

Udhëzues
për pasqyrimin e zgjedhjeve
në media

Hyrje

Ky material përfaqëson një përmbledhje të shkurtër të aspekteve kryesore të pasqyrimin të fushatave elektorale në media. Duke pasur parasysh edhe kontekstin shqiptar të zgjedhjeve të vitit 2009, vëmendje u është kushtuar sidomos raportimit të sondazheve të opinionit dhe raportimit të orientuar nga publiku. Këto udhëzime pasohen nga Kodi i Etikës për periudhë zgjedhjesh, i hartuar pas një tryeze me gazetarë dhe redaktorë, në një përpjekje për të zgjidhur dilemat etike që lindin në pasqyrimin e fushatave elektorale. Përmbledhja dhe botimi i këtij materiali u bë e mundur falë mbështetjes së National Endowment for Democracy.

Pa shtyp të lirë nuk ka demokraci

*Liri do të thotë që njerëzit mund të thonë mendimin e tyre.
Demokraci do të thotë që qeveria i dëgjon.
Media është lajmëtari.*

Çfarë do të thotë gazetari e mirë¹

Saktësia

Marrja e informacionit të saktë është elementi më i rëndësishëm i një gazetarie të mirë. Çdo gjë e raportuar duhet përshkruar saktë – emrat e kandidatëve, fjalët që përdorin ata, numri i njerëzve që i ndjek, përshkrimi i njerëzve, vendeve, gjërave. Kandidatët dhe votuesit mund të jenë emocionalë gjatë zgjedhjeve. Fjalët e tyre duhen raportuar me kujdes, pa nënkuptime të njëanshme të ekzagjeruara.

Në biznesin e lajmeve, gazetarët do të vrapojnë kush të nxjerrë lajmin i pari. Por prioriteti i tyre më i madh duhet të jetë kush ta marrë lajmin të saktë. Votuesit nuk do të flasin më me gazetarët nëse druhen se këta të fundit nuk do t'i përcjellin fjalët e tyre saktë ose nuk do t'i përshkruajnë gjërat ashtu siç rrjedhin me të vërtetë.

¹ Përshtatur nga Standartet Ndërkombëtare, Modulet e trajnimit të Institutit për Raportimin e Luftës dhe Paqes, IWPR.net

Paanshmëria (Balanca e drejtë)

Pothuajse çdo kod i mirë gazetarie vendos theksin te paanshmëria. Për të arritur të jetë i paanshëm, çdo gazetar i mirë do të përpiket të prodhojë një raportim që është i balancuar. Të jesh i balancuar do të thotë të përfshish të dyja palët. Kur një kandidat politik bën një akuzë ose një premtim në një fjalim gjatë fushatës elektorale, një gazetar profesionist do të kërkojë edhe reagimin e kandidatëve të tjerë dhe do t'i përfshijë ato në raport për të krijuar një artikull të balancuar. Kërkimi i më shumë se një opinionin bën që të shmanget paragjykimi apo favorizimi në dukje i vetëm njëres palë. Por një artikull i balancuar duhet të jetë dhe i ndershëm. Ai mund të theksojë më shumë ose t'i kushtojë më tepër vëmendje njërit kandidat, duke u nisur nga rëndësia e fjalëve ose veprimeve të njërit kandidat në një ngjarje apo periudhë kohe. Në një periudhë tjetër, në një ngjarje tjetër, balanca mund të ndryshojë për të përfaqësuar në mënyrë të ndershme rëndësinë e një pale tjetër. Duhet më shumë punë për të arritur një balancë të drejtë në çdo artikull, por kjo është thelbësore për gazetarinë profesionale. Ekzistojnë të paktën dy anë për çdo ngjarje. Edhe nëse gazetarët punojnë për një media që mbështet një parti të caktuar, ata që janë profesionistë përpiqen të mos kenë paragjykime dhe të sjellin balancën në raportimin e tyre. Edhe pse mund të punojnë për media shtetërore apo qeveritare, raportimi i tyre duhet të përfshijë edhe lajme për partitë opozitare.

Kjo do të thotë balancë. Në masën më të madhe që të jetë e mundur, balanca duhet të jetë e drejtë. Pronarët e mediave private dhe mediat shtetërore duhet t'i ndajnë qartë komentet dhe opinionet politike nga lajmet.

