Botues: Friedrich-Ebert-Stiftung
Office Tirana
Rr. Abdi Toptani
Torre Drin, Kati i 3-të
Kutia Postare 1418
Tiranë, ALBANIA

Editor: Remzi Lani
Përgjegjës: Mariola Qesaraku
Raportues: Ilda Londo
DTP: Bujar Karoshi

© Friedrich-Ebert-Stiftung

ISBN ....

Gjetjet, interpretimet dhe përfundimet e shprehura në këtë botim nuk reflektojnë medoemos pikëpamjet e Friedrich-Ebert-Stiftung. Friedrich-Ebert-Stiftung nuk garanton saktësinë e të dhënave të përfshira në këtë botim.

Çdo përdorim komercial i botimeve FES nuk lejohet pa miratimin me shkrim nga FES.

BAROMETRI BALLKANIK I MEDIAS
SHQIPËRIA 2013

Edituar nga Remzi Lani

Tiranë, 2013

PËRMBAJTJA

Hyrje 6

Përmbledhje Ekzekutive 8

SEKTORI 1: 11
Liria e shprehjes, përfshi lirinë e medias, mbrohet dhe promovohet në mënyrë të efektshme

SEKTORI 2: 23
Peizazhi mediatik, përfshi mediat e reja, karakterizohet nga diversiteti, pavarësia dhe qëndrueshmëria.

SEKTORI 3: 33
Rregullimi i transmetimeve është transparent dhe i pavarur; transmetuesi shtetëror është shndërruar në një transmetues të vërtetë publik

SEKTORI 4: 47
Mediat zbatojnë nivele të larta standardesh profesionale

Zhvillimet gjatë viteve të fundit 57

Rruga Përpara 59

Anëtarët e Panelit 60

Hyrje

Barometri Ballkanik i Medias (BBM) është një sistem përshkrues i thelluar dhe i gjithanshëm për mjediset kombëtare të medias në Evropën Jug-Lindore. Ndryshe nga të tjera sondazhe për shtypin ose indekse për median, BBM është një ushtrim vetëvlerësimi bazuar mbi kritere të brendshme që rrjedhin nga standardet evropiane siç janë zhvilluar nga Bashkimi Evropian dhe Këshilli i Evropës. Barometri i parë pilot i Medias në Ballkan u zhvillua në Bosnje-Hercegovinë në vitin 2011, pasuar nga Bullgaria në vitin 2012.

Barometri Ballkanik i Medias është një ushtrim analitik për të matur situatën e medias në një vend të caktuar.Në të njëjtën kohë, shërben edhe si një mjet praktik lobimi për reforma lidhur me median. BBM përbëhet nga 45 tregues të cilët e kanë prejardhjen nga standardet europiane të cilave iu referohet në dokumentet e Bashkimit Evropian dhe Këshillit të Evropës. Rezultatet e tij i paraqiten publikut të vendit përkatës për të shtyrë përmirësimin e situatës së medias duke përdorur si piketa standardet evropiane.

Metodologjia konsiston në diskutime të thelluara në panel të 45 treguesve, të cilat përdoren për të vlerësuar situatën e medias në vendin përkatës. Paneli përbëhet nga pesë deri në gjashtë praktikantë të medias dhe pesë deri në gjashtë përfaqësues të shoqërisë civile. Arsyeja për këtë përbërje të panelit është që të ketë një perspektivë të plotë si nga praktikuesit e profesionit ashtu edhe nga qytetarët e informuar, të cilët e ndjekin median nga afër. Në këtë mënyrë, diskutimi përfundimtar kombinon reflektimet dhe shqetësimet e gazetarëve me perceptimet e përfaqësuesve nga universitete, organizata të të drejtave të njeriut, sindikata, etj.

Në shtator 2013, paneli diskutoi mjedisin kombëtar të medias sipas treguesve të paracaktuar në një ditë e gjysmë. Pas diskutimit të secilit tregues, anëtarët e panelit, me votim anonim, caktojnë një rezultat në shkallën nga 1 në 5 për secilin tregues. Rezultati minimal është 1, ndërsa rezultati maksimal është 5 sipas shkallës së mëposhtme:

1 Vendi nuk e përmbush treguesin

2 Vendi përmbush vetëm disa aspekte të treguesit

3 Vendi përmbush disa aspekte të treguesit

4 Vendi përmbush shumicën e aspekteve të treguesit

5 Vendi përmbush të gjitha aspektet e treguesit

Shuma e të gjitha rezultateve të treguesit më pas pjesëtohet me numrin e anëtarëve të panelit për të përcaktuar rezultatin mesatar për secilin tregues. Këto rezultate mesatare të treguesve mblidhen për të formuar rezultatet mesatare të sektorëve të cilat më pas përbëjnë rezultatin e përgjithshëm për vendin.

Në fund të diskutimit, paneli identifikon prirjet pozitve dhe negative në zhvillimin e medias vitet e fundit, duke propozuar edhe rekomandimet përkatëse për të përmirësuar situatën. Në këtë mënyrë, Barometri nuk synon të jetë thjesht një ushtrim për grumbullim të dhënash, por një mjet që përdoret për avokati, reforma për median dhe lobim.

Koncepti i *Barometrit Ballkanik të Medias* synon ta përsërisë këtë ushtrim çdo dy ose tre vjet, me qëllim që të mund të regjistrohet përparimi në reformat për median, përkrah nevojave të ardhshme në politikat për median. Kjo praktikë ka hedhur rrënjë në mënyrë të suksesshme në pjesë të tjera të botës si në Afrikë dhe Azi.

Fondacioni Friedrich-Ebert (FES) vetëm lehtëson procesin dhe garanton metodologjinë e *Barometrit Ballkanik të Medias*. Përmbajtja e diskutimit dhe raporti i përket panelit të ekspertëve vendas dhe nuk përfaqëson domosdoshmërisht pikëpamjen e FES.

Friedrich Ebert Stiftung

Përmbledhje Ekzekutive

Shqipëria është republikë parlamentare, me një popullsi pak nën 3 milionë, sipas censusit të vitit 2011. Kushtetuta aktuale e vendit u miratua në vitin 1998. Shqipëria u pranua në NATO në vitin 2009 dhe aktualisht është vend kandidat i mundshëm për në Bashkimin Evropian. Vendi ka përjetuar transformime domethënëse gjatë dy dekadave të fundit, nga një ekonomi me planifikim të centralizuar në atë të tregut të lirë. Megjithatë, pabarazia midis kryeqytetit, Tiranë, dhe qyteteve të tjera të zhvilluara pranë saj, krahasuar me zonat e thella është serioze.

Për një vend me rreth 3 milionë banorë, Shqipëria ka një peisazh mediatik të zhvilluar dhe të pasur. Nuk ekzistojnë shifra zyrtare për tirazhin e medias së shkruar në Shqipëri. Ka më shumë se sa 20 gazeta të përditshme ekzistuese. Megjithatë, në mungesë të të dhënave të certifikuara publike, besohet se vetëm pak gazeta arrijnë një audiencë të konsiderueshme. Sipas Autoritetit për Median Audiovizive, ekzistojnë 56 radiostacione lokale dhe dy kombëtare. Numri i stacioneve televizive të regjistruara është 71 për stacionet lokale dhe dy për ato kombëtare. Gjithashtu, ekzistojnë 83 stacione kabllore që funksionojnë në të gjithë vendin. Ndërkohë, radioja publike administron dy programe kombëtare, si dhe programe që synojnë bashkatdhetarët. Televizioni publik administron dy programe kombëtare dhe në kuadrin e përgatitjeve për kalimin dixhital, ka filluar transmetimet në pesë kanale tematike. Aksesi në median ndërkombëtare është i pakufizuar. Sipas Autoritetit për Komunikacionet Elektronike dhe Postare, rreth 215,000 pajtimtarë kishin akses në internetin me bandë të gjerë në vitin 2012, ndërkohë që 1.4 milionë pajtimtarë aksesonin internetin me anë të telefonave celularë, çka nënkupton thuajse gjysmën e popullsisë.

Konteksti i përgjithshëm tregon se ekziston një shumëllojshmëri e pasur burimesh informacioni dhe kostot e aksesit janë përgjithësisht të përballueshme. Në krahasim me të tjerë aktorë, sondazhet e opinionit publik i japin medias një renditje të tillë që gëzon më shumë besueshmëri te popullsia. Megjithëkëtë, kritikat për raportimet e medias janë rritur gjatë viteve, duke nënkuptuar që thjesht shumëllojshmëria e burimeve të informacionit nuk është se garanton edhe cilësinë e tij. Duke shqyrtuar peizazhin mediatik shqiptar në thellësi, panelistët e Barometrit të Medias në Ballkan (BMB) kanë identifikuar një numër problemesh dhe çështjesh që ndërhyjnë në profesionalizmin e medias.

Sipas panelistëve të BMB, kuadri ligjor ekzistues për mbrojtjen e të drejtave të njeriut dhe lirisë së fjalës është përgjithësisht i mirë, sidomos me prezantimin e ligjeve dhe amendamenteve të reja dhe përpjekjeve të vazhdueshme në këtë fushë. Megjithatë, këto ligje janë provuar të vështira për t'u zbatuar në praktikën e peisazhit mediatik shqiptar çdo ditë. Besimi dhe eficienca e ulët e gjyqësorit po ashtu ka kontribuar në një klimë të përgjithshme mosbesimi, duke kontribuar kështu në të tjera probleme ekzistuese me sundimin e ligjit. Ndërkohë që paditë

ndaj lirisë së fjalës nuk janë të shumta në gjykatat shqiptare, panelistët vëzhguan një prirje shqetësuese të favorizimit të reputacionit kundrejt lirisë së fjalës. Mbrojtja e burimeve garantohet për gazetarët nga kuadri ligjor, por ekzistojnë edhe raste kur fryma e ligjit është suprimuar. Edhe aksesi në informacion vuan në praktikë, ku institucionet publike priren të ruajnë informacionin si prerogativë e veta dhe jo si një e mirë publike. Shpesh, këtyre institucioneve iu mungojnë kapacitetet për të ofruar informacion, ndërkohë që ndërgjegjësimi publik për ushtrimin e të drejtës së qytetarëve për t'u informuar është i ulët.

Diversiteti i medias dhe informacionit duket një fakt i konsoliduar për nga numri i lartë i organeve të medias. Megjithatë, panelistët po ashtu vunë në dukje që ekziston një ndarje dhe polarizim i medias në përputhje me interesat e tyre politike dhe ekonomike, të cilat shpesh anashkalojnë interesin publik në raportim. Mbizotërimi i zërave dhe debateve politike në organet e medias kanë çuar në një tabloidizim të përgjithshëm të medias, duke ndikuar kështu në cilësinë e përmbajtjes. Problemet në përmbajtjen e medias janë po ashtu të lidhura thellësisht me varësinë ekonomike të medias dhe modelin e pronësisë së tyre. Shpërndarja e medias së shkruar kontrollohet nga pak aktorë dhe ka një prirje për përqendrim të medias, ndonëse jo serioz. Edhe pse transparenca e pronësisë së medias mund të duket e përmirësuar, mënyrat për të ditur pronarët realë dhe funksionimin e tregut të medias janë ende të mjegullta. Transparenca për tregun e reklamës, audiencën, dhe tirazhin thuajse nuk ekziston, duke çuar në një mënyrë krejt kaotike dhe arbitrare të funksionimit të tregut. Deri tani, rregullatorët, institucionet publike, media, dhe të tjerë aktorë përkatës nuk kanë qenë të interesuar për të hedhur dritë dhe përmirësuar këtë skemë varësie. Për pasojë, ndërkohë që transparenca e funksionimit të medias mbetet e ulët, pavarësia e medias vuan në mënyrë të pashmangshme.

Media shqiptare ka përparuar në përpjekjet e saj për të ofruar shanse të barabarta për pakicat dhe grupet e margjinalizuara. Megjithatë, duke qenë të përqendruara shumë te jeta publike, mbulimi i tyre po ashtu kufizohet kryesisht te përfaqësuesit e grupeve të shumicës.

Debati mbi autoritetin rregullator të medias audiovizive dhe strukturën drejtuese të transmetuesit publik ka qenë një burim i vazhdueshëm lufte politike. Me Ligjin e ri për Median Audiovizive, miratuar në vitin 2013, të dy krahët politikë nuk binin dot në një mendje për formulën specifike të emërimit të anëtarëve në këto organe. Për rrjedhojë, dyshimet për përkatësinë politike të anëtarëve të këtyre këshillave mbeten të pazgjidhura. Gjithashtu, meqenëse funksionimi normal i përditshëm varet nga vullneti politik, emërimet në këto organe kanë qenë përdorur shpesh së pari për pushtet politik ndërsa ngritja e rregullatorëve që ofrojnë udhëzime për zhvillimin e medias në sektor ka dalë në plan të dytë.

Transmetuesi publik e ka gjetur veten në një situatë të ngjashme. Mungesa e eficiencës në grumbullimin e pagesave të licensës dhe rënia e financimit

nga buxheti shtetëror ka vendosur presion financiar mbi transmetuesin, duke ngadalësuar kështu edhe përgatitjet për kalimin dixhital. Ndërkohë, transmetuesit publik në përgjithësi i mungon mbështetja e publikut për shkak të problemeve të vazhdueshme me pavarësinë e informacionit të tij, i cili ka favorizuar qartazi shumicën qeverisëse. Vullneti politik për ta transformuar në një transmetues të mirëfilltë publik ka munguar.

