, por edhe në vazhdimësi deri më vitin 2008.

Epoka e Artë

Ende janë të freskëta kujtimet për debatet politike që performuan udhëheqësit e atëhershëm të qeverisë dhe opozitës Branko Crvenkovski dhe Ljubčo Georgievski. Ndërgjegjshmëria e atëhershme për debat u mundësoi shikuesve të shohin udhëheqësit në një dritë të ndryshme. Ajo që mund të quhej si problem në atë kohë ishte niveli i ulët i kulturës politike në debate. Debatuesit shpesh kanë përdorur fyerje dhe diskualifikime personale gjatë debatit, duke lënë një shije të keqe në publik.

Ky lloj debati, në vend që të shërbente si konkurrencë për ide ose koncepte, kjo u reduktua në një konkurrencë me ndikim të ulët. Sidoqoftë, siç do të vërtetohet më vonë, periudha dhjetëvjeçare nga fundi i viteve të 90, me të gjitha të metat e saj, mund të quhet epoka e artë e debateve televizive. Edhe pse niveli i kulturës në debate ishte mjaft i ulët, thjesht fakti që elita politike e kohës nuk kishte asnjë problem ta takoj kundërshtarin politik ballë për ballë, kjo tregon ndërgjegjësimin e politikanëve për efektin e debateve në nivelin e demokracisë.

Vrasja e debateve

Më vonë, me ndryshimin e qeverisë në vitin 2006, filloi periudha ku gazetarët ishin nën presion nga përfaqësuesit dhe zyrtarët e partisë në pushtet, shmangnin debatet dhe kryesisht nuk merrnin pjesë në debate televizive. Në shumë

raste përfaqësuesit e tyre kanë bojkotuar edhe debatet parazgjedhore, duke supozuar se ata kanë vlerësim të lartë politik. Komunikimi i tyre me qytetarët dhe votuesit ishte i njëanshëm. Debatet e realizuara gjatë kësaj periudhe mund të numërohen në gishta.

Edhe pse stacionet televizive kanë bërë përpjekje për të siguruar përfaqësuesit e të gjitha kampeve politike në studiot e tyre, ata rrallë kishin sukses. Në fakt, kandidati i atëhershëm presidencial Gjorge Ivanov u paraqit disa herë në emisionet debatuese parazgjedhore, në herën e parë ishte me Lubomir Frckovski, gjithashtu një kandidat për president, dhe raundin tjetër me kandidatin Stevo Pendarovski.

Ajo që e bënë të mbahet mend periudhën prej viti 2006 – 2017 është ajo që debatet janë realizuar shumë rrallë, të cilat zakonisht janë transmetuar në servisin publik të MTV-së, të strukturuar në atë mënyrë që praktikisht kanë "vlarë" debatet: pyetje të përgjithshme që zakonisht ofruan përgjigje jo produktive, pa të drejtën e zhvillimit të një debati të mirëfilltë, brenda një kornize të përcaktuar rreptësisht, ku moderatori nuk lejon pyetje të kryqëzuara. Edhe në kuptimin produktiv, këto debate ishin të varfra dhe përveç kësaj nuk u ofrua asnjë qasje e re e shfaqjes, pas rrjedhës së produksioneve amerikane për ta bërë debatin më interesant.

Kjo pjesërisht rezultoi nga mungesa e mjeteve për produksion më të pasur të këtij lloji debati, por nga ana tjetër janë vënë re përpjekjet e institucioneve qeverisëse në atë kohë për të "shkatërruar" debatet, që gjithashtu kishte efekt negativ mbi demokracinë në vend.

Inflacioni i debateve

Pas ndërrimit të pushtetit në vitin 2017 rezultoi me një situatë të re në Maqedoni në lidhje me debatet e kundërshtarëve politikë. Përkatësisht, deficitin e mëparshëm i debateve u zëvendësua me tepicë të debateve të të gjitha llojeve. Debatet politike shfaqen çdo ditë në dhjetëra stacione televizive. Pothuajse të gjitha stacionet televizive me përjashtim të televizionit Sitel, çdo ditë kanë debate televizive, ku panelistët më të shpeshtë janë politikanë, ministra, deputetë, qeveritarë, opozitar. Nënkuptohej që në një pjesë të këtyre debateve kanë pasur të ftuar edhe analistë, ekspertë, profesorë, shkencëtarë, politikan etj.

Për dallim nga debatet e mëhershme, në emisionet aktuale debatuese mund të shohim personazhe të ndryshme, me ngjyra të ndryshme politike, si mysafirë të përditshëm në televizionet nacionale. Sa i përket debateve parazgjedhore, duhet përmendur se në zgjedhjet presidenciale të vitit 2019 në Maqedoninë e Veriut u realizuan 9 debate në mes kandidatëve Stevo Pendarovski, Gordana Siljanovska Davkova dhe Blerim Reka, që është një rekord i veçantë. Në asnjë cikël zgjedhor deri më tani, kandidatët për president ose kryeministër nuk janë takuar kaq shumë herë. Nga aspekti produktiv, këto debate, disa edhe me publik në studio, plotësuan standardet themelore për programin cilësor.

Ajo që bie në sy në debatet e organizuara në raundit të parë, në krahasim me debatet e raundit të dytë, ishte se në disa emisione debatuese në fillim kishin qasje të ndryshme. Pikërisht, të dy kandidatët presidencialë ishin të përmbajtur nga kualifikimet e tepërta personale dhe u përpoqën të shfrytëzojnë në maksimum mundësinë e dhënë për debate. Në të vërtetë, ka pasur replika dhe kundër-replika, diçka që nuk ishte parë në televizionet nacionale për një kohë të gjatë.

Ndoshta për shkak të rezultateve të afërta në raundin e parë të zgjedhjeve, pjesa e dytë e debateve solli një imazh të ndryshëm, me shumë nervozizëm, fyerje personale, madje dhe ofendime dhe gënjeshtër, duke tundur dokumente përgjatë emisionit, gjëra që janë të palejueshme në një debat politik të civilizuar.

Duket se nervozizmi i shtuar i kandidatëve dhe ekipeve të tyre ka shkaktuar një numër të madh debatesh. Problemi i realizimit të një numri të madh debatesh në mes dy ose tre kandidatëve ishte ajo që nuk ishin të ndarë. Do të kishte qenë shumë më mirë nëse televizionet do të kishin rënë dakord mes vete, se cila prej tyre çfarë lloj debati do të bënte - kështu që në njërin debat do të flisnin për politikën e jashtme, në tjetrin për problematikat e brendshme të vendit, dhe në të tretën për ekonominë etj. Jo rastësisht, disa vende si shembull SHBA organizon gjithsej tre debate televizive me tema të ndara për kandidatët për president. Në atë rast nuk lodhen as kandidatët e as publiku me përsëritje të panevojshme të tezave të njëjta.

Kur flasim për kualitetin e debateve, duhet të theksohet kultura e ulët e debatit politik në përgjithësi, veçanërisht kur në panel marrin pjesë politikan. Zakonisht këto debate shndërrohen në zonë grindjeje, rrahje tavolinës, deri te bërtitja, ndërhyrje përderisa tjetri fletë si dhe gjestikulime të pashembullt. Rrallë në

televizion mund të shohim një debat cilësor ku diskutohen ide, koncepte dhe programe pa diskualifikim personal. Arsyeja qëndron në nivelin e ulët të kulturës politike në vend, ku kundërshtari politik shihet si një target i mundshëm, e jo si partner i nevojshëm për udhëheqjen e politikave kreative dhe të dobishme.

Rekomandime për përmirësimin e cilësisë së debateve publike

A është mirë apo keq që ekzistojnë shumë debate në televizion? Përgjigja e thjeshtë është se sigurisht që është më mirë të keni më shumë debate sesa aspak.

Por duhet të punohet në atë që të ngritet niveli i debatit politik përmes edukimit të vazhdueshëm të politikanëve dhe gazetarëve, respektivisht moderatorëve të debateve: rregullat e debatit, formatin e debatit, moderatorin, temat dhe çështjet, dizajnin e gjithë hapësirës, produksionin dhe promovimin.

Përcaktimi i rregullave themelore të debateve dhe prezantimi i tyre para kandidatëve do të jetë i rëndësishëm për të gjithë sepse mund të rrisë ndërgjegjësimin e debatuesve për përgjegjshmërinë ndaj audiencës. Është e rëndësishme të bisedohet me kandidatët disa ditë para debatit në lidhje me temat që do të shtjellohen.

Për të përmirësuar cilësinë e debatit, mund të përdoren teknika të ndryshme, ato kryesisht varen nga ekipi që përgatit pyetjet por edhe nën pyetjet në mënyrë që të udhëzojë debatuesit në një debat parimor e jo në një zënkë personale. Për atë më mirë është që t'i lejojë grupit të gazetarëve të përpilojnë pyetje të thjeshta inventive dhe mirë të përpunuara. Për të relaksuar atmosferën, ndonjëherë është mirë të bëni pyetje si: cili personazh vizatimor doni të jeni?

Moderatori duhet të sigurojë paanshmëri, profesionalizëm dhe komunikim dinjitoz. Të dijë kur të qeshet, kur të jetë serioz, kur të lejojë debat dhe pas kohës së paraparë. Respektimi i rreptë i rregullave mund të dëmtojë debatin, por këtu në radhë të parë vjen aftësia e moderatorit.

Gjithmonë duhet të fokusohet në qëllimin përfundimtar, me një qasje të thjeshtë që do të zvogëlojë komplikimet e mundshme.

Në kontekstin lokal, është e rëndësishme që televizionet të bëjnë një lloj përgatitjeje në organizimin e debateve, me marrëveshje të ndërsjellë, që do të sillte cilësi shumë më të madhe për përmbajtjen e debateve. Në atë mënyrë ata do të kishin më pak debate por me cilësor, duke shmangur kështu problemin aktual të të pasurit shumë debate.

"Pa një debat të vërtetë nuk ka demokraci të vërtetë", ky parim i botës pluraliste duhet të jetë udhëzuesi për çdo gazetar apo moderator të debatit – ndjekja e këtij mendimi është shenja thelbësore e debatit cilësor.

III. STANDARDET LIGJORE NDËRKOMBËTARE PËR LIRINË E SHPREHJES DHE ZGJEDHJET

m-r Naser Bislimi

Dokumentet ndërkombëtare janë një burim i vlefshëm i një grupi standardesh që lidhen me të drejtat themelore të njeriut, si dhe me të drejtat politike të individëve. Sikurse mediat ashtu edhe zgjedhjet mbështeten dhe ndërlidhen me të drejtat dhe lirit e njeriut, të tilla si e drejta e lirisë së shprehjes, e drejta për zgjedhje të lira, për tu zgjedhur në bazë të parimit të mos diskriminimit në çfarëdo baze.

Disa udhëzues ndërkombëtar, marrëveshje rajonale dhe disa instrumente tjera artikulojnë dy elementët që përbëjnë të drejtën e lirisë së shprehjes dhe pjesëmarrjes në zgjedhje.

Kjo pjesë përmban një serie standardesh ndërkombëtare, e vështruar nga pikëpamja gjeografike mund të dallohen në dy lloje standardesh dhe praktikash të mira, domethënë të sjella në:

- **nivel universal**, siç janë ato të miratuara nga Kombet e Bashkuara, ose
- **nivelin rajonal** siç janë instrumentet e miratuar në organizatat rajonale, për shembull në Këshillin e Evropës, Bashkimin Evropian dhe OSBE-në²³.

Nga këndvështrimi i forcës së tyre detyruese për shtetet, natyra ligjore e standardeve të ndryshme ndryshon në faktin nëse ato janë traktate ligjërish të detyrueshëm ose angazhime politike.

Marrëveshjet ndërkombëtare kryesisht merren me një seri hapash që vendet anëtare duhet të ndërmarrin për të garantuar lirinë e medias gjatë zgjedhjeve. Standardet ndërkombëtare për rolin e mediave në një shoqëri demokratike nuk imponojnë detyrime specifike ndaj tyre, por përkundrazi një detyrim për qeveritë që të sigurojnë që mediat të mund të kryejë funksionin e informimit të publikut të gjerë për çështje me interes publik, pa asnjë pengesë.

