

# RAPORT

*mbi gjendjen e mediave  
online në Maqedoni*

Raport mbi gjendjen e  
mediave online në Maqedoni

"Civika Mobilitas është projekt i Agjencionit Zvicëran për zhvillim dhe bashkëpunim (SDC), e cilin e implementojnë NIRAS nga Danimarka, Qendra Maqedonase për bashkëpunim ndërkombëtar (MCMS) nga Maqedonija dhe Instituti Suedez për administratë publike (SIPU) nga Suedia"

Përmbajtja e këtij publikimi është përgjegjësi e vetme e Qendrës për zhvillimin e mediave të bashkësive - MEDIUM dhe në asnjë mënyrë nuk i pasqyron qëndrimet e Civika Mobilitas, Agjencionin Zvicëran për zhvillim dhe bashkëpunim (SDC) ose organizatat implementuese.

## Përmbajtja:

Hyrje .....	2
Suaza Ligjore .....	3
Suaza Teoriko-Konceptuale .....	5
Qasja metodologjike e monitorimit .....	6
Rezultatet .....	8
Konkluzionet .....	18
Bibliografija .....	19

QENDRA PËR ZHVILLIMIN E MEDIAVE TË BASHKËSIVE “**MEDIUM**”  
INSTITUTI BALLKANIK PËR BASHKËPUNIM RAJONAL (**BIRC**)

# **RAPORT**

mbi gjendjen e mediave online në Maqedoni

Gostivar, Gusht 2017

## HYRJE

Për nocionin “online” ose “media të reja” kemi disa definicione. Më tepër teknologji të karakterizuara si media të reja janë digjitale dhe shpesh kanë karakteristika të manipulimit, rrejtezimit, ngjeshmërisë dhe interaktivitetit. Disa nga shembujt mund të jenë, interneti, ueb faqet dhe muldimediat kompjuterike.

Sipas Lev Manoviçit, mediat e reja nuk i nënkuptojnë programet televizive, filmat, librat, gazetatat ose botime tjeta të shypura që kanë përmbajtje por që nuk mundësojnë interaktivitet. Ai thotë se definicionet për mediat e reja patjetër të revidohen në çdo dy-tre vjet, ndërsa pas një periudhe të caktuar ato nuk do të jenë më “të reja”.<sup>1</sup>

Shumë nga të ardhurat e reklamave të mediave tradicionale në mënyrë drastike bien, ndërsa te mediat e reja po ndodh proces i kundërt. Tashmë ekziston edhe njëëeb faqe e cila e përcjellë vdekjen e gazetave të caktuara.<sup>2</sup>

Sipas raportit të Freedom House nga viti 2012, mediat e reja dhe gazetaria qytetare (blogfera) në masë të madhe kanë kontribuar në revolucionet në Egjipt dhe Tunis, dhe gjithashtu edhe për demokratizimin e Ruisë.<sup>3</sup> Tashmë edhe në Siri, ku mediave të huaja iu ishte ndaluar të raportojë, njerëz të rëndomtë kishin mundësi të shfrytëzojnë celularët si kamera për t'i incizuar krimet e regjimit të Bashir al-Asadit dhe organizatave terroriste dhe të njëjtat t'i vendosnin në faqe interneti.

Kjo tregon se mediat e reja luajnë një rol kyç në vendet jodemokratike për parqitjen e pasqyrës reale mbi mobilizimet qytetare kundër regjimeve, ku realisht mediat tradicionale janë nën kontrollin e pushteteve ose janë të censuruara.

Edhe pse sfera e internetit mbetet jashtë rregullimit ligjor, që nga viti 2008 Maqedonia shënon rrënie në lirinë e shprehjes dhe të mediave. Sipas raportit të Freedom House, nga viti 2016, Maqedonia ka rrënie të lirisë së mediave dhe është e vendosur bashkë me vendet me parashenjën “jo të lira”.<sup>4</sup> Kjo ishte hera e parë që vendi të ndodhet në grupin e vendeve me liri të cunguar, ndërsa në tetë vitet paraprake ishte në grupin e vendeve “pjesërisht të lira”.

Mediat e reja kanë kushte që të luajnë rol vendimtar në krijimin e mendimit publik në Republikën e Maqedonisë. Sipas të dhënave të Entit Shtetëror të Statistikës, në tremujorin të vitit 2016, 75.3 % e amvisërive kanë pasur qasje në internet në shtëpi, që është për 6 përqind më e lartë në krahasim me periudhën e njëjtë të vitit 2015.<sup>5</sup>

Megjithatë, mediat online nuk janë akoma burim kryesor i informimit politik në vend. Sipas anketës së IRI-it e viti 2017, vetëm 35 përqind e qytetarëve informohen nga mediat online, që për 2 përqind është më e vogël se gjatë vitit 2016.<sup>6</sup> Kjo tregon se shumica e konsumuesve të mediave akoma nuk kanë krijuar besueshmëri në mediat e reja që të jenë burim kryesor informimi mbi ndodhitë politike në vend.

1 Lev Manovich, *Neë Media From Borges to HTML*, Cambridge, Massachusetts, 2003

2 Paul Gillin, *Neëspaper Death Èatch*, 2008

3 <http://www.freedomhouse.org/sites/default/files/Overvieë%20Essay.pdf>

4 <https://freedomhouse.org/report/freedom-ëorld/2017/macedonia>

5 <http://www.stat.gov.mk/PrikaziSooopstenie.aspx?rbtxt=77>

6 [http://www.iri.org/sites/default/files/2017-5-5\\_macedonia\\_slides.pdf](http://www.iri.org/sites/default/files/2017-5-5_macedonia_slides.pdf)

## SUAZA LIGJORE

Mediat online nuk janë pjesë e rregullimit ligjor si media të veçanta, por janë të obliguara t'i respektojnë aktet normative njësoj si aktorët tjerë nga sfera e gazetarisë

Edhe pse ka iniciativa për rregullimin e kësaj pjese të mediave që shfrytëzjnë internetin si platformë për funksionimin e tyre, megjithatë shumica e gazetarëve konsiderojnë se një hap i këtillë do kuptohet si tentim për vendosje të censurës ose kontrollës mbi mediat e vetme që mbetën të lira në gjithë botën-mediat e reja dhe interneti.<sup>7</sup>

Republika e Maqedonisë e ka miratuar kuadrin ligjor për pavarësinë e mediave në Maqedoni. Kushtetuta e Republikës së Maqedonisë qartësisht i definon dhe garanton liritë dhe të drejtat themelore në sferën e informimit publik.

Neni 16 i Kushtetutës thotë:

*„Garantohet e drejta e besimit, ndërgjegjës, mendimit dhe shprehjes publike të mendimit. Garantohet liria e fjalës, shfaqja publike, informimi publik dhe themelimi i lirë i institucioneve për informim public. Garantohet qasja e lirë të informacioni, liria e pranimit dhe e dhënies së informacioneve.*

*Garantohet e drejta e prononcimit në mediat e informimit publik. Garantohet e drejta e korrigjimit në media. Garantohet e drejta e mbrojtjes së burimit të informacionit në media.*

*Censura është e ndaluar.”<sup>8</sup>*

Me këtë nen qartësisht përcaktohen themelet për media të lira, për liri të shprehjes si dhe për zhvillim normal të gazetarisë hulumtuese.