Për sa i përket standardeve profesionale në median shqiptare, panelistët identifikuan mungesën e solidaritetit dhe performancën e dobët në organizim në nismat vetërregulluese të medias si tregues të aktivizmit të ulët mes komunitetit mediatik. Përballë marrëdhënieve problematike të punës, respektimi i etikës dhe organizimi i organeve profesionale është renditur mjaft ulët në listën e prioriteteve të gazetarëve. Ndërhyrja politike dhe ekonomike, përkrah autocensurës, janë mes faktorëve kryesorë që i japin formë përmbajtjes në media. Teksa Unioni i Gazetarëve Shqiptarë ka qenë më aktiv për mbrojtjen e të drejtave të gazetarëve, organizimi i gjithanshëm i gazetarëve mbetet mjaft i ulët, duke çuar në autocensurë të theksuar si mënyrë "pajtimi" me profesionalizmin.

Nga ky diskutim doli qartë që media përballet me presione si të jashtme ashtu edhe të brendshme, të cilat ndikojnë pavarësinë e cilësinë e saj si dhe mbrojtjen e interesit publik nga ana e saj. Megjithatë, pavarësisht këtyre prirje negative të rrënjosura, panelistët ishin në një mendje që media përfaqëson një "pjesë progresive të shoqërisë."

SEKTORI 1:

Liria e shprehjes, përfshi lirinë e medias, mbrohet dhe promovohet në mënyrë të efektshme

Liria e shprehjes, përfshi lirinë e medias, mbrohet dhe promovohet në mënyrë të efektshme.

1.1 Liria e shprehjes, përfshi lirinë e medias, është e garantuar në kushtetutë dhe e mbështetur edhe prej ligjeve të tjera.

Kushtetuta e Shqipërisë, e miratuar në vitin 1998, pohon se Shqipëria është një demokraci parlamentare. Liria e shprehjes dhe e drejta e aksesit në informacion zyrtar përfshihen si të drejta dhe liri personale. Në mënyrë më specifike, Neni 22 i Kushtetutës pohon:

(1) Liria e shprehjes është e garantuar.
(2) Liria e shtypit, e radios dhe e televizionit është e garantuar.
(3) Ndalohet censura paraprake e mjeteve të komunikimit.
(4) Ligji mund të kërkojë dhënien e autorizimit për funksionimin e stacioneve të radios ose të televizionit.[1]

Përveç kësaj, Neni 23 i Kushtetutës garanton të drejtën e aksesit në dokumente zyrtare:

(1) E drejta e informimit është e garantuar.
(2) Kushdo ka të drejtën, në përputhje me ligjin, të marrë informacion mbi veprimtarinë e organeve shtetërore, si dhe të personave që ushtrojnë funksione shtetërore.
(3) Kujtdo i jepet mundësia të ndjekë mbledhjet e organeve të zgjedhura kolektive. [2]

Po ashtu, Shqipëria ka ratifikuar Konventën Evropiane për Mbrojtjen e Të Drejtave dhe Lirive Themelore të Njeriut në vitin 1996, duke e bërë një pjesë të rëndësishme të kuadrit statutor mbi lirinë e medias në Shqipëri. Sipas Nenit 5 të Kushtetutës, Shqipëria i përmbahet jurisprudencës ndërkombëtare në përputhje me detyrimet e saj, çka do të thotë se Konventa bëhet automatikisht pjesë e legjislacionit shqiptar. Neni 10 i Konventës Evropiane për Mbrojtjen e Të Drejtave dhe Lirive Themelore mbron të drejtën për lirinë e shprehjes.

1. Kushtetuta e Shqipërisë, 1998.
2. Ibid.

Edhe ligje të tjera specifike për median garantojnë lirinë e shprehjes, si për shembull Ligji për Shtypin dhe Ligji për Median Audio-vizive. Ligji për Shtypin deklaron: "Shtypi është i lirë. Liria e shtypit mbrohet me ligj."[3] Për më tepër, Neni 4 i Ligjit mbi Median Audiovizive[4] e rendit lirinë e shprehjes dhe lirinë e operatorëve audiovizivë mediatikë mes parimeve themelore të transmetimit audioviziv:

(1) Veprimtaria e transmetimit audioviziv ndiqet në bazë të parimeve të mëposhtme:
a) Veprimtaria audiovizive është e lirë.

(2) Operatorët e shërbimeve audiovizive gjatë ushtrimit të veprimtarisë së tyre udhëhiqen edhe nga parimet e mëposhtme:
a) Garantimi i lirisë së shprehjes.
b) Garantimi i së drejtës për informim.

Në fillim të vitit 2012, Shqipëria adoptoi reforma të gjithanshme të ligjeve të saj për shpifjen penale dhe civile, duke i sjellë shumë më pranë standardeve demokratike evropiane. Burimet mbrohen dhe gazetarët nuk detyrohen të zbulojnë konfidencialitetin e tyre. Aksesi në dokumentet zyrtare po ashtu garantohet me ligj. "Kushdo ka të drejtë të kërkojë informacion mbi dokumentet zyrtare, të cilat kanë lidhje me veprimtarinë e organeve shtetërore dhe personave që ushtrojnë funksione shtetërore, pa qenë i detyruar të shpjegojë motivet."[5]

Në përgjithësi, legjislacioni e garanton lirinë e shprehjes, përfshi lirinë e medias, në mënyrë të kënaqshme. Megjithatë, në praktikë, zbatimi i legjislacionit ka nevojë të përmirësohet, si lidhur me respektimin e përgjithshëm të këtyre ligjeve nga institucionet shtetërore dhe publike, ashtu edhe në ndjekjen e këtyre parimeve të lirisë së shprehjes nga praktika gjyqësore.

Rezultatet:

Rezultatet individuale:

1	Vendi nuk e përmbush treguesin										
2	Vendi përmbush vetëm pak aspekte të treguesit										
3	Vendi përmbush disa aspekte të treguesit										
4	Vendi përmbush shumicën e aspekteve të treguesit		✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓
5	Vendi përmbush të gjitha aspektet e treguesit	✓							✓		

Rezultati mesatar: 4.2

3. Ligj nr.8239, "Mbi Shtypin," 1997.
4. Ligj për Median Audiovizive 97/2013.
5. Ligji nr.8503, 1999, Neni 3.

1.2 E drejta e lirisë së shprehjes ushtrohet dhe qytetarët, përfshi gazetarët, i ushtrojnë të drejtat e tyre pa pasur frikë.

Gazetarët dhe qytetarët e ushtrojnë të drejtën e tyre për lirinë e shprehjes, por jo pa kufizime. Numri i madh i organizatave të medias dhe fakti që media që duket të jetë më pranë opozitës ekziston dhe është relativisht e fortë është tregues i pranisë së lirisë së medias. Gjithashtu, incidentet që përfshijnë sulme fizike kundër gazetarëve nga persona shtetërorë apo privatë janë ngjarje të izoluara më shumë se sa një prirje e dallueshme.

Formalisht censura ndalohet me ligj dhe nuk praktikohet. Megjithatë, ekziston një trysni e përhershme nga elitat në pushtet si mbi median private ashtu edhe atë publike. Ky presion ka çuar gjithashtu në autocensurë të përhapur gjerësisht mes gazetarëve dhe organeve të medias. “Secili organ mediatik ka një linjë të caktuar editoriale, më pranë një krahu të caktuar politik. Kjo linjë përcakton edhe kufirin e padukshëm për gazetarët lidhur me atë që mund të thonë apo të mos thonë”, u shpreh një prej panelistëve.

Situata e lirisë së shprehjes për qytetarët nuk ka ndonjë ndryshim thelbësor krahasuar me më sipër. “Fakti që denoncimet mbi kundravajtjet e administratës publike kryhen nga punonjës që janë pushuar nga puna tregon se ekziston frika për të ngritur zërin kundër kundravajtjeve mes adminsitratës publike dhe qytetarëve,” vërejti një prej panelistëve. Ky problem bëhet edhe më i theksuar në periudhat e fushatave zgjedhore. Ndonëse ekziston një ligj që mbron ata që ngrenë zërin për kundravajtjet, zor se vihet në zbatim ndonjëherë, çka i shkurajon punonjësit civilë të ngrenë zërin për raste abuzimi ose kundravajtjesh.

Kërcënimet e fshehura ndaj gazetarëve nga autoritetet publike apo personat privatë ekzistojnë dhe janë një problem i mirëfilltë i lirisë së shprehjes. Situata është edhe më e vështirë në qytete të vogla e qyteza ku komunitetet janë të vogla, presioni është më i madh, dhe gazetarët kanë më pak mundësi për të mbrojtur veten.

Paneli vërejti efektin pozitiv të medias dhe rrjeteve sociale mbi lirinë e shprehjes, kohët e fundit. Shumë gazetarë dhe qytetarë i shprehin pikëpamjet e tyre pa hezitim në këto rrjete, ndryshe nga media tradicionale, ku gjejnë zbatim disa rregulla e kufizime të pashkruara.

Rezultatet:

Rezultatet individuale:

1	Vendi nuk e përmbush treguesin										
2	Vendi përmbush vetëm pak aspekte të treguesit	✓	✓		✓		✓			✓	
3	Vendi përmbush disa aspekte të treguesit			✓		✓		✓	✓		✓
4	Vendi përmbush shumicën e aspekteve të treguesit										
5	Vendi i përmbush të gjitha aspektet e treguesit.										

Rezultati mesatar: 2.5

1.3 Ekzistojnë ligje apo pjesë ligjesh që kufizojnë lirinë e shprehjes, të tilla si sekrete të tepruara shtetërore apo akte për shpifjen, apo ligje që ndërhyjnë në mënyrë të paarsyeshme në përgjegjësitë e medias.

Shqipëria i reformoi dispozitat e saj për fyerjen dhe shpifjen në vitin 2012. Fyerja dhe shpifja ende konsiderohen kundravajtje dhe dënohen me gjobë në Kodin Penal. Dënimet me burgim u hoqën por shumat maksimale të gjobave u rritën në 3 milionë lekë (21,000 Euro). Amendamentet qartësuan se, për t'u shpallur fajtor për shpifje, i pandehuri duhej të kishte vepruar "me dijeni të falsitetit" të shprehjeve përgojuese. Ky konsiderohet një nivel mjaft i lartë për prokurorinë, nëse zbatohen siç duhet nga gjykatat. Dispozitat e reja po ashtu përcaktuan njëmbëdhjetë faktorë specifikë dhe jo shterues për t'u marrë parasysh nga gjykatat në përcaktimin e përgjegjësisë.

Për sa i përket shumës së kompensimit që akordohet, gjykatave iu kërkohet të konsiderojnë një mekanizëm dëmi proporcional dhe të shqyrtojnë nëse kompensimi "mund të përkeqësojë thelbësisht kushtet financiare" të të pandehurit. Kjo do të zbatohej, për shembull, aty ku gjobat e larta do të çonin në falimentimin e një organi të vogël mediatik. Ndonëse amendamentet për këto dispozita konsiderohen shumë të mira, zbatimi i duhur i neneve nga gjyqësori, pa trajnimin përkatës, vihet në pikëpyetje. Gjithashtu, një prirje shqetësuese është që "kur shqyrtohen kundravajtjet ndaj emrit të dikujt, gjykatësit kanë prirjen të vendosin gjobën maksimale dhe të vlerësojnë nderin më shumë se sa lirinë e shprehjes, çka është në kundravajtje të praktikës dhe standardeve të Gjykatës Evropiane të Të Drejtave të Njeriut," tha një prej panelistëve.

As Shqipëria nuk i ka shpëtuar prirjes globale aktuale për të kufizuar lirinë e shprehjes në emër të përpjekjeve anti-terrorizëm apo ligjeve që mbrojnë privatësinë. Ligji për Mbrojtjen e të Dhënave Personale[6] u amendua në vitin 2008, duke rritur kriteret e mbrojtjes por edhe duke përkufizuar sanksione për shkeljet. Gjithashtu, në vitin 2006, një nivel shtesë i klasifikimit të informacionit të konsideruar sekret shtetëror iu shtua tri niveleve ekzistuese të klasifikimit, në emër të kërkesave për sigurinë në kuadrin e anëtarësimit në NATO.

Rezultatet:

Rezultatet individuale:

1	Vendi nuk e përmbush treguesin										
2	Vendi përmbush vetëm pak aspekte të treguesit										
3	Vendi përmbush disa aspekte të treguesit	✓		✓		✓		✓			✓
4	Vendi përmbush shumicën e aspekteve të treguesit		✓				✓		✓	✓	
5	Vendi përmbush të gjitha aspektet e treguesit				✓						

Rezultati mesatar: **3.6**

1.4 Qeveria bën çdo përpjekje për të respektuar instrumentet rajonale dhe ndërkombëtare për lirinë e shprehjes dhe lirinë e medias.

Për sa u përket amendamenteve legjislative, ka pasur përpjekje domethënëse për të respektuar instrumentet rajonale dhe ndërkombëtare për lirinë e shprehjes edhe pse ka ende mangësi të pranishme. Amendamentet më të fundit për dispozitat për fyerjen dhe shpifjen dhe miratimi i legjislacionit të ri për median audiovizive shihen si përpjekje përgjithësisht pozitive.

Megjithatë, kur vjen fjala për zbatimin e këtyre ligjeve dhe respektimin e instrumenteve ndërkombëtare, përpjekjet janë minimale. Ndikimi i drejtpërdrejtë i qeverisë shihet në politikën editoriale të transmetuesit publik. Shpërndarja preferenciale e reklamave shtetërore për mediat pranë qeverisë po ashtu ka qenë një prirje shqetësuese që ndikon në pavarësinë editoriale dhe lirinë e medias. Panelistët po ashtu vërejtën që ndonëse ka raste të shkarkimeve masive të gazetarëve, qeveria nuk vepron për të garantuar një mjedis të sigurt mediatik dhe për të zbatuar Kodin e Punës, duke shtuar kështu klimën e frikës dhe autocensurës mes gazetarëve.

