
UDHËZIME ETIKE PËR GAZETARINË ONLINE



1. Si parim i përgjithshëm, gazetaria online duhet të respektojë të gjitha rregullat e etikës profesionale dhe vlerat themelore të gazetarisë, pavarësisht nga forumi apo formati në të cilën ushtrohet. Në veçanti, informacioni i botuar nga mediat online duhet të jetë:

- i saktë dhe i bazuar në fakte;
- i verifikuar dhe jo-sensacionalist;
- i botuar pa qëllim për të dëmtuar të tretët;
- të përfshijë në mënyrë të paanshme të gjitha pikëpamjet relevante;
- të jetë transparent në lidhje me origjinën e përmbajtjes dhe metodat gazetareske të përdorura.

Gazetaria online duhet të mbajë gjithmonë parasysh se ribotimi sistematik i përmbajtjes së të tretëve, pa verifikuar vërtetësinë e saj, mund të çenojë rëndë integritetin dhe besueshmërinë e gazetarisë online, përveç shkeljes potenciale të të drejtave të autorit.

2. Për hir të disa specifikave dhe sensitiviteteve të publikimit online dhe të përdorimit të Internetit dhe mjeteve teknologjike si pajisjet celulare është e nevojshme që gazetaria online të mbajë parasysh edhe normat dhe udhëzimet e mëposhtme..

PARIME NË LIDHJE ME SPECIFIKAT E BOTIMEVE ONLINE

3. Mediat dhe gazetarët duhet të respektojnë në çdo rast dinjitetin, reputacionin dhe jetën private të individëve. Ky parim kardinal merr rëndësi të shtuar në botimet online për shkak të gravitetit të dëmit që këto të fundit mund të shkaktojnë ndaj interesave legjitime të të tretëve.
4. Redaksia ose operatori i faqes¹ nuk duhet të publikojë online shkrime apo komente që nxisin urrejtjen dhe dhunën, ose shkaktojnë diskriminim të drejtpërdrejtë apo të tërthortë në bazë të gjinisë, moshës, gjendjes martesore, gjuhës, paaftësisë fizike apo mendore, orientimit seksual, bindjes politike, besimit fetar, përkatësisë etnike apo sociale.
5. Forumet që i dedikohen kryesisht fëmijëve dhe të rinjve duhet të monitorohen me një vëmendje dhe kujdes të veçantë, përfshi për parandalimin e “cyber-bullying” dhe botimin e materialeve keqdashëse që kanë për qëllim cënimin e të tretëve.
6. Duhet të ketë një vijëndarje të qartë në faqet e mediave mes forumeve të rezervuara për publikun dhe përmbajtjes editoriale. Redaksia duhet të jetë e ndërgjegjshme se ajo mban përgjegjësi etike dhe potencialisht ligjore edhe për përmbajtjen e gjeneruar nga palët e treta dhe të botuar në faqen e saj.
7. Duhet patur kujdes që hyperlink-et (lidhjet) që një media online vendos në faqen e saj mund ta dërgojnë përdoruesin në faqe që përmbajnë materiale të rreme dhe me qëllime keqdashëse ose që nuk respektojnë Kodin e Etikës së Gazetarit.

NË LIDHJE ME PËRMBAJTJEN E GJENERUAR NGA TË TRETËT (“USER-GENERATED CONTENT”)

8. Redaksia ose operatori duhet të monitorojë faqen e vet online (dhe faqet përkatëse në rrjetet sociale) dhe të marrë masa të parandalojë ose të ndërpresë publikimin e materialeve të paligjshme, të cilat dhunojnë privatësinë dhe dinjitetin njerëzor, ose përbëjnë gjuhë të urrejtjes. Kurdo që të jetë e mundur, monitorimi duhet të bëhet para publikimit.

1. Në disa faqe online nuk mund të flitet për redaksi të mirëfillta, por personi përgjegjës ligjërisht dhe etikisht është operatori i faqes.

-
9. Gjuha e urrejtjes kuptohet si shprehje që kanë për qëllim të nxisin urrejtje të thellë, dhunë reale apo diskriminim ndaj individëve apo grupeve të caktuara, sidomos pakicave të çdo lloji. Personeli përgjegjës për moderimin e komenteve duhet të trajnohet mbi bazat e legjislacionit vendas dhe standartet ndërkombëtare për mbrojtjen e grupeve vulnerabël.
 10. Redaksia ose operatori duhet të miratojnë dhe publikojnë dukshëm në faqen e vet politikat e administrimit të përmbajtjes së gjeneruar nga të tretët dhe rregullat që këta duhet të ndjekin për të bërë komente apo shtuar përmbajtje në faqe. Këto rregulla duhet të përcaktojnë qartë çfarë është e lejueshme të botohet në faqe, trajtimin e komenteve anonime, si dhe procedurat e ankimit të publikut për shkelje të këtyre rregullave ose të ligjit.
 11. Politikat e administrimit të përmbajtjes duhet të përcaktojnë qartë se çfarë lloj monitorimi i përmbajtjes së të tretëve zbatohet në faqe (paraprak, ex post etj) dhe çfarë teknologjish dhe teknikash përdoren për monitorimin e faqes. Redaksia ose operatori duhet të përdorin teknologjitë standarde të sektorit (filtra, software etj) për të bllokuar përmbajtje banale ose lehtësisht të kontrollueshme.
 12. Redaksia apo operatori duhet të venë në dispozicion të përdoruesve një mekanizëm të thjeshtë për të raportuar komentet e të tretëve që pretendohet se janë të paligjshme apo në shkelje të politikave të faqes.
 13. Për komente që përbëjnë gjuhë të urrejtjes, rrezik për sigurinë dhe integritetin fizik të personave apo shkelje të tjera të rënda të të drejtave të njeriut, dhe sidomos të të miturve, redaksia ose operatori duhet të ketë një mekanizëm për identifikimin dhe heqjen e tyre sa më të shpejtë.
 14. Redaksia dhe operatori duhet të marrin hapa të menjëhershme për të hetuar dhe hequr materialet e papranueshme sapo të marrin dijeni për to, duke vepruar kryesisht (edhe në mungesë të një ankimi nga personat e cënuar apo të tretët) apo duke marrë masa të shpejta pas marrjes së një ankimi legjitim.
 15. Në rastet kur redaksia ose operatori i faqes nuk bëjnë moderim paraprak të përgjithshëm të përmbajtjes së të tretëve, ata mund të vendosin një sistem moderimi paraprak ose të përshpejtuar në lidhje me tema të vecanta që mund të gjenerojnë një numër të konsiderueshëm komentesh ekstreme ose të papranueshme. Në raste të caktuara, komentet dhe materialet e të tretëve mund të ndalohen tërësisht.
-

-
16. Redaksia ose operatori duhet të kenë një politikë dhe mekanizma të posacme për identifikimin dhe heqjen e menjëhershme të imazheve (foto, video) intime të publikuara në mënyrë jo-konsensuale (“non-consensual intimate images”), për shkak të pasojave të tyre vecanërisht të rënda për jetën private dhe dinjitetin e personit.
 17. Udhëzimet e mësipërme vlejné, për aq sa janë të zbatueshme, edhe për faqet e mediave në rrjetet sociale, veçanërisht duke pasur parasysh impaktin potencial të këtyre publikimeve. Po ashtu, mediat duhet të njohin dhe respektojnë rregullat dhe mekanizmat e zbatuara nga vetë rrjetet sociale për të ndaluar botimet e paligjshme në platformat e tyre respektive.

PROCEDURAT E ANKIMIT DHE HEQJES SË KOMENTEVE (“NOTICE AND TAKEDOWN”)

18. Redaksia ose operatori duhet të ketë një mekanizëm efektiv për shqyrtimin e ankesave apo raportimeve të publikut për materiale të paligjshme apo në shkelje të rregullave të faqes. Njoftuesit dhe ankuesit duhet të marrin konfirmim se shqetësimi i tyre është duke u marrë në shqyrtim.
 19. Në parim, redaksia ose operatori duhet të marrin vendim për ankimet sa më shpejt që të jetë e mundur dhe jo më gjatë se brenda 48 orëve. Përrjashtimisht, ky afat mund të shtyhet për rastet që janë ligjërisht ose etikisht vecanërisht komplekse.
 20. Redaksia mund të bëjë caktivizimin e përkohshëm të përmbajtjes për raste që kanë nevojë për shqyrtim të mëtejshëm. Kur të jetë e mundur dhe përvec rasteve kur materiali është haptazi i paligjshëm, redaksia mund të kontaktojë edhe autorin e përmbajtjes, duke e ftuar atë të shprehet në lidhje me ankesën e paraqitur. Redaksia mund ta rivendosë përmbajtjen e pezulluar në rast se bindet për saktësinë dhe ligjshmërinë e saj.
 21. Redaksia duhet të trajtojë me kujdes të vecantë komentet anonime. Anonimiteti është një e drejtë që mund t’u garantohe disa personave në rrethana të veçanta (për shembull, fëmijëve apo viktimave të dhunës ose grupeve të tjera vulnerabël). Normalisht, redaksia dhe operatorët duhet t’u kërkojnë të gjithë ofruesve të përmbajtjes të jenë transparentë dhe të japin një pikë kontakti të besueshme. Redaksia mund të bllokojë për një periudhë kohe, ose përgjithnjë, komentues (anonimë ose jo) që shkelin në mënyrë të përsëritur rregullat e faqes (“community guidelines”), ose mund ti bëjë ata subjekte të moderimit paraprak.
-

-
22. Redaksia mund të vendosë rregulla për (mos)përdorimin e hapësirës së komenteve nga entite tregtare apo për motive fitimprurëse, ose përdorimin e reklamave okulte apo indirekte.