Ligji për mediat, përsëri, në disa nene e garanton lirinë e shprehjes, të informimit, hulumtimit dhe publikimit.<sup>9</sup>

Neni 3 i këtij ligji thotë:

*„(1) Garantohet liria e shprehjes dhe liria e mediave. (2) Liria e mediave në veçanti përfshinë: Lirinë e shprehjes së mendimeve, pavarësinë e mediave, lirinë e tubimit, hulumtimit, publikimit, përzgjedhjen dhe transmetimin e informacionit në drejtim të informimit të publikut., pluralizmin dhe shumëllojshmërinë e mediave, lirinë e qarkullimit të informacionit dhe hapje të mediave për mendime, besime të ndyrshme dhe për përmbajtje të shumëllojta, qasje deri të informacioni me karakter publik, respektim i individualitetit, privacisë dhe dinjitetit njerëzor, liria për themelimin e subjekteve juridike për veprimtari për informim publik, shtyp, dhe distribuim të mediave të shtypura dhe mediave tjera nga vendi dhe jashtë, prodhim dhe emetim i programeve audio dhe audiovizuale si dhe mediave tjera elektronike, pavarësi të redaktorit, gazetarit, autorëve dhe kreatorëve të përmbajtjeve ose bashkëpunëtorëve të programeve dhe personave të tjerë, në përputhje me profesionin.(3) Liria e mediave mund të kufizohet vetëm në përputhje me Kushtetutën e Republikës së Maqedonisë.(4) Botuesi i një medium është i pavarur në politikën redaktuese, respektivisht në zbatimin e konceptit programor të mediumit dhe i njëjti është përgjegjës për punën e tij në përputhje me këtë ligj dhe ligj tjetër”.<sup>10</sup>*

7 <http://www.pravdiko.mk/znm-i-efj-protiv-zakonska-regulatsija-na-portalite-i-mediumskite-sodrzhini/>

8 <http://www.sobranie.mk/EBStorage/Files/UstavnaRmizmeni.pdf>

9 [http://www.avmu.mk/images/Zakon\\_za\\_mediumi\\_mkd.pdf](http://www.avmu.mk/images/Zakon_za_mediumi_mkd.pdf)

10 Ibid

Prezantimi medial gjatë kohës së zgjedhjeve dhe fushatave zgjedhore është rregulluar edhe me Kodin Zgjedhor të Republikës së Maqedonisë të miratuar më 29 mars të vitit 2006, ndërsa l'ndryshuar në shkurt të vitit 2014. Në nenin 76, 77 dhe 78 përcaktohen rregullat dhe mënyra e raportimit, reklamimit dhe e mbulimit të fushatës zgjedhore nga ana e mediumit.<sup>11</sup>

Përveç rregullimit ligjor, në Republikën e Maqedonisë ekziston akt vetërregullues, me të cilin përcaktohen parimet e sjelljes dhe standardet profesionale të gazetarëve. Ky është Kodeksi i Shoqatës së Gazetarëve të Maqedonisë, kun ë pjesën mbi parimet e sjelljes theksohet:

*“E drejtë dhe obligim i gazetarëve është të angazhohen për parandalim të censurës dhe të parandalojnë shtrembërimin e lajmeve. Duke ndjekur rolin e tyre në ndërtimin e demokrcisë dhe shoqërisë civile, gazetarët do t'i mbrojnë të drejtat e njeriut, dinjitetin dhe lirinë, do ta respektojnë pluralizmin e ideve dhe qëndrimeve, do të angazhohen për përforsim të shtetit të së dejtës dhe kontroll mbi pushtetin dhe subjekteve tjera të jetës publike”.*<sup>12</sup>

Mbi politikën dhe ndikimin e partive politike, në pikën 14 të Kodeksit thuhet:

*„Informimi nga proceset politike, në veçanti gjatë zgjedhjeve, duhet të jetë l paanshëm dhe i ekuilibruar. Gazetari patjetër të krijojë distancë profesionale nga subjektet politike”.*<sup>13</sup>

Më tej, në pikën 10 të Kodeksit thuhet:

*„Gazetari nuk do të krijojë dhe përpunojë në mënyrë të vetëdijshme informacione që rrezikojnë liritë dhe të drejtat e njeriut, nuk do të flaës me gjuhën e urrejtjes dhe nuk do të nxisë dhunë dhe diskriminim në çfarëdo lloj baze (etnike, fetare, racore, të gjinisë, sociale, gjuhësore, orientimit seksual, politike...).*<sup>14</sup>

Kodeksi, në pikën 13, gjithashtu thotë se “ gazetari duhet të bëjë dallim mes fakteve dhe mendimeve, mes lajmit dhe komentit”.<sup>15</sup>

Dispozitat përfundimtare të Kodeksit të SHGM-së theksojnë se:

*„Në përputhje me ligjet e Republikës së Maqedonisë, gazetarët do ta pranojnë gjykimin në raport me profesionin vetëm nga kolegët e tyre dhe do të jenë jashtë çdo ndikimi politik dhe ndikimi tjetër.”*<sup>16</sup>

11 <http://www.sec.mk/files/IzborenzakonikzaEEB1.pdf>

12 <http://www.znm.org.mk/drupal-7.7/mk/node/440>

13 Ibid

14 Ibid

15 Ibid

16 Ibid

## SUAZA TEORIKO-KONCEPTUALE

Monitorimi i mediave online është bërë në përputhje me objektivat e projektit “ Avancimi i gjendjes së mediave online në Maqedoni”, respektivisht për të vlerësuar në mënyrë objektive gjendjen e mediave online në rajonin e Pollogut, të Shkupit, në rajonin veri-lindor dhe jug-perëndimor.

Ky monitorim është bërë në suaza të projektit “ Media të reja për sfida të vjetra” dhe ka për qëllim që realisht të vlerësoj gjendjen e mediave online në gjithë gamën e gjerë të funksionimit të tyre në tregun medial.

Backgroundi i mediave online në Maqedoni shënon një gjendje të komplikuar funksionimi që determinohet nga faktorë të shumtë dhe që në një farë mënyrë performojnë ekzistencën e tyre në tregun e mediave të reja (New media). Zhvillimi i tyre njih një paraqitje të vrullshme edhe pse vetëm para një dekade prania e tyre ka qenë shumë e kufizuar.

Pikërisht, më 2010 është bërë edhe hulumtimi i parë mbi mediat online në Maqedoni i realizuar nga IMM (MIM) <sup>17</sup>. Ky hulumtim është bërë në kohën kur mediat online ishin në fazën e shënimit të një pranie më të madhe dhe strukturën realisht kuptimin e mediave online, format e paraqitjes së tyre, kategorizimet përbajtësore, mënyrën e funksionimit dhe sfidat që paraqiten në zhvillimin e tyre.

Ky është hulumtimi i parë që pasqyron në mënyrë objektive gjendjen e mediave dhe gazetarisë online në Maqedoni dhe në të njëjtën kohë kahëzon kategorizimin e tyre konform koncepteve dhe teorive globale mbi mediat online. Padyshim, ky hulumtim paraqet një bazë të mirë për të receiptuar shfaqjen e mediave online në Maqedoni me gjithë kompleksitetin e paraqitjes së tyre dhe mënyrës së funksionimit të cilat afshohen në hulumtim.

Tashmë botërisht është pranuar se mediat online si fenomen global paraqesin kategori dinamike. Shfaqja e tyre shënon ritme të shpejta, ndërsa receiptimi i tyre po kalon nëpër studime të shumta teorike dhe konceptuale.

Prania e mediave online në Maqedoni, kohëve të fundit ka shënuar një rritje dramatike, ndërkohë që funksionimi i tyre determinohet nga një sërë faktorësh që e bëjnë habitusin medial të online mediave të komplikuar dhe gati kaotik.