6. Ligji për Mbrojtjen e të Dhënave Personale, nr.9887, 2008.

Rezultatet:

Rezultatet individuale:

1	Vendi nuk e përmbush treguesin										
2	Vendi përmbush vetëm pak aspekte të treguesit	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓
3	Vendi përmbush disa aspekte të treguesit						✓				
4	Vendi përmbush shumicën e aspekteve të treguesit										
5	Vendi përmbush të gjitha aspektet e treguesit										

Rezultati mesatar: 2.1

1.5 Shtypi nuk është i detyruar të marrë leje për botim nga autoritetet shtetërore.

Organet e shtypura nuk kanë nevojë të marrin leje të posaçme nga autoritetet shtetërore për t'u botuar në Shqipëri.

Rezultatet:

Rezultatet individuale:

1	Vendi nuk e përmbush treguesin										
2	Vendi përmbush vetëm pak aspekte të treguesit										
3	Vendi përmbush disa aspekte të treguesit										
4	Vendi përmbush shumicën e aspekteve të treguesit										
5	Vendi përmbush të gjitha aspektet e treguesit	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

Rezultati mesatar: 5

1.6 Hyrja në profesionin e gazetarisë dhe ushtrimi i tij nuk kufizohen me ligj.

Nuk ekzistojnë kufizime ligjore apo kërkesa të posaçme ligjore për të ushtruar profesionin e gazetarit.

Rezultatet:

Rezultatet individuale:

1	Vendi nuk përmbush treguesin										
2	Vendi përmbush vetëm pak aspekte të treguesit										
3	Vendi përmbush disa aspekte të treguesit										
4	Vendi përmbush shumicën e aspekteve të treguesit										
5	Vendi përmbush të gjitha aspektet e treguesit	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

Rezultati mesatar: 5

1.7 Burimet konfidenciale të informacionit mbrohen me ligj dhe/ose nga gjykata.

Mbrojtja e burimeve konfidenciale të informacionit është një prej parimeve drejtuese për operatorët e medias audiovizive, sipas rregullimeve të Ligjit për Median Audiovizive.[7] Gjithashtu, Neni 159 i Kodit të Procedurës Penale[8] përfshin edhe gazetarët mes profesioneve që nuk janë të detyruar të zbulojnë burimet e tyre të informacionit, të cilat konsiderohen sekrete profesionale. Megjithatë, është në diskrecionin e gjykatës që të përcaktojë nëse të dhënat janë prova thelbësore dhe paskëtaj, gjykata mund t'i urdhërojë gazetarët t'i zbulojnë burimet e tyre.

Ndonëse gjykatat nuk janë të mbushura me çështje që t'i kenë detyruar gazetarët të zbulojnë burimet e tyre, kjo është parë të ndodhë në praktikë. "Ka pasur disa raste kur gjykatat i kanë kërkuar kryeredaktorit të gazetës ku kam punuar që të zbulonte burimet, por pas refuzimit tonë, gjykatat nuk kanë këmbëngulur," tha një prej panelistëve. Megjithatë, kjo do të thotë se varet nga gjykata që të vendosë për çështjen, çka mund të jetë diçka e dëmshme për mbrojtjen e burimeve.

7. Ligji 97/2013, Neni 4.
8. Kodi i Procedurës Penale, 2012, Neni 159.

Rezultatet:

Rezultatet individuale:

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Vendi nuk e përmbush treguesin										
2	Vendi përmbush vetëm pak aspekte të treguesit										
3	Vendi përmbush disa aspekte të treguesit		✓	✓		✓		✓	✓		✓
4	Vendi përmbush shumicën e aspekteve të treguesit	✓			✓		✓			✓	
5	Vendi përmbush të gjitha aspektet e treguesit										

Rezultati mesatar: 3.4

1.8 Informacioni publik merret lehtësisht dhe garantohet me ligj për të gjithë shtetasit.

Legjislacioni shqiptar garanton të drejtën për akses në dokumentet zyrtare, si në Kushtetutë ashtu edhe në Ligjin për Aksesin në Dokumentet Zyrtare.[9] Sipas këtij ligji "cilido ka të drejtë, me kërkesën e tij, që të marrë informacion mbi një dokument zyrtar pa qenë i detyruar të shpjegojë arsyet e kësaj kërkese." Nga aksesi përjashtohen ato dokumente që klasifikohen mbi bazën e ligjeve të tjera (të tilla si Ligji mbi Sekretet Shtetërore apo Ligji mbi Mbrojtjen e të Dhënave Personale), por në rast mohimi, autoriteti publik duhet të paraqesë një shpjegim me shkrim për rastet e refuzimit. Një çështje e ndjeshme në këtë ligj ka qenë ajo e afateve ligjore, të cilat mund të shkojnë deri në 40 ditë.

Ka një nismë në proces për të paraqitur një ligj të ri, i cili do të zgjeronte informacionin në dispozicion të shtetasve dhe do t'i detyronte institucionet të ndërmerrnin një përqasje më proaktive në ofrimin e informacionit për qytetarët. Nisma ka lindur nga probleme të shumta të vërejtura në terren me zbatimin e ligjit. Sipas një testi të zhvilluar nga Instituti Shqiptar i Medias, nga çdo 10 kërkesa, vetëm gjashtë merrnin informacion. Ndërkohë që autoritetet zyrtare ishin më të prirura t'u përgjigjeshin gazetarëve, për qytetarët ishte mjaft më e vështirë ta merrnin informacionin. Përveç vullnetit të përgjithshëm për bashkëpunim nga institucionet, këtyre iu mungon edhe kapaciteti dhe infrastruktura për të trajtuar kërkesat për informacion.

Mentaliteti i përgjithshëm se informacioni i përket shtetit dhe jo publikut mbizotëron në institucionet shtetërore dhe publike. Përdorimi selektiv i përpjekjeve për transparencë është një tjetër problem. "Vetë qeveria i fsheh

9 Law no.8503, 1999.

vendimet e veta, duke shmangur botimin e vendimeve që konsiderohen delikate," u shpreh një nga panelistët. Edhe kur gazetarët e marrin informacionin, ky shpesh filtrohet nga administrata, duke lënë jashtë informacion që nuk duan të mësohet nga publiku. Është bërë përparim lidhur me botimin e vendimeve të gjykatave, të cilat publikohen online.

Rezultatet:

Rezultatet individuale:

1	Vendi nuk e përmbush treguesin										
2	Vendi përmbush vetëm pak aspekte të treguesit	✓	✓	✓		✓		✓	✓	✓	✓
3	Vendi përmbush disa aspekte të treguesit				✓		✓				
4	Vendi përmbush shumicën e aspekteve të treguesit										
5	Vendi përmbush të gjitha aspektet e treguesit										

Rezultati mesatar: 2.2

1.9 Faqet e internetit dhe blogjet nuk kanë detyrim të regjistrohen pranë autoriteteve shtetërore apo të marrin leje prej tyre.

Portalet dhe blogjet në internet nuk kanë detyrim të regjistrohen dhe as nuk kanë nevojë të marrin ndonjë leje të posaçme nga autoritetet shtetërore. E vetmja mangësi që përmendet është që rregullatori i komunikimeve elektronike dhe postare, Autoriteti për Komunikimet Elektronike dhe Postare (AKEP) aktualisht është i vetmi që mund të autorizojë domenet me mbaresën .al, në vend që të lejohet çdo ofrues shërbimi interneti (ISP) që të lëshojë të tilla domene. Megjithatë, është e qartë që kjo është një çështje mirëfilli teknike që nuk ka pasoja mbi lirinë e shprehjes.

Rezultatet:

Rezultatet individuale:

1	Vendi nuk e përmbush treguesin										
2	Vendi përmbush vetëm pak aspekte të treguesit										
3	Vendi përmbush disa aspekte të treguesit										
4	Vendi përmbush shumicën e aspekteve të treguesit	✓						✓			
5	Vendi përmbush të gjitha aspektet e treguesit		✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓

Rezultati mesatar: 4.8

1.10 Shteti nuk përpiqet të bllokojë apo filtrojë përmbajtje në internet përveçse kur ligjet lejojnë kufizime që i shërbejnë një interesi legjitim, siç është e nevojshme në një shoqëri demokratike.

Aktualisht, nuk ka pasur përpjekje nga shteti për të bllokuar apo filtruar përmbajtje në internet, përveç ligjeve që kufizojnë përmbajtjen në emër të një interesi legjitim.

Rezultatet:

Rezultatet individuale:

1	Vendi nuk e përmbush treguesin										
2	Vendi përmbush vetëm pak aspekte të treguesit										
3	Vendi përmbush disa aspekte të treguesit										
4	Vendi përmbush shumicën e aspekteve të treguesit										
5	Vendi përmbush të gjitha aspektet e treguesit	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

Rezultati mesatar: 5

1.11 Shoqëria civile në përgjithësi dhe grupe lobimi të medias në mënyrë aktive çojnë përpara kauzën e lirisë së medias.

Ekzistojnë disa shoqata dhe organizata të gazetarëve në Shqipëri. Megjithatë, Unioni i Gazetarëve Shqiptarë duket të jetë më aktivi dhe i dukshmi për sa i përket të drejtave të gazetarëve. Komuniteti i gazetarëve konsiderohet mjaft pasiv, me pjesëmarrje të ulët në protesta që prekin drejtpërdrejt punën dhe të drejtat e tyre. Megjithatë, pjesëmarrësit vunë në dukje që si shoqëria civile ashtu edhe publiku janë në përgjithësi të dobët dhe pasivë, jo vetëm në lidhje me median, por edhe lidhur me të tjera çështje që prekin të gjithë popullsinë.

Përpos sindikatës, të tjera organizata të shoqërisë civile kanë qenë aktive në avancimin e lirisë së medias, sidomos në lidhje me formulimin dhe debatin mbi politikat për median. Kohët e fundit, rregullimet ligjore për fyerjen dhe shpifjen u dekriminalizuan pas një përpjekjeje dhe lobimi shtatëvjeçar nga një grup organizatash të shoqërisë civile. Po kështu, një grup organizatash po punon aktualisht për hartimin dhe po bën avokatinë për miratimin e një ligji të ri mbi lirinë e informimit.

Rezultatet:

Rezultatet individuale:

1	Vendi nuk e përmbush treguesin										
2	Vendi përmbush vetëm pak aspekte të treguesit										
3	Vendi përmbush disa aspekte të treguesit		✓	✓			✓				
4	Vendi përmbush shumicën e aspekteve të treguesit	✓			✓	✓		✓	✓	✓	✓
5	Vendi përmbush të gjitha aspektet e treguesit										

Rezultati mesatar: 3.7

1.12 Legjislacioni për median zhvillohet nëpërmjet këshillimeve frytdhënëse mes institucioneve shtetërore, qytetarëve dhe grupeve të interesit.

Ligjvënësit kanë kërkuar opinionet e grupeve të interesit në procesin e diskutimit dhe miratimit të ligjeve dhe amendamenteve të kohëve të fundit lidhur me median, ndërkohë që pjesëmarrja e qytetarëve nuk përbën një koncept të njohur në politikëbërje. Megjithatë, niveli në të cilin varianti përfundimtar i ligjeve pasqyron opinionet e aktorëve të konsultuar është e debatueshme. Pjesëmarrësit sollën si shembull amendamentet më të fundit në Kodin Zgjedhor, ku opinionet e aktorëve të konsultuar nuk ishin pjesë e draftit përfundimtar, çka dobëson kuptimin e procesit të konsultimit.
Gjithsesi, ka organizata të shoqërisë civile që kanë iniciuar dhe lobuar për ndryshime në legjislacionin për median, të tilla si ato në lidhje me fyerjen dhe aksesin në informacion, në bashkëpunim me institucionet shtetërore dhe grupe të tjera interesi.

Rezultatet:

Rezultatet individuale:

1	Vendi nuk e përmbush treguesin										
2	Vendi përmbush vetëm pak aspekte të treguesit										✓
3	Vendi përmbush disa aspekte të treguesit			✓		✓			✓		
4	Vendi përmbush shumicën e aspekteve të treguesit	✓	✓		✓		✓	✓		✓	
5	Vendi përmbush të gjitha aspektet e treguesit										

Rezultati mesatar: 3.5

Rezultati mesatar për Sektorin 1: 3.8

SEKTORI 2:

Peizazhi mediatik, përfshi mediat e reja, karakterizohet nga diversiteti, pavarësia dhe qëndrueshmëria.

Peisazhi mediatik, përfshi mediat e reja, karakterizohet nga diversiteti, pavarësia dhe qëndrueshmëria.

2.1 Një gamë e gjerë burimesh informacioni (media e shkruar, media elektronike, interneti, telefonat celularë) është e aksesueshme dhe e përballueshme për qytetarët.

Media e shkruar

Nuk ekzistojnë të dhëna zyrtare mbi tirazhin e medias së shkruar në Shqipëri. Ekzistojnë më shumë se 20 gazeta të përditshme, si të një natyre të përgjithshme ashtu edhe tematike, si p.sh. ato sportive. Besohet se vetëm pak gazeta arrijnë një audiencë domethënëse, ndërkohë që pjesa tjetër shesin vetëm pak kopje. Ekziston edhe një gamë gazetash dhe revistash që kanë në qendër argëtimin. Revistat e përgjithshme ose politike janë të pakta dhe kanë luftuar për të mbijetuar në treg.