Ekziston edhe një kuptim tjetër i paanshmërisë. Paanshmëri do të thotë edhe që një gazetar profesionist të mos jetë udhëheqës i ndonjë grupi apo lëvizjeje politike. Nëse një gazetar njihet si një aktivist kryesor, raportimi i tij do të konsiderohet i paragjykuar dhe aspak i besueshëm, edhe nëse do të ishte mjaft i balancuar. Paanshmëria e një gazetari nënkupton që gazetari nuk duhet të luajë një rol aktiv në fushatë, nuk duhet të ofrojë mbështetje financiare apo të ndonjë lloji tjetër dhe as të pranojë dhurata nga një parti e caktuar.

Përgjegjshmëria

Gazetarët kanë detyrime si kundrejt ndaj njerëzve për të cilët raportojnë, ashtu dhe ndaj shoqërisë për lajmet që përcjellin. Gazetarët kanë përgjegjësinë e mbrojtjes së burimeve të tyre të informacionit në rastet kur këto burime nuk mund të përmenden. Shumë njerëz nuk do t'iu tregonin gazetarëve lajme të rëndësishme për korrupsionin politik nëse do të kishin frikë se emrat e tyre do të bëheshin publikë. Gazetarët e përgjegjshëm gjithashtu përdorin metoda të ndershme për të marrë lajmin, që do të thotë se puna e tyre duhet të orientohet nga standarte profesionale të pranuar botërisht.

Fjalimi

Në fjalimet e tyre, politikanët mund të ndezin emocionet e njerëzve duke përdorur një gjuhë të dhunshme dhe duke sulmuar kundërshtarët e tyre. Gazetarët profesionistë nuk censurojnë atë që thuhet. Komentet duhen përcjellë me saktësi. Megjithatë, është veçanërisht e rëndësishme të balancohet gjuha e përbaljtjes së kundërshtarit me pikëpamjen e kundërt të atyre që po sulmohen. Një artikull i balancuar do të ulë rrezikun që votuesit të keqinformohen apo që do të nxiten të veprojnë pa dëgjuar më parë të dyja anët.

Fjalët e fjalimit nuk janë elementi i vetëm i një artikulli. Lexuesit dhe publiku meriton të dijë:

- Sa e madhe është turma? Mos u nisni nga numri që thotë partia.
- Kush ishte në miting? Vinin nga larg? Cilën pjesë të fjalimit pëlqyen më shumë?
- Cilat janë reagimet e publikut? Çfarë thonë ata për fjalimin? Cili ishte reagimi i udhëheqësve të partive apo kandidatëve të tjerë ndaj fjalimit?
- A kishte ndonjë formë të organizuar për të krijuar trazira? Nëse po, nga kush?

Popullariteti dhe sondazhet e opinionit

Sondazhet mund të ndikojnë në mënyrën se si votojnë njerëzit, pasi njerëzit duan të dinë çfarë mendojnë fqinjët e tyre dhe mund të vendosin të votojnë njëlloj si ata. Raportimi i sondazheve të opinionit mund të jenë lajme të shumëpritura, pasi tregojnë garën e udhëheqësve politike. Por, sondazhet paraqesin vetëm një pjesë të vogël të asaj që mendojnë njerëzit në kohën kur u është bërë një pyetje e caktuar. Mendimet e njerëzve mund të ndryshojnë për punë ditësh nëse ata kanë për tepër informacion. Sondazhet mund të marrin shumë vëmendje dhe mund të ndikojnë lehtë te votuesit.

Gazetarët duhet të bëjnë kujdes të veçantë dhe të kërkojnë këshilla profesionale në lidhje me sondazhet e opinionit. Këto sondazhe mund të bëhen pre e manipulimit nga partitë politike dhe nga interesa të fuqishme. Gazetarët duhet të bëjnë disa pyetje para se të raportojnë rreth sondazheve të opinionit, të tilla si:

✓ Kush i bëri sondazhet dhe kush ka dhënë fondet për to? Janë bërë nga një kompani sondazhesh të pavarur dhe profesionale? Nëse sondazhi është kryer nga një parti politike, pyetjet mund të jenë të paragjykuara dhe të hartuara në mënyrë që t'i shtyjnë votuesit drejt një përgjigje të caktuar. Ky sondazh nuk duhet raportuar si lajm pa e krahasuar atë me sondazhe të tjera.