Për të ndërtuar një vizion më të plotë të zhvillimit të tyre në përputhje me objektivat e projektit, në përputhje me idenë për krijuar një hapësirë më të gjerë dhe më përbajtësore interaktiviteti me shoqërinë civile dhe me gjithë aktorët tjerë shoqëror, ne realizuam këtë monitorim nëpërmjet të cilit, në mënyrë objektive dëshirojmë të ofrojmë gjendjen momentale të mediave online në Maqedoni, në katër rajonet të parapara në projekt.

Tashmë gjithëprania e mediave online ka përfshirë edhe Maqedoninë dhe dita-ditës ato po bëhen pjesë e habitusit të gjithmbarshëm medial dhe teknologjik.

Maqedonia nuk është përjashtim nga këto trende teknologjike mediale të cilat kanë prodhuar një numër të madh mediash online. Pikërisht në këtë gamë të gjerë të pranisë së tyre, të transformimit të madh teknologjik që përgjithësisht përfshihen në teorinë dhe konceptet e mediave të reja (New media), ne jemi përpjekur që ta reduktojmë problematikën tonë, duke u përqendruar te mediat online që prodhojnë përbajtje gazetareske me interes publik.

Gjithsesi, kjo optikë mbi mediat online, si entitete specifike, është determinuar nga një suazë më e gjerë konceptuale e trajtuar gjerësisht nga shumë autorë botërorë, siç është autori Lev Manovich me librin e tij “Gjuha e mediave të reja” ( The Language of New Media), libri

17 “ Gjendja me mediat online dhe gazetarinë online në Maqedoni”, hulumtim, MIM, 2010



nga grup autorësh “Mediat e reja: një hyrje kritike” (New Media: a critical introduction) dhe shumë studime dhe shkrime tjera që analizojnë dhe interpretojnë nocionin mbi mediat e reja si shfaqje globale dinamike.

Pra, në monitorimin tonë, ne jemi përqendruar në realitetin e tregut të mediave online në Maqedoni si një shfaqje që dita-ditës po merr përmasa më të mëdha të pranisë në internet, të gjithë asaj që përfaqëson produksion të mediave online.

Sëkëndejmi, në aspektin e definimit konceptual, ne kemi ruajtur definimin portale informative ditore të njohura si “News portals”, sepse në këtë mënyrë jemi vënë në sinkron me perceptimin e përgjithshëm mbi mediat online, respektivisht të portaleve informative. Duke iu përbajtur këtij definimi, ne kemi përzgjedhur optikën për të trajtuar si problematikë, në fazën e parë për të monitoruar, mediat informative që prodhojnë dhe shpërndajnë përmbajtje gazetareske me interes publik dhe që realisht kanë ndikim në opinion publik.

## **QASJA METODOLOGJIKE E MONITORIMIT**

Për të arritur në një rezultat sa më objektiv të gjendjes së mediave online në Maqedoni, në përputhje me synimet e projektit tonë për avancimin e gjendjes së mediave online në Maqedoni, ne kemi zbatuar metodologjinë kuantitative dhe kualitative të analizës.

Gjithashtu, si metodë e hulumtimit është shfrytëzuar edhe anketa me pronarët dhe tëpunësuarit në portale, që ka përfshirë pyetje të hapura dhe të mbyllura.

Për nevojat e monitorimit kemi krijuar një matricë me disa kategori klasifikuese në funksion të metodologjisë kuantitative dhe kualitative.

Kjo matricë përfshinë: emrin e portalit informativ, datën e monitorimit, numrin e titujve të përmbajtjeve gazetarske të publikuara brenda 24 orëve, numrin e titujve të përmbajtjeve origjinale, numrin e titujve të përmbajtjeve të marra nga media tjera, numrin e burimeve të tekstet origjinale, qasjen e mediumit (pozitive, negative, neutrale), subjektet-entitetet ndaj të cilave manifestohet qasja e mediumit (parti, institucion, funksionar), numri i lajmeve të rrejshme (fake news), transparenca e portalit si dhe përdorimi ose jo i gjuhës diskriminuese ose të urrytjes nga ana e portalit-mediumit.

Përmbajtjet origjinale janë verifikuar sipas tre kritereve:

1. Ekskluzivitetit- shfaqjes së tekstit vetëm te një medium
2. Theksimit- theksohet se deklarata, raportimi ose përmbajtje tjetër është prodhim i mediumit të caktuar
3. Publikimit të parë- Tekstet që shfaqen në formë uniforme te disa media online, pa indikator të autorësisë, merret si prodhim original i mediumit, ai që i pari eka publikuar përmbajtjen.

Duke krahasuar me modele tjera, jemi përpjekur që të krijojmë një matricë sa më të thjeshtë dhe funksionale monitorimi që do t'i përgjigjej synimit për të monitoruar gjendjen e mediave online në Maqedoni, gjithë atë që përfaqëson përmbajtje gazetareske dhe produksion të një mediumi.

Kjo matricë i përgjigjet qasje sonë metodologjike, që në mënyrë objektive pasqyron gjithë atë që nënkupton qasja kuantitative që ndërlihet me sasisë, burimet e diversifikuara, qasjen ndaj subjektit dhe qasja kualitative që nënkupton një dimension më thellë profesional që reflekton përzgjedhjen, kontekstin, tonin e përmbajtjes, ndikimin, senzacionin, lajmin e rremë dhe gjuhën diskriminuese dhe të urrejtjes.

Gjithsejt janë përzgjedhur për t'u monitoruar 14 media online, duke ruajtur në këtë përzgjedhje ekuilibrin e rajoneve të përfshira në projekt. Mediat e monitoruara janë përzgjedhur në bazë të rangimit të bërë nga ALEKSA.

Në qytetin e Shkupit janë monitoruar: KURIR.MK, PRESS24.MK, A1ON.MK, PORTALB.MK dhe ALMAKOS.COM.

Në qytetin e Tetovës janë monitoruar: TETOVASOT.COM, TETOVA1.MK. Në qytetin e Gostivarit janë monitoruar: FLAKA.COM.MK dhe GOSTIVARPRESS.MK.

Në qytetin e Kumanovës: KUMANOVAPRESS.NET dhe KUMANOVONEËS.COM.

Në Strugë është monitoruar: STRUGAPRESS.COM, ndërsa në qytetin e Ohrit: OHRIDSKY.COM dhe OHRIDNEËS.COM.

Për ta strukturuar monitorimin në dimensionet e koncepteve editoriale të mediave kemi monitoruar vetëm përmbajtjet gazetareske (tekstet) që kanë qenë të ndërlihdura me interesin publik, me partitë politike, funksionimin e institucioneve, të shoqërisë civile dhe funksionet e ndryshëm.

Monitorimi ka zgjatur 7 ditë, nga 01.07.2017 deri më 07.07.2017 dhe ka përfshirë të gjitha përmbajtjet brenda 24 orëve të një mediumi. Në bazë të krahasimeve të shumta, në maksimum jemi përpjekur të ruajmë objektivitetin gjatë monitorimit. Në kategorinë e përmbajtjeve origjinale, nëpërmjet krahasimeve të shumta jemi përpjekur që në maksimum të identifikojmë atë që përfaqëson përmbajtje origjinale, e cila realisht është paraqitur si kategori më e komplikuar. Gjatë monitorimit të kësaj kategorie kemi pasur parasysh natyrën e funksionimit të mediave online në Maqedoni dhe gjithë konceptin e përmbajtjeve të gazetarisë online.