Media elektronike

Sipas Autoritetit të Medias Audiovizive, ekzistojnë 56 stacione radiofonike me licensë lokale dhe dy radio me licensë kombëtare. Për më tepër, 71 televizione kanë licensë lokale, ndërsa dy prej tyre kanë licensë kombëtare. Përveç këtyre, ekzistojnë 83 stacione kabllore që funksionojnë në të gjithë territorin. Ndërkohë, radioja publike administron dy programe kombëtare, si dhe programe drejtuar bashkatdhetarëve. Televizioni publik administron dy programe kombëtare dhe po përgatitet për të kaluar në transmetime dixhitale. Ndërkohë, ai ka filluar transmetimin e pesë kanaleve tematike.

Interneti

Përhapja e internetit ka qenë një proces shumë gradual, me përmirësime domethënëse vitet e fundit. Sipas Autoritetit për Komunikacionet Elektronike dhe Postare, rreth 215,000 pajtimtarë kishin akses në internetin me bandë të gjerë në vitin 2012, ndërkohë që 1.4 milionë pajtimtarë aksesuan internetin përmes telefonit të tyre celular. [10] Numri i pajtimtarëve me lidhje me bandë të

10. Shih *Tregues statistikorë dhe financiarë të tregut elektronik dhe postar 2012,* nga AKEP në adresën: http://akep.al/images/stories/AKEP/statistika/TREGUESIT-STATISTIKORE-2012-090713.pdf

gjerë ishte 7.6% e popullsisë në vitin 2012. Numri i pajtimtarëve me lidhje me bandë të gjerë nëpërmjet telefonave smart u rrit në mënyrë të konsiderueshme në vitin 2012 në 594,000 krahasuar me 248,000 në vitin 2011. Ndërkohë që tarifat për lidhjet e internetit kanë qenë përgjithësisht të larta, gjatë vitit të fundit u konsideruan mesatare dhe të përballueshme në rajon.

Konteksti i përgjithshëm tregon që ekziston një shumëllojshmëri e pasur burimesh informacioni. Nuk ka probleme për të aksesuar këto burime dhe kostot konsiderohen përgjithësisht të përballueshme. “Ka një ofertë bujare burimesh informacioni, nga të gjitha llojet e medias. Edhe zonat më të largëta dhe më të varfra të Shqipërisë marrin sinjal televiziv, kanë TV kabllor dhe mund të aksesojnë lajmet online,” vërejti një prej panelistëve.

Ndërkohë që aksesi në një ofertë të pasur burimesh informacioni është përmirësuar qëndrueshëm dhe nuk diskutohet, cilësia e përmbajtjes është e debatueshme. Cilësia e medias së shkruar në veçanti është përkeqësuar, nën peshën e krizës financiare dhe mungesave të vazhdueshme të personelit. Në përgjithësi, mediat janë të ndara dhe politikat e tyre editoriale ndikohen nga presioni politik dhe ekonomik, gjë që lë gjurmë në cilësinë e informacionit.

Rezultati:

Rezultati individual:

1	Vendi nuk e përmbush treguesin										
2	Vendi përmbush vetëm pak aspekte të treguesit										
3	Vendi përmbush disa aspekte të treguesit										
4	Vendi përmbush shumicën e aspekteve të treguesit	✓		✓	✓		✓		✓	✓	
5	Vendi përmbush të gjitha aspektet e treguesit		✓			✓		✓			✓

Rezultati mesatar: 4.4

2.2 Aksesi i qytetarëve në burimet e medias vendase dhe ndërkombëtare nuk kufizohet nga autoritetet shtetërore.

Shteti nuk kufizon aksesin e qytetarëve në asnjë burim mediatik vendas apo ndërkombëtar.

Rezultati:

Rezultati individual:

1	Vendi nuk e përmbush treguesin										
2	Vendi përmbush vetëm pak aspekte të treguesit										
3	Vendi përmbush disa aspekte të treguesit										
4	Vendi përmbush shumicën e aspekteve të treguesit										
5	Vendi përmbush të gjitha aspektet e treguesit	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

Rezultati mesatar: 5

2.3 Kryhen përpjekje për të rritur përhapjen e tirazhit të medias së shkruar, sidomos në komunitetet rurale.

Nuk ka përpjekje për të rritur nivelin e tirazhit të medias së shkruar. “Ky është një prej sistemeve më të dobëta të medias shqiptare; ekzistojnë prirje monopoliste dhe sistemi zor se është përmirësuar me kalimin e viteve,” tha një prej panelistëve. Problemi i shpërndarjes ka ekzistuar prej vitit 1992 dhe është bërë shumë pak për ta përmirësuar atë, duke arritur pak sukses. Gjithashtu, media është duke investuar dhe duke u përqendruar gjithnjë e më shumë në kryeqytet, ndërkohë që qytete të tjera dhe sidomos komunitetet rurale nuk marrin vëmendje.

Rezultati:

Rezultati individual:

1	Vendi nuk e përmbush treguesin		✓	✓				✓			
2	Vendi përmbush vetëm pak aspekte të treguesit	✓			✓	✓	✓		✓	✓	✓
3	Vendi përmbush disa aspekte të treguesit										
4	Vendi përmbush shumicën e aspekteve të treguesit										
5	Vendi përmbush të gjitha aspektet e treguesit										

Rezultati mesatar: 1.7

2.4 Pavarësia editoriale medias së shkruar që botohet nga një autoritet publik mbrohet në masën e duhur nga ndërhyrjet politike pa vend.

Ky tregues nuk është i zbatueshëm sepse nuk ka media të shkruar në pronësi shtetërore në Shqipëri.

2.5 Legjislacioni/rregullimi i duhur i konkurrencës përpiqet të parandalojë përqendrimin dhe monopolet mediatike.

Ligji për Mbrojtjen e Konkurrencës rregullon të gjithë tregun shqiptar, ndërkohë që Ligji për Median Audiovizive përcakton kufij dhe kritere specifike për pronësinë e medias.[11] Sipas këtyre kritereve, kufiri i aksioneve të pronësisë në një media me licensë kombëtare është 40 përqind, si për personat fizikë ashtu edhe personat juridikë. Një person a kompani që ka aksione në një kompani me licensë kombëtare nuk mund të zotërojë më shumë se 20% të aksioneve në një kompani të dytë, e cila mban një licensë kombëtare. Një person i tillë nuk mund të mbajë një licensë lokale apo rajonale. Një person fizik apo juridik nuk mund të zotërojë më shumë se dy licensa lokale apo rajonale, me kusht që të jenë të një natyre të ndryshme, pra licensë audio dhe licensë audiovizive. Zotërimi i dy licensave lokale apo rajonale të të njëjtit lloj lejohet, me kusht që kufiri i aksioneve të jetë 40% dhe 20% në secilën licensë përkatësisht. Gjithashtu, pronarët e licensave kombëtare nuk mund të transmetojnë më shumë se sa 30% të tregut total të reklamave.

Rregullat e pronësisë janë kufizuar paksa me ligjin e ri. Ndërkohë që kriteret ligjore konsiderohen të mjaftueshme për të parandaluar përqendrimin e medias, në praktikë, këto kërkesa ligjore janë të vështira për t'u zbatuar dhe monitoruar. Për më tepër, kufizimet e ndërpronësisë në median e shkruar nuk ekzistojnë. Gjithashtu, në të kaluarën, ka pasur spekulime të përhershme lidhur me pronësinë e fshehur dhe mënyrat për të anashkaluar kufizimet ligjore për pronësinë e medias. Kufiri i tregut të reklamës gjithashtu paraqet sfida në zbatim, duke pasur parasysh mungesën e transparencës së tregut të reklamës në përgjithësi.

11. Ligji 97/2013, Neni.62.

Rezultati:

Rezultati individual:

1	Vendi nuk e përmbush treguesin		✓								
2	Vendi përmbush vetëm pak aspekte të treguesit										
3	Vendi përmbush disa aspekte të treguesit	✓		✓	✓		✓			✓	✓
4	Vendi përmbush shumicën e aspekteve të treguesit					✓		✓	✓		
5	Vendi përmbush të gjitha aspektet e treguesit										

Rezultati mesatar: 3.1

2.6 Qeveria nxit një peizazh të larmishëm me media ekonomikisht të qëndrueshme dhe të pavarura.

Qeveria nuk ka ndërmarrë ndonjë masë të posaçme për të promovuar qëndrueshmërinë ekonomike dhe pavarësinë e organeve të medias. Nuk është miratuar ndonjë politikë e caktuar për të ndihmuar diversitetin për median. “Ndërkohë që qeveria nuk i kundërshton të tilla masa në parim, ajo s’ka bërë asgjë për të lehtësuar situatën e peizazhit mediatik në praktikë,” vërejti një prej panelistëve. Veçanërisht mediat lokale dhe të pakicave vuajnë nga vështirësitë ekonomike, duke pasur parasysh burimet më të pakta që kanë në dispozicion.

Gjithashtu, panelistët vërejtën se ekzistojnë procedura të padrejta dhe jotransparente në ndarjen e reklamave dhe njoftimeve shtetërore. Kjo tregon se nuk ka mundësi të barabarta për të mbështetur peizazhin mediatik, ku media pro-qeveritare favorizohet në kurriz të mediave të tjera.

Rezultati:

Rezultati individual:

1	Vendi nuk e përmbush treguesin	✓									
2	Vendi përmbush vetëm pak aspekte të treguesit			✓			✓				
3	Vendi përmbush disa aspekte të treguesit		✓		✓	✓		✓	✓	✓	✓
4	Vendi përmbush shumicën e aspekteve të treguesit										
5	Vendi përmbush të gjitha aspektet e treguesit										

Rezultati mesatar: 2.6

2.7 Të gjitha mediat pasqyrojnë në mënyrë të drejtë si zërat e femrave ashtu dhe të meshkujve.

Mungojnë statistika dhe analiza të hollësishme të përmbajtjes lidhur me pasqyrimin e zërave të femrave dhe meshkujve, si nga organizatat e medias ashtu edhe nga aktivistët e të drejtave të njeriut. Çështjet gjinore janë një problem i përhershëm shoqëror dhe si të tilla trajtohen shpesh nga media. Në përgjithësi, mbulimi kufizohet te raportimi për krimet, ndonëse këto çështje janë bërë pjesë e një debati publik më të gjerë vitet e fundit.

Ekspertët prireshin të arrinin në përfundimin se ndonëse nuk ka diskriminim aktiv të organeve të medias, meshkujt gjithmonë mbizotërojnë në media dhe në debatin publik. Kjo prirje është e lidhur drejtpërdrejt edhe me praninë më të ulët të femrave në jetën publike më shumë se sa me ndonjë politikë të qëllimshme diskriminuese nga ana e medias.

Rezultati:

Rezultati individual:

1	Vendi nuk e përmbush treguesin										
2	Vendi përmbush vetëm pak aspekte të treguesit										
3	Vendi përmbush disa aspekte të treguesit		✓				✓		✓		✓
4	Vendi përmbush shumicën e aspekteve të treguesit	✓			✓			✓			
5	Vendi përmbush të gjitha aspektet e treguesit			✓		✓				✓	

Rezultati mesatar: 3.9

2.8 Të gjitha mediat pasqyrojnë në mënyrë të ndershme zërat e shoqërisë në diversitetin e saj etnik, gjuhësor, fetar, politik dhe social.

Mbulimi mediatik është përmirësuar gradualisht për të pasqyruar zërat e shumëllojshmërisë etnike, fetare apo sociale. Krahasuar me disa vite më parë, ka më shumë vëmendje dhe diversitet në media për sa i përket grupeve të mbuluara. "Mbulimi i komunitetit LGBT ka ndryshuar në mënyrë domethënëse në gazeta krahasuar me pak vite më parë dhe duket se është më pozitiv, falë edhe lobimit nga ky komunitet," tha një prej panelistëve. Degët lokale të transmetuesit publik po ashtu kanë një segment të kohës së transmetimit në gjuhët e pakicave etnike që jetojnë në zonë.

Ndërkohë që përfaqësimi i zërave të ndryshëm të shoqërisë mund të konsiderohet i drejtë, barazia e mbulimit shpesh është stereotipike dhe e ndikuar nga faktorë politikë. “Pakicat etnike dhe bashkësitë fetare janë ende tema sensitive dhe shpesh ka anshmëri në raportim,” vërejti një panelist. Në përgjithësi, ekspertët ranë në një mendje se diversiteti i zërave nuk mungon, por për shkak të ndikimit nga politika dhe të tjerë faktorë, mbulimi nuk është i drejtë.

Rezultati:

Rezultati individual:

1	Vendi nuk e përmbush treguesin										
2	Vendi përmbush vetëm pak aspekte të treguesit										
3	Vendi përmbush disa aspekte të treguesit		✓		✓		✓		✓		
4	Vendi përmbush shumicën e aspekteve të treguesit	✓		✓		✓		✓			✓
5	Vendi përmbush të gjitha aspektet e treguesit									✓	

Rezultati mesatar: 3.7

2.9 Vendi ka një politikë të arsyeshme TIK ose qeveria zbaton masa promovuese, të cilat synojnë të përmbushin nevojat e qytetarëve, përfshi komunitetet e margjinalizuara, për informacion.

Vendi ka adoptuar Strategjinë Ndër-Sektoriale për Shoqërinë e Informacionit 2008-2013. Ministria për Inovacion dhe TIK ka bashkërenduar dhe zbatuar projekte të ndryshme, të tilla si e-government dhe e-business, sidomos në lidhje me rrjetet qeveritare. Panelistët ranë në një mendje se ndonëse ka pasur shumë propagandë lidhur me dixhitalizimin dhe teknologjitë e reja, gjithsesi përparimi në pesë vitet e fundit ka qenë i prekshëm. Ka një rritje domethënëse në aksesin në internet të popullsisë. Kostot e aksesit po ashtu janë bërë më të përballueshme.