- ✓ Sa njerëz u pyetën për sondazhin? Si u përzgjedhën ata? Nëse numri i njerëzve është shumë i vogël, atëherë sondazhi i opinionit nuk do të jetë shumë përfaqësues. Sondazhet e mira përfshijnmë 400 deri në 2,500 persona ose më shumë.
- ✓ Cilat ishin pyetjet e bëra dhe si? A mund të ketë gazetari një kopje të pyetësorit për të parë mënyrën se si janë formuluar pyetjet?
- ✓ Kur është bërë sondazhi? Çfarë po ndodhte në fushatë që mund të ketë ndikuar në përgjigjet e njerëzve në sondazh?
- ✓ Si janë rezultatet e këtij sondazhi në krahasim me sondazhe të tjera? Një sondazh i vetëm përbën vetëm një pjesë të vogël të mozaikut të qëndrimeve. Mund të jetë i paragjykuar ose i gabuar. Mund të jetë tepër i vjetër dhe nuk tregon se si kanë ndryshuar mendimet. Është gjithnjë më mirë të krahasosh një sondazh me një tjetër për të parë nëse ka prirje të qëndrueshme.
- ✓ Nëse sondazhi kryhet nga një organizatë mediatike, a ka kjo organizatë njëanshmëri politike? A do t'i ndikojë kjo gjë votuesit?
- ✓ Cili është marzhi i gabimit? Sa të ngjarë ka që ky sondazh të ketë të drejtë? Asnjë sondazh nuk mund të parashikojë rezultatin me saktësi të plotë, por një sondazh profesional duhet t'i afrohet me disa pikë të vogla diference.

Një mënyrë e re: Raportimi i zërit të votuesve

Tradicionalisht, zgjedhjet raportohen nga lart poshtë. Mediat mbështeten dhe komentojnë mbi programet, betimet dhe fjalimet e partive dhe kandidatëve. Elektorati konsumon këto mesazhe që përcillen në media dhe më pas bën zgjedhjet e veta politike.

Një qasje më konstruktive është i ashtuquajtur i raportim i zërit të votuesve. Kjo do të thotë që pika e nisjes duhet të jenë shqetësimet e votuesve në zgjedhje dhe jo premtimet e politikanëve. Duke u nisur nga kjo qasje, gazetarët punojnë në dy drejtime:

- ▶ Informojnë votuesit sa efikasë janë politikanët në drejtim të përgjigjes ndaj shqetësimeve të tyre.
- ▶ Informojnë politikanët se cilat janë shqetësimet reale të votuesve.

Raportimi i zërit të votuesve duhet të raportojë për programin për njerëzit dhe jo thjesht për politikën dhe premtimet që bëjnë kandidatët. Për të gjetur këtë program, gazetarët duhet të mendojnë si publiku, jo si politikanët.

Raportimi i zërit të votuesve është një burim lajmesh që nuk e gjen dot te partitë politike. Kjo gjë kërkon më tepër punë, pasi duhen intervistuar njerëz dhe jo thjesht të përsëriten

fjalët e kandidatëve. Megjithatë, kjo është një gazetari te e cila njerëzit do të kenë besim, pasi e dinë që reflekton shqetësimet e tyre.

Raportimi i zgjedhjeve: A është i plotë artikulli im?

Çdo gazetar dhe redaktor duhet t'i bëjë vetes këto pyetje kur raporton lajme për zgjedhjet:

- ✓ A është i saktë ky artikull? Janë të sakta faktet dhe emrat dhe a mendoj se informacioni është i vërtetë? A kam bërë çdo përpjekje për të konfirmuar se informacioni është i vërtetë?
- ✓ A është ky artikull i paanshëm dhe i balancuar? A përfshin të dyja palët apo pikëpamje alternative dhe a e paraqet lajmin pa favorizuar ndonjë parti apo kandidat të caktuar?
- ✓ A është kjo gazetari e përgjegjshme? A u mor ky lajm pa rryshfete apo veprime të paligjshme dhe a i mbron burimet e informacionit? A i shkel ligjet për zgjedhjen dhe për mediat?
- ✓ A përqendrohet artikulli te votuesit? A përmban lajme të rëndësishme për votuesit? A u paraqet politikanëve shqetësimet e votuesve?