E theksuam se përmbajtjet origjinale paraqesin entitete gazetareske të vështira për t'u identifikuar, sepse vetë koncepti editorial i portaleve dikton një receptim tjetër mbi përmbajtjet origjinale, duke mos mbajtur kujdes mbi autorësinë e lajmit, informacionit, apo temës së trajtuar.

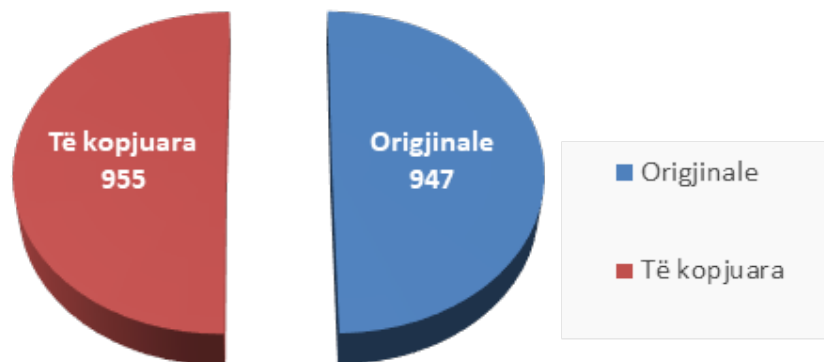
Ky problem realisht shfaqet më tepër te pjesa kuantitative, ndërsa te pjesa kualitative, ku përcaktohet tonaliteti dhe përgjithësisht konteksti dhe politika redaktuese është më e lehtë për ta identifikuar. Sidoqoftë çështja e autorësisë së përmbajtjeve gazetareske shfaqet si tepër problematike, një mungesë fundkrye që vërehet gati te secili portal i monitoruar. Është një shfaqje që sidoqoftë bën shmangie nga koncepti i profesionalizimit, i përgjigjesisë autoriale, duke minuar kështu lehtësisht paanshmërinë profesionale.

## REZULTATET

Realisht vetëm te një medium pjesërisht është shënuar autorësia e lajmit nga gazetarët, ndërsa te pjesa dërmuese shumë rrallë paraqitet gazetari si autor i tekstit ose qoftë edhe inicialet e gazetarit. Portalët udhëhiqen nga një koncept që edhe lajmet origjinale të mos kenë autorësinë e gazetarit, në të shumtën e rasteve mjaftohen që në fund të shënojnë emrin e portalit. Por, gjithsesi këto elemente edhe pse e kanë vështirësuar identifikimin e lajmit origjinal, megjithatë nëpërmjet të krahasimit të kohës së publikimit të një lajmi, trajtimit dhe vetë titullit, ne kemi arritur të identifikojmë origjinalitetin e një lajmi, informacioni ose të një përmbajtje tjetër gazetareske.

Në bazë të monitorimit, nga përlogaritja komulative rezulton se të gjitha mediat e monitoruara, së bashku gjatë kësaj periudhe 7 ditore kanë publikuar gjithsej 1902 përmbajtje gazetareske. Në kategorinë e përmbajtjeve origjinale janë evidentuar gjithsej 947 përmbajtje, ndërsa si përmbajtje të marra nga ndonjë medium tjetër janë evidentuar 955 përmbajtje gazetareske.

### Përmbajtjet e publikuara



Pra, pak më tepër se gjysma e përmbajtjeve të publikuara nga numri i përgjithshëm rezulton se janë të marra nga media tjera. Pikërisht te lajmet të marra nga mediat tjera rezulton se ato janë bërë copy paste, pa ndryshuar as titullin e lajmit. Gati të gjitha këto përmbajtje gazetareske shfaqen uniforme për secilin portal informativ, pa asnjë ndryshim.

Kategoria e burimeve të teksteve origjinale shfaqet si një hedikep tjetër. Diversifikimi i burimeve mbetet parim gati i papërfshillshëm, ndërkohë që numri dërmues i përmbajtjeve origjinale të publikuara janë vetëm me një burim. Janë evidentuar te kjo kategori edhe përmbajtje gazetareske të diversifikuara, por edhe linqe që tregojnë backgroundin e lajmit, duke krijuar kështu një pasqyrë më të saktë për kontinuitetin e informimit për një problematikë të caktuar.

Burim i informacionit zakonisht janë komunikatat partiake dhe të institucioneve shtetërore, deklaratat të dhëna për mediat televizive, intervistat televizive (ka raste kur nga një intervistë krijohen 7 deri më 8 lajme), statuset FB-je nga politikane dhe persona tjerë publik si dhe

prononcime nga press konferencat e ndryshme.

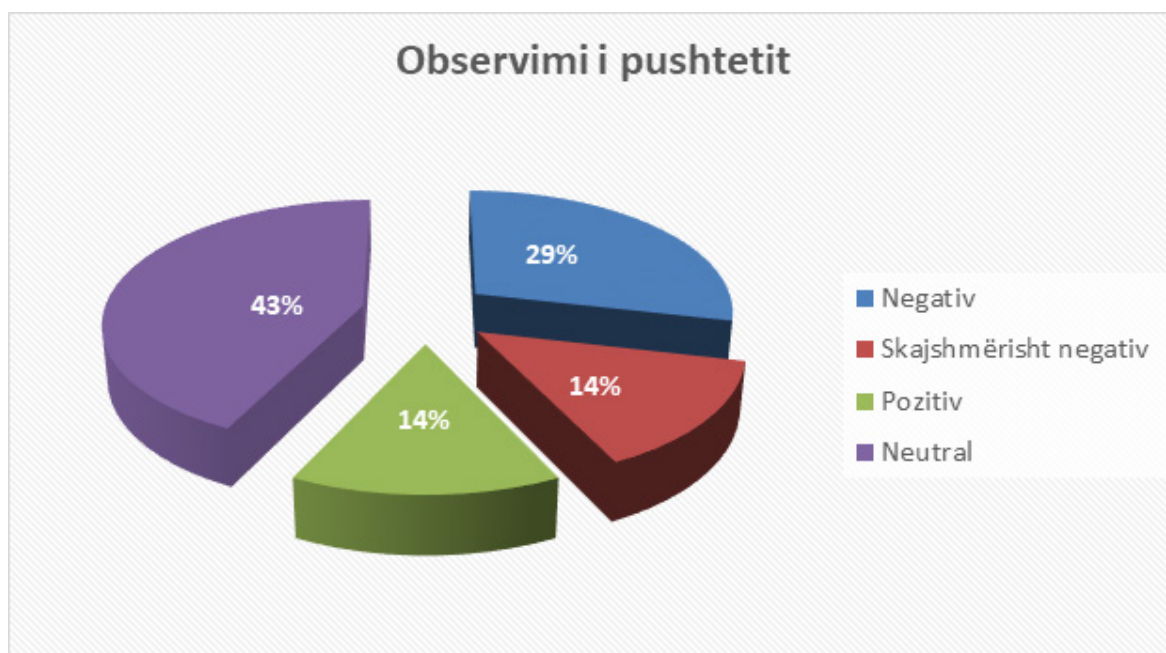
Te kategoria e qasjes ndaj subjektit-entitetit të përmbajtjes gazetareske realisht mund të shihen edhe tonet e informimit të secilit portal. Përgjithësisht evidentohet që 6 portale kanë qasje negative ose pozitive ndaj subjektit dhe kjo kryesisht determinohet nga politika redaksionale se çfarë pozicioni mbajnë ndaj një subjekti politik, ndaj funksionarëve publik, ndaj institucioneve publike dhe bartësve të tyre si dhe ndaj aktorëve të shoqërisë civile.