Përgatitjet për kalimin dixhital kanë mbetur prapa ndonëse Strategjia u miratua në vitin 2012. Strategjia mundëson mbulimin e pjesshëm ose të plotë me dekodera për familjet me nevoja ekonomike.

Rezultati:

Rezultati individual:

1	Vendi nuk e përmbush treguesin										
2	Vendi përmbush vetëm pak aspekte të treguesit										
3	Vendi përmbush disa aspekte të treguesit						✓				
4	Vendi përmbush shumicën e aspekteve të treguesit	✓	✓		✓	✓		✓	✓		✓
5	Vendi përmbush të gjitha aspektet e treguesit			✓						✓	

Rezultati mesatar: 4.1

2.10 Qeveria nuk e përdor pushtetin e saj për shpërndarjen e reklamave si mjet për të ndërhyrë në përmbajtjen editoriale.

Kriteret e përdorura për shpërndarjen e reklamës shtetërore si dhe caktimi faktik i reklamave nuk kanë qenë procese transparente. Në tregun aktual mediatik, nuk ka të dhëna zyrtare dhe të certifikuara mbi tirazhin apo audiencën, çka çon në mundësi më të mëdha për të shpërndarë reklamën në mediat që nuk kanë prirjen të kritikojnë qeverinë pa pasur nevojën që vendimi të justifikohet. Në vitin 2012, ish-opozita botoi një numër rastesh kur ministritë kishin dhënë tendera dhe kishin shpërndarë reklama shtetërore vetëm për disa media, të cilat konsideroheshin si shumë pranë qeverisë.

Nuk ka të dhëna të qarta për një lidhje të drejtpërdrejtë midis reklamave shtetërore dhe ndikimit të qeverisë mbi politikën editoriale. Megjithatë, kjo varësi nga reklamat shtetërore si burim i rëndësishëm financimi, sigurisht që kufizon opsionet për lirinë e medias. Të gjithë panelistët ranë në një mendje se shpërndarja e reklamave ka qenë gjithmonë preferenciale dhe aspak transparente, duke shkaktuar efekte të pashmangshme mbi pavarësinë e medias.

Rezultati:

Rezultati individual:

1	Vendi nuk e përmbush treguesin	✓		✓	✓	✓		✓		✓	
2	Vendi përmbush vetëm pak aspekte të treguesit		✓				✓		✓		✓
3	Vendi përmbush disa aspekte të treguesit										
4	Vendi përmbush shumicën e aspekteve të treguesit										
5	Vendi përmbush të gjitha aspektet e treguesit										

Rezultati mesatar: 1.4

2.11 Tregu i reklamës është mjaftueshmërisht i madh për të mbështetur diversitetin e organeve të medias.

Nuk ka transparencë mbi të dhënat e reklamave për tregun mediatik. Nga ana e industrisë mediatike nuk ka pasur përpjekje të përbashkëta as për të matur audiencën dhe as për të botuar të dhëna mbi tregun e reklamës. Megjithatë, ndjesia e përgjithshme është që tregu i reklamës është mjaft i vogël dhe nuk mund të mbështesë numrin e madh të organeve të medias. Përmasat e tregut janë edhe më të dëmshme për diversitetin e medias, duke qenë se media e pakicave dhe mediat lokale shpesh janë ato që punojnë në kushte më të varfra dhe goditen më fort nga mungesa e reklamës.

Panelistët vërejtën që përveç përmasave të tregut të reklamës, ekzistojnë edhe praktika klienteliste në shpërndarjen e reklamave. Gazetat nuk i botojnë tirazhet dhe shitjet e tyre, ndërkohë që nuk ekzistojnë përpjekje publike dhe të certifikuara të matjes së audiencës. As industria mediatike dhe as aktorë të tjerë nuk kanë arritur të bashkohen në këtë drejtim. Për pasojë, prirjet e tregut të reklamës janë të panjohura dhe të pashpjeguara, kundrejt një sfondi ku mungon informacioni themelor mbi bazën e të cilit ndahet në mënyrë logjike torta e reklamës. Në këtë kontekst, "është e vështirë të flitet për treg të reklamës dhe qëndrueshmërinë e tij për organet e medias kur, në fakt, nuk ka treg mediatik, ose ku ky është tërësisht kaotik," vërejti një prej panelistëve.

Rezultati:

Rezultati individual:

1	Vendi nuk e përmbush treguesin		✓		✓				✓		✓
2	Vendi përmbush vetëm pak aspekte të treguesit	✓		✓		✓		✓		✓	
3	Vendi përmbush disa aspekte të treguesit						✓				
4	Vendi përmbush shumicën e aspekteve të treguesit										
5	Vendi përmbush të gjitha aspektet e treguesit										

Rezultati mesatar: 1.7

Rezultati Mesatar për Sektorin 2: 3.2

SEKTORI 3:

Rregullimi i transmetimeve është transparent dhe i pavarur; transmetuesi shtetëror është shndërruar në një transmetues të vërtetë publik

Rregullimi i transmetimeve është transparent dhe i pavarur; transmetuesi shtetëror është shndërruar në një transmetues vërtet publik.

3.1 Legjislacioni për transmetimet është miratuar dhe zbatuar duke siguruar një mjedis të favorshëm për transmetimet publike, komerciale, dhe komunitare.

Në Shqipëri ka qenë traditë që rregullimi i ka pasuar në vend që t'i paraprijë medias në terren. Stacioni i parë komercial televiziv lindi në vitin 1995, ndërkohë që ligji për median elektronike u miratua në vitin 1998 dhe autoriteti rregullator u ngrit vetëm në vitin 2000. Në mënyrë të ngjashme, multipleksi i parë dixhital filloi funksionimin në vitin 2004, në mungesë të ligjit përkatës. Aktualisht, ekzistojnë tre multipleksë, një Strategji për Kalimin në Transmetime Digjitale dhe Ligji për Median Audiovizive, por procesi i licensimit të multipleksеve ka qenë i ngadaltë.

Parlamenti miratoi në vitin 2013 Ligjin mbi Mediat Audiovizive, i cili zëvendësoi ligjin për transmetimet. Të dyja kahet politike ranë në një mendje mbi përmbajtjen e ligjit, me përjashtim të formulës për zgjedhjen e autoritetit rregullator dhe Këshillit Drejtues të transmetuesit publik. Ligji trajton aspekte që kanë munguar në rregullime të mëparshme, të tilla si licensat për transmetimet dixhitale, ngritjen e këshillave të shikuesve, një marrëdhënie më ndërvepruese me publikun dhe transmetuesin publik, etj. Gjithashtu, ligji trajton edhe licensimin e medias komunitare, diçka që mungonte në legjislacionin e mëparshëm.

Me miratimin e këtij ligji të ri, mjedisi ligjor për transmetimet konsiderohet përgjithësisht i kënaqshëm. Panelistët ranë në një mendje se sprova e vërtetë për legjislacionin do të jetë zbatimi i tij, i cili zakonisht përballet me sfida. Problemet e përgjithshme me zbatimin e ligjit kanë ndikuar edhe mbi rregullatorin dhe peizazhin mediatik. Operatorët shpesh vonohen në detyrimet kundrejt rregullatorit. Ekziston zaptimi i paligjshëm i frekuencave dhe të drejtat e transmetimit janë larg zbatimit. Gjithashtu, zbatimi i gjobave ndaj operatorëve është një procesi gjatë dhe i dobët, duke marrë parasysh mangësitë e përgjithshme me të cilat procesi përballet në vend. Të gjithë këta faktorë mund të ndikojnë mënyrën se si zbatohet legjislacioni në të ardhmen.

Rezultati:

Rezultati individual:

1	Vendi nuk e përmbush treguesin		✓	✓			✓			✓	
2	Vendi përmbush vetëm pak aspekte të treguesit	✓			✓	✓		✓			✓
3	Vendi përmbush disa aspekte të treguesit								✓		
4	Vendi përmbush shumicën e aspekteve të treguesit										
5	Vendi përmbush të gjitha aspektet e treguesit										

Rezultati mesatar: 4.4

3.2 Transmetimet rregullohen nga një organ i pavarur që mbrohet mjaftueshëm me ligj ndaj ndërhyrjeve, bordi i të cilit caktohet – në mënyrë të hapur – duke përfshirë shoqërinë civile dhe nuk dominohet nga ndonjë parti politike.

Sipas Ligjit për Median Audiovizive, organi rregullator për median audiovizive është Autoriteti për Median Audiovizive. Neni 8 deklaron që AMA përbëhet nga Kryetari, Zëvendës Kryetari dhe 5 anëtarë. Kriteret kualifikuese për të qenë anëtar i AMA-s kufizohen te qytetarët me jo më pak 10 vjet përvojë në fushën e medias, transmetimeve, përmbajtjes, teknologjisë mediatike, konkurrencës, zhvillimit të gjuhës shqipe, artit, grupeve në rrezik, ligjit, zhvillimit teknologjik, dhe mbrojtjes së konsumatorit. Nga anëtarësimi në AMA përjashtohen personat e mëposhtëm: [12]

- anëtarët e partive dhe shoqatave politike;
- kandidatët për deputetë ose deputetët në dy mandatet e fundit parlamentare;
- kandidatët për njësi të qeverisjes vendore në zgjedhjet e fundit ose kryebashkiakët;
- anëtarë të Këshillit të Ministrave ose prefektët e tri viteve të fundit;
- anëtarët e Këshillit të Ankesave ose AKEP-it (përfshi punonjësit)
- pronarët e aksioneve në shoqata komerciale që lidhen me median audiovizive, reklamat, prodhimin e përmbajtjes, rrjeteve të komunikimit elektronik, anëtarë të organeve drejtuese ose këshillimore për këto shoqata.

12. Ligji 97/2013, Neni 7.

Anëtarët e AMA zgjidhen nga parlamenti, i cili shkurton listën e kandidatëve të propozuar nga shoqatat e medias elektronike, ato të medias së shkruar, stafit akademik nga degët e elektronikës, drejtësisë, gazetarisë, ose Dhomës së Avokatëve. Organizatat e të drejtave të njeriut, sidomos ato të të drejtave të fëmijëve apo që përfaqësojnë persona me aftësi të kufizuara gjithashtu mund të propozojnë kandidatë. Më pas, deputetët e opozitës dhe shumicës qeverisëse në Komisionin Parlamentar të Medias me radhë përdorin metodën e përjashtimit të kandidatëve për çdo vend bosh dhe ata që mbeten më pas votohen në seancë plenare.

Në teori, kjo mënyrë emërimesh mundëson pjesëmarrje të gjerë nga organizatat e shoqërisë civile. Megjithatë, ato kanë fuqi vetëm të emërojnë kandidatë. Në praktikë, ekzistojnë pretendime të vazhdueshme se zgjedhjet e shoqërisë civile ndikohen nga politika dhe në fakt kandidatët janë emërime politike. Edhe transparenca e procesit është e dyshimtë, sidomos kriteret në bazë të të cilave deputetët bëjnë përjashtimin e kandidatëve. Panelistët ranë në një mendje se në fund, zgjedhja diktohet nga shumica qeverisëse dhe për pasojë, rregullatori është i dominuar politikisht. Gjithashtu, rregullatori më pas raporton në parlament, dhe jo organizatave që emërojnë kandidatët, çka krijon një lidhje të drejtpërdrejtë midis politikanëve dhe anëtarëve të rregullatorit.

Rezultati:

Rezultati individual:

1	Vendi nuk e përmbush treguesin	✓				✓		✓			
2	Vendi përmbush vetëm pak aspekte të treguesit		✓		✓		✓		✓		✓
3	Vendi përmbush disa aspekte të treguesit			✓						✓	
4	Vendi përmbush shumicën e aspekteve të treguesit										
5	Vendi përmbush të gjitha aspektet e treguesit										

Rezultati mesatar: **1.9**

3.3 Organi rregullon shërbimet dhe licensat e transmetimit në interes të publikut dhe siguron ndershmëri dhe shumëllojshmëri pikëpamjesh që përfaqësojnë gjerësisht shoqërinë në tërësi.

Licensat jepen pas dorëzimit të aplikimeve nga operatorët, pas thirrjeve dhe tenderave të hapur, në varësi të llojit të licensës. Ekzistojnë lloje të ndryshme licensash, bazuar mbi zonën e mbulimit, shërbimin e ofruar, natyrën e

mediumit, autorizimin e përmbajtjes, etj. Vlefshmëria maksimale për licensën është 15 vjet. Kërkesat në aplikimin për licensë janë mjaft të hollësishme, përfshi të dhëna financiare, dizajnin e programit, listën e administratorëve, buxhetet e parashikuara, listën e Bordit të Menaxhimit, informacion për aksionerët, etj.

Në përgjithësi, procesi i lëshimit të licensës nuk është përballur me probleme dhe transparenca ka qenë e kënaqshme. Nuk ka pasur ankesa domethënëse për dhënien e licensave kohët e fundit. Ndonëse ekzistojnë pretendime se disa prej licensave janë dhënë në bazë kriteresh politike, një prej panelistëve i hodhi poshtë duke i quajtur të anshme politikisht, duke pohuar se “kushdo që ka dashur një licensë e ka marrë.”

Përkufizimi i interesit publik është diçka me të cilën shoqëria shqiptare përballet dhe për pasojë është e vështirë të përcaktohet nëse rregullatori ka vepruar mbi bazën e interesit publik në veprimtarinë e tij. “Nocioni i interesit publik është i huaj për ne si shoqëri; këtu luhen shumë interesa, të cilët nuk janë publikë dhe në përgjithësi triumfojnë.” Megjithatë, panelistët ishin në një mendje se licensat nuk i janë mohuar kujt padrejtësisht.