- ✓ A është e plotë pamja e dhënë? A përcjellin këto foto, kronika, apo zërat e regjistruar aspektin më të spikatur të ngjarjes?
- ✓ A do të ndihmojë ky artikull që votuesit të jenë më të informuar dhe të votojnë me mençuri, në funksion të interesit të tyre më të mirë?
- ✓ A janë këto zgjedhje të lira dhe të ndershme? A ka ndonjë lajm tjetër që duhet raportuar për këto zgjedhje?

Draft i kodit të sjelljes për median shqiptare në periudhë fushate zgjedhore

Përfaqësues të medias, pronarë, drejtorë, manaxherë,

- Duke qenë të ndërgjegjshëm për rolin e rëndësishëm dhe përgjegjësitë specifike që ka media në shoqëritë moderne dhe demokratike;
- Duke pasur parasysh rolin domethënës të medias si mjet informacioni dhe si platformë e debatit politik, si dhe peshën e vecantë që fiton ky rol në kohë zgjedhjesh;
- Duke theksuar se media mund ta përmbushë më mirë rolin e saj dhe t'u përgjigjet përgjegjësive të saj atëherë kur pavarësia redaksionale respektohet plotësisht;
- Duke pohuar se respektimi nga media i drejtësisë dhe barazpeshimit në pasqyrimin e zgjedhjeve është një faktor vendimtar në zhvillimin e zgjedhjeve demokratike;
- Duke qenë të ndërgjegjshëm për nevojën për të marrë parasysh tiparet rrënjësisht të ndryshme, dhe për rrjedhojë, rolet dhe përgjegjësitë e ndryshme të medias së shkruar dhe asaj elektronike;
- Duke pasur për qëllim të përmbushin rolin e tyre me respektin e duhur për përgjegjësitë e medias në shërbim të demokracisë dhe duke i kushtuar vëmendje të vecantë

aspekteve të ndryshme të pasqyrimin të fushatave zgjedhore, përfshirë këtu raportimin, ofrimin e aksesit në media partive dhe kandidatëve, shpërndarjen e anketimeve, të reklamës së paguar politike, etj;

- Duke pasur parasysh rëndësinë e rënies dakord për disa rregulla që do të udhëheqin sjelljen e medias, si një mjet për vetërregullim nga vetë profesionistët e medias;

- Ramë dakord, përshtatëm duke marrë parasysh rekomandimet e Këshillit të Europës dhe në përputhje të plotë me legjislacionin shqiptar , vecanërisht Kodin Zgjedhor, Ligjin për Radion dhe Televizionin Publik dhe Privat si dhe Ligjin për Shtypin e Shkruar dhe u angazhuam të zbatojmë Kodin e Sjelljes Profesionale të mëposhtëm, në të cilin ravijëzojmë parimet kryesore të punës së mirë për pasqyrim të përgjegjshëm, të saktë dhe të drejtë të fushatës për zgjedhjet e afërme parlamentare:

Në nivelin e përgjithshëm

Media do të mbrojë pavarësinë e saj redaksionale dhe nuk do të lejojë ndërhyrje nga autoritetet publike, nga grupe apo individë që kanë për qëllim ose kanë të ngjarë të ndikojnë në punën e tyre dhe/ose të zvogëlojnë lirinë e medias dhe të drejtën për lirinë e shprehjes.

Në kuadrin e rolit dhe përgjegjësisë të tyre mediat do të sigurojnë të mëposhtmet:

► Shpërndarjen e informacionit që do të ndihmojnë në edukimin e votuesve rreth aspekteve të ndryshme të procesit zgjedhor dhe raportimin e veprimtarive në lidhje me fushatën zgjedhore, ashtu si përcaktohet në Kodin Zgjedhor dhe në rregullat e Komisionit Qendror të Zgjedhjeve;

Gjatë zbatimit të veprimtarive të mësipërme medias i bëhet thirrje të mos kërkojë apo të marrë pagesë ose kompensim të ndonjë forme nga partitë politike apo persona të tjerë fizikë ose juridikë në shkëmbim të trajtimit për hapësirë botimi ose kohë transmetimi, me përjashtim të rasteve kur kemi të bëjmë me reklamë politike të paguar, si është përcaktuar në Kodin Zgjedhor.