Pikërisht nëpërmjet kësaj kategorie shihet qartë edhe politika redaktuese dhe gjithë konteksti i përzgjedhjes së informacionit, orientimit të tij dhe mungesa e burimeve të diversifikuara që krijojnë neutralitetin e shfaqjes dhe që ndërlihet edhe me faktin që shumica e mediave krijojnë lajme vetëm me një burim informacioni.

Katër media të monitoruara kanë qasje negative ndaj partive në pushtet, ndërsa te dy portale evidentohet qasje tërësisht negative, duke u mbështetur kryesisht në burime partiake të informacionit të një partie në opozitë. Gjithë përmbajtja e lajmeve, e informacionit janë deklarime, komunikata, pjesë të shkëputura nga debate dhe intervista figurash partiake nga të cilat më pas ndërtohet lajmi negativ mbi partitë në pushtet. Kjo paraqet kontekstualizim të skajshëm të informacionit në shërbim të një partie politike, por pa u lëshuar në faktografi tjera që mund të ndërtojnë narracionin kritik ndaj pushtetit. Te këto media evidentohet herë-herë edhe lajmi i komentuar gjithnjë në funksion të qasjes negative ndaj partive në pushtet.

Dy portale tjera shfaqen me tone të lehta të informimit pozitiv për partitë në pushtet, ndërkohë që në tërësinë tjetër të informimit mbeten neutrale. Përgjithësisht konteksti pozitiv krijohet nëpërmjet favorizimit të pranisë dhe qasjes afirmative të një subjekti politik në pushtet.

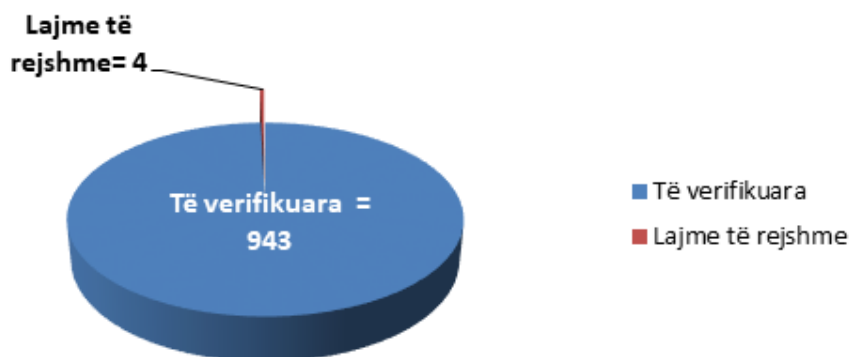
Te portalet tjera të monitoruara mbizotëron qasja neutrale që bazohet në një koncept të paanshëm editorial. Gjithsesi edhe te këto portale, pavarësisht nga qasja neutrale që kanë si pluralizëm i brendshëm i subjekteve, megjithatë evidentohet mungesa e burimeve të diversifikuara, në përjashtim të 3 medimeve tek të cilët kemi një prani më të madhe të më tepër burimeve të informacionit te tekstet origjinale.



Gjatë monitorimit 7 ditor janë evidentuar gjithsej 4 lajme të rrejshme. Këto lajme janë të ndërtuara mbi rrëfime të paverifikuara dhe mbi burime që nuk mund të identifikohen si

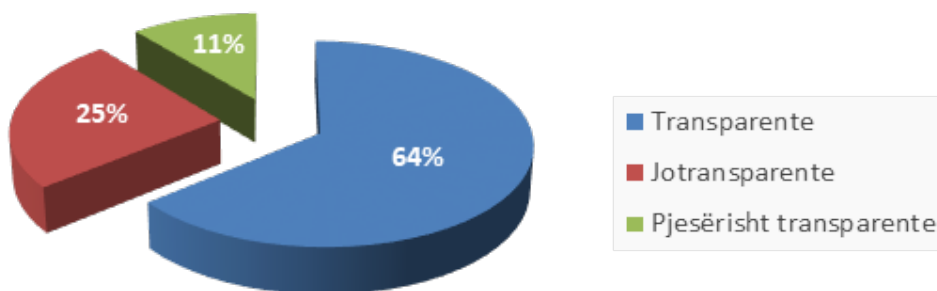
relevante dhe të besueshme. Njëri nga lajmet e rreme ka të bëj me bllokimin e mediave opozitare nga ana e qeverisë<sup>18</sup>, një mbi një tubim partiak<sup>19</sup>, një mbi një seks skandal<sup>20</sup> dhe një mbi një situatë në parlamentin e Maqedonisë<sup>21</sup>.

## Verifikimi i përmbajtjes



Transparenca e portaleve mbetet gjithashtu një problem më vete. 8 nga portalet e monitoruara janë transparente, në impresum kanë të shënuar ekipin redaksional, gazetarët dhe të dhënat tjera të nevojshme, 5 portale evidentohen si jotransparente, ndërsa njëri nga portalet është pjesërisht transparent.

## Transparenca e portaleve



18 <http://kurir.mk/makedonija/vesti/kako-vo-severna-koreja-blokiran-pristapot-vo-vladata-do-kurir-i-ostanati-kritichki-mediumi-so-rosovite-si-rabotat-foto/>

19 <http://kumanovapress.net/ne-takimet-e-bdi-se-te-sarajit-anetaret-marrin-pjese-prej-zori-foto/>

20 <http://kumanovapress.net/seks-skandal-ne-nje-televizion-publik-ne-maqedoni-ja-e-verteta-foto/>

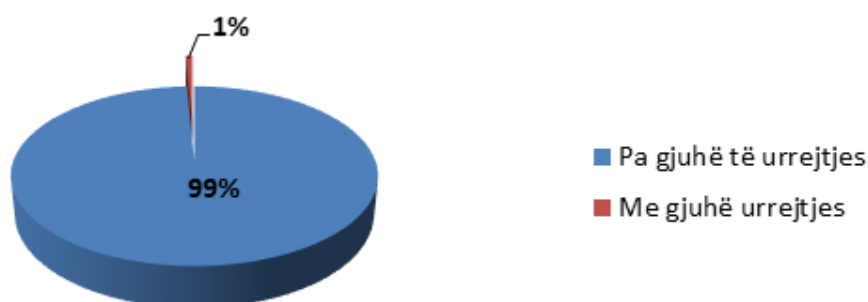
21 <http://www.tetova1.com/2017/07/05/talat-xhaferi-gatshem-te-rrihet-shilegovin-e-lsdm-se-per-dimovskin-e-vmro-se/>

Gjatë monitorimit 7 ditor është evidentuar edhe prani e gjuhës diskriminuese dhe e urrejtjes. Gjuha e urrejtjes evidentohet në lajmet, përmbajtjet gazetareske që kanë të bëjnë me komunitete të veçanta dhe përgjithësisht është e motivuar politikisht.

Në kategorinë e matricës mbi gjuha diskriminuese dhe të urrejtjes, janë evidentuar 7 raste, respektivisht në përmbajtjen mbi një lajm për një punësim në qeveri<sup>22</sup>, dhe në një lajm mbi debatin për temën e komunitetit LGBD<sup>23</sup> dhe një tjetër gjithashtu që ndërlidhet me këtë temë<sup>24</sup>

Tema e komunitetit LGBD ka qenë e ekspozuar ndaj gjuhës diskriminuese dhe të urrejtjes gjatë kësaj periudhe monitorimi<sup>25</sup>. Edhe në dy raste tjera gjuha diskriminuese dhe e urrejtjes evidentohet ndaj këtij komuniteti<sup>26</sup>. Gjithashtu edhe në një lajm që bazohet në një fotografi<sup>27</sup> dhe në përmbajtje tjera të shfaqura në rrjetet sociale dhe që lidhen me gjuhën diskriminuese dhe të urrejtjes ndaj këtij komuniteti<sup>28</sup>.