Legjislacioni nuk është se favorizon posaçërisht mediat e pakicave apo ato komunitare, gjë që ndryshon me ligjin e ri për median audiovizive. Megjithatë, është tepër herët për të kuptuar efektet e ligjit të ri. Rregullatori në të kaluarën ka dhënë licensa për media të pakicave, mirëpo këto kanë pasur vështirësi financiare dhe nuk kanë mbijetuar.

Rezultati:

Rezultati individual:

1	Vendi nuk e përmbush treguesin (1)						✓				
2	Vendi përmbush vetëm pak aspekte të treguesit		✓								
3	Vendi përmbush disa aspekte të treguesit	✓		✓		✓		✓		✓	
4	Vendi përmbush shumicën e aspekteve të treguesit				✓				✓		✓
5	Vendi përmbush të gjitha aspektet e treguesit										

Rezultati mesatar: 3

3.4 Transmetuesi shtetëror/publik i jep llogari publikut nëpërmjet një bordi që përfaqëson shoqërinë në përgjithësi dhe të zgjedhur në një mënyrë të pavarur, të hapur dhe transparente.

Organi më i lartë drejtues i transmetuesit publik RTSH është Këshilli Drejtues, sipas Ligjit për Median Audiovizive. Anëtarët e tij zgjidhen në të njëjtën mënyrë si ata të rregullatorit. Anëtarët duhet të kenë jo më pak se 10 vjet përvojë në fushat e medias, transmetimeve, përmbajtjes, teknologjisë mediatike, konkurrencës, zhvillimit të gjuhës shqipe, artit, grupeve në rrezik, drejtësisë, zhvillimit teknologjik, mbrojtjes së konsumatorit, etj. Ata propozohen nga organizata të shoqërisë civile, akademikët, dhe organizatat profesionale.

Anëtarët zgjidhen nga parlamenti, i cili shkurton listën e kandidatëve nga propozimet e bëra. Anëtarët e Komisionit Parlamentar të Medias përzgjedhin kandidatët për vendet bosh, me radhë sipas përkatësisë së tyre politike. Kandidatët e mbetur votohen në seancë plenare.

Ndonëse në teori shumë shoqata, që punojnë në fusha të ndryshme, kanë të drejtën të propozojnë anëtarë për në Këshillin Drejtues të RTSH, në praktikë, mbizotëron opinioni se shumica e kandidatëve janë politikë. Meqenëse në fund, anëtarët e Komisionit Parlamentar të Medias nxjerrin një listë të ngushtë të kandidatëve, mundësitë janë që ata të mbështesin kandidatët më të parapëlqyer politikisht dhe jo ata më profesionistë. Për rrjedhojë, Këshilli Drejtues zor se është përfaqësues i shoqërisë e në fakt është përfaqësues i ndarjes në parlament dhe preferencave përkatëse. Për më tepër, këshilli është transparent dhe i raporton vetëm parlamentit, në raportimin vjetor. Transparenca mbi anëtarët e tij dhe punën e tyre shumicën e kohës është e pakët.

Rezultati:

Rezultati individual:

1	Vendi nuk e përmbush treguesin				✓			✓			
2	Vendi përmbush vetëm pak aspekte të treguesit	✓		✓			✓		✓		
3	Vendi përmbush disa aspekte të treguesit		✓			✓				✓	✓
4	Vendi përmbush shumicën e aspekteve të treguesit										
5	Vendi përmbush të gjitha aspektet e treguesit										

Rezultati mesatar: 2.2

3.5 Zyrtarët e shtetit dhe partive politike, si dhe ata që kanë interes financiar në industrinë e transmetimeve, përjashtohen nga anëtarësimi i mundshëm në bordin e transmetuesit shtetëror/publik.

Ekzistojnë kufizime lidhur me kualifikueshmërinë e anëtarëve të Këshillit Drejtues të RTSH. Anëtarët e Këshillit nuk mund të jenë: [13]

- anëtarë të partive dhe shoqatave politike;
- kandidatë për deputet apo deputetë në dy legjislaturat e fundit;
- kandidatë për njësitë e qeverisjes vendore në zgjedhjet e fundit apo kryebashkiakë;
- anëtarë të Këshillit të Ministrave apo prefektë për tri vitet e fundit;
- anëtarë të Këshillit të Ankesave ose AKEP (përfshi punonjësit).

Në pamje të parë, kufizimet ligjore janë të kënaqshme sepse pengojnë anëtarësimin e kandidatëve me interes politik apo financiar në Këshillin Drejtues të RTSH. Megjithatë, ndërkohë që kriteret mund të respektohen formalisht, mbështetja politike është thelbësore për t'u zgjedhur në këto poste (shih treguesin më sipër).Gjithashtu, disa prej panelistëve vunë në dukje se është e vështirë të monitorosh aplikimin e interesit financiar dhe lidhjen e tij me këtë detyrë si anëtar i këshillit.

Rezultati:

Rezultati individual:

1	Vendi nuk e përmbush treguesin				✓						
2	Vendi përmbush vetëm pak aspekte të treguesit	✓					✓				✓
3	Vendi përmbush disa aspekte të treguesit							✓			
4	Vendi përmbush shumicën e aspekteve të treguesit		✓			✓				✓	
5	Vendi përmbush të gjitha aspektet e treguesit			✓					✓		

Rezultati mesatar: **3.2**

13. Ligji për Median Audiovizive, 97/2013, Neni 97.

3.6 Pavarësia editoriale e transmetuesit shtetëror/publik nga ndikimi politik garantohet me ligj dhe në praktikë.

Ligji garanton pavarësinë e të gjithë transmetuesve, jo vetëm të transmetuesit publik. Në parimet e tij kryesore, Ligji për Median Audiovizive deklaron: “Veprimtaria e transmetimeve audiovizive siguron informacion objektiv për publikun duke paraqitur në mënyrë të saktë faktet dhe ngjarjet dhe duke respektuar formimin e lirë të opinioneve.” [14] Gjithashtu, deklarata e misionit në të njëjtin ligj për transmetuesin publik vëren se RTSH: “është e përkushtuar ndaj mbulimit të paanshëm të lajmeve vendase dhe ndërkombëtare.” [15]

Megjithatë, në praktikë, kjo nuk zbatohet kurrë. Personeli i transmetuesit publik nuk ka zhvilluar asnjëherë udhëzime të brendshme mbi raportimin apo mekanizma të tjerë. Lajmet dhe ngjarjet aktuale, me përjashtime të pakta e të shkurtra, janë nën presionin e drejtpërdrejtë të qeverive që vijnë në pushtet. Ndërkohë që opozita sigurisht është e pranishme në këto programe, asaj nuk i jepet e njëjta vëmendje si shumicës qeverisëse, as në kohë dhe as në cilësi. Paanshmëria e këtyre programeve për nga informacioni i zgjedhur dhe nuancat është gjithashtu shumë e debatueshme.

Rezultati:

Rezultati individual:

1	Vendi nuk e përmbush treguesin				✓		✓		✓	✓	
2	Vendi përmbush vetëm pak aspekte të treguesit		✓	✓		✓		✓			✓
3	Vendi përmbush disa aspekte të treguesit	✓									
4	Vendi përmbush shumicën e aspekteve të treguesit										
5	Vendi përmbush të gjitha aspektet e treguesit										

Rezultati mesatar: 1.7

14. Neni.4.
15. Neni 91.

3.7 Transmetuesi shtetëror/publik ka financim të mjaftueshëm që e mbron nga ndërhyrjet arbitrare me anë të buxhetit dhe presionit komercial.

Transmetuesi publik financohet me anë të burimeve të ndryshme: [16]

a) pagesat e shërbimit për përdorim të aparatit televiziv;
b) kontratat me palë të treta për transmetime të ndryshme, duke përdorur kapacitetet e tij teknike falas;
c) të tjera shërbime programatike;
d) marketingut të prodhimeve muzikore, kasetave audio dhe video, librave, gazetave dhe revistave lidhur me programet e tij;
e) aktivitetet e shfaqjeve publike;
f) veprimtari të tjera paraqitur në statutin e RTSH;
g) reklama dhe publikime të mesazheve të tjera të paguara;
h) sponsorizime dhe donacione;
i) shitja e programeve të ART-it;
j) fonde nga buxheti i shtetit.

Procedura e mbledhjes dhe përcjelljes së shumës së saktë të pagesës së licensës ka qenë një ankesë e vazhdueshme e transmetuesit publik, përveç vështirësive ekzistuese për mbledhjen e këtaj pagese, e cila paguhet duke e përfshirë në faturat e energjisë elektrike.

Ndonëse buxheti i transmetuesit publik duket se është përmirësuar gjatë viteve, prapë ekzistojnë pasiguri lidhur me funksionimin e tij të ardhshëm, sidomos në prag të kalimit dixhital. Ndërkohë që RTSH ka përmirësuar pajisjet e brendshme të linjës së prodhimit, ndërtimi i rrjeteve të transmetimit nuk ka filluar ende, në varësi të financimeve dhe vendimeve të qeverisë. Për më tepër, panelistët ishin në një mendje se buxheti që transmetuesi publik përfton tani, nga shteti apo burime të tjera, nuk është i mjaftueshëm për t'iu kundërvënë presionit mbi pavarësinë e tij. U sugjerua gjithashtu që buxheti mund të planifikohet në një periudhë disavjeçare me qëllim që të shmanget presioni politik dhe të ofrohet një periudhë planifikimi më e sigurt dhe më e orientuar profesionalisht në programe dhe reformim të transmetuesit.

16. Ligji për Median Audiovizive, 97/2013, Neni 113.

Rezultati:

Rezultati individual:

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Vendi nuk e përmbush treguesin		✓								✓
2	Vendi përmbush vetëm pak aspekte të treguesit			✓		✓		✓		✓	
3	Vendi përmbush disa aspekte të treguesit	✓			✓		✓		✓		
4	Vendi përmbush shumicën e aspekteve të treguesit										
5	Vendi përmbush të gjitha aspektet e treguesit										

Rezultati mesatar: 2.2

3.8 Transmetuesi shtetëror/publik është teknikisht i arritshëm në të gjithë vendin.

Sinjali i transmetuesit publik arrin rreth 87% të vendit,[17] çka nënkupton afërsisht 90% të popullsisë. Programi i dytë i tij mbulon vetëm 47% të territorit, ndërkohë që me ligj duhet të mbulojë 90%. Panelistët vunë në dukje se kjo është në shkelje të ligjit, edhe pse asnjë prej televizioneve të tjera nuk ka arritur përqindjen e territorit të kërkuar me ligj. Ekzistojnë probleme sidomos në disa zona të thella. Bashkërendimi me njësitë e qeverisjes vendore për mirëmbajtjen e mjediseve dhe pajisjeve ka qenë po ashtu e vështirë.

Situata pritet të ndryshojë pozitivisht nga pikëpamja e mbulimit me sinjal me afrimin e kalimit në transmetimet dixhitale.

Rezultati:

Rezultati individual:

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Vendi nuk e përmbush treguesin										
2	Vendi përmbush vetëm pak aspekte të treguesit										
3	Vendi përmbush disa aspekte të treguesit		✓								
4	Vendi përmbush shumicën e aspekteve të treguesit	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
5	Vendi përmbush të gjitha aspektet e treguesit										

Rezultati mesatar: 3.9

17. Raport Vjetor i KKRT 2012.

3.9 Transmetuesi shtetëror/publik ofron formate të larmishme programesh për të gjitha interesat.

Sipas Ligjit për Median Audiovizive, transmetuesi publik pritet “të japë programe që pasqyrojnë dëgjuesit dhe shikuesit e të gjitha moshave, diversitetin e jetës shqiptare. RTSH duhet të përgatisë programe cilësore me vlerë, me qëllim që të pasurohet bota mendore dhe shpirtërore e qytetarëve.”[18] Transmetuesi publik është përpjekur të përmbushë një pjesë të kërkesave ligjore dhe të detyrimit të përgjithshëm për të prodhuar programe që janë me interes për të gjitha grupet, moshat, fetë, dhe prejardhjen etnike të shoqërisë. Në këtë drejtim, ekzistojnë përpjekje për të prodhuar programe të shumëllojshme, të cilat normalisht mungojnë në stacionet e tjera komerciale. Këto përfshijnë programe për fëmijë, programe për arsimin, bujqësinë, tema sociale, etj.

Megjithatë, oferta e përmbajtjes së pasur përballet me konkurrencën e stacioneve televizive komerciale, betejën financiare, si dhe trashëgiminë e kulturës dhe programeve të prodhuara nga ky televizion përpara viteve ’90. Kështu, megjithëse ka përpjekje serioze për të ofruar përmbajtje cilësore dhe të pasur, cilësia është e debatueshme. “Ka mjaft diversitet në programim, por mënyra e të bërit të programeve ka ende ngjyresa të realizmit socialist në disa raste,” u shpreh një prej panelistëve. Gjithashtu, transmetuesi publik gjithnjë e më shumë po iu kthehet formateve të programeve që janë karakteristike për stacionet televizive komerciale, duke rënë kështu në kurthin e tabloidizimit.

Rezultati:

Rezultati individual:

1 Vendi nuk e përmbush treguesin										
2 Vendi përmbush vetëm pak aspekte të treguesit		✓		✓						
3 Vendi përmbush disa aspekte të treguesit	✓				✓		✓		✓	
4 Vendi përmbush shumicën e aspekteve të treguesit						✓		✓		
5 Vendi përmbush të gjitha aspektet e treguesit			✓							✓

Rezultati mesatar: 3.4

18. Ligji për Median Audiovizive, 97/2013, Neni 91.

3.10 Transmetuesi shtetëror/publik ofron informacion të balancuar dhe të drejtë në lajme dhe çështjet e ditës, duke pasqyruar spektrin e plotë të pikëpamjeve dhe opinioneve të shumëllojshme.