Me fjalë të tjera, qeveritë janë të detyruara të sigurojnë pluralizmin e mediave dhe të inkurajojnë larminë e burimeve të informatave. Si rregull e përgjithshme, qeveritë nuk mund të kufizojnë përmbajtjen e mediave, edhe pse veprimtaria e transmetimit mund t'i nënshtrohet rregulloreve kombëtare.

²³ European Commission (2016), *Handbook for European Union Election Observation*, Fourth Edition, e disponueshme në: <https://eeas.europa.eu/sites/eeas/files/compendium-en-n-pdf.pdf>, e qasshme 05.01.2020.

Liria e medias është kusht në një shoqëri demokratike dhe të lirë. Mediat luajnë rolin kryesor në zgjedhje, jo vetëm si një mjet për të parë veprimtaritë e qeverisë, por edhe për të siguruar që trupi votues të ketë të gjitha informacionet e nevojshme për të bërë një zgjedhje të informuar dhe demokratike. Prandaj, parimi kryesor themelor në lidhje me rolin e mediave në zgjedhje është se demokracia është e pamundur pa lirinë e medias dhe pluralizmin në median.

Nga ana tjetër, zgjedhjet paraqesin shembull për mënyrën se si praktikohen të drejtat e njeriut. E drejta e qytetarëve për të votuar në zgjedhjet periodike është njohur në ligjin ndërkombëtar për të drejtat e njeriut. Dokumentet ndërkombëtare si burim i vlefshëm i ligjit të zgjedhjeve janë shtjelluar në tekstin më poshtë.

Organizimi në Kombet e Bashkuara

Elementet themelore të së drejtës për pjesëmarrje politike përcaktohen në Deklaratën universale të të drejtave të njeriut dhe në paktin ndërkombëtar për të drejtat qytetare dhe politike.

E drejta e njerëzve për të marrë pjesë drejtpërdrejt në zgjedhjen e qeverisë përmes zgjedhjes së lirë të përfaqësuesve të saj është e garantuar në Deklaratën universale për të drejtat e njeriut (neni 21) dhe Konventa ndërkombëtare për të Drejtat Civile dhe Politike (neni 25).

Deklarata universale për të drejtat e njeriut

Deklarata universale për të drejtat e njeriut (DUDNJ) u miratua njëzëri nga Asambleja e Përgjithshme në 1948. DUDNJ është hartimi fillestar i detyrimeve për të drejtat e njeriut të përcaktuara në Kartën e Kombeve të Bashkuara, dhe ka qenë e dobishme në zhvillimin e pjesëmarrjes politike si një e drejtë e pranuar në mënyrë universale të njeriut.

Përderisa në kohën e adoptimit të tij vlerësohej si një deklaratë e parimeve jo detyruese, më pas ajo u zhvillua në një nivel të detyrimeve të pranuar

gjerësisht për të gjithë anëtarët e bashkësisë ndërkombëtare. UDHR vendos detyrime për të gjithë anëtarët e bashkësisë ndërkombëtare. Si një deklaratë ajo bën pjesë në të drejtën zakonore ndërkombëtare, ose, me fjalë të tjera, është një dokument jo detyrues, por më tepër "një praktikë e përgjithshme e pranuar si ligj", siç përcaktohet nga Gjykata Ndërkombëtare e Drejtësisë. Pas miratimit të Paktit Ndërkombëtar për të Drejtat Civile dhe Politike në 1966, të njëjtat dispozita u forcuan dhe u dha forca e efektit detyrues dhe juridik për të gjitha shtetet që e ratifikuan atë.

Neni 19 dhe neni 21 i (DUDNJ) përcaktojnë detyrimet e qeverive në lidhje me rolin e medimeve në zgjedhje. Neni 19 garanton të drejtën e lirisë së shprehjes dhe neni 21 garanton të drejtën për të marrë pjesë në zgjedhje periodike dhe të fshehta.

Në nenin 19 të (DUDNJ)-së thuhet:

"Gjithkush ka të drejtën e lirisë së mendimit dhe shprehjes; kjo e drejtë do të përfshijë lirinë për të mbajtur mendime pa ndërhyrje dhe për të kërkuar, marrë dhe shpërndarë informacione dhe ide përmes çdo mediumi dhe pavarësisht nga kufijtë"²⁴.

Neni 21 i Deklaratës Universale të të Drejtave të Njeriut konsiderohet si deklarata e parë e së drejtës së njeriut për pjesëmarrje politike dhe parashikon që zgjedhjet të jenë të lira, të ndershme, dhe të mbahen periodikisht dhe me një të drejtë të barabartë.

Pakti Ndërkombëtar për të Drejtat Civile dhe Politike

Të drejtat ndërkombëtare të njeriut të lidhura me pjesëmarrjen politike të krijuar nga Deklarata Universale u zhvilluan dhe u kodifikuan më tej nga Pakti Ndërkombëtar për të Drejtat Civile dhe Politike (ICCPR), nënshkruar në 1966. Pas miratimit të Paktit Ndërkombëtar për të Drejtat Civile dhe Politike, të njëjtat dispozita u forcuan dhe u dha forca e ligjit të detyrueshëm dhe të zbatueshëm për vendet që e ratifikuan atë.

²⁴ United Nations, *Universal Declaration on Human Rights*, e disponueshme në: <https://www.un.org/en/universal-declaration-human-rights/>, e qasshme në 11.01.2020.

ICCPR është detyruese për të gjitha shtetet nënshkruese sipas ligjit ndërkombëtar. Në janar të vitit 2020, 173²⁵ shtete ishin anëtare të Paktit Ndërkombëtar që e bën atë traktatin më të përhapur dhe të nënshkruar i cili garanton të drejtën e zgjedhjeve të lira dhe lirinë e shprehjes.

Neni 19 i ICCPR mbron lirinë e shprehjes në çdo kohë, dhe neni 25 mbron pjesëmarrjen politike dhe votimin. Të dy dispozitat në bashkëpunim imponojnë një detyrim ndaj qeverive për të siguruar llojllojshmërinë dhe pluralizmin e mediave gjatë periudhave të zgjedhjeve.

Detyrimi nga neni 19 i ICCPR i cili garanton lirinë e shprehjes dhe lirinë e informacionit, vlen vetëm për detyrimet e shteteve anëtare, dhe jo për mediat që duhet të gëzojnë të drejtat përkatëse.

Në nenin 19 të ICCPR thuhet:

"Të gjithë kanë të drejtën e lirisë së shprehjes; kjo e drejtë do të përfshijë lirinë për të kërkuar, marrë dhe shpërndarë informacion dhe ide të të gjitha llojeve, pavarësisht nga kufijtë, gojarisht, ose me shkrim, në formën e artit, ose përmes ndonjë mediumi tjetër të zgjedhur të tij".²⁶

Neni 25 i ICCPR përcakton se çdo qytetar ka të drejtë:

"Për të votuar dhe për t'u zgjedhur në zgjedhje periodike origjinale, të cilat do të jenë me një votim universal dhe të barabartë dhe do të mbahen me votim të fshehtë, duke garantuar shprehjen e lirë të vullnetit të zgjedhësve".²⁷

Komiteti për të Drejtat e Njeriut është një organ i Kombeve të Bashkuara i cili lëshon komente të përgjithshme me interpretimin e dispozitave nga Pakti Ndërkombëtar, dhe disa nga më të rëndësishmet janë Komenti i Përgjithshëm Nr. 25 për zgjedhjet dhe Komenti i Përgjithshëm Nr. 34 për lirinë e mendimit dhe shprehjes.

²⁵ Office of the United Nations High Commissioner for Human Rights (2020), *Status of Ratification Interactive Dashboard*, e disponueshme në <https://indicators.ohchr.org/>, e qasshme në 14.01.2020.

²⁶ Office of the United Nations High Commissioner for Human Rights, *International Covenant on Civil and Political Rights*, e disponueshme në <https://www.ohchr.org/en/professionalinterest/pages/ccpr.aspx>, e qasshme në 14.01.2020.

²⁷ Ibid.

Përveç sistemit të KB, organet rajonale përdorin një sërë mekanizmash për të zbatuar traktatet rajonale të të drejtave të njeriut. Traktati kryesor rajonal i të drejtave të njeriut në Evropë, domethënë Konventa Evropiane e të Drejtave të Njeriut e Këshillit të Evropës u miratua në vitin 1950 dhe përfshin ndërthurje të ngjashme të garancive për të drejtën e lirisë së shprehjes dhe pjesëmarrjes politike.

Neni 3 i Protokollit të Parë të Konventës Evropiane të të Drejtave të Njeriut përcakton garancinë për pjesëmarrjen politike me terma të ngjashëm, duke përcaktuar që vendet anëtare janë të detyruara: "të zhvillojnë zgjedhje të lira në interval të arsyeshëm me votim të fshehtë, në kushte që sigurojnë shprehja e lirë e mendimit të njerëzve në zgjedhjen e legjislaturës".²⁸ Sipas interpretimit të formulimit të nenit 3 të Protokollit të Parë të KEDNJ-së, shtetet anëtare janë të detyruara të organizojnë zgjedhje, në vend që t'u japin mundësi qytetarëve të ushtrojnë të drejtën e tyre të votës në zgjedhje. Në lidhje me interpretimin e nenit 3, Gjykata Evropiane e të Drejtave të Njeriut në Strasburg vendosi që ky nen, ndër të tjera, përcakton edhe të drejtën individuale, në bazë të së cilës çdo individ mund të paraqesë ankime individuale kundër shtetit.²⁹

Neni 10 i KEDNJ përcakton garancinë për të drejtën e lirisë së shprehjes, e cila përfshin të drejtën e kandidatëve politikë për të dhënë mendimet e tyre përmes medimeve ose të drejtës së publikut për të hyrë në informacione bazuar në parimin e mos diskriminimit dhe pa ndërhyrje të autoriteteve. Në nenin 10 të KEDNJ thuhet:

"Të gjithë kanë të drejtën e lirisë së shprehjes. Kjo e drejtë do të përfshijë lirinë e mendimit dhe marrjen dhe shpërndarjen e informacionit dhe ideve pa ndërhyrje nga autoriteti publik dhe pavarësisht nga kufijtë. Ky nen nuk do t'i ndalojë shtetet që të kërkojnë licencimin e ndërmarrjeve të transmetimit, televizionit ose kinemasë".³⁰

²⁸ Council of Europe (1950), *European Convention on Human Rights*, e disponueshme në https://www.echr.coe.int/Documents/Convention_ENG.pdf, e qasshme në 10.01.2020.

²⁹ European Commission (2016), *Handbook for European Union Election Observation*, Fourth Edition, e disponueshme në <https://eeas.europa.eu/sites/eeas/files/compendium-en-n-pdf.pdf>, e qasshme në 05.01.2020.

³⁰ Council of Europe (1950), *European Convention on Human Rights*, e disponueshme në https://www.echr.coe.int/Documents/Convention_ENG.pdf, e qasshme në 10.01.2020.

Rekomandimet e Këshillit të Evropës

Dokumenti më i rëndësishëm për vendosje të standardeve në lidhje me mbulimin mediatic të fushatave elektorale është *Rekomandimi CM / Rec (2007) 15 i Komitetit të Ministrave për vendet anëtare për masat në lidhje me mbulimin mediatic të fushatave zgjedhore*. Ky rekomandim i referohet në mënyrë specifike një game të gjerë të medimeve dhe vlen për çdo lloj zgjedhjeje të mbajtur në vendet anëtare, duke përfshirë zgjedhjet presidenciale, parlamentare, rajonale, dhe nëse është e mundur gjithashtu zgjedhjet lokale dhe referendumet.

Shprehja "mediat" në rekomandim u referohet të gjithë atyre që "janë përgjegjës për krijimin periodik të informacionit dhe përmbajtjes dhe për shpërndarjen e të cilëve ka përgjegjësi redaktuese, pavarësisht nga mjetet dhe teknologjia e përdorur për shpërndarjen e destinuar për pranim, dhe që mund të ketë një ndikim të qartë në një pjesë të konsiderueshme të publikut të gjerë".³¹ Ky përkufizim mund të përfshijë, ndër të tjerash, mediat e shkruara, mediat transmetuese, shërbimet e lajmeve në internet; sidoqoftë, nuk vlen për mediat sociale ku pjesa më e madhe e komunikimit zgjedhor zhvillohet në ditët e sotme.