## Prania e gjuhës së urrejtjes dhe diskriminimit



Gjatë këtij monitorimi gjithashtu është evidentuar se 4 portale kanë vëllim të kufizuar të lajmeve ditore dhe kryesisht janë përqendruar në lajme me karakter lokal, por pa përjashtuar edhe lajme tjera me karakter nacional. Kryesisht këto portale shfaqen neutrale dhe i kanë burimet e informacionit më të diversifikuara.

22 <http://kurir.mk/makedonija/vesti/skandalite-se-nizhat-ushte-edno-sorosovo-pero-negatorot-na-mpts-pochna-da-raboti-vo-vladata/>

23 <http://kurir.mk/makedonija/vesti/soros-novinarkata-biljana-sekulovska-bliska-do-zaev-so-navredi-kon-kuranot-i-biblijata-kon-hristijanite-i-muslimanite-kon-alah-i-gospod/>

24 <http://kurir.mk/makedonija/vesti/sramota-megafonite-na-sdsm-so-zhestoki-napadi-kon-site-zheni-muslimanki-so-marama-alo-be-majstore-drzhish-zabulena-zhena/>

25 <http://www.almakos.com/bdi-kerkon-zyrtarisht-lejimin-e-martesave-mes-lgbt-afrim-gashi-i-beses-reagon-ashper>

26 <http://kumanovapress.net/zenka-brenda-bdi-se-grubi-manajilovskit-une-u-desh-ti-mbroj-te-drejtat-e-pederave/>

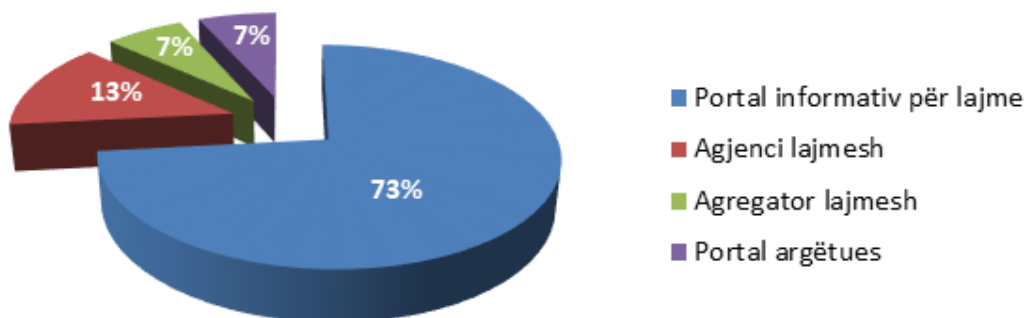
27 <http://kumanovapress.net/ahmeti-dhe-xha-brankua-fotografia-me-e-ngrohte-e-skenes-politike-ne-maqedoni-foto/>

28 <http://kumanovapress.net/plas-gallata-ne-rrjetet-sociale-bdi-dhe-aleanca-me-logo-te-lgbt/>

Në anketën e realizuar janë përfshirë gjithsej 15 përfaqësues të mediave të reja, nga të cilët 11 punojnë në portale informative lajmesh, 2 në agjenci lajmesh, 1 në portal informative tematik dhe 1 në portal informative zbavitës. (Grafikoni 1)

Grafikoni 1

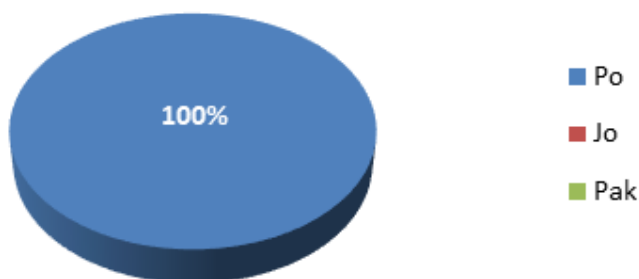
### Në çfarë lloji të portalit punoni?



Të gjithë të anketuarit janë përgjigjur se kanë përvojë si gazetar (Grafikoni 2).

Grafikoni 2

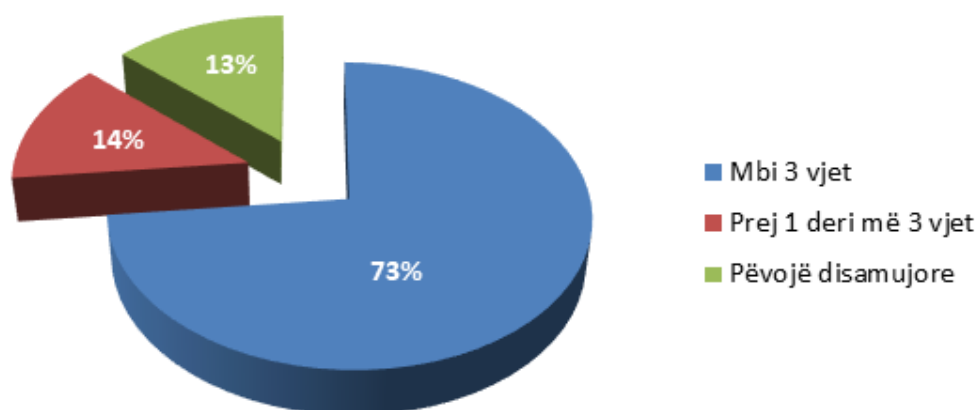
### A keni përvojë gazetareske?



Nga ata, 11 janë përgjigjur se kanë përvojë pune mbi 3 vjet, 2 nga 1 deri më 3 vjet dhe 2 janë përgjigjur se kanë përvojë disamujore. (Grafikoni 3)

**Grafikoni 3**

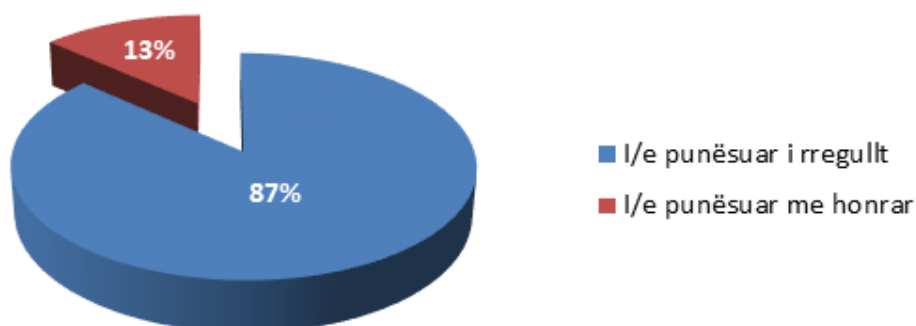
### Sa kohë ka që punoni në onlajn medium?