MBI PËRDORIMIN E MATERIALEVE TË MARRA NGA RRJETET SOCIALE OSE TË VËNA NË DISPOZICION NGA PUBLIKU

23. Fotot dhe videot personale, si dhe tekstet e publikuara në rrjetet sociale konsiderohen pjesë e domenit publik, por marrja dhe përdorimi i tyre nga mediat mund t'i ekspozojë ato para një audience më të gjerë. Media duhet të ketë në konsideratë ndikimin që ka përdorimi i këtyre materialeve dhe të dhënave personale, veçanërisht kur ka ngjarje tragjike. Gjithashtu duhet patur parasysh edhe problematika që lidhet me të drejtat e autorit.
24. Fotot dhe videot e marra nga rrjetet sociale duhen parë me kujdes të veçantë dhe duhen verifikuar me imtësi për të përcaktuar autenticitetin e tyre.
25. Lehtësia me të cilën merren fotot apo videot nga rrjetet sociale apo faqet personale nuk e përjashton përgjegjësinë etike të mediave. Duhet peshuar gjithmonë interesi publik në botimin e këtyre materialeve përkundrejt çështjeve të privatësisë dhe mbrojtjes së të miturve. Publikimi i fotove dhe videove në rrjetet sociale nënkupton domosdoshmërisht që autori ka dhënë autorizim për marrjen dhe ripublikimin e tyre nga faqe/media të tjera.
26. Mediat duhet të mbajnë gjithmonë parasysh rreziqet e botimit të imazheve që tregojnë akte të paligjshme apo anti-sociale. Duhet treguar kujdes që media të mos bëhet një platformë për përhapjen apo apologjinë e paligjshmërisë në përgjithësi dhe krimin të organizuar në vecanti.

ARKIVAT ONLINE, RIPUBLIKIMI I MATERIALEVE TË TË TRETËVE

27. Mediat online duhet të mbajnë, në masën sa më të plotë të mundur, arkiva të materialeve të botuara në faqet e tyre. Materialet arkivore të përhershme kontribuojnë në ruajtjen e historisë së vendit; ato mund të redaktohen ose të hiqen vetëm në rrethana të jashtëzakonshme, për shembull kur kjo urdhërohet nga gjykata, kur publikimi krijon rreziqe serioze për mirëqenien
-

e fëmijëve ose sigurinë fizike dhe psikike të personave, ose kur publikimi fillestar përmbante pasaktësi ose shkelje të rënda etike. Çdo redaktim duhet të shoqërohet, si rregull, me një shpjegim në të njëjtën faqe. Kur e gjykon të përshtatshme, redaksia mund të aplikojë anonimizimin e burimit në vend të heqjes totale të materialit.

28. Rregullat e Kodit të Etikës mbi të drejtën e autorit (neni 15) janë tërësisht të zbatueshme edhe për publikimet online. Në veçanti, konsiderohet shkelje e rëndë etike, si dhe shkelje e së drejtës së autorit, ribotimi i përsëritur i materialeve dhe përmbajtjes së prodhuar nga media të tjera, pa lejen e tyre ose atribuirimin e nevojshëm. Në çdo rast, citimet e materialeve të të tretëve duhet të tregojnë qartë burimin/ autorësinë e materialit, si dhe të respektojnë kërkesat e tjera të legjislacionit mbi të drejtën e autorit.

Publisher:



Rr. Gjin Bue Shpata, No.8, Tiranë, Albania

Tel./fax: ++ 355 4 2229800

E-mail: info@institutemedia.org

www.institutemedia.org

Udhëzimet Etike për Gazetarinë Online u hartuan nga një grup ekspertësh i përbërë nga:

Darian Pavli, ekspert i medias

Blendi Sala, gazetar, Këshilli i Medias

Konsulent ndërkombëtar:

Aidan White, Drejtor, Iniciativa për Gazetari Etike

Hartimi i Udhëzimeve Etike për Gazetarinë Online u bë i mundur me mbështetjen e një projekti të përbashkët të Bashkimit Europian dhe Këshillit të Europës.

Përforcimi i Ekspertizës Gjyqësore mbi Lirinë e Shprehjes dhe Median
në Europën Jug-Lindore (JUFREX)

Funded
by the European Union
and the Council of Europe



EUROPEAN UNION

COUNCIL OF EUROPE



CONSEIL DE L'EUROPE

Implemented
by the Council of Europe