Sipas këtij Rekomandimi, parimet e përgjithshme për raportimin e medimeve për zgjedhjet, ndër të tjera, përfshijnë³²:

1. **Mos ndërhyrja nga autoritetet qeveritare** - autoritetet qeveritare duhet të përmbahen nga ndërhyrja në veprimtaritë e gazetarëve dhe personelit tjetër të medimeve për të ndikuar në zgjedhje.
2. **Mbrojtja ndaj sulmeve, frikësimeve ose llojeve të tjera të presionit të paligjshëm mbi mediat** - Autoritetet qeveritare duhet të ndërmarrin hapa të duhur për mbrojtjen efektive të gazetarëve dhe personelit tjetër të medimeve, veçanërisht gjatë zgjedhjeve.
3. **Pavarësia redaktuese e mediave** - Është e rëndësishme që kornizat ligjore për mbulimin e zgjedhjeve nga mediat nuk duhet të ndërhyjnë në përmbajtjen mediatike dhe assesit të praktikohet ndikim politik.
4. **Pronësia nga autoritetet qeveritare** - mediat të cilat janë në pronësi të autoriteteve publike, kur mbulojnë fushatat zgjedhore, duhet ta bëjnë

³¹ Council of Europe, *Recommendation CM/Rec(2007)15 of the Committee of Ministers to member states on measures concerning media coverage of election campaigns*, e disponueshme në https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectId=09000016805d4a3d, e qasshme në 12.01.2020.

³² Ibid.

këtë në mënyrë të drejtë, të ekuilibruar dhe të paanshëm, pa diskriminuar ose mbështetur një parti apo kandidat të caktuar politik.

5. **Standardet profesionale dhe etike të mediave** - Të gjitha mediat inku-rajohen të krijojnë korniza vetërregulluese dhe të përfshijnë standarde profesionale dhe etike vetë-rregulluese në lidhje me mbulimin e tyre të fushatave zgjedhore.
6. **Transparenca dhe qasja deri te mediat** – pronësia e mediave duhet të bëhet e njohur për publikun, ndërsa reklamimi politik i njohur si i tillë.
7. **E drejta e përgjigjes ose e mjeteve juridike ekuivalente** – çdo kandidat ose parti politike ka të drejtë të barabartë të përgjigjes ose mjeteve juridike ekuivalente sipas ligjit ose sistemeve nacionale.
8. **Sondazhet nga opinioni publik** – gjatë shpërndarjes së anketave në lidhje me opinionin e publikut, mediat duhet ta informojnë publikun me informacione të mjaftueshme që pastaj publiku të sjell vendim për rëndësinë e tyre. Në këto raste veçanërisht duhet:
 - të theksohet kush e ka porositur sondazhin;
 - identifikojë organizatën që kryen sondazhin dhe metodologjinë e përdorur;
 - tregoni shembullin dhe diferencën e gabimit të sondazhit; dhe
 - tregoni datën dhe / ose periudhën kur është kryer sondazhi.
9. **Praktikimi i "Ditës së Reflektimit"** – Përkatësisht rekomandohet vendet anëtare të përfshijnë një dispozitë në kornizat e tyre ligjore për të ndaluar shpërndarjen e mesazheve elektorale partiake në ditën para votimit ose të ashtuquajturën "heshtje zgjedhore".

Bashkimi Evropian

Në nenin 2 të Marrëveshjes së Bashkimit Evropian (BE) thuhet qartë se parimet e lirisë, demokracisë, respektimit të të drejtave të njeriut dhe sundimit të ligjit janë vlera themelore evropiane. Për më tepër, neni 49 i MBE përcakton që shtetet që kërkojnë anëtarësim në BE u kërkohet të zbatojnë të njëjtat parime.

Karta e të Drejtave Themelore të Bashkimit Evropian, e cila u njoftua zyrtarisht në Samitin më Dhjetor të vitit 2000, përmban të drejtat dhe parimet që vlejshëm për qytetarët e Bashkimit Evropian. Në përputhje me rrethanat, neni 11 i referohet të drejtës së lirisë së shprehjes, ndërsa neni 39 dhe neni 40 i Kartës kanë të bëjnë me zgjedhjet, ato u dedikohen të drejtave të qytetarëve të BE-së për zgjedhjet në Parlamentin Evropian ose zgjedhjet lokale në nivelin e BE-së.

Sidoqoftë, është e rëndësishme të theksohet se vitet e fundit, bashkimi Evropian ka kryer një numër në rritje të misioneve të vëzhgimit të zgjedhjeve të ngjashme me ato të OSBE / ODIHR në vendet në mbarë botën. Kjo praktikë është pjesë e politikës së jashtme të BE-së dhe politikës së bashkëpunimit për zhvillimin e BE-së, e cila bazohet në mbrojtjen dhe promovimin e të drejtave të njeriut, si dhe mbështetjen për demokratizimin.

OSBE

Angazhimet e organizatës për siguri dhe bashkëpunim në Evropë (OSBE) janë instrumente rajonale dhe politike-detyrues të miratuar në mënyrë konsensuale nga të gjitha shtetet pjesëmarrëse të OSBE-së, ku liria e zgjedhjes politike reflektohet veçanërisht. Këto angazhime janë deklaratat më të hollësishme të lirisë së zgjedhjes politike dhe janë të përfshira në tre dokumente të miratuara nga konferenca për siguri dhe bashkëpunim në Evropë (KSBE) siç janë Dokumenti i Kopenhagës i vitit 1990, Dokumenti i Takimeve të Konferencës në Moskë dhe Deklarata në Stamboll që nga viti 1999.

Dokumentet e miratuara nga konferenca për siguri dhe bashkëpunim në Evropë shkojnë një hap përpara drejt të drejtave njerëzore dhe politike. Në Dokumentin e Kopenhagës të vitit 1990, shtetet pjesëmarrëse janë zotuar të sigurojnë "vullnetin e njerëzve për të shërbyer si bazë të autoritetit të qeverisë" dhe, ndër të tjerash, për të siguruar "që asnjë pengesë ligjore ose administrative të mos qëndrojë në rrugën e qasjes së pandërprerë në mediat mbi baza jo diskriminuese për të gjitha grupet politike dhe individët që dëshirojnë të marrin pjesë në procesin zgjedhor".³³

³³ Organization for Security and Cooperation in Europe (1990), *Document of the Copenhagen Meeting of the Conference on the Human Dimension of the CSCE*, e disponueshme në <https://www.osce.org/odihr/elections/14304?download=true>, e qasshme në 11.01.2020.

Prandaj, nga të gjitha instrumentet e diskutuara më parë, vetëm dokumentet e KSBE njohin në mënyrë të qartë të drejtën e qasjes në mediat për të gjitha grupet politike dhe individët, si një aspekt i së drejtës për pjesëmarrje politike.

Dhe përderisa dokumentet KSBE nuk janë marrëveshje dhe si të tilla nuk kishin të njëjtën forcë ligjore detyruese për shtetet pjesëmarrëse, ato u pranuan gjerësisht si pjesë e ligjit të zakonshëm ndërkombëtar dhe për këtë arsye imponojnë detyrime për shtetet pjesëmarrëse, jo vetëm standarde të zakonshme.

Në nivelin e OSBE-së, janë diskutuar një numër i madh detyrimesh specifike që merren me trajtimin e çështjeve përkatëse siç janë liria e shprehjes, liria e medias dhe zbatimi i zgjedhjeve demokratike, ndër të cilat më të rëndësishmet janë:³⁴

- Liria e mediave është kusht për një shoqëri pluraliste dhe demokratike;
- **Pluralizmi mediatik është thelbësor për një shoqëri demokratike;**
- Mediat e pavarura dhe te lira janë të rëndësishme në mbrojtjen e të drejtave të njeriut dhe lirive themelore;
- **Liria e shprehjes është një e drejtë themelore e njeriut, përfshirë të drejtën e komunikimit dhe të drejtën e medimeve për të mbledhur dhe shpërndarë informacione dhe opinione;**
- Publiku gëzon lirinë për të marrë dhe shpërndarë informacione dhe ide pa ndërhyrje nga autoritetet publike;
- **Mediat duhet të kenë qasje të pakufizuar në lajmet dhe shërbimet e informacionit të huaj;**
- Sulmet ndaj gazetarëve duhet të dënohen, dhe masat kundër mos-ndëshkimit gjithashtu duhet të merren;
- **Qasja në mediat duhet të jenë jodiskriminuese;**
- Nuk duhet të ketë pengesa ligjore ose administrative që pengojnë qasjen në mediat brenda procesit zgjedhor.

³⁴ Organization for Security and Cooperation in Europe ODIHR (2012) *Handbook on Media Monitoring for Election Observation Missions*, e disponueshme në: <http://www.osce.org/odihr/92057?download=true>, e qasshme në 09.01.2020.

Përfaqësuesi i OSBE-së për Lirinë e Mediave gjithashtu monitoron zhvillimet përkatëse në lidhje me lirinë e shprehjes dhe lirinë e mediumeve në vendet pjesëmarrëse dhe promovon respektimin e plotë për angazhimet e OSBE-së.

Përfaqësuesi i OSBE-së për Lirinë e Medias lëshon zakonisht deklarata duke theksuar, ndër të tjerash, respektimin e të drejtës së lirisë së shprehjes, parvarësinë redaktuese, abuzimin e ligjit nga politikanët kriminelë, abuzimin e burimeve publike nga qeveritë me qëllim të ndikimit mbi përmbajtjen në mediat, ndërhyrjet politike dhe tregtare, siguria e gazetarëve dhe mbrojtja e gazetarisë hulumtuese, promovimi i diversitetit në qasjen në mediat, përfshirë barazinë gjinore, etj.

Dokumenti i Kopenhagës është i rëndësishëm për zhvillimin e rregullave zgjedhore në Evropë dhe punën e OSBE-së në përgjithësi. OSBE-ja ka luajtur një rol të rëndësishëm në kryerjen e vëzhgimit të zgjedhjeve, përmes Zyrës së OSBE-së për Institucionet Demokratike dhe të Drejtat e Njeriut (ODIHR), e cila shërben si pikë qendrore e OSBE-së për të gjitha çështjet që lidhen me zgjedhjet dhe është i obliguar të monitorojë përputhshmërinë e shteteve pjesëmarrëse me detyrimet që lidhen me zgjedhjet të përfshira në dokumentin e Kopenhagës.

Misionet e vëzhgimit të OSBE / ODIHR gjithashtu vlerësojnë shkallën në të cilën zhvillohet procesi zgjedhor në përputhje me kornizën ligjore kombëtare dhe shkallën në të cilën ligjet kombëtare mbështesin ose parandalojnë respektimin e standardeve ndërkombëtare të zgjedhjeve. Zakonisht, një analist i mediave në një mision vëzhgimi të zgjedhjeve përqendrohet në tre fusha kryesore: kornizën ligjore për mediat, monitorimin e peizazhit të mediave dhe monitorimin e mbulimit të fushatës zgjedhore nga mediat, përmes analizave sasiore dhe cilësore.³⁵

³⁵ Ibid.

Kufizimet e lirisë së shprehjes

Cilido kufizim në të drejtën e lirisë së shprehjes duhet të përcaktohet sipas standardeve ndërkombëtare, dhe duhet t'i nënshtrohet të ashtuquajturit "testi 3-pjesësh"³⁶, respektivisht::

1. **Të përcaktohet me ligj:** domethënë duhet të jetë në përputhje me ligjin kombëtar ose ligjin ndërkombëtar;
2. **Për të shërbyer një qëllim të ligjshëm:** kufizimi ligjor patjetër duhet të mbrojë ose promovojë një objektiv që konsiderohet i ligjshëm në të drejtën ndërkombëtare, d.m.th. synohet "mbrojtja e një ose më shumë prej interesave ose vlerave të mëposhtme: siguria kombëtare; integriteti territorial; siguria publike; parandalimi i çrregullimit ose krimit; mbrojtja shëndetësore; morali; reputacionin ose të drejtat e të tjerëve; parandalimin e zbulimit të informacionit të marrë në besim; dhe ruajtja e autoritetit dhe paanshmërisë së gjyqësorit"³⁷;
3. **Duhet të jetë e domosdoshme në një shoqëri demokratike:** kufizimi duhet të jetë në përpjesëtim me qëllimin e tij për të mbrojtur ose promovuar qëllimin legjitim.