Nga të anketuarit, 13 janë në marrëdhënie të rregullt pune, ndërsa 2 janë të angazhuar me honorar. (Grafikon 4)

**Grafikon 4**

### A jeni i punësuar i rregullt apo me kontratë?

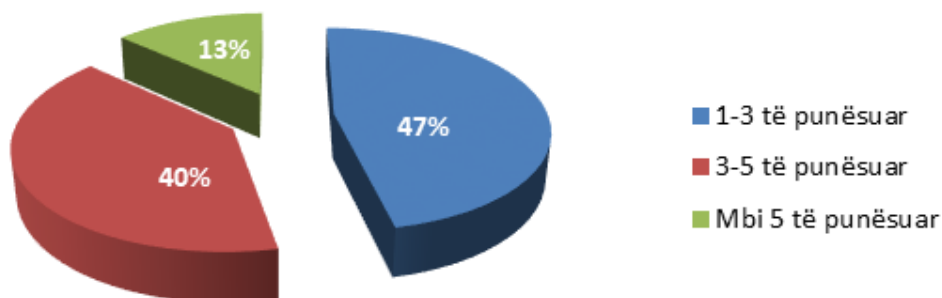




Në shtatë mediumet e anketuara numri i të punësuarve është 5, te gjashtë numri i të punësuarve është nga 3-5, ndërsa nëdy mediume janë përgjigjur se kanë të punësuar nga 1-3 gazetarë. (Grafikoni 5)

**Grafikoni 5**

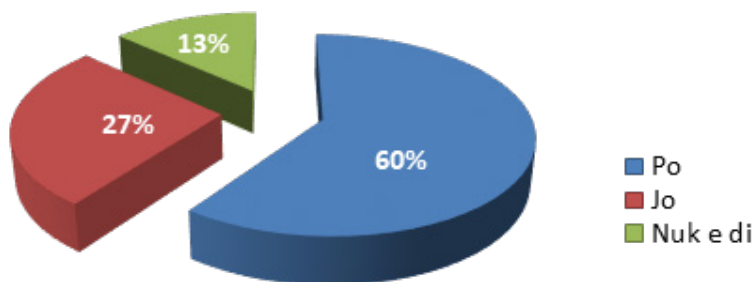
**Sa është numri i të punësuarve në onlajn mediumin ku punoni?**



Në pyetjen “ Ueb portali juaj, si edhe ueb portalet tjera ekzistuese a publikojnë përmbajtje profesionale, origjinale dhe lajme?”, 9 janë përgjigjur me “po”, 4 me “jo” dhe 2 me “ nuk e di”.(Grafikoni 6)

**Grafikoni 6**

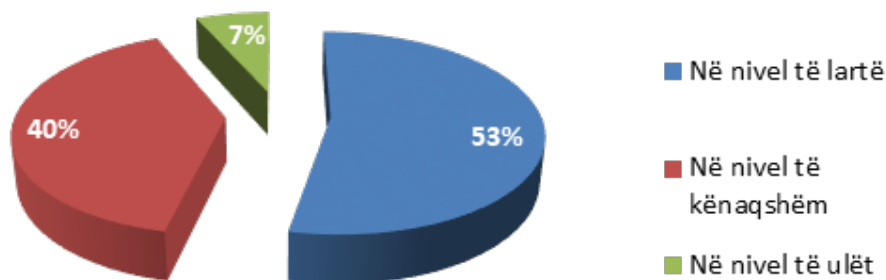
**Ueb-portali juaj, si edhe ueb-portalet tjera ekzistuese a publikojnë përmbajtje profesionale, origjinale dhe lajme?**



Shumica nga ueb portalet janë prononcuar se janë të kënaqur me vizitueshmërinë që e kanë. Në pyetjen “ në çfarë niveli është vizitueshmëria e përditshme e përmbajtjeve tuaja mediale?”, 8 janë përgjigjur se është në “ nivel të lartë”, 6 theksuan se është “ në nivel të dëshirueshëm”, ndërsa 1 theksoi se është “ në nivel të ulët”.(Grafikoni 7)

**Grafikoni 7**

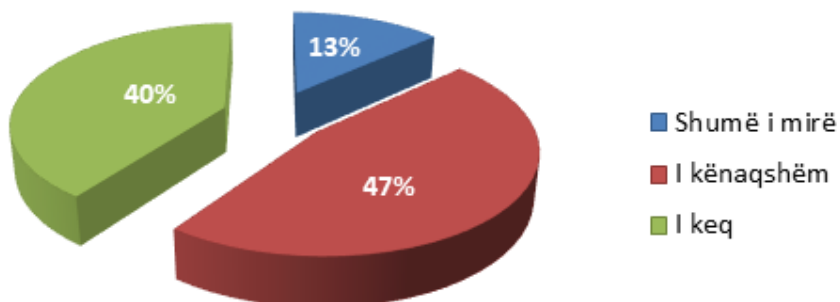
**Në çfarë niveli është vizitueshmëria e përditshme e përmbajtjeve tuaja mediale?**



Por, në pyetjen “Sa është niveli i financimit të vetëqëndrueshëm i mediumit tuaj online?”, 7 janë përgjigjur me “solid”, 6 janë përgjigjur me “keq” dhe vetëm 2 me “ shumë mirë”. (Grafikoni 8)

**Grafikoni 8**

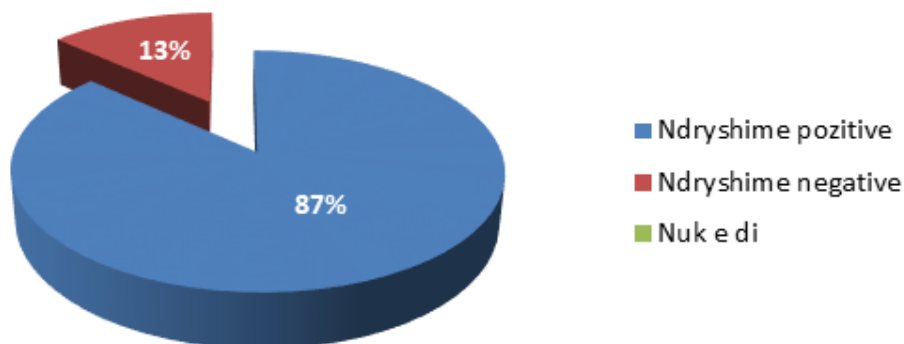
**Sa është niveli i financimit të vetëqëndrueshëm i mediumit tuaj online?**



Shumica e të anketuarve (13) vlerësojnë se interneti ka ndikuar pozitivisht mbi gazetarinë, ndërsa 2 janë përgjigjur negativisht. (Grafikoni 9)

Grafikoni 9

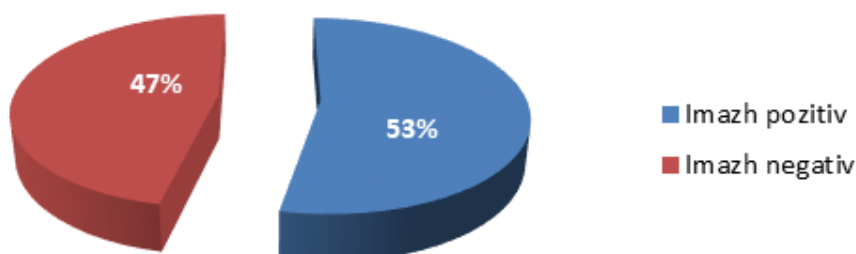
### Çfarë ndryshimesh ka sjellë Interneti në gazetari?



Në lidhje me imazhin në të cilën shfaqen mediat online para publikut, të anketuarit kanë mendime të ndara. Tetë janë përgjigjur se prezantohen me “imazh pozitiv”, ndërsa shtatë theksojnë se kanë “imazh negative”. (Grafikoni 10)

Grafikoni 10

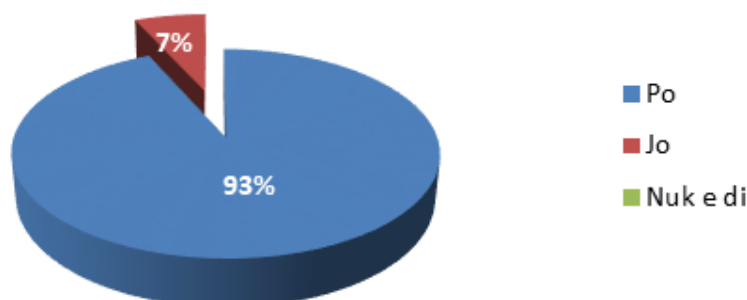
### Sipas mendimit tuaj, çfarë imazhi kanë portalet në sytë e lexuesve apo të recipientëve?



Në pyetjen “A do të merrnit pjesë në trajnimin për përforsim organizativ dhe profesional të ueb portaleve?”, 14 janë përgjigjur me “po”, ndërsa vetëm një me “jo”.(Grafikoni 11)

Grafikoni 11

### A do të merrnit pjesë në trajnimin për përforsim organizativ dhe profesional të ueb portaleve?



Të anketuarit vlerësojnë se rregullimi ligjor i portaleve, profesionaliteti, kualiteti dhe tregu i pavarur i reklamave janë parakushtet kyçe për zhvillim të mediave online.

*“Rregullat ligjore, në të cilat edhe ueb portalet do t'i kenë të drejtat dhe obligimet e tyre si-kurse mediat tjera, si dhe procedura ligjore për respektim të Ligjit mbi të drejtat e autorit dhe të drejtave tjera të përfaqësuara”,* thotë njëri nga të anketuarit.

Një përfaqësues tjetër i medias online vlerëson se *“Përmirësimi i kushteve varet nga më tepër faktorë dhe nuk mund të shpejtohet në disa fjali. Do të vë theksin mbi profesionalitetin, respektim i rregullave dhe udhëzimeve për përdorim etj”*.

*“Pavarësi financiare dhe lidhje me mediat tradicionale”,* thotë gazetari i medias online i përfshirë në anketë.

## KONKLUZIONET

Gjendja e përgjithshme e portaleve të monitoruara përgjatë kësaj periudhe shënon mungesë të qasjes profesionale dhe këto defekte shfaqen në të gjitha dimensionet e lajmit dhe përmabjtjeve tjera gazetareske.

Për një nuancë dominojnë lajmet e marra nga një medium tjetër dhe përgjithësisht këto lajme të marra janë copy paste, pa asnjëfarë ndryshimi. Te lajmet origjinale evidentohet përgjithësisht mungesa e autorsisë së gazetarit dhe mungesa e burimeve të diversifikuara. Përgjithësisht lajmet janë komunikata partish politike dhe institucionesh tjera dhe publikohen vetëm me një burim, zakonisht pa përfshirë edhe palën tjetër.

Te një pjesë e portaleve vërehet mungesë e tërësishme e transparencës nga se nuk kanë fare impresum. Prania e lajmeve të rrejshme (fake news) dhe e gjuhës diskriminuese dhe të urrejtjes ndaj grupeve dhe komuniteteve të caktuara është edhe një shmange tjetër nga etika profesionale në informim.

Te disa portale evidentohet qasja negative e mbështetur në një koncept editorial që ka për bazë njëanshmërinë partiake, pa u kujdesur që në tërësinë e përmabjtjes redaksionale të përfshijnë pluralizimin politik dhe shoqëror si elemente kyçe të informimit të paanshëm dhe me kredo profesionale.

Përgjithësisht shfaqet një gjendje e pastruktuaruar si duhet mediale që shmang principet themelore të gazetarisë moderne që ndërliken me gjithë paletën e objektivitetit, të informimit të drejtë dhe me etikë profesionale.

Çështja e toneve të informimit, respektivisht e kontekstualizimit të përmabjtjeve gazetareske në favor të një partie ose kundër një partie mbetet një defekt që evidentohet te disa nga mediumet. Përgjithësisht konceptet editoriale të portaleve janë të varfëra dhe nuk kanë shtrirje në përmabjtje reale gazetareske me interes publik. Edhe kur shfaqen herë-herë lajme, informacione të tipit të këtyre, ato janë sipërfaqësore dhe nuk arrijnë që të eksplorojnë më në thellësi një problematikë të caktuar.

Portalet përgjithësisht vuajnë nga mungesa e një interaksioni më përmabjtësor me shoqërinë civile dhe me aktorë tjerë të jetës publike dhe institucionale që i japin lajmit dhe përmabjtjeve tjera gazetareske legjitimitetin profesional të bazuar në principet thellësisht deontologjike të gazetarisë.

Optika partiake, fragmentariteti, dukuria copy past, informimi sipërfaqësor, mungesa e burimeve të diversifikuara, mungesa e transparencës krijojnë një pejsazh të zbehtë medial të këtyre portaleve dhe pa reflektimin esencial të interesit publik. Lajmet e marra nga mediat tjera krijojnë një uniformitet jokreativ dhe nuk lejojnë zhvillimin e koncepteve të pavarura dhe origjinale editoriale. Gjithë këto elemente nuk i japin dorë aplikimit të formave më moderne të gazetarisë online, praktikave të reja, të cilat promovohen nga teoritë mbi veçantitë e gazetarisë online, që ndërliken me koncizitetin, multimedian, por pa përfshirë principet themelore të profesionalizimit.

## BIBLIOGRAFIA

Manovich, Lev, *New Media FromBorges to HTML*, Cambridge, Massachusetts, 2003 Gillin, Paul, *Newspaper Death Watch*, 2008 (<http://newspaperdeathwatch.com>)

Deutsch Karlekar, Karin and Dunham, Jennifer, *Press Freedom in 2011: Breakthroughs and Pushback in the Middle East*, Washington, Freedom of the Press, 2012 (<https://freedomhouse.org/sites/default/files/Overview%20Essay.pdf> )

Freedom in the World 2016, Washington, Freedom House, 2017 (<https://freedomhouse.org/report/freedom-world/2017/macedonia>)

Користење на информатичко - комуникациски технологии во домаќинствата и кај поединците, Скопје, Државен завод за статистика, 2016 (<http://www.stat.gov.mk/PrikaziSooopenie.aspx?rbtxt=77>)

Macedonia: National Public Opinion Poll, Washington, International Republican Institute (IRI) ([http://www.iri.org/sites/default/files/2017-5-5\\_macedonia\\_slides.pdf](http://www.iri.org/sites/default/files/2017-5-5_macedonia_slides.pdf))

ЗНМ и ЕФЈ против законска регулација на порталите и медиумските содржини, Скопје, Правдико, 2017 (<http://www.pravdiko.mk/znm-i-efj-protiv-zakonska-regulatsija-na-portalite-i-mediumskite-sodrzhini/>)

ОДЛУКА ЗА ПРОГЛАСУВАЊЕ НА УСТАВОТ НА РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА, Скопје, Собрание, 1991 (<http://www.sobranie.mk/WBStorage/Files/UstavnaRmizmeni.pdf>)

Указ за прогласување на Закон за медиуми, Скопје, Службен весник, 2013 ([http://www.avmu.mk/images/Zakon\\_za\\_mediumi\\_mkd.pdf](http://www.avmu.mk/images/Zakon_za_mediumi_mkd.pdf))

Изборен законик (пречистен текст), Скопје, Службен весник, 2014 (<http://www.sec.mk/files/IzborenzakonikzaWEB1.pdf>)

КОДЕКС НА НОВИНАРИТЕ НА МАКЕДОНИЈА, Скопје, ЗНМ, 2001 (<http://www.znm.org.mk/drupal-7.7/mk/node/440>)

Состојба со онлајн медиумите и онлајн новинарството во Македонија, истражување, МИМ, 2010, Скопје