Kur të bëjë publike rezultatet e sondazheve media do të japë informacion të mjaftueshëm për publikun në mënyrë që ai të jetë në gjendje të bëjë një vlerësim për sondazhet, konform normave të vendosura në Ligjin Zgjedhor.

Për median e shkruar

Media e shkruar do të gëzojë pavarësi të plotë redaksionale si dhe të drejtën për të shprehur preferencat e saj politike.

Media e shkruar e cila do të pranojë reklamë të paguar politike duhet të garantojë që këto reklama të identifikohen si të tilla në mënyrën e duhur, pa diskriminim financiar dhe duke siguruar transparencë të plotë dhe mundësi të plota dhe të drejta për të gjithë konkuresit.

Për median elektronike

Media elektronike, si ajo publike dhe ajo private, do të përpiqet të pasqyrojë fushatën zgjedhore duke zbatuar parimet e drejtësisë, barazpeshimit dhe paanshmërisë, ashtu si përcaktohen në Kodin Zgjedhor, vecanërisht në nenet 136-141. Mediat elektronike do t'i trajtojnë partitë politike dhe kandidatët në një mënyrë të barabartë dhe të drejtë, pa asnjë lloj diksriminimi.

Qëllimi përfundimtar i pasqyrimin në media të fushatës zgjedhore është informimi i drejtë i votuesve rreth platformave dhe veprimtarive të subjekteve zgjedhore.

- Parimet e barazisë dhe drejtësisë do të zbatohen gjatë gjithë kohëzgjatjes së fushatës zgjedhore. Ky parim nuk duhet patjetër të zbatohet në kuadrin e një dite apo një programi, por në një periudhë më të gjatë kohore, ndoshta duke u marrë java si njësi kohore. Mediat ruajnë të drejtën që ta zbatojnë këtë parim edhe në lidhje me pavarësinë redaksionale dhe vlerën që kanë si lajm informacionet dhe ngjarjet e ndryshme.

- Media elektronike do t'i trajtojë me maturi deklaratat dhe veprimtaritë e zyrtarëve qeveritarë dhe autoriteteve publike, duke pasur kujdes që të mos lejojë ndonjë trajtim preferencial ndaj tyre në edicionet e lajmeve apo programet e aktualitetit.

-

- Së fundmi, media elektronike do u kushtojë vëmendje të posacme programeve të tjera përvec lajmeve dhe aktualitetit, përmbajtja e të cilave ka të ngjarë të lidhet me fushatën zgjedhore dhe së fundmi të ketë ndikim në qëndrimin e votuesve.

Në zbatimin e rregullave për trajtim të barabartë, media elektronike,

- Do të garantojë që dërgimi i ftesave për parti politike që të marrin pjesë në programe të ndryshme të bëhet konform parimit të barazisë/drejtësisë, ashtu si përcaktohet në Ligjin Zgjedhor; asnjë trajtim i privilegjuar, asnjë formë diskriminimi apo përjashtimi të ndonjë partie apo kandidati nuk mund të lejohet.
- Trajtimi i ndershem dhe mungesa e diskriminimit është gjithashtu i vlefshëm edhe në rastin ku hapësira e transmetimit i ofrohet partive politike apo kandidatëve.
- Trajtim i barabartë dhe mungesa e diskriminimit është gjithashtu i vlefshëm në lidhje me programet e kandidatëve që rivalizojnë për të njëjtin post në të njëjtën zonë zgjedhore atëherë kur çështjet që do të trajtohen lidhen me elektoratin në fjalë.
- Gjatë pasqyrimin, komentimit apo transmetimit të veprimtarive, ngjarjeve, deklaratave dhe komunikatave për shtyp të organizatorëve të fushatës zgjedhore, mediat elektronike duhet të garantojnë që komentet dhe fragmentet

e paraqitura nuk janë të tilla që të ndryshojnë përmbajtjen e materialit fillestar.

- Media elektronike do të përgatisë skedën e programeve duke pasur parasysh zbatimin e parimeve të barazisë/drejtësisë dhe do ta bëjë këtë orar publik para fillimit të fushatës. Planifikimi i disa programeve, psh debate, intervista, etj, mund të jetë produkti i konsultimeve me partitë politike.
- Ky Kod Sjelljeje është në përputhje të plotë me legjislacionin zgjedhor shqiptar. Nëse ky kod do të ketë ndonjë konflikt me masat ligjore, ligji do të mbizotërojë.