Informacioni i transmetuesit publik në lajme dhe çështjet e ditës është rrallë i balancuar apo i drejtë. Kjo është e qartë si nga monitorimi sasior prej rregullatorit ashtu edhe nga vëzhgimet e përgjithshme. Sipas monitorimit prej rregullatorit në vitin 2012, edicioni i lajmeve të TVSH-së i kushtoi thuajse 60% të kohës raportimeve mbi qeverinë dhe Kryeministrin dhe vetëm 9% për partinë kryesore të opozitës.[19] “Nëse edicioni kryesor i lajmeve fillon me statuset në Facebook të partive opozitare, aq e pat dhe pavarësia dhe balanca e televizionit,” u shpreh një prej panelistëve.

Ndonëse është e vështirë të flitet për media të pavarur në vend, krahasuar me transmetuesin publik, shumica e panelistëve besonin se disa televizione private janë shumë më të balancuara në informacion dhe lajmet për çështjet e ditës.

Rezultati:

Rezultati individual:

1	Vendi nuk e përmbush treguesin	✓	✓	✓		✓		✓	✓	✓	✓
2	Vendi përmbush vetëm pak aspekte të treguesit				✓		✓				
3	Vendi përmbush disa aspekte të treguesit										
4	Vendi përmbush shumicën e aspekteve të treguesit										
5	Vendi përmbush të gjitha aspektet e treguesit										

Rezultati mesatar: **1.2**

3.11 Transmetuesi shtetëror/publik ofron sipas mundësive ekonomike që ka një përmbajtje lokale sa më të larmishme dhe krijuese.

Nuk ka përpjekje të duhura monitorimi për të parë nëse përmbajtja e transmetuesit publik është e shumëllojshme dhe paraqet drejt përmbajtjen lokale. Gjithashtu, nuk ekzistojnë kuota specifike në legjislacion për transmetuesin publik. Ligji shprehet vetëm që përmbajtja duhet të ketë

19. Shih Raporti Vjetor i KKRT, 2012.

diversitet dhe të përfaqësojë të gjitha grupet sociale, etnike dhe kulturore në shoqëri, duke mos arritur të përcaktojë udhëzime më specifike. As statuti i transmetuesit publik nuk arrin të jetë më specifik në këtë drejtim. Ndërkohë që përqindjet e sakta mungojnë, transmetuesi publik pretendon se raporti i programeve të prodhuara prej tij kundrejt atyre të blerë është rritur me kalimin e viteve.

Rezultati:

Rezultati individual:

1	Vendi nuk e përmbush treguesin										
2	Vendi përmbush vetëm pak aspekte të treguesit										
3	Vendi përmbush disa aspekte të treguesit	✓		✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓
4	Vendi përmbush shumicën e aspekteve të treguesit		✓			✓					
5	Vendi përmbush të gjitha aspektet e treguesit										

Rezultati mesatar: 3.2

3.12 Transmetimet komunitare gëzojnë mbrojtje të veçantë nga shteti, duke pasur parasysh mundësinë që kanë për të zgjeruar aksesin e komuniteteve në transmetime.

Nuk ekziston promovim i posaçëm prej qeverisë për transmetimet komunitare apo ndonjë lloj tjetër transmetimi. Ka disa radiostacione që zotërohen dhe promovojnë grupe specifike fetare ose etnike, por nuk përfitojnë ndonjë trajtim të posaçëm nga shteti ose rregullatori.

Rezultati:

Rezultati individual:

1	Vendi nuk e përmbush treguesin										
2	Vendi përmbush vetëm pak aspekte të treguesit										
3	Vendi përmbush disa aspekte të treguesit	✓		✓		✓		✓			✓
4	Vendi përmbush shumicën e aspekteve të treguesit		✓		✓		✓		✓	✓	
5	Vendi përmbush të gjitha aspektet e treguesit										

Rezultati mesatar: 3.5

Rezultati Mesatar për Sektorin 3: 2.8

SEKTORI 4:

Mediat zbatojnë nivele të larta standardesh profesionale

Mediat zbatojnë nivele të larta standardesh profesionale

4.1 Media ndjekin kodet vullnetare të standardeve profesionale, të cilat vihen në zbatim prej organeve vetërregulluese që merren me ankesat nga publiku.

Kodi i Etikës së Gazetarëve shqiptarë u hartua për herë të parë nga Instituti Shqiptar i Medias në vitin 1996, në bashkëpunim me shoqatat kryesore të gazetarëve, por nuk u përkrah ndonjëherë formalisht prej organeve të medias dhe zbatimi i tij ka qenë vullnetar. Kodi u rishikua tërësisht në vitin 2006 pas një procesi konsultimi, por përsëri nuk arriti të hidhte rrënjë një organ vetërregullues. E vetmja përvojë vetërregullimi në vend ka qenë në një gazetë të përditshme për disa vite, ku u ngrit një byro etike, por edhe kjo nuk ekziston më.

Pavarësisht përmirësimeve të vazhdueshme në sjelljen etike dhe ndërgjegjësimin e përgjithshëm për parimet bazë të etikës, organet e medias e kanë gjetur të vështirë të angazhohen në vetërregullim. Për pasojë, ankesat e publikut nuk trajtohen nga media nëpërmjet ndonjë mekanizmi të ndërmjetëm, por vetëm nëpërmjet përballjes së drejtpërdrejtë ose padive. Pavarësisht mungesës së një angazhimi formal për etikën dhe profesionalizmin, mediat kryesore përpiqen të jenë etike, ndërkohë që panelistët ishin në një mendje që situata me median online është qartësisht e ndryshme.

Kohët e fundit, disa prej gazetave kryesore janë përfshirë në një nismë vetërregullimi e cila synon të vendosë një avokat të lexuesve në newsroom. Reagimi publik ka qenë i pakët, duke treguar mungesën e kulturës së vetërregullimit dhe llogaridhënies si mes organeve të medias ashtu edhe te publiku. “Presioni publik për etikën është shumë i dobët ngaqë njerëzit reagojnë vetëm kur preken personalisht. Ti bën gabime dhe hera-herës as që e kupton sepse askush nuk të kërkon llogari,” tha një prej panelistëve.

Rezultati:

Rezultati individual:

1	Vendi nuk e përmbush treguesin		✓								
2	Vendi përmbush vetëm pak aspekte të treguesit			✓							
3	Vendi përmbush disa aspekte të treguesit	✓			✓	✓	✓		✓	✓	✓
4	Vendi përmbush shumicën e aspekteve të treguesit							✓			
5	Vendi përmbush të gjitha aspektet e treguesit										

Rezultati mesatar: 2.8

4.2 Standardi i raportimit ndjek parimet bazë të saktësisë dhe ndershmërisë.

Në përgjithësi, mediat rreken t'i bazojnë raportimet e tyre mbi parimet bazë të saktësisë dhe situata është përmirësuar krahasuar me fazat e para të tranzicionit prej regjimit komunist. Megjithatë, problemet me saktësinë mbeten, për arsye komplekse: mungesë personeli, mbështetja e tepruar te njoftimet për shtyp, si dhe kultura e dobët e nevojës për të verifikuar informacionin nga disa burime dhe për të kontrolluar faktet imtësisht. Problemet me saktësinë janë edhe më të mëdha në lajmet që vijnë nga zona të thella. Shpesh, saktësia e informacionit është viktima e parë në kushtet e garës se cila media e jep e para lajmin. Megjithatë, panelistët ishin në një mendje se situata është përmirësuar ndjeshëm dhe se mungesa e personelit për shkak të problemeve ekonomike më shumë se sa mungesa e profesionalizmit është shkaku kryesor, sidomos për median e shkruar.

Në një masë të gjerë, edhe ndershmëria respektohet, sidomos në median kryesore, në edicionet e lajmeve dhe të tjera programe. Megjithatë, është e qartë që organet e medias marrin anë për sa i përket pikëpamjeve politike. Peizazhi mediatik është i ndarë dhe i polarizuar, duke pasqyruar ndarjen e gjithanshme të shoqërisë sipas përkatësive politike. Ndonëse media kryesore pasqyron opinionet dhe deklaratat e të gjithë politikanëve, ekzistojnë shumë nuanca që nxjerrin në pah parapëlqimin për një palë kundrejt tjetrës.

Rezultati:

Rezultati individual:

1	Vendi nuk e përmbush treguesin										
2	Vendi përmbush vetëm pak aspekte të treguesit		✓						✓		✓
3	Vendi përmbush disa aspekte të treguesit	✓		✓	✓		✓	✓		✓	
4	Vendi përmbush shumicën e aspekteve të treguesit					✓					
5	Vendi përmbush të gjitha aspektet e treguesit										

Rezultati mesatar: 2.8

4.3 Media mbulon spektrin e plotë të ngjarjeve, çështjeve dhe kulturave, përfshi lajmet e biznesit/ ekonomisë, kulturës, lokale dhe investigative.

Media shqiptare mbulon një gamë të gjerë temash, por cilësia e mbulimit nuk është gjithmonë e kënaqshme. Numri i madh i organeve të medias si në kryeqytet ashtu edhe në qytete të tjera, vetvetiu garanton një mbulim të kënaqshëm të ngjarjeve dhe temave. Megjithatë, panelistët vërejtën që media me qendër në kryeqytet, ndërkohë që pretendon të jetë kombëtare, shpesh raporton vetëm për kryeqytetin dhe popullatën e tij, duke u përqendruar rrallë në zona të tjera të vendit. Lajmet nga rrethet shpesh vijnë vetëm në rastet e raportimit të kronikës, çka krijon një realitet të shtrembëruar.

Kohët e fundit, vërehet një profilizim më i mirë i medias, me lindjen e kanaleve tematike, të tilla si lajmet apo ekonomia. Megjithatë, kjo duhet ndjekur nga profilizimi i fortë profesional i gazetarëve, çka nuk është se ndodh gjithmonë. Probleme mbeten sidomos me gazetarinë investigative, ndonëse ekzistojnë disa programe mjaft të konsoliduara. Mbulimi i kulturës po ashtu bëhet shpesh si renditje aktivitetesh, duke mbetur kështu sipërfaqësor.

Cilësia duket se është më e vështirë për t'u arritur me median e shkruar, duke pasqyruar kështu mungesat e personelit dhe trysninë e vazhduar financiare për gazetat. "Nëse një gazetar duhet të mbushë katër faqe gazete çdo ditë, ç'lloj cilësie mund të pritet?!" vërejti një nga panelistët.

Rezultati:

Rezultati individual:

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Vendi nuk e përmbush treguesin										
2	Vendi përmbush vetëm pak aspekte të treguesit	✓									
3	Vendi përmbush disa aspekte të treguesit		✓	✓	✓		✓		✓	✓	
4	Vendi përmbush shumicën e aspekteve të treguesit					✓		✓			✓
5	Vendi përmbush të gjitha aspektet e treguesit										

Rezultati mesatar: 3.2

4.4 Në organet mediatike promovohen shanse të barabarta pavarësisht racës apo etnisë, grupit social, gjinisë/seksit, fesë, aftësisë dhe moshës.

Nuk ekzistojnë statistika lidhur me karakteristikat e punonjësve të medias për sa i përket gjinisë, racës, moshës, apo veçorive të tjera. Procedura e emërimit bëhet drejtpërdrejt nga drejtuesit, pa ndonjë konkurrencë mbi bazë meritash, çka gjithashtu do të promovonte shanset e barabarta. Opinioni i përgjithshëm është që ka një numër të madh punonjësesh femra, por këto rrallë shërbejnë si drejtuese apo menaxhere. Megjithatë, sipas panelistëve, mosha është një prej faktorëve për diskriminimin ndaj punonjësve sepse është e vështirë të merret në punë një gazetar mbi 40 vjeç. Në tërësi, nuk ka diskriminim të hapur në punësimin në media, por edhe politikat mbi shanset e barabarta apo diskriminimin pozitiv mungojnë.

Rezultati:

Rezultati individual:

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Vendi nuk e përmbush treguesin										
2	Vendi përmbush vetëm pak aspekte të treguesit										
3	Vendi përmbush disa aspekte të treguesit	✓		✓		✓			✓		✓
4	Vendi përmbush shumicën e aspekteve të treguesit		✓		✓		✓	✓		✓	
5	Vendi përmbush të gjitha aspektet e treguesit										

Rezultati mesatar: 3.5

4.5 Gazetarët dhe redaktorët nuk ushtrojnë autocensurë.

Autocensura ekziston në çdo nivel të industrisë mediatike dhe buron nga presioni i pronarëve të medias. “Nëse punon në media, askush nuk të detyron të thuash atë që nuk mendon, por nuk të lënë të thuash atë që mendon.” Kjo autocensurë vjen nga faktorë të ndryshëm, të tillë si situata informale në media, frika nga kriminaliteti, interesat e pronarëve të medias, dhe hera-herës edhe thjesht si rezultat i konformizmit.