E drejta për tu shprehur dhe e drejta e privatësisë në raportimin mbi zgjedhjet

E drejta për tu shprehur në raportimin mediatik gjatë zgjedhjeve është një parim i definuar. Ajo bazohet në të drejtën ndërkombëtare, si dhe në dispozitat kushtetuese kombëtare, në veçanti në lidhje me garantimin e lirisë së shprehjes dhe mos diskriminimit, dhe nënkupton që mediat publikojnë përgjigje ndaj partive opozitare ose qeverisëse kur kritikohen. Në disa vende, e drejta për t'u përgjigjur mbrohet me kushtetutë, por ka edhe vende ku është një standard ndërkombëtar i pranuar përgjithësisht.

³⁶ Council of Europe, (2017) *Protecting right to freedom of expression under the European Convention of Human Rights: a handbook for legal practitioners*, e disponueshme në: <https://rm.coe.int/handbook-freedom-of-expression-eng/1680732814>, e qasshme në 09.01.2020.

³⁷ Ibid.

Sipas Rekomandimit të Këshillit të Evropës³⁸ për të drejtën e përgjigjes në mjedisin e ri të mediave, kjo nuk vlen vetëm për të drejtën për të marrë përgjigje, por edhe për rastet kur mediumi refuzon të botojë përgjigjen ose përgjigja është e pamjaftueshme - në këtë rast personi i interesuar duhet të jetë në gjendje të përdorë mjetet juridike.

Sidoqoftë, e drejta e përgjigjes është më e gjerë dhe nuk zbatohet ekskluzivisht nga partitë politike ose kandidatët e opozitës, por "çdo person fizik ose juridik, pavarësisht nga kombësia ose vendbanimi, duhet të ketë të drejtën e përgjigjes ose mjetit të duhur juridik, duke u mundësuar atyre t'i përgjigjen informacionit që mediumi ka paraqitur me fakte të pasakta në lidhje me të ose që prekin të drejtat e tij personale"³⁹. Gjatë zgjedhjeve, e drejta për t'u përgjigjur është edhe më e rëndësishme për të siguruar një ekuilibër midis pikëpamjeve të njërës palë dhe atyre të palëve kundërshtare.

Kur ka kërkesë për tu shprehur, mediumi që transmeton informacion të pasaktë duhet të sigurojë përgjigje menjëherë dhe publikisht. Përgjigja e palës së dëmtuar duhet të marrë të njëjtin trajtim me informacionin e diskutuar në lidhje me shtrirjen dhe numrin e publikut. Prandaj, e drejta për t'u përgjigjur është e domosdoshme në një shoqëri demokratike dhe është një garanci e pluralizmit të informacionit, në mënyrë që të mundësojë elektoratit të ketë të gjitha informacionet e nevojshme dhe të bëjë një zgjedhje të informuar dhe demokratike në kontekstin e zgjedhjeve. E drejta për t'u përgjigjur nënkupton të drejtën e çdo personi për tu mbrojtur nga fakte ose informata të pasakta, përveç kur është një kritikë e drejtë e bazuar në fakte dhe ekziston interes i ligjshëm i publikut.

Kur publikoni informacion kritik, një tjetër dimension i rëndësishëm për t'u marrë parasysh është **e drejta e privatësisë**. Është e rëndësishme të mbani në mend se e drejta e një personi për privatësi dhe në veçanti respektimi i jetës së tij private dhe familjare nuk cenohet.⁴⁰

Sidoqoftë, nga pikëpamja gazetareske, është gjithashtu e rëndësishme të merret në konsideratë rëndësia e informacionit për mediat, duke pranuar që

³⁸ Council of Europe, *Recommendation Rec(2004)16[1] of the Committee of Ministers to member states on the right of reply in the new media environment*, e disponueshme në: https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectID=09000016805db3b6, e qasshme në: 05.02.2020

³⁹ Ibid.

⁴⁰ *European Convention of Human Rights*, op.cit., 11.

publiku i gjerë ka të drejtë të dijë për jetën private të një personi publik. Në të njëjtën kohë, nëse diçka është një fakt, por jo informacion i rëndësishëm për mediat, të tilla si zbulimi i orientimit seksual, një zbulim i tillë komprometon dhe nuk mbrohet nga ligjet e lirisë së shprehjes.

Roli i serviseve publike radiodifuziv

"Servisi publik është krijuar, financuar dhe kontrolluar nga publiku, dhe për publikun. Serviset publike nuk janë as komerciale dhe as në pronësi të shtetit; ata janë të lirë nga ndërhyrjet politike dhe presioni nga forcat tregtare. Qytetarët janë të informuar, edukuar dhe argëtuar nga CDS. Kur garantohet pluralizmi, larmia e programeve, pavarësia redaktuese, financimi i duhur, përgjegjshmëria dhe transparencja, shërbimi i transmetimit publik mund të shërbejë si gurthemeli i demokracisë."⁴¹

Përkufizimi i UNESCO-s për një servis publik në thelb përmban cilësitë kryesore që ai duhet të përmbushë në rolin e tij për t'i shërbyer publikut. Vizioni kryesor nënkupton që CRS është përgjegjës para publikut dhe në mënyrë që të jetë në gjendje të kryejë rolin e saj demokratik në shoqëri, roli tjetër më i rëndësishëm që ka është të kërkojë përgjegjësi nga ata të zgjedhur nga qytetarët. Për të kuptuar rolin e CRS, ekzistojnë parime të tjera të përgjithshme që janë gjithashtu thelbësor:⁴²

- a) **Universaliteti:** nga pikëpamja gjeografike, transmetimi i servisit publik duhet të jetë i arritshëm për të gjithë qytetarët në vend, pavarësisht nga statusi shoqëror ose të ardhurat;
- b) **Diversiteti:** përmbajtja duhet të pasqyrojë interesat e larmishëm të publikut duke ofruar lloje të ndryshme të prodhimeve mediatike, nga transmetimet e lajmeve deri te programet argëtuese;
- c) **Pavarësia:** pa ndikime politike dhe tregtare, një forum i vërtetë ku informacionet, idetë dhe kritikant ndahen lirshëm;

⁴¹ "Public Service Broadcasting", ueb faqja e UNESCO, e qasshme në February 6, 2020. <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/media-development/public-service-broadcasting/>.

⁴² Indrajit Banerjee and Kalinga Seneviratne, *Public service broadcasting: a best practices sourcebook*, (UNESCO: 2005), 15-16.

- d) **Specifikimi:** programi i servisit publik duhet të dallohet nga transmetuesit e tjerë për sa i përket cilësisë dhe larmisë së programeve, krijimit të zhanreve të reja dhe inovacionit, pa përjashtuar audiencën dhe subjektet e lënë pas dore që mund të jenë në mediat të tjera.

Për shkak të rolit të veçantë në shoqëri, transmetuesi i shërbimit publik është veçanërisht përgjegjës për të ndjekur rregullat e drejtësisë, ekuilibrit dhe objektivitetit gjatë fushatës zgjedhore. Detyrimi gjithashtu vlen për sigurimin e hapësirës së barabartë të medimeve për të gjithë kundërshtarët politikë me kohën e saktë. Çdo avantazh i dhënë një partie politike ose kandidati konsiderohet si manipulim i paligjshëm dhe keqpërdorim i burimeve publike.⁴³ Prandaj, servisi publik ka standarde më të larta dhe më të rrepta se transmetuesit e tjerë, pasi u takon qytetarëve dhe për këtë arsye qytetarët duhet të kenë besim në transmetimin e shërbimit publik.

Në anën tjetër, për dallim nga transmetuesi i shërbimit publik, transmetuesit privatë janë transmetues tregtarë dhe ata gjithashtu duhet t'u përmbahen standardeve më të larta profesionale në gazetari, dhe u kërkohet të përmbushin detyrime të caktuara, veçanërisht gjatë fushatave zgjedhore. Transmetuesit privatë janë duke pasuruar pluralizmin e ideve në ekosistemin e medimeve dhe pritët të respektojnë parimin e paanshmërisë dhe mos diskriminimit në lidhje me kandidatët politikë.

⁴³ Organization for Security and Cooperation in Europe ODIHR (2012) *Handbook on Media Monitoring for Election Observation Missions*, e disponueshme në: <http://www.osce.org/odihr/92057?download=true>, e qasshme në 06.02.2020.

**IV. RREGULLAT
KOMBËTARE
PËR MBULIMIN
MEDIATIK
TË PROCESE
ZGJEDHORE**

m-r Emilija Janevska

Në përgjithësi është pranuar që zgjedhjet demokratike dhe demokracia në përgjithësi nuk ekzistojnë pa respektimin e të drejtave të njeriut dhe lirive themelore, veçanërisht lirisë së shprehjes dhe lirisë së medimeve.

Për pjesëmarrjen e publikut në proceset e vendimmarrjes demokratike, publiku duhet të jetë i informuar mirë.

Mediat luan rolin kryesor për sigurimin e informacionit të nevojshëm për të mbajtur përgjegjësi nga qeveria, si dhe për të informuar qytetarët në lidhje me ofertat dhe politikat e kandidatëve, partive politike dhe koalicioneve, duke ju mundësuar kështu votuesve të sjellin një vendim informues për kë të votojnë gjatë procesit zgjedhor.

Saktësisht, mundësia e qytetarëve për të bërë zgjedhjen e tyre në bazë të fakteve është thelbësore për zgjedhjet demokratike.

1) Pse duhen rregullat gjatë proceseve zgjedhore?

E drejta për zgjedhje demokratike dhe qeveria përfaqësuese u shpall për herë të parë më shumë se 70 vjet më parë në Deklaratën Universale të të Drejtave të Njeriut prej nga viti 1948⁴⁴. Që atëherë, shumica e dokumenteve ndërkombëtare u janë kushtuar parimeve të zgjedhjeve⁴⁵. Ato gjithashtu rrjedhin nga praktika gjyqësore për të drejtat e njeriut, por janë mbështetur në shumë kushtetuta kombëtare, përfshirë edhe atë maqedonase.

Pesë parimet themelore të zgjedhjeve demokratike janë e drejta e votës të jetë e përgjithshme, në mënyrë të barabartë, lirshëm, fshehtas dhe drejtpërdrejtë, dhe që zgjedhjet duhet të mbahen periodikisht.

⁴⁴ United Nations (1948) *Universal Declaration of Human Rights*, https://www.ohchr.org/EN/UDHR/Documents/UDHR_Translations/eng.pdf

⁴⁵ Council of Europe (1950) *Convention for the Protection of Human Rights and Fundamental Freedoms*, https://www.echr.coe.int/Documents/Convention_ENG.pdf

United Nations (1966) *International Covenant on Civil and Political Rights*, <https://www.ohchr.org/Documents/ProfessionalInterest/ccpr.pdf>

Organization for Security and Co-operation in Europe (1990) *Document of the Copenhagen Meeting of the Conference on the Human Dimension of the CSCE*, <https://www.osce.org/odihr/elections/14304?download=true>

European Commission for Democracy through Law- Venice Commission (2002) *Code of Good Practice in Electoral Matters Guidelines and Explanatory Report*, [https://www.venice.coe.int/webforms/documents/default.aspx?pdffile=CDL-AD\(2002\)023rev2-cor-e](https://www.venice.coe.int/webforms/documents/default.aspx?pdffile=CDL-AD(2002)023rev2-cor-e)

Prandaj, në mes vlerave themelore të rendit tonë kushtetues janë "pluralizmi politik dhe zgjedhjet e lira të drejtpërdrejta dhe demokratike". Kushtetuta përcakton se "çdo qytetar i moshës 18 vjeç fiton të drejtën e votës" dhe se "e drejta e votës është e barabartë, universale dhe e drejtpërdrejtë dhe ushtrohet në zgjedhje të lira me votim të fshehtë".⁴⁶ Kushtetuta gjithashtu përcakton parimet për organizimin e qeverisjes shtetërore dhe vetëqeverisjes lokale, dhe detajet e mënyrës së zgjedhjes së organeve qeveritare përfshihen në Kodin Zgjedhor.⁴⁷

Qëllimi i rregullave për mbulimin mediatik të proceseve zgjedhore është mbrojtja e parimeve të vendosura për zhvillimin e zgjedhjeve demokratike. Mediat luajnë një rol veçanërisht të rëndësishëm për të mbrojtur dy nga parimet - se e drejta e votës do të jetë e barabartë dhe e lirë.

Përkatësisht, për të drejta të barabarta, ndër të tjerash, është e nevojshme, për të gjithë kandidatët, partitë politike apo koalicionet që marrin pjesë në zgjedhje të ju sigurohet mundësi e barabartë, ndërsa shteti, përkatësisht autoritetet publike, të jenë neutrale dhe të paanshme dhe t'i trajtojnë të gjithë në mënyrë të barabartë.

Kërkesat për neutralitet dhe paanshmëri janë veçanërisht të rëndësishme për mbulimin mediatik të një fushate zgjedhore. Mundësi të barabarta përfshinë financimi publik i pjesëmarrësve në zgjedhje, forma të tjera të mbështetjes, reklamim të paguar politik dhe shpenzime të përgjithshme për qëllime të fushatës zgjedhore.

Në mënyrë që e drejta e votës të jetë e lirë, votuesit duhet të jenë të lirë të mendojnë dhe të shprehin lirshëm mendimin e tyre.

Prandaj, Kodi Zgjedhor, në pjesën për përfaqësimin e mediave, përcakton rregulla si për mënyrën në të cilën informohen qytetarët, ashtu edhe për reklamimin e paguar politik për të gjitha proceset zgjedhore - parlamentare, presidenciale dhe zgjedhjet lokale.

⁴⁶ Kushtetuta e Republikës së Maqedonisë së Veriut, 1991 me amendament prej 1992, 1998, 2001, 2003, 2005, 2009, 2011 и 2019, <https://www.sobranie.mk/content/Odluki%20USTAV/UstavSRSM.pdf>

⁴⁷ ИЗБОРЕН ЗАКОНИК ПРЕДЛОГ КОНСОЛИДИРАН ТЕКСТ (неофицијална верзија изготвена од Стручната служба на Државната изборна комисија) („Службен весник на Република Северна Македонија“, бр. 40/06, 136/08, 148/08, 155/08, 163/08, 44/11, 51/11, 54/11, 142/12, 31/13, 34/13, 14/14, 30/14, 196/15, 35/16, 97/16, 99/16, 136/16, 142/16, 67/17, 125/17, 35/18, 99/18, 140/18, 208/18, 27/19, 98/19 и 42/20) <https://www.sec.mk/izboren-zakonik/>

2) Për kë dhe për çfarë zbatohen rregullat?

Të gjitha rregullat për mbulimin mediatik të zgjedhjeve janë të përcaktuara në Kodin Zgjedhor. Ato mbulojnë të gjithë mediat - transmetuesit (radiot dhe televizionet), mediat e shtypura dhe mediat elektronike (portalet e internetit).

Agjencia për Shërbime Mediatike Audio dhe Audiovizuale, si një organ rregullator që ka autoritet të monitorojë prezantimin zgjedhor të medimeve transmetuese, mund të miratojë kushtet dhe udhëzimet për to, por vetëm për sqarimin ose zbatimin e dispozitave të Kodit Zgjedhor.⁴⁸

Metodologjia për monitorimin e prezantimit të mediave gjatë zgjedhjeve, të miratuara nga Këshilli i Agjencisë, specifikon mënyrën në të cilën Agjencia për Shërbime Mediatike Audio dhe Audiovizuale monitoron dhe përmbledh të gjitha dispozitat përkatëse të raportimit të mediave për kohën e zgjedhjeve që lidhen me radiot dhe televizionet.⁴⁹

Në kontekstin e zgjedhjeve, dispozitat tjera ligjore të rëndësishme janë: Ligji për Shërbimet Mediatike Audio dhe Audiovizuale (LSHMAA), i cili i referohet standardeve dhe parimeve për kryerjen e veprimtarisë së radios dhe televizioneve, si dhe ndalime të veçanta për diskriminim dhe nxitje të urrejtjes dhe intolerancës;⁵⁰ dhe dispozitat e Ligjit për mediat mbi të drejtën e përgjigjes dhe korigjimit të informacionit të publikuar.⁵¹

⁴⁸ Agjencia për shërbime të medimeve Audio dhe Audiovizuale (2019) *Udhëzime se si të zbatohen dispozitat e Kodit Zgjedhor gjatë fushatave për zgjedhjet presidenciale dhe kryetare të komunave Dibër, Novo Selë dhe Ohër në vitin 2019*, <https://avmu.mk/legislativa/domasna-legislativa/podzakonski-akti/leg-izbori/>

⁴⁹ Agjencia për shërbime të medimeve Audio dhe Audiovizuale (2019) *Metodologjia për monitorimin e prezantimit të medimeve zgjedhore përmes shërbimeve të programeve radio dhe televizive gjatë procesit zgjedhor*, <https://avmu.mk/legislativa/domasna-legislativa/podzakonski-akti/leg-izbori/>

⁵⁰ Ligji për shërbime të medimeve Audio dhe Audiovizuale, 2013, Gayeta zyrtare e Republikës së Maqedonisë së Veriut 6p. 184/2013, https://avmu.mk/wp-content/uploads/2017/05/Zakon_za_audio_i_audiovizuelni_mediumski_uslugi_mkd_1.pdf

⁵¹ Ligji për mediat, 2013, Gayeta zyrtare e Republikës së Maqedonisë së Veriut 6p 184/2013, https://avmu.mk/wp-content/uploads/2017/05/Zakon_za_mediumi_mkd.pdf

Kodi Zgjedhor rregullon në detaje mbulimin mediatik të transmetuesve gjatë zgjedhjeve – Servisi Publik, përfshirë kanalin parlamentar që ai ofron dhe për të cilin ka përgjegjësi redaktuese si dhe kanalet komerciale.

Për mediat e shtypura dhe mediat elektronike (portalet e internetit) ekzistojnë disa dispozita që janë ligjërisht të detyrueshme, si për radio ashtu edhe për televizionin. Ato lidhen me:

- **Ndalimi i mediave dhe bashkëpunëtorëve të tyre në çfarëdo lloj mënyre për të financuar ose dhuruar për pjesëmarrësit në zgjedhje;**
- **Ndalimi i transmetimit d.m.th. publikimi i reklamave politike me pagesë, gjatë periudhës nga shpallja e zgjedhjeve deri në fillimin e fushatës zgjedhore;;**
- **Ndalimi i transmetimit, apo publikimi i reklamave të financuara nga publiku gjatë tërë procesit zgjedhor;**
- **Detyrimet për çmimin e reklamimit të paguar politik, njoftimin e tyre publik dhe dorëzimin në institucionet kompetente;;**
- **Detyrimet për të shënuar dhe veçuar reklamën me pagesë politike nga përmbajtja tjetër mediatike, për të identifikuar qartë klientin dhe për të ndaluar të miturit të marrin pjesë në to;**
- **Detyrimi për të respektuar heshtjen parazgjedhore dhe rregullat që përbëjnë prishjen e heshtjes parazgjedhore;**
- **Rregullat për publikimin e rezultateve të sondazheve të opinionit publik lidhur me pjesëmarrësit në procesin zgjedhor; dhe**
- **Detyrimi për të paraqitur raporte për hapësirën e reklamave.**

Dispozitat realizohen në faza ose periudha të ndryshme të procesit zgjedhor. Disa prej tyre zbatohen që nga fillimi i procesit zgjedhor, respektivisht nga miratimi i aktit për shpalljen e zgjedhjeve nga Kryetari i Kuvendit. Një pjesë e tyre aplikohet nga fillimi i fushatës zgjedhore që fillon 20 ditë para ditës së zgjedhjeve dhe të njëjtat nuk duhet të aplikohen 24 orë para dhe përgjatë ditës së parë të zgjedhjeve në ciklin e parë dhe të dytë zgjedhor dhe zgjatë deri në orën 19, gjegjësisht deri në mbyllje të vendvotimeve.

3) Rregulla për shpallje të zgjedhjeve

Me fillimin e procesit zgjedhor, respektivisht me shpalljen e zgjedhjeve, hyjnë në fuqi disa dispozita.

Regjistrimi për ofrimin e reklamave politike me pagesë. Për t'u kualifikuar në botimin e reklamave politike të paguar, transmetuesit, mediat e shtypur dhe mediat elektronike (portalet në internet) kërkohet të regjistrohen në Komisionin Shtetëror të Zgjedhjeve. Regjistrimi duhet të bëhet brenda 3 ditëve nga dita e shpalljes së zgjedhjeve.

Për këtë regjistrim, mediat duhet të paraqesin një kërkesë për regjistrim dhe të dërgojnë statusin aktual të lëshuar nga Regjistri Qendror jo më i vjetër se 30 ditë. Mediat e paregjistruara nuk do të kenë të drejtë të përdorin fonde për reklama politike të paguara nga Buxheti i Shtetit.

Lista e çmimeve. Brenda afatit prej 5 (pesë) ditësh nga dita e shpalljes së zgjedhjeve, transmetuesit, mediat e shtypura dhe mediat elektronike (portalet e internetit) janë të detyruara të vendosin listat e çmimeve për reklamat politike në procesin zgjedhor.

Brenda të njëjtit afat prej 5 (pesë) ditësh ata janë të detyruar t'i paraqesin listat e çmimeve pranë institucioneve kompetente. Mediat e shtypura dhe portalet elektronike pranë Komisionit Shtetëror të Zgjedhjeve, pranë Entit Shtetëror për Revizion dhe Komisionit Shtetëror për Parandalimin e Korrupsionit. Transmetuesit, para së gjithash, si dhe pranë Agjencisë për Shërbime Mediatike Audio dhe Audiovizuale.

Në periudhën e fillimit të fushatës zgjedhore, listat e çmimeve duhet të publikohen të paktën dy herë, publikisht, në programet e tyre, d.m.th në botimet e tyre të shtypura ose faqet e internetit. Përcaktimi i çmimeve nuk duhet të ndryshohet deri në fund të procesit zgjedhor, dhe çmimet nuk duhet të jenë më të larta se çmimet mesatare të reklamave të llogaritura në pesë ciklet e fundit të zgjedhjeve.

Komisioni Shtetëror i Zgjedhjeve ka për detyrim, deri në ditën e zgjedhjeve, të publikojë në ueb faqen e vet mesataren e arritur dhe çmimet më të ulëta për reklamim të paguar politik në pesë ciklet e fundit të zgjedhjeve në të gjitha mediat.

Ndalimet për reklamim. Nga dita e shpalljes së zgjedhjeve deri në përfundimin e tyre, transmetuesit, mediat e shtypura dhe mediat elektronike (portalet në internet) nuk mund të transmetojnë, ose të publikojnë, reklama të financuara nga Buxheti i Shtetit (përveç pjesmarjres së reklamave të paguara politike të financuar nga buxheti i shtetit), pastaj prej buxhetit të komunave dhe qytetit të Shkupit dhe buxhetet e të gjithë personave të tjerë juridikë, të cilëve u është besuar ushtrimi i autoritetit publik me ligj. Termi "i financiar" mbulon koston e prodhimit të reklamave dhe për botimin / transmetimin.

Nga dita e shpalljes së zgjedhjeve deri në fillimin e fushatës zgjedhore, transmetuesit, mediat e shtypur dhe mediat elektronike (portalet e internetit) nuk mund të transmetojnë ose publikojnë reklama politike të paguara, përveç listave dhe njoftimeve për mbledhjen e nënshkrimeve për mbështetjen e kandidaturave të një grupi votues.

Shpallje për grumbullim të nënshkrimeve. Shpalljet dhe njoftimet për mbledhjen e nënshkrimeve për të mbështetur një grup votues, ndërmarrjet tregtare të transmetimit duhet të transmetojnë reklamat vetëm në blloqet e shënuara brenda kohës së lejuar për reklamim (prej 12 minutash) në një program transmetimi në kohë reale të përcaktuar në Ligjin për shërbime mediatike audio dhe audiovizuale.

Kohëzgjatja totale e këtyre shpalljeve dhe njoftimeve nuk duhet të kalojë 6 minuta në një orë të plotë, me një pjesëmarrje potenciale në fushatën zgjedhore të ketë maksimum 2 minuta.

Ata duhet të përmbajnë vetëm informacione themelore - për kë janë mbledhur nënshkrimet, në cilat vende qytetarët mund të japin nënshkrimet e tyre, dhe në cilën orë të ditës dhe porositi i tyre duhet të shënohen qartë.

Incizimi i programit. Nga dita e shpalljes së zgjedhjeve deri në përfundimin e tyre, transmetuesit janë të detyruar të incizojnë sinjalin dalës të programit të tyre dhe të mbajnë incizimet e të gjitha programeve të paktën 30 ditë pas përfundimit të zgjedhjeve. Me kërkesë të Agjencisë, ato duhet të dorëzohen më së voni 48 orë.

Mënyra e raportimit. As Kodi Zgjedhor dhe as Ligji për Shërbimet Mediatike Audio dhe Audiovizuale nuk përcaktojnë rregulla specifike për mënyrën e raportimit në periudhën para fillimit të fushatës zgjedhore. Mediat duhet të ndjekin standardet e gazetarisë profesionale, në veçanti parimin e paraqitjes objektive dhe të paanshme të ngjarjeve me trajtim të barabartë të pikëpamjeve dhe opinioneve të ndryshme dhe të mundësojë shprehjen e lirë të mendimeve të qytetarëve për ngjarje dhe çështje të veçanta.

4) Rregullat gjatë fushatës zgjedhore

Me fillimin e fushatës zgjedhore, fillojnë të zbatohen dispozitat që përcaktojnë rregulla për të gjitha llojet e programeve zgjedhore të lidhura me transmetimin dhe reklamimin e paguar politik të pjesëmarrësve të fushatës.

Parimet për mbulimin e fushatës në mediat. Gjatë fushatës zgjedhore, radiot dhe televizionet që vendosin të mbulojnë zgjedhjet janë të detyruar këtë ta realizojnë më mënyrë të drejtë, të ekuilibruar dhe të paanshme në programin e tyre të përgjithshëm. Programet e destinuara për publikun e mitur nuk mund të shfrytëzohen për prezantimin politik në media.

Pavarësisht nga gjuha në të cilën ata transmetojnë shërbimin e tyre programues nën licencat e transmetimit të radios ose televizionit, ata janë të detyruar t'u ofrojnë pjesëmarrësve të fushatës zgjedhore qasje të barabartë në të gjitha format e prezantimit të medimeve zgjedhore.

Transmetuesit që e emetojnë programin në gjuhën maqedonase nuk duhet të raportojnë vetëm për pjesëmarrësit e fushatës që janë të komunitetit maqedonas, ashtu si ata që transmetojnë në njërin nga gjuhët e bashkësive të tjera etnike që jetojnë në vend nuk duhet të sigurojnë qasje në programe vetëm për pjesëmarrësit e fushatës që i përkasin një komuniteti të veçantë etnik.

Publiku i mediave, dmth. qytetarët votues, kanë të drejtë dhe nevojë të informohen për tërësinë e procesit zgjedhor dhe pikëpamjet, politikën dhe ofertat e të gjithë pjesëmarrësve në fushatë. Si të tilla, ata kanë të drejtë për mundësi të barabarta në përpjekjen për t'iu qasur qytetarëve.

Servisi publik dhe transmetuesit tjerë që transmetojnë programet në nivel kombëtarë, duhet të mbulojnë zgjedhjet në një format të përshtatshëm për personat me aftësi të kufizuara shqisore.

Format e prezantimit mediatik gjatë zgjedhjeve janë lajme, programe të veçanta informative (intervista, debate, emisione TV / radio, programe për çështje aktuale, programe për çështje aktuale me qasje dokumentare dhe programe të specializuara të lajmeve tematike), përfaqësimi i lirë politik dhe reklamimi i paguar politikë.

Karakteristika e veçantë e lajmeve dhe programeve informative është përpunimi gazetaresk i përmbajtjes. Çelësi për format e tjera të prezantimit mediatik gjatë zgjedhjeve është se nuk duhet të kenë përpunim gazetaresk të përmbajtjes. Përfaqësimi i lirë politik dhe reklamimi i paguar politik duhet të sigurojnë qasje të lirë dhe të drejtpërdrejtë për votuesit e fushatës, njëra pa dhe tjetra me kompensimin monetar.

Detyrim për të siguruar përfaqësim falas politik kanë vetëm servisi publik dhe kanali parlamentar, por këtë gjithashtu mund ta ofrojnë edhe transmetuesit privat në përputhje me parimet e kësaj forme të përfaqësimit.

Përfaqësimi politik falas duhet të shënohet në mënyrë të dukshme si "përfaqësim politik falas" gjatë tërë kohëzgjatjes së transmetimit.

Lajmet dhe programet e veçanta informative janë veçanërisht të rëndësishme sepse qytetarët zakonisht janë të informuar për ngjarjet aktuale.

Prandaj, kërkesa profesionale për një prezantim objektiv dhe të paanshëm të ngjarjeve me trajtim të barabartë të pikëpamjeve dhe mendimeve të ndryshme është veçanërisht e rëndësishme për këto lloj programesh.

Në lajme duhet të sigurohet raportim i ekuilibruar, jo diskriminues dhe i paanshëm për fushatat. Programet specifike të informacionit, lejojnë qytetarët që drejtpërdrejtë të krahasojnë kandidatët dhe drejtpërdrejtë të fitojnë njohuri për aftësitë dhe planet e tyre si dhe për t'u marrë me çështje dhe probleme të ndryshme që prekin qytetarët, duhet të organizohen në atë mënyrë që të paraqesin pikëpamje të ndryshme dhe opsione të ndryshme politike me trajtim të drejtë të përfaqësuesve të opinioneve publike mundësi trajtimi të drejtë për opsionet e politikave që do t'i lejojnë ata të shprehin lirshëm pikëpamjet, programet dhe politikat e tyre.⁵²

Për këto arsye, Kodi Zgjedhor insiston që zgjedhjet duhet të mbulojnë në mënyrë të drejtë, të ekuilibruar dhe të paanshme në programin e përgjithshëm të transmetuesve, dhe përcakton parime specifike për të siguruar ekuilibër.

Si të sigurohet ekuilibri. Në të gjitha format e prezantimit në mediat gjatë zgjedhjeve që transmetuesit do të emetojnë në përputhje me politikën e tyre redaktuese, balancimi sigurohet në bazë të dy parimeve - parimi i barazisë dhe parimi i proporcionalitetit. Cili nga dy parimet vlen varet nga lloji i procesit zgjedhor dhe nëse është transmetues kombëtar, rajonal ose lokal.

Për zgjedhjen e Presidentit të Republikës, zbatohet parimi i barazisë për të gjithë kandidatët për president në raundin e parë dhe të dytë të zgjedhjeve. Për zgjedhjet parlamentare, transmetuesit ndjekin parimin e proporcionalitetit sipas numrit të listave të konfirmuara të kandidatëve për deputetë.

Për zgjedhjet lokale zbatohet sikurse parimi i barazisë ashtu edhe parimi i proporcionalitetit. Mbulimi mediatik për zgjedhjen e kryetarit të komunës, pra kryetarin e Qytetit të Shkupit, duhet të përdoret parimi i barazisë për të gjithë kandidatët për kryetarë komune, në raundin e parë dhe të dytë të zgjedhjeve. Me zgjedhjen e anëtarëve të Këshillave Komunalë, përkatësisht anëtarëve të

⁵² OSCE/ODIHR (2012) *Handbook On Media Monitoring for Election Observation Missions*, <https://www.osce.org/odihr/92057?download=true>

Këshillit të Qytetit të Shkupit, transmetuesit në nivel shtetëror dhe rajonal përdorin parimin e proporcionalitetit sipas numrit të listave të konfirmuara të kandidatëve për anëtarë të Këshillave Komunal, përkatësisht anëtarëve të Këshillit të Qytetit të Shkupit, dhe transmetuesit në nivel lokal duhet të aplikojnë parimin e barazisë.

Transmetuesit duhet të sigurojnë ekuilibër dhe të përfaqësojnë pikëpamje të ndryshme politike gjatë tërë periudhës së fushatës.

Është e rëndësishme të theksohet se nuk pritët të sigurohet një ekuilibër në çdo program individual ditor, ose në një program të veçantë informativ, por për një periudhë të caktuar kohe.

Toni i gazetarëve kur raportojnë për qëndrimet dhe aktivitetet e pjesëmarrësve në fushatë duhet të jetë neutral. Komentimi është i lejuar, por komentet duhet të jenë të ndara nga faktet dhe të shprehen qartë.

Reklamimi i paguar politik. Parimet e proporcionalitetit, respektivisht barazia, nuk zbatohen për reklamat politike me pagesë. Pjesëmarrësit e fushatës nënshkruajnë kontratat e reklamimit me mediat lidhur me qëllimin e fushatës së tyre, popullsisë që ata synojnë, informacionet mbi ndikimin e mediave, burimet që kanë në dispozicion etj.

Duke pasur parasysh që reklamimi i paguar politik mund të krijojë një avantazh të padrejtë për disa pjesëmarrës të fushatës, rregullorja zgjedhore kufizon kohëzgjatjen totale të reklamimit të paguar politik në çdo orë të transmetimit të programit dhe kufizon kohën ose hapësirën e reklamimit që mund të blejnë opsione të ndryshme politike (nga qeveria, opozita dhe ata që nuk kanë një grup parlamentar ose nuk përfaqësohen në parlament), si dhe kandidatë të pavarur. Masat e tjera për qasje të drejtë janë kërkesat e çmimeve që kjo shpallje të përcaktohet paraprakisht në mënyrë që të jetë e barabartë për të gjithë, duke mos ndryshuar deri në fund të fushatës, të mos jetë në mënyrë disproporcionale më e lartë se çmimet për reklamat tregtare, si dhe dispozita për të kufizuar kostot totale e pjesëmarrësve të fushatës zgjedhore.

Prandaj, gjatë fushatës zgjedhore, si në raundin e parë ashtu edhe në raundin e dytë të votimit, transmetuesit mund të emitojnë gjithsej 9 minuta kohë shtesë për reklamimin në një program transmetimi në kohë brenda një ore

të zakonshme të destinuar ekskluzivisht për reklama politike me pagesë. Nga katër minutat më së shumti, ato mund të ndahen për dy partitë më të mëdha politike në detyrë dhe dy partitë më të mëdha politike të opozitës që fituan më shumë vota në zgjedhjet e fundit parlamentare. Kandidatët, partitë politike në Kuvend që nuk kanë një grup parlamentar dhe partitë politike që nuk përfaqësohen në Parlament mund të zgjasin një minutë.

Kur ekziston interes për bashkimin e blloqeve reklamuese të një partie politike ose kandidat në dy orë të njëpasnjëshme në kohë reale, mediat janë të detyruar të sigurojnë garanci që bashkimi i dy kohëve radhazi nuk do të jetë nga e njëjta parti politike ose i njëjti kandidat dhe do të sigurojnë garanci për përfaqësim të përzier të partisë politike në pushtet dhe opozitë.

Reklamimi i paguar politik duhet të jetë i përshtatshëm dhe i dukshëm si "reklamim i paguar politikë" dhe të ndahet nga përmbajtja tjetër mediatike me renditje të etiketuara qartë. Të miturit nuk lejohen të marrin pjesë në reklamën politike me pagesë.

Nuk duhet të transmetohet në lajme, programe të veçanta informative, programe arsimore dhe për fëmijë dhe në transmetimin e ngjarjeve fetare, sportive, kulturore, argëtuese dhe ngjarje të tjera. Programet e veçanta informative nuk duhet të përdoren si një formë e reklamimit politik me pagesë.

Kodi Zgjedhor përcakton rregullat për shpërndarjen e hapësirës së reklamimit në mediat e shkruara dhe mediat elektronike (portalet e internetit). Ngjashëm me transmetuesit, ata mund të ndajnë deri në 45% të hapësirës së reklamës për dy partitë më të mëdha politike në pozitë dhe dy partitë më të mëdha politike të opozitës që fituan më shumë vota në zgjedhjet e fundit parlamentare. Deri në 10% të hapësirës së reklamimit mund t'u jepen kandidatëve, partive politike në Kuvend që nuk kanë një grup parlamentar, dhe partive politike që nuk përfaqësohen në Kuvend.

Për këto medime, rregullat e zgjedhjeve gjithashtu kufizojnë shumën totale të reklamave të paguara politike. Përkatësisht, shuma që mund të paguhet në një medium elektronik (portal interneti) dhe në medium të shtypur nga një pjesëmarrës në procesin zgjedhor, nuk mund të jetë më e lartë se 15,000 mijë euro në kundërvlerë denarë, duke mos përfshirë TVSH-në. Shuma totale që një pjesëmarrës mund të shpenzojë për prezantimin mediatik në të gjitha

mediat elektronike (portalet në internet) dhe mediat e shkruara, nuk mund të mbulojë më shumë se 25% të fondeve të buxhetit të shtetit për reklama politike të paguara.⁵³

Shpenzimet e publikuara për reklamimin e paguar politik të transmetuesve, mediave të shkruara dhe mediave elektronike (portalet në internet) paguhen nga Komisioni Shtetëror i Zgjedhjeve në bazë të faturës dhe dokumentacionit tjetër⁵⁴ të paraqitur brenda 30 ditëve nga heshtja parazgjedhore.

Fushatat e Komisionit Shtetëror të Zgjedhjeve për të edukuar votuesit për të ushtruar të drejtën e tyre të votës dhe për të zhvilluar zgjedhje të ndershme dhe demokratike nuk konsiderohen si reklama të paguara politike. Mediat, financat e të cilave për reklamim të paguar politik janë siguruar nga Buxheti i Shtetit dhe kanë detyrim t'i botojnë ato falas, për një kohëzgjatje prej 30 sekondash çdo 3 orë. Ata duhet të jenë të ndara nga pjesa tjetër e programit si transmetim falas dhe renditja e tyre të tregohet qartë.

⁵³ Fondet për reklamim të paguar politik të siguruar nga Buxheti nuk mund të tejkalojë shumën prej 2 euro në kundërvlerë në denar, pa TVSH, nga votuesit e regjistruar në territorin e vendit. Shpërndarja e këtyre fondeve midis pjesëmarrësve në procesin zgjedhor ndjek matricën 45%+45%+10%.

⁵⁴ Marrëveshjet e lidhura midis mediave dhe pjesëmarrësve të fushatës zgjedhore, planet e mediave për publikimin e reklamave politike me pagesë dhe një raport për shërbimet e bëra nga mediat.

5) Parimet / rregullat e përgjithshme që zbatohen gjatë gjithë procesit zgjedhor

Gjatë tërë procesit zgjedhor zbatohen disa parime dhe rregulla që dalin nga Kodi Zgjedhor dhe legjislacioni mediatik.

Pavarësia e gazetarëve dhe mediave. Për të mbrojtur pavarësinë e profesionit të gazetarisë dhe mediave, redaktorët, gazetarët, drejtuesit dhe prezantuesit e programeve, të angazhuarit në përgatitjen e programeve për transmetim, nuk duhet të marrin pjesë në aktivitetet parazgjedhore të partive politike, koalicioneve, grupeve të votuesve dhe përfaqësuesve të tyre, pra pjesëmarrësve në fushatën zgjedhore.

Nëse ata zgjedhin të marrin pjesë në aktivitete të tilla, angazhimi i tyre në programet e transmetuesve duhet të pushojë nga dita e shpalljes së zgjedhjeve deri në përfundimin e tyre.

Gjithashtu, transmetuesit, mediat e shkruara dhe mediat elektronike (portalet e internetit), si dhe bashkëpunëtorët e tyre, në asnjë mënyrë nuk mund të financojnë ose t'i dhurojnë donacione partive politike.

Raportimi para zyrtarëve qeveritarë. Për shkak të identifikimit të dyfishtë politik të zyrtarëve qeveritarë, që në të njëjtën kohë janë përfaqësues të partive politike - pjesëmarrës në zgjedhje, raportimi për kryerjen e detyrave të tyre zyrtare nuk duhet të keqpërdoret për t'u dhënë atyre një avantazh të padrejtë.

Prandaj, Kodi Zgjedhor përcakton që raportimi për veprimtaritë e rregullta të autoriteteve shtetërore, autoriteteve komunale dhe qytetit të Shkupit, institucioneve shtetërore dhe organizatave, si dhe për veprimtaritë e personave juridikë dhe personave të tjerë të cilëve u është besuar ushtrimi i kompetencave publike me ligj, në periudhën nga dita e shpalljes së zgjedhjeve deri në përfundimin e tyre nuk duhet të shërbejë në funksionin e prezantimit të medimeve të asnjë subjekti politik.

Parimet profesionale kërkojnë që mediat të kenë një qasje kritike në raportimin e aktiviteteve të tyre të rregullta, me një përqendrim të barabartë si për sukseset ashtu edhe për dështimet.

Hetimet e opinionit publik: Raportet, të cilat paraqesin rezultatet e sondazheve të opinionit publik lidhur me pjesëmarrësit në procesin zgjedhor, mund të publikohen jo më vonë se pesë ditë para ditës së caktuar të zgjedhjeve për raundin e parë dhe të dytë të votimit. Rezultatet e hetimit të opinionit publik të bëra në ditën e zgjedhjeve nuk mund të publikohen para orës 19:00, d.m.th para mbylljes së vendvotimeve.

Në mënyrë që qytetarët të vlerësojnë besueshmërinë e anketimit, mediat duhet të sigurojnë informacionet e mëposhtme: të dhëna për emrin e kontraktuesit që kërkoi dhe pagoi për anketim, emri i institucionit në të cilin është kryer anketimi, metodologjinë e përdorur, madhësia dhe struktura e kampionit të anketës dhe periudha në të cilën është realizuar anketa.

Gjuha e urrejtjes. Nuk është e ndaluar të raportohet për gjuhën e urrejtjes. Përkundrazi, votuesit kanë të drejtë të informohen për gjuhën e urrejtjes që është pjesë përbërëse e fushatës zgjedhore. Megjithatë, raportimi duhet të marrë parasysh ndikimin e mundshëm të mesazheve dhe të përpiqet të minimizojë efektin e tyre (të sigurojë një këndvështrim të kundërt, një kufi të qartë për atë që është thënë, një shpjegim të përshtatshëm për kontekstin).

Është e patolerueshme që gazetarët dhe vetë mediat të jenë burim i gjuhës së urrejtjes ose të bëjnë / transmetojnë thirrje që kërcënojnë sigurinë kombëtare, duke nxitur përmbysjen e dhunshme të rendit kushtetues, duke thirrur agresionin ushtarak ose konfliktin e armatosur dhe duke nxitur ose përhapur diskriminim; intolerancën ose urrejtje për baza të ndryshme.

E drejta e përgjigjes ose korigjimit. Çdo person fizik ose juridik ka të drejtë të kërkojë nga mediat korigjim ose përgjigje ndaj informacionit të publikuar. Kjo e drejtë garantohet me Kushtetutë, dhe rregullat për ushtrimin e saj rregullohen në Ligjin për mediat. Përgjigjja ose korigjimi do të publikohet pa modifikime ose plotësime të së njëjtës, në të njëjtin vend ose në vendin e duhur në përmbajtjen e mediumit, dhe në të njëjtën mënyrë siç është publikuar informacioni në vend të parë. Gjatë procesit zgjedhor, ato duhet të jenë të publikuara në numrin e parë të botimit të ardhshëm, dmth. programin e parë të ardhshëm të të njëjtit lloj, menjëherë pas pranimit të tyre.

Mediat nuk lejohet të postojnë një koment mbi to së bashku me përgjigjen ose korigjimin. Kryeredaktori i mediave mund të refuzojë të botojë një përgjigje ose

korrigjim vetëm në disa raste të përcaktuara në ligj. Nëse kryeredaktori nuk e boton përgjigjen ose korrigjimin në mënyrë dhe brenda afateve të përcaktuara në ligj, personi fizik ose juridik në fjalë ka të drejtë të paraqesë një ankesë në gjykatën kompetente. Proceset gjyqësore të tilla zgjidhen në mënyrë urgjente. Respektimi i të drejtës së medimeve për t'u përgjigjur ose korrigjuar është veçanërisht e rëndësishme gjatë zgjedhjeve, në kontekstin e sigurimit të kushteve të barabarta për të gjithë pjesëmarrësit e fushatës.

6) Detyrimet dhe roli i shërbimit të transmetimit

Për shkak të pozicionit dhe rolit të shërbimit të transmetimit publik në sistemin mediatik të Maqedonisë dhe shoqërisë, i përcaktuar qartë në Ligjin për shërbimet mediatike audio dhe audiovizuale, Kodi Zgjedhor përcakton rregulla shtesë për të, përveç atyre të përmendura tashmë.

Përkatësisht, ai ka detyrim, pa pagesë, në bashkëpunim me komisionin shtetëror të zgjedhjeve, të informojë qytetarët për mënyrën dhe teknikën e votimit dhe të transmetojë informacione të tjera në lidhje me procesin zgjedhor, dhe nuk mund të transmetojë reklama politike të paguara.

Gjatë fushatës zgjedhore, ai është i detyruar të strukturojë lajmet në disa njësi për të siguruar qasje të barabartë, me 30% të kohës kushtuar ngjarjeve të përditshme nga vendi dhe bota, 30% të kohës kushtuar veprimtarive të partive politike; qeverisë, 30% e kohës do të shpenzohet për veprimtaritë e partive politike në opozitë dhe 10% të kohës do të shpenzohen për veprimtaritë e partive politike që nuk përfaqësohen në Kuvendin.

Servisi publik është gjithashtu i detyruar:

- të sigurojë informacione të rregullta për procesin zgjedhor për persona me aftësi të kufizuara shqisore, në gjuhën dhe format e arritshme dhe të qasëshme, si dhe në gjuhën e shenjave;
- të transmetojnë përfaqësim falas politik të pjesëmarrësve të procesit zgjedhor midis orës 16:00 dhe 23:00, në përputhje me parimet e mbulimit të ekuilibruar të zgjedhjeve, si në raundin e parë ashtu edhe në atë të dytë të fushatës zgjedhore;
- të sigurojë prezantimin politik falas, të destinuar për transmetimin e veprimtarive të Kuvendit për një kohëzgjatje prej tre orësh për fushatat e partive politike të përfaqësuara në Parlament, si dhe një orë për prezantim falas politik të fushatave të paraqitësve të listave të partive që nuk përfaqësohen në Kuvend;
- të organizojnë shfaqje debati, d.m.th., konfrontimet e partive kryesore politike nga qeveria dhe opozita, si dhe pjesëmarrësit e tjerë në procesin zgjedhor, nga dita e shpalljes së zgjedhjeve e deri në heshtjen zgjedhore.

7) Heshtja zgjedhore

Heshtja elektorale duhet t'u mundësojë votuesve pa presion që të analizojnë të gjitha informacionet që morën në lidhje me ofertën politike gjatë fushatës dhe të vendosin se kujt do t'i japin votën, prandaj, në këtë periudhë më pak se dy ditë, mediat duhet të ndalin promovimin e pjesëmarrësve të fushatës zgjedhore.

Gjatë heshtjes së zgjedhjeve, transmetuesit vazhdojnë të raportojnë mbi procesin zgjedhor, dhe për të mos shkelur heshtjen zgjedhore, ata nuk duhet të transmetojnë:

- çdo informacion, fotografi, materiale audio dhe audiovizuale në lidhje me ose në të cilat marrin pjesë pjesëmarrësit në zgjedhje;
- çdo formë e raportimit mediatik që është e hapur ose e fshehtë në funksion të fushatës zgjedhore të një personi dhe mund të ndikojë në vendimin e votuesve;
- të dhëna që zbulojnë identitetin e subjekteve politike dhe / ose in-

dividëve të përfshirë në incidente ose parregullsi të tjera në ditën e zgjedhjeve;

- **si dhe deklarata nga kandidatët në procesin zgjedhor, pjesëmarrësit e fushatës zgjedhore, përfaqësuesit e partive politike dhe bartësit e posteve në qeveri.**

8) Pas përfundimit të zgjedhjeve

Pas përfundimit të zgjedhjeve, si një nga mekanizmat për kontrollimin e shpenzimeve gjatë fushatës zgjedhore, transmetuesit, mediat e shtypura dhe mediat elektronike (portalet e internetit) janë të detyruar të raportojnë për hapësirën reklamuese të përdorur nga secili pjesëmarrës i fushatës zgjedhore dhe fondet që janë paguar, ose kërkohen mbi atë bazë.

Raporti dorëzohet në një formular të nënshkruar nga ministri i financave, të cilin jo më vonë se 15 ditë pas përfundimit të fushatës zgjedhore, Ministria e Financave, Komisionit Shtetëror i Zgjedhjeve, Enti Shtetëror për Statistikë dhe Komisionit Shtetëror për Parandalimin e Korrupsionit, janë të detyruar të njëjtin ta publikojnë në faqen e tyre të internetit.

9) Roli i institucioneve në procesin zgjedhor

Për realizim të zgjedhjeve janë të përfshira një numër i madh i institucioneve shtetërore dhe publike. Ata duhet patjetër të jenë të pavarura dhe neutrale si dhe vendimet e tyre të nënshtrohen rishikimit gjyqësor.

Roli kryesor i KSHZ-së është të sigurojë ligjshmërinë e përgatitjes dhe mbajtjes së zgjedhjeve dhe mbikëqyrjen e punës së organeve të tjera zgjedhore siç janë - komisionet komunale të zgjedhjeve, komisionin zgjedhor i qytetit të Shkupit dhe Bordet Zgjedhore.

Enti Shtetëror për revizion dhe Komisioni Shtetëror për Parandalimin e Korrupsionit janë përqendruar kryesisht në zbatimin e dispozitave për financimin e fushatës zgjedhore. regullatori i mediave, Agjencia për Shërbime Mediatike Audio dhe Audiovizuale është e detyruar të monitorojë prezantimin zgjedhor

të mediave nga dita e shpalljes së zgjedhjeve deri në përfundimin e votimit në ditën e zgjedhjeve dhe për të gjitha shkeljet e konstatuara, menjëherë (brenda 48 orëve pas zgjedhjes) të nis procedurë kundërvajtëse para gjykatës përkatëse.

Nëse konstaton shkelje të dispozitave për mbulimin e balancuar të zgjedhjeve nga shërbimi i transmetimit publik, Agjencia do të paraqesë një kërkesë propozim për shkarkimin e drejtorit të shërbimit të transmetimit publik.

10) E drejta e ankesës – qasja pas ankesave

Kodi Zgjedhor përcakton qartë mekanizmat për mbrojtjen e të drejtave zgjedhore. Në çdo fazë të procesit zgjedhor, çdo votues ose bartës i listës të cilit i është shkelur e drejta e tij e votës mund të paraqesë një ankesë në KSHZ. Ai gjithashtu vendos për ankesat në lidhje me kohëzgjatjen e fushatës zgjedhore, gjegjësisht për fillimin e fushatës së hershme.

Komisioni Shtetëror për Parandalimin e Korrupsionit vepron mbi ankesat e dorëzuara: për fillimin e ndërtimit të jashtëzakonshëm të objekteve infrastrukturor me fonde publike; për pagesa të jashtëzakonshme të fondeve publike, shitje të kapitalit shtetëror ose nënshkrim të marrëveshjeve kolektive; për të filluar procedurat e punësimit ose për të ndërprerë punësimin; për mbajtjen e ngjarjeve publike për të filluar ndërtimin ose vënien në punë të ndërtesave në pronësi publike; si dhe keqpërdorimi i hapësirës dhe pajisjeve të zyrave ose automjeteve zyrtare për qëllime të fushatës zgjedhore. Ai vendos gjithashtu për ankesat për presion në përpjekje dhe frikësim të votuesve ose anëtarëve të familjeve të tyre ose të afërmeve, si dhe ankesat për mospërputhje me dispozitat e financimit të fushatës zgjedhore.

Kundër vendimeve të institucioneve kompetente si organe të shkallës së parë mund të dërgohet ankesë deri në Gjykatën Administrative. Afatet për të reaguar edhe për gjyqin edhe për institucionet janë të precizuara.

Përveç kësaj, pjesëmarrësit në zgjedhje kanë të drejtë të fillojnë procedime për mbrojtjen e të drejtave të tyre para gjykatës kompetente të shkallës së parë, nëse, gjatë fushatës zgjedhore, një grup i veçantë individësh shkelin të drejtat e tyre përmes paraqitjeve ose njoftimeve propagandistike. Kundër

vendimit të shkallës së parë mundet të drejtojnë ankesë në Gjykatën e Apelit. Çdo qytetar, çdo pjesëmarrës në zgjedhje ose ndonjë palë tjetër e interesuar gjithashtu mund të ankohet kundër mediave për mënyrën e mbulimit mediatik të zgjedhjeve ose detyrimeve të tjera ligjore nga dita e shpalljes deri në ditën e përfundimit të zgjedhjeve.

Për ankesat në lidhje me programet radiotelevizive vepron Agjencia për Shërbime Mediatike Audio dhe Audiovizuale, megjithëse Kodi Zgjedhor nuk e rregullon as detyrimin e tij për të vepruar sipas ankesave ose afateve. Vetëm përcakton detyrimin për Agjencinë që të fillojë procedura kundërvajtëse para gjykatës kompetente brenda 48 orëve nga konstatimi i shkeljeve të Kodit Zgjedhor kundër transmetuesit që ka shkelur dispozitat.

Në portalin e Agjencisë është vendosur formular për të parashtruar ankesë/ reagim dhe janë shpallur të gjitha ankesat e arritura së bashku me përgjigjet e agjencisë të dërguara deri tek parashtruesit e tyre, nga viti 2017 e këndej. Në pjesën e portalit kushtuar zgjedhjeve, mund të gjenden informacione mbi ankesat e pranura dhe përgjigjet e tyre dhe mbi proceset zgjedhore para vitit⁵⁵ 2017. Theksohet se ankesa mund të paraqitet edhe për punën e Agjencisë nëse shkel të drejtat ose interesat e një personi me anë të një akti ose veprimi. Përndryshe, për ligjshmërinë e funksionimit të Agjencisë mund të drejtohen në Gjykatën Administrative.

Për respektimin e standardeve profesionale në raportimin gazetaresk gjithashtu mund të paraqiten pranë organit të vetë-rregullimit të mediave në vend - Këshilli për Etikë në Media në Maqedoni (KEMM).

Çdo qytetar gjithashtu mund të paraqesë ankesë në Këshillin e Nderit, si një organ vetë-rregullues i gazetarëve në Maqedoni, i cili funksionon në kuadër të Shoqatës së Gazetarëve të Maqedonisë (SHGM). Detyra e saj kryesore është të kujdeset dhe të promovojë parimet etike, kriteret dhe standardet e gazetarisë profesionale dhe të përgjegjshme të përcaktuara në Kodin e Gazetarëve të Maqedonisë.

⁵⁵ Shembull, për procesin zgjedhor në vitin 2014, Agjencia iu përgjigj 17 ankesave.

**V. REKOMANDIME
PËRMBLEDHËSE
TË SHOQATËS SË
GAZETARËVE TË
MAQEDONISË(SHGM)
NË KONTEKST TË
KODIT ZGJEDHOR**

m-r. Dragan Sekullovski

Në vitin 2020, me ftesë të Ministrisë së Drejtësisë, Shoqata e Gazetarëve të Maqedonisë (SHGM), delegoi një anëtar në grupin e punës për ndryshime dhe plotësime në Kodin Zgjedhor.

Në suaza të këtij grupi punues (SHGM) së bashku me Këshillin për Etikë në Mediat në Maqedoni i artikuluan vërejtjet e tyre në lidhje me Kodin Zgjedhor dhe të njëjtat në formë zyrtare u dorëzuan në Ministrinë e Drejtësisë më 13 nëntor të viti 2020. Vërejtjet u ndërtuan në bazë të konsultimeve të mëparshme brenda organeve të SHMG dhe KEEM, ku morën parasysh kontekstin e mediave lokale dhe analizën⁵⁶ krahasuese që SHMG përgatiti në dhjetor të vitit 2018 për reklamim politik në vendet e Evropës.

Është interesant fakti që vërejtjet kryesore të SHGM dhe KEEM pajtohen edhe me vërejtjet e ligjit për zgjedhje të Agjencisë për Shërbime Mediatike Audio dhe Audiovizuale (ASHMAA) dhe Komisioni Shtetëror për Parandalimin e Korrupsionit (KSHPK). Parimi i mbrojtur nga SHGM bën thirrje për ndalimin e reklamimit të paguar politik në mediat private. KSHPK, përsëri, në planin e veprimit të strategjisë kombëtare për parandalimin e korrupsionit dhe konflikteve të interesit 2020-2024⁵⁷ bën thirrje për largimin e financimit buxhetor të reklamave të paguara politike në ciklet zgjedhore të partive.

SHGM dhe KEEM të dyja në parim janë kundër vendimit për reklamim të paguar politik në mediat private (transmetues, media të shkruara dhe në mediat elektronike) nga buxheti i Republikës së Maqedonisë së Veriut. Konsiderohet se në këtë mënyrë vazhdon të zgjatet marrëdhënia klienteliste midis partive politike dhe mediave private, dhe kjo mund të reflektohet në politikën redaktuese të medimeve.

Përveç kësaj, marrja me qira e hapësirës mediatike është problematike sepse nuk ekzistojnë kritere për blerjen e hapësirës. Kjo jep mundësi që media të caktuara të afërta me partitë politike të favorizohen me mjete publike nga partitë politike që janë në dispozicion të tyre.

Ndryshimet e propozuara në Kodin Zgjedhor që ishin pjesë e debatit për vitin 2020 mbi rregullin 4 + 4 + 2 si dhe seksionin mbi gjuhën e shenjave të detyrueshme të të gjitha mediave janë gjithashtu problematike dhe nuk

⁵⁶ Një analizë krahasuese e reklamave politike të AJM, në dispozicion në: <https://znm.org.mk/wp-content/uploads/2019/01/Belegexemplar-2018-Comparative-Analysis-of-the-political-advertising-MK.pdf>, e qasshme në 15.01.2020

⁵⁷ KSHPK, *Strategjia nacionale 2020-2024*, e disponueshme: <https://www.dksk.mk/index.php?id=118&L=536>, e qasshme në 15.01.2020

mbështesin përmbushjen e rekomandimeve të mëparshme të OSBE-së. / ODIHR. Ndryshimet në rregullin 4 + 4 + 2 lënë hapësirë të vazhdojnë të favorizohen partitë kryesore politike nga ana e kandidatëve më të vegjël politik dhe nga kandidatët e pavarur. Përveç kësaj, detyrimi që të gjitha mediat të kenë fushatë zgjedhore edhe me përmbajtje në gjuhën e shenjave mund të jetë i pazbatueshëm kur nuk ka ndonjë analizë se sa njerëz janë në gjendje të ofrojnë atë shërbim ndaj numrit të madh të transmetuesve që marrin pjesë në fushatë.

Pjesa për mediat elektronike, gjegjësisht mediat online(portalet) SHGM dhe KEMM, si pjesë e këtyre konsultimeve për ndryshimin e Kodit Zgjedhor, kërkohet të fshihen nga teksti pasi praktika e mediave në internet dhe përfshirja e tyre në fushatat mediatike ka rezultuar jo praktike(e keqe). Sipas raporteve të KSHZ-së për zgjedhjet Presidenciale, shumica të mëdha parash publike janë investuar nga një parti politike për media të caktuara në internet, duke prishur ekuilibrin e raportimit dhe pavarësinë e politikës redaktuese të këtyre mediave. Ky është një argument shtesë që zgjidhja aktuale ligjore në lidhje me mediat në internet lë hapësirë për abuzim nga partitë politike dhe disa media online.

Në raste kur ekziston kjo zgjidhje ligjore, është e nevojshme që partitë politike të angazhohen për të investuar fonde të fushatës vetëm për anëtarët e Regjistrimit të Online Mediave Profesionale⁵⁸. Arsyeja për këtë është se këta anëtarë plotësojnë kriteret e detyrueshme që janë garanci minimale se ato janë mediat që respektojnë ose aspirojnë të respektojnë standardet profesionale të përcaktuara në Kodin Etik të gazetarëve.

Përveç këtyre vërejtjeve parimore, SHGM gjithashtu në suaza të procesit konsultativ dorëzoi edhe vërejtje të veçanta të cilat referohen konkretisht për nenet specifike në lidhje me këtë Ligj Zgjedhor për nenet specifike të Ligjit Zgjedhor, kryesisht në fushatën e mediatike.

Për fat të keq, rekomandimet e përgjithshme si dhe ato konkrete të shënuara më lartë nuk u morën parasysh nga Ministria e Drejtësisë, a më pas edhe nga ana e parlamentit pasi që nuk ishin pjesë e amendamenteve të Ligjit për zgjedhje të datës 16 shkurt të vitit 2020.

⁵⁸ Portali për regjistrin e mediave profesionale online <https://promedia.mk/main> e qasshme në 18.01.2020



Shoqata e Gazetarëve të Maqedonisë



www.znm.org.mk