Rezultati:

Rezultati individual:

1	Vendi nuk e përmbush treguesin		✓					✓			
2	Vendi përmbush vetëm pak aspekte të treguesit	✓		✓		✓			✓		
3	Vendi përmbush disa aspekte të treguesit				✓		✓			✓	✓
4	Vendi përmbush shumicën e aspekteve të treguesit										
5	Vendi përmbush të gjitha aspektet e treguesit										

Rezultati mesatar: 2.2

4.6 Pronarët e medias private nuk ndërhyjnë në pavarësinë editoriale.

Pronarët e mediave private përcaktojnë politikën editorial të mediave të veta dhe e përdorin për të çuar përpara interesat e veta, shpesh të lidhura me politikën. “Fakti që në zgjedhjet e fundit, dy pronarë mediash u bënë deputetë tregon mungesën e pavarësisë editoriale,” u shpreh një prej panelistëve. Shumica e pronarëve të mediave qartas kanë interesa biznesi veç medias, ndërkohë që kjo e fundit është një mjet për t’iu shërbyer bizneseve të tjera të tyre. Panelistët po ashtu ishin të ndërgjegjshëm për presionin ekonomik dhe mungesën e të ardhurave, çka ka një ndikim të theksuar te pavarësia editoriale e medias.

Rezultati:

Rezultati individual:

1 Vendi nuk e përmbush treguesin	✓		✓	✓		✓		✓	✓	
2 Vendi përmbush vetëm pak aspekte të treguesit		✓			✓		✓			✓
3 Vendi përmbush disa aspekte të treguesit										
4 Vendi përmbush shumicën e aspekteve të treguesit										
5 Vendi përmbush të gjitha aspektet e treguesit										

Rezultati mesatar: **1.4**

4.7 Gazetarët dhe organet e medias kanë integritet dhe nuk janë të korruptuar.

Shqipëria u rendit e 116-ta nga 177 vende në Indeksin e Perceptimit të Korrupsionit të Transparency International për vitin 2013. Panelistët ishin në një mendje se në një shoqëri ku korrupsioni është një dukuri e kudondodhur, gazetarët dhe organet e medias nuk mund të bëjnë përjashtim.
Prania e reklamave të fshehta është kudo, në edicionet e lajmeve, talk show-t, dhe programe të tjera. Gjithashtu, njerëzit, kompanitë, organizatat e ftuara për të folur në këto programe shpesh promovojnë produktet dhe shërbimet e tyre, ku disa organizata edhe buxhetojnë daljet në media dhe promovimet në to.

Blerja e heshtjes është një tjetër formë e shpeshtë e korrupsionit. Ndërkohë që ka pasur raste të interesit të qartë publik, mbulimi në media ka qenë shumë i rrallë apo inekzistent, si për shembull rasti i një monopoli të supozuar për një kompani ajrore me kosto të ulëta, apo problemi i çmimit të naftës.

Organizatat e medias përdoren për të shantazhuar biznese të tjera ose forma të tjera korrupsioni, çka po ashtu po vendos një shembull negativ sidomos për gazetarët e rinj. Shumica e panelistëve dukej se mendonin që kjo ishte e dukshme sidomos në nivelet më të larta të menaxhimit më shumë se sa te gazetarët. Megjithatë, informaliteti i marrëdhënieve të punës ndikon integritetin e gazetarëve. “Gazetarët nuk kanë të drejtë të negociojnë për të drejtat e tyre; si mund të negociojnë për të drejtat e qytetarëve dhe interesin publik?!” tha njëri nga panelistët.

Rezultati:

Rezultati individual:

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Vendi nuk e përmbush treguesin								✓		
2	Vendi përmbush vetëm pak aspekte të treguesit	✓	✓	✓	✓		✓	✓		✓	✓
3	Vendi përmbush disa aspekte të treguesit					✓					
4	Vendi përmbush shumicën e aspekteve të treguesit										
5	Vendi përmbush të gjitha aspektet e treguesit										

Rezultati mesatar: 2

4.8 Nivelet e pagave dhe kushtet e përgjithshme të punës për gazetarët dhe punonjës të tjerë të medias janë të pranueshme.

Niveli i pagave të gazetarëve shqiptarë mund të konsiderohet i kënaqshëm në krahasim me pjesën tjetër të popullsisë. Megjithatë, problemi kryesor me pagat është se shpesh vonohen, edhe për kohë të gjatë. Sipas sindikatës, në fund të vitit të kaluar pati vonesa në pagesat e pagave në rreth 92% të organeve të medias.

Një tjetër problem i lidhur me këtë është pagesa e sigurimeve shoqërore. Kohët e fundit ka dalë se kontributet për sigurimet shoqërore nuk janë paguar nga një ose më shumë media, ndërkohë që punonjësit shtyheshin të besonin se çdo gjë ishte në rregull. Ndërkohë që Unioni i Gazetarëve ka protestuar në këtë rast dhe të tjera të lidhura me të, ka nevojë për bashkërendim më të madh të organeve shtetërore përkatëse dhe një zbatim më të mirë të Kodit të Punës.

Kushtet e punës në newsroom janë përgjithësisht të mira.

Rezultati:

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Vendi nuk e përmbush treguesin										
2	Vendi përmbush vetëm pak aspekte të treguesit (3)	✓			✓			✓			
3	Vendi përmbush disa aspekte të treguesit (7)		✓	✓		✓	✓		✓	✓	✓
4	Vendi përmbush shumicën e aspekteve të treguesit										
5	Vendi përmbush të gjitha aspektet e treguesit										

Rezultati mesatar: 2.7

4.9 Profesionistët e medias kanë akses në trajnime që ofrojne kualifikim formal si dhe mundësi për rritjen e aftësive profesionale.

Gjatë viteve, profesionistët e medias kanë pasur akses të kënaqshëm në forma të ndryshme trajnimi. Megjithatë, oferta për trajnim është duke rënë, si për shkak të shkurtimit të fondeve ashtu dhe të mungesës relative të interesit. Trajnimi vlerësohet nga pjesëmarrësit dhe në teori nga redaktorët, sepse plotëson trajnimin teorik në universitet me shprehi praktike. Problemi themelor me trajnimet është që dijet e përftuara nuk zbatohen gjithmonë. Redaktorët dhe pronarët nuk pengojnë pjesëmarrjen e gazetarëve në trajnime, por as nuk kanë një qasje proaktive që të mundësojë trajnim të mëtejshëm. Në kushtet e përgjithshme të mungesave në personel, përparësia kryesore e mediave, në fillim është kryerja e punës së përditshme në vend të investimit në përmbajtje dhe në profesionalizmin e punonjësve të tyre.

Rezultati:

Rezultati individual:

1	Vendi nuk e përmbush treguesin										
2	Vendi përmbush vetëm pak aspekte të treguesit		✓			✓					
3	Vendi përmbush disa aspekte të treguesit										
4	Vendi përmbush shumicën e aspekteve të treguesit			✓			✓		✓		✓
5	Vendi përmbush të gjitha aspektet e treguesit	✓			✓			✓		✓	

Rezultati mesatar: 4.3

4.10 Gazetarët dhe punonjës të tjerë të medias janë të organizuar në sindikata dhe/ose shoqata profesionale.

Aktualisht, rreth 870 punonjës të medias janë anëtarë të Unionit të Gazetarëve Shqiptarë, nga një përllogaritje totale e 5,000 punonjësve. Një sindikatë e punonjësve të transmetuesit publik ka ekzistuar prej vitesh, por thuajse nuk është aktive. Ndërkohë, nuk ka sindikata brenda organeve të medias. Ndonëse ka një ndërgjegjësim në rritje për nevojën për organizim, njësitë lokale në çdo media nuk kanë arritur të zënë rrënjë. Ndërkohë, organizimi mbetet në nivel

kombëtar. Sipas kryetarit të Unionit, kjo është një mangësi e madhe që nuk ndihmon çuarjen përpara të mbrojtjes së të drejtave të gazetarëve.

Sindikata organizon protesta ose nxjerr deklarata në raste flagrante. Po ashtu ofron ndihmë dhe mbështetje ligjore për gazetarët që shkojnë në gjykatë në lidhje me kontratat e punës, paga të papaguara, dhe aspekte të tjera të punës.

Rezultati:

Rezultati individual:

1	Country does not meet indicator										
2	Country meets only a few aspects of indicator		✓			✓					
3	Country meets some/several aspects of indicator	✓		✓			✓		✓		✓
4	Country meets most aspects of indicator				✓			✓		✓	
5	Country meets all aspects of the indicator										

Rezultati mesatar: **3.1**

Rezultati Mesatar për Sektorin 4: **2.8**

REZULTATI TOTAL PËR SHQIPËRINË: **3.2**

Zhvillimet gjatë viteve të fundit

Zhvillime negative

1. Media është kapur nga politika. Kjo është një prirje e përhapur në të gjithë peizazhin mediatik dhe është vështirë të gjenden përjashtime.

2. Politika është tema kryesore që çdo media shteron, duke lënë mënjanë çështje të interesit publik dhe duke pasqyruar pushtimin e jetës publike nga politika.

3. Media e shkruar është duke dhënë shpirt ngadalë.

4. Gazetaria investigative është përgjithësisht e dobët dhe nuk ka ndikim të kënaqshëm.

5. Lajmi është bërë i parashikueshëm dhe mungojnë raportimet e thelluara.

6. Ndonëse peizazhi mediatik i shumëllojshëm dhe i pasur, gjë që është diçka pozitive, ky sjell edhe inflacion lajmesh dhe shkatërron hierarkinë e vlerave në raportimin e lajmeve.

7. Partishmëria në media është një fenomen gjithnjë e më i pranishëm, duke mjegulluar gjithnjë e më shumë vijën midis politikës dhe medias.

8. Ka raste të arrogancës së medias, ku vlerësohet oferta për mbështetje politike më shumë se çdo gjë tjetër.

9. Lidhja e medias me biznese të caktuara, të cilat shndërrohen në faktorë pengues për profesionalizmin dhe zhvillimin e mëtejshëm të medias.

10. Nuk ekziston vullneti për ta ndarë median nga politika dhe biznesi.

11. Media kombëtare nuk përdor një këndvështrim mjaftueshëm social në axhendën dhe mbulimin e tyre të lajmeve.

12. Media po bëhen gjithnjë e më shumë të ngjashme me partitë, duke marrë anë me partitë dhe duke ndarë audiencat e tyre, sidomos gjatë fushatave zgjedhore.

13. Dështimi i medias për të funksionuar si biznes i mirëfilltë e ka prishur natyrën e tregut të medias.

14. Vlerat e vërteta të profesionit të gazetarit janë nënvlerësuar në favor të interesave të tjera.

15. Korrupsioni në media është pjesë e peisazhit mediatik dhe ka ndikuar në misionin thelbësor të profesionit.

Zhvillime pozitive

1. Peizazhi mediatik është i shumëllojshëm dhe i pasur.

2. Ka pasur investime domethënëse në teknologjinë e medias.

3. Diversifikimi i burimeve të informacionit.

4. Qëndrueshmëria e rritur në skenën mediatike, pavarësisht krizës ekonomike.

5. Besueshmëria te media mbetet e lartë.

6. Përmirësimi i legjislacionit për median ka krijuar një mjedis më të favorshëm për median dhe lirinë e fjalës, edhe pse probleme mbeten.

7. Kriza në media ka çuar në nevojën për të reflektuar për mbijetesë, ndonëse media është larg afrimit te publiku dhe interesat e tij.

8. Ka prirje që media t'i përgjigjet kërkesës në rritje të publikut për diversifikimin e burimeve dhe shpërndarjes së lajmeve, sidomos në aspektin multimedial.

9. Gazetaria online dhe media online iu kanë ofruar një shkallë më të madhe lirie gazetarëve, të cilët janë përgjithësisht të lirë nga pronarët dhe interesat e tyre në këtë mjedis.

Rruga Përpara

1. Të gjenden mënyra për të rritur transparencën e medias si mënyrë për të pasur treg që funksionon më mirë dhe më shumë profesionalizëm.
2. Të forcohet transmetuesi i shërbimit publik si përfaqësues i mundshëm i interesit publik.
3. Të transformohen rregullatorët në organe profesionale, të pandikuara nga politika dhe që drejtojnë zhvillimin e skenës mediatike në mënyrë strategjike.
4. Të përmirësohet zbatimi i marrëdhënieve të punës si mënyrë për të forcuar profesionalizmin mes gazetarëve.
5. Të intensifikohen përpjekjet e organizatave të shoqërisë civile për të arritur një klimë më të mirë për mbrojtjen e medias.
6. Të eksplorohen shanset për median online si mënyrë për të gjetur burime të reja informacioni dhe pluralizëm, në konkurencë me median tradicionale.
7. Të përmirësohet pavarësia editoriale e gazetarëve dhe organeve të medias.
8. Të nxiten shanset për vetëorganizim dhe vetërregullim të medias.
9. Të mbështetet gazetaria shoqërisht e përgjegjshme, me rrënjë tek interesi publik.
10. Të vendoset një debat i vazhdueshëm publik mbi lirinë dhe profesionalizmin e medias, duke përfshirë të gjitha grupet përkatëse të interesit.

Anëtarët e Panelit

Emri	Përkatësia
Z. Ilir Aliaj	aktivist joqeveritar
Z. Zylyftar Bregu	lektor universitar
Z. Aleksander Çipa	sindikalist
Z. Alfred Lela	kryeredaktor i një reviste të përmuajshme
Znj. Iris Luarasi	aktiviste e të drejtave të njeriut
Z. Arben Muka	gazetar
Z. Erl Murati	kryeredaktor i një gazete të përditshme
Z. Valbona Sulçe	eksperte e medias
Z. Luftim Vani	drejtor i një media lokale
Z. Rrapo Zguri	profesor i gazetarisë

Raportuese

Znj. Ilda Londo

Moderator

Z. Remzi Lani

Takimi i panelit u zhvillua në Tiranë, Shqipëri, nga 6 deri në 7 shtator, 2013.

Shënime:

Shënime:

Shënime: