

STUDIM PËR
PROFESIONISTËT
E MEDIAS

Tiranë, 2019

PANORAMA E
MEDIAS NË SHQIPËRI



Embassy of the United States of America
Tirana, Albania

Panorama e Medias në Shqipëri

STUDIM MBI PROFESIONISTËT E MEDIAS

AUTORËT

Instituti për Kërkime dhe Alternativa Zhvillimi (IDRA), Shqipëri

Lorena ZAJMI

Laura PETRAK

dhe *Lutfi DERVISHI*, Konsulent për Median



SHËNIM

Ky studim është mbështetur financiarisht nga Zyra e Punëve Publike të Ambasadës së Shteteve të Bashkuara të Amerikës në Shqipëri. Opinionet, gjetjet, konkluzionet dhe rekomandimet e shprehura janë të autor-it/ve dhe nuk përfaqësojnë domosdoshmërisht ato të Ambasadës së Shteteve të Bashkuara të Amerikës.

Viti i Publikimit - 2019

© Instituti për Kërkime dhe Alternativa Zhvillimi – IDRA

Instituti për Kërkime dhe Alternativa Zhvillimi (IDRA)

IDRA është një think tank jo-fitimprurës, jo-qeveritar, dhe i pavarur, i themeluar nga një grup ekspertësh në vitin 2000. Si një institut i politikave publike, IDRA promovon vlerat e lirisë dhe demokracisë, vlerat e ekonomisë së tregut dhe shoqërisë civile, duke i shërbyer vazhdimisht demokratizimit të shoqërisë shqiptare dhe procesit të integritimit në Bashkimin Evropian. IDRA përfaqëson një kombinim strategjik të hulumtimit dhe të një think tank-u të orientuar drejt edukimit.

Tabela e Përmbajtjes

Lista e Figurave	4
Lista e shkurtimeve.....	7
Përmbledhja ekzekutive	8
1. HYRJA	13
1.1 Konteksti i projektit.....	13
1.2 Objektivi i studimit	17
2. PËRQASJA METODOLOGJIKE	18
2.1 Rishikimi i Literaturës.....	18
2.2 Kërkimi Sasior.....	18
2.3 Përqasja Cilësore	20
3. PANORAMA E MEDIAS NË SHQIPËRI: GJETJET.....	21
3.1 Informacion i përgjithshëm.....	21
3.2 Kualifikimi dhe Edukimi	26
3.3 Marrëdhëniet e Punës - Kontratat	30
3.4 Kuadri Ligjor – Liria e Fjalës.....	38
3.5 Gazetaria Profesionale	41
3.6 Censura dhe Vetë-censura	46
3.7 Abuzimi Verbal dhe Dhuna Fizike.....	51
3.8 Institucionet Mbështetëse të Medias	55
4. REKOMANDIMET	57
Anekset.....	62
Aneksi A. Profili i të anketuarve.....	62

Lista e Figurave

Figura 1. Periudha e përgjithshme e punës në sektorin e medias dhe kohëzgjatja e punës aktuale të vazhdueshme (vite).....	22
Figura 2. A kryeni funksione të tjera përpos detyrave dhe funksionit të pozicionit tuaj formal (kryesor)? (sipas llojit të medias).....	22
Figura 3. Mbulimi i medias për të cilën punoni (N=651, duke përfshirë median online).....	23
Figura 4. Periodiciteti/shpeshtësia e botimit.....	23
Figura 5. Punoni për një apo më shumë se një media (medium mediatic)?.....	24
Figura 6. Në cilin lloj të medias punoni aktualisht? (N=655 vetëm ata të vilët punojnë për një media).....	24
Figura 7. Ju lutem specifikoni llojin e medias tjetër për të cilën punoni?.....	24
Figura 8. A punoni zakonisht në një fushë ose çështje specifike?.....	25
Figura 9. Në cilën fushë punoni zakonisht?.....	25
Figura 10. Cili është niveli i arsimit ose diploma më e lartë që keni marrë?.....	26
Figura 11. A keni ju një diplomë ose ndonjë lloj tjetër kualifikimi formal në gazetari (diplomë ose certifikatë)?.....	26
Figura 12. Ku e morët kualifikimin?.....	27
Figura 13. Sa i përshtatshëm/relevant ka qenë ky kualifikim për punën tuaj në media?.....	27
Figura 14. Sa i rëndësishëm ishte ky kualifikim në fillimin e punës tuaj në media?.....	27
Figura 15. Ju personalisht e filluat gazetarinë si:.....	28
Figura 16. Sa të sigurt jeni (sa besim keni) për të ardhmen e gazetarisë si profesion?.....	28
Figura 17. A do të këshillonit një individ të ri që të ndiqte karrierën si gazetar?.....	29
Figura 18. Nëse do të këshillonit një person të ri të futet në këtë profesion, cilën nga kualifikimet e mëposhtme do ti rekomandonit më shumë?.....	29
Figura 19. Cilat janë kushtet tuaja të punësimit në media?.....	30
Figura 20. A keni ju një kontratë pune ose marrëveshje shërbimi me median ku punoni?.....	30
Figura 21. A keni ju një kontratë pune ose marrëveshje shërbimi me median ku punoni? (sipas rajonit) ..	31
Figura 22. A e reflekton kontrata juaj në mënyrë të saktë natyrën e pozicionit tuaj?.....	31
Figura 23. Sa të mbrojtur ndjeheni nga kontrata juaj e punës?.....	31
Figura 24. Cila nga të mëposhtmet përshkruan më së miri kontratën tuaj aktuale ose kontratën më të fundit të punësimit?.....	32
Figura 26. A keni punuar ndonjëherë pa kontratë pune?.....	32
Figura 25. Në eksperiencën tuaj në media, a keni punuar ndonjëherë në sektorin informal (në të zehtë)?.....	32
Figura 27. Sipas jush, në përgjithësi a kanë gazetarët në Shqipëri kontrata formale punësimi?.....	33
Figura 28. A zbatohen këto kontrata?.....	33
Figura 29. Mendoni se ne rast shkelje të kontratës do të ndiqnit çështjen në rrugë ligjore për dëmin e ardhur nga shkelja e kontratës?.....	33
Figura 30. Zakonisht sa orë në javë punoni?.....	33
Figura 31. I konsideroni orët tuaja të punës si:.....	34
Figura 32. A mendoni se paguheni sa duhet për punën tuaj? (sipas të ardhurave mujore).....	34
Figura 33. A paguheni rregullisht për punën tuaj apo keni vonesa në paga?.....	35
Figura 34. A e merrni pagën të plotë në bankë apo paguheni dhe me para në dorë?.....	35
Figura 35. A paguheni rregullisht për punën tuaj apo keni vonesa në paga?.....	36
Figura 36. Keni patur ndonjëherë disavantazh në punë për shkak të diskriminimit?.....	36
Figura 37. A ka media ku ju bëni pjesë një kulturë gjinore gjithëpërfshirëse?.....	37
Figura 38. Mendoni se gazetarët meshkuj dhe femra trajtohen në mënyrë të barabartë, në terma të pagës?.....	37

Figura 39. Sa pajtoheni ju me pohimet e mëposhtme në lidhje me marrëdhëniet e punësimit?.....	37
Figura 40. Nga informacionet dhe eksperiencat që ju keni, a mund të thoni se ligjet dhe legjislacioni shqiptar garanton lirinë e fjalës?	38
Figura 41. Arsyet përse legjislacioni Shqiptar nuk garanton lirinë e fjalës	38
Figura 42. Sipas jush, në çfarë mase po aplikohet kuadri ligjor për lirinë e fjalës	38
Figura 43. Çfarë e pengon më shumë zbatimin e lirisë së shprehjes?.....	39
Figura 44. A i mbrojnë ligjet shqiptare të drejtat e njeriut?	39
Figura 45. A ka në Shqipëri ndonjë barrierë ligjore ose financiare për tu futur në profesionin e gazetarit?	39
Figura 46. A ekziston ndonjë ligj për shpërndarjen e informacioneve publike?.....	40
Figura 47. Në përgjithësi, a përballeni me pengesa në sigurimin e dokumentave zyrtare nga institucionet për punën tuaj?.....	40
Figura 48. Cila është pengesa më e madhe me të cilën përballeni?.....	40
Figura 49. Ju personalisht, si do ta vlerësonit nivelin e profesionalizmit të gazetarëve në mediat shqiptare?	41
Figura 50. Si do ta vlerësonit nivelin e përgjithshëm të profesionalizmit në mediat e mëposhtme?	41
Figura 51. Sa mendoni se beson publiku në media?.....	42
Figura 52. Në përgjithësi si do e vlerësonit cilësinë e kronikave/lajmeve/shkrimeve të gazetarëve në Shqipëri?.....	42
Figura 53. A keni marrë ndonjëherë urdhër nga pronari i medias/kryeredaktori për të bërë një lajm/intervistë të porositur ("lajm për qokë")?.....	42
Figura 54. A mendoni se ka gazetarë të cilët ushtrojnë praktika korruptive (marrin para ose përfitime të tjera) për të bërë një kronikë/shkrim të caktuar?	43
Figura 55. Sipas jush, cilat janë pengesat kryesore të një raportimi të specializuar?	43
Figura 56. A kanë mediat (mediumet mediatike) në Shqipëri një kod etike?	44
Figura 57. Në përgjithësi, në çfarë mase zbatohet ky kod?.....	44
Figura 58. Sa pajtoheni me pohimet e mëposhtme në lidhje me gazetarinë profesionale	45
Figura 59. Sipas legjislacionit shqiptar a janë gazetarët të detyruar të nxjerrin/bëjnë publik burimet e tyre?	45
Figura 60. Sa shumë respektohen masat ligjore mbi mbrojtjen e burimeve gazetareske?.....	45
Figura 61. Në mendimin tuaj, a censuron media në Shqipëri vetveten?.....	46
Figura 62. Në mendimin tuaj, në çfarë mase shtyhen ose pezullohen kronikat/lajmet/shkrimet për shkak të:.....	46
Figura 63. Duke menduar për punën tuaj në përgjithësi, sa liri keni ju personalisht në përzgjedhjen e lajmeve/ngjarjeve me të cilat punoni?	47
Figura 64. Sa liri keni ju personalisht për të vendosur se cilat aspekte të një historie/lajmi/ngjarjeje duhet të theksohen?	47
Figura 65. Në eksperiencën tuaj, a keni qenë ndonjëherë në presion për të mos shkruar/raportuar rreth ngjarjeve ose çështjeve të caktuara nga redaktori/pronari i medias/politikanë/njerëz të biznesit:	48
Figura 66. Në eksperiencën tuaj, a keni qenë ndonjëherë në presion për të mos shkruar/raportuar rreth ngjarjeve ose çështjeve të caktuara nga redaktori juaj?	48
Figura 67. Në eksperiencën tuaj, a keni qenë ndonjëherë në presion për të mos shkruar/raportuar rreth ngjarjeve ose çështjeve të caktuara nga pronari/drejtuesi i medias tuaj?.....	49
Figura 68. A ka pasur raste kur lajmet tuaja janë ripërpunuar/rishkruar nga redaktori ose pronari/drejtuesi i medias?.....	49
Figura 69. A ju ka ndodhur që një lajm për të cilin ju keni punuar të jetë hequr apo fshirë fare pa ju lajmëruar?.....	50

Figura 70. A keni praktikuar ndonjëherë vetëcensurën?.....	50
Figura 71. Në përgjithësi, pse vetë-censurojnë profesionistët e mediave?	50
Figura 72. Si do ti vlerësonit ju personalisht kushtet në të cilat gazetarët punojnë?.....	51
Figura 73. Sipas jush, a abuzohen gazetarët verbalisht ose psikologjikisht (të bërtitura, ofendime, etj.) kur kryejnë detyrën e tyre?.....	51
Figura 74. Mendoni se gazetarët meshkuj dhe femra dhunohen verbalisht ose psikologjikisht njësoj, kur kryejnë detyrën e tyre?.....	51
Figura 75. A ka raste ku gazetarët kërcënohen me dhunë fizike kur kryejnë detyrën e tyre?	52
Figura 76. Në këto raste, a sulmohen gazetarët meshkuj dhe femra njësoj kur kryejnë detyrën e tyre? ...	52
Figura 77. A siguron policia mbrojtje për gazetarët kur nevojitet?	52
Figura 78. A i trajtojnë institucionet e drejtësisë kërcënimet e gazetarëve në mënyrë adekuate (siç duhet dhe shpejt)?	52
Figura 79. A jeni kërcënuar ju personalisht, verbalisht ose fizikisht, gjatë punës tuaj?	53
Figura 80. Në mendimin tuaj, a ka raste kur gazetarët janë detyruar të mos punojnë ose janë shkarkuar pa të drejtë si shkak i një presioni të jashtëm, shantazhi apo kërcënimi?	53
Figura 81. A përfshin legjislacioni shqiptar dispozita ligjore lidhur me shpifjen?.....	54
Figura 82. A jeni në dijeni të ndonjë çështjeje gjyqësore të hapur nga gazetarët ndaj administratorëve të medias?.....	54
Figura 83. Në dijeninë tuaj cilat janë arsyet kryesore që gazetarët i janë drejtuar gjykatave?.....	54
Figura 84. A keni dëgjuar për ndonjë çështje gjyqësore që persona të jashtëm (biznesmenë, politikanë, etj.) apo vetë administratori i medias ka hapur ndaj gazetarëve?	54
Figura 85. Në dijeninë tuaj, a ekziston ndonjë shoqatë që mbron të drejtat e profesionistëve të medias?55	55
Figura 86. Emri shoqatës (i pasugjeruar)	55
Figura 87. A jeni ju pjesë e kësaj shoqate? (i sugjeruar).....	55
Figura 88. Në opinionin tuaj, sa të suksesshme kanë qenë këto shoqata?	56
Figura 89. si do ta vlerësonit mbështetjen nga shoqatat e gazetarëve në rastet presioneve të jashtme?..	56
Figura 90. Sa pajtoheni me pohimet e mëposhtme lidhur me institucionet mbështetëse të medias?	56

Lista e shkurtimeve

AKEP	Autoriteti i Komunikimeve Elektronike dhe Postare
AMA	Autoriteti i Medias Audiovizive
ATSH	Agjencia Telegrafike Shqiptare
BE	Bashkimi Evropian
KE	Komisioni Evropian
RTSH	Radio Televizioni Shqiptar
SHBA	Shtetet e Bashkuara të Amerikës
USAID	Agjencia e Shteteve të Bashkuara për Zhvillim Ndërkombëtar

Përmbledhja ekzekutive

IDRA zhvilloi një studim në mesin e profesionistëve të medias, qëllim kryesor i të cilit është të kuptuarit e panoramës së medias në Shqipëri, politikave kombëtare të mediave, kuadrit ligjor dhe autoritetit rregullator. Një fokus i veçantë është vënë në sfidat me të cilat ballafaqohen shtypi, organizatat e medias, agjencitë e lajmeve dhe sindikatat. Një vëmendje e veçantë i është kushtuar eksplorimit të mjedisit mediatik në përgjithësi, si dhe sfidat me të cilat përballen profesionistët e medias sot, përfshirë: pavarësinë editoriale; ndikimin e politikës dhe biznesit në linjën editoriale të gazetarëve; sigurinë e vendit të punës për punonjësit e medias; trajtimin dhe vërtetësinë e lajmeve; dhe profesionalizmin e gazetarëve dhe lirisë së mediave në Shqipëri në veçanti. Studimi siguron të dhëna për një kuptim më të qartë të panoramës së medias si dhe efektin e mediave digjitale në mediat tradicionale.

Studimi përfshin në vetvete si komponentin sasior edhe atë cilësor, ku përkatësisht janë realizuar: 800 pyetësorë me Profesionistët e Medias, shtatë (7) grupe diskutimi me Gazetarë dhe 20 intervista në thellësi me redaktorë, analistë, menaxherë dhe pronarë mediash. Përmes analizës së të dhënave të mbledhura janë identifikuar gjetjet kyçe si më poshtë:

Të përgjithshme

- Të dhënat tregojnë se shumica e të **anketuarve kanë përvojë të gjerë në sektorin e medias**. Gati një e katërta e të anketuarve ka punuar në sektorin e medias 6-10 vjet (24%). Ndërkohë, 19 për qind e tyre ka punuar nga 16-20 vjet, dhe 18 për qind nga 11-15 vjet.
- Shumica e profesionistëve të medias, të cilët kanë punuar në media për më shumë se 3 vjet, deklaruan se kanë punuar në vende të ndryshme pune brenda sektorit (d.m.th. kanë ndryshuar mediumin mediatik). Gjatë diskutimeve në grupet e fokusuara, **arsyet kryesore të përmendura për ndryshimin e vendit të punës ishin; i) mosmarrëveshjet që kishin me pronarin / menaxherin e medias; ii) niveli i pagës; iii) pagesa të parregullta apo me vonesa të mëdha; iv) kushtet e punës, etj.**
- **Profesionistët e medias mbulojnë më shumë se sa është funksioni i tyre 'zyrtar'. Rreth 44%** e të gjithë të anketuarve deklaruan se mbulojnë funksione të tjera. Kjo është më e dukshme në rastin e Radios (ku 69% e të anketuarve deklaruan se mbulonin funksione të tjera përpos detyrave të tyre formale).

- Pjesa më e madhe e profesionistëve të medias punojnë vetëm për një media (82%), më së shumti për Televizionin (64%) ose për Media Online (19%). Shtatë për qind punojnë për një Radio. E kombinuar vetëm 13 për qind e tyre punojnë për çdo lloj media të shkruar.
- **Numri i mediave (mediat tradicionale dhe ato të reja) është i lartë duke marrë në konsideratë madhësinë e tregut të vendit.** Bollëku i operatorëve të medias në raport me popullsinë dhe tregun e reklamave – në mungesë të falimentimeve të çojnë në përfundimin se operatorët e medias nuk po veprojnë sipas rregullave të tregut. Sfidat për Shqipërinë duket se është: të pasurit më pak, jo të pasurit më shumë. Edhe pse industria e medias po lëviz në internet (media Online, 19%) me industrinë e gazetave në rënie (13%) - TV mbetet ende lojtari më i madh dhe më i rëndësishëm (64%).
- Përbrenda punës së tyre në një media, **57% e profesionistëve të medias zakonisht punojnë në një fushë ose çështje specifike, ndërsa 43% deklarojnë se punojnë në më shumë se një fushë.** Është e zakonshme që dikush që është i angazhuar në Gazetarinë Sociale punon edhe në Gazetarinë Politike dhe Gazetarinë Kronike. Në përgjithësi, në mediat më të vogla ose në mediat lokale, për shkak të mungesës së stafit, shpesh gazetarët mbulojnë të gjitha fushat, duke punuar në histori të ndryshme. Në të njëjtën kohë, sipas perceptimit të profesionistëve të medias, një gazetar mbulon gjithçka kur është në hapat e parë të karrierës në gazetari. Ata mendojnë se gazetarët e rinj punojnë fillimisht vetëm si reporterë. Vetëm më pas ata zhvillojnë një profil të mirëfilltë si gazetar për një fushë të caktuar.

Edukimi dhe Kualifikimi

- Nga 800 të anketuar, 46 për qind e tyre deklarojnë se kanë diplomë masteri (MA) dhe pothuajse një e treta ka një diplomë bachelor (BA) (29%). Pesëmbëdhjetë për qind deklarojnë se kanë një diplomë të integruar të nivelit të dytë dhe 8 për qind raportojnë se niveli i tyre më i lartë i arsimit është ai i mesëm. Vetëm dy për qind kanë mbaruar doktoraturën.
- **Pothuajse gjysma e profesionistëve të medias (46%) nuk janë diplomuar në gazetari dhe as nuk kanë kualifikime të tjera zyrtare në fushën e gazetarisë.** Të paturit një diplome në gazetari apo gjuhë shqipe konsiderohet pak me preferenciale, por jo thelbësore. Pjesa më e madhe (90%), pavarësisht nga arsimi i tyre, janë diplomuar në Shqipëri.

- Në përgjithësi, gazetarët kanë ndjekur trajnime të ndryshme nga mediat ndërkombëtare dhe organizatat lokale. Përgjithësisht, gazetarët i perceptojnë trajnimet si shumë të dobishme, veçanërisht ata që janë të përqendruar në shkrimin gazetaresk, mbulimin e lajmeve dhe përdorimin e imazheve / mjeteve multimediale.
- Kur u pyetën për "besimin që ata kanë në të ardhmen e gazetarisë si profesion", rreth 40% e profesionistëve të medias deklarojnë se **nuk ndjehen të sigurt** (31% janë "më tepër jo të sigurt" dhe 9% "aspak të sigurt"). **Rreth 1 në 3 profesionistë të medias nuk do të "këshillonin një individ të ri" për të ndjekur një karrierë në gazetari.** Niveli i pagesës dhe kushtet e punës në përgjithësi (duke përfshirë edhe orët e gjata të punës), përmenden si aspektet më negative dhe arsye të përfshira përse profesionistët e medias nuk do ta rekomandonin këtë profesion për të rinjtë. Gazetaria nuk është një profesion që e bën gazetarin të pasur. Për më tepër, pasioni dhe praktika shihen si shtytësit kryesor për të patur sukses në fushën e gazetarisë. Megjithatë, shumica e profesionistëve të medias (60%) ende do t'ia këshillonin atyre të ndiqnin gazetarinë.

Marrëdhëniet e punës - Kontratat

- Rreth 83% e të anketuarve deklaruan se janë punonjës me kohë të plotë, rreth 9% deklaruan se janë punonjës me kohë të pjesshme dhe 5% se punojnë në mënyrë "të pavarur" (freelancer). Nga ata të anketuar që janë "punonjës me kohë të plotë", rreth **17% deklarojnë se nuk kanë një kontratë pune ose marrëveshje punësimi me median ku punojnë.** Kjo shifër shkon deri në 31% (pa një kontratë) kur fokusohesh te të anketuarit e punësuar në mediat jashtë Tiranës.
- Edhe mes atyre që deklarojnë se kanë një kontratë (83%), rreth 30% e tyre thonë se nuk ndihen "të mbrojtur" nga fakti se ata kanë një kontratë pune. Profesionistët e medias pranojnë megjithatë se gjatë viteve të fundit **ka pasur një formalizim të sektorit të medias në aspektin e marrëdhënieve të punës.**
- Çuditërisht kur profesionistët e medias pyeten për perceptimin e tyre mbi kontratat e punës, sërish duket se ekziston një marrëveshje mes shumë profesionistëve të medias se gazetarët në Shqipëri zakonisht kanë **kontrata formale punësimi (67%),** por megjithatë përqindja është shumë më e ulët krahasuar me të dhënat për përvojën personale.
- Kur u pyetën rreth mënyrës se si e marrin pagën e tyre, 74 për qind raportuan se e marrin pagën e tyre të plotë në bankë. Ndërkohë që **1 në 10 të anketuar ende e marrin pagën e tyre në dorë dhe 1 në 7 ende marr një pjesë të pagës së tyre me para në dorë.**

- Në përgjithësi, më shumë se gjysma e të gjithë profesionistëve të mediave të intervistuar **nuk mendojnë se paguhen sa duhet për punën e tyre (57%)**. Edhe mes atyre grupeve që fitojnë më shumë (80 000 - 150 000 dhe më shumë se 150 000 lekë në muaj), më shumë se 40% nuk mendojnë se paguhen mjaftueshëm.

Gazetaria Profesionale

- Kur të anketuarve iu kërkua të vlerësonin **nivelin e profesionalizmit të gazetarëve në mediat shqiptare** në shkallë nga 1 deri në 10, në të cilën 1 = shumë dobët dhe 10 = shkëlqyer, **ata preferojnë të qëndrojnë përgjithësisht neutral**, duke marrë parasysh se mesatarja e shkallës është 5.5 dhe kjo çështje është vlerësuar me 5.8 pikë nga ana e tyre. Kjo tregon **një mungesë "konsiderate pozitive" për profesionalizmin në gazetari nga vetë gazetarët**.
- Duke parë më nga afër tipologjitë e mediave, **duket se të anketuarit kanë më shumë besim në profesionalizmin e përgjithshëm në kanalet televizive**, duke i vlerësuar me 6.2 nga 10 pikë. Radiot qëndrojnë në nivelin e 6.1 pikëve dhe gazetatat/revistat janë vlerësuar me 5.5 pikë. Ajo që vërehet është vlerësimi më i ulët për profesionalizmin në mediat online (4.0), që është shumë më i ulët në krahasim me llojet e tjera të medias.
- Mbi gjysma e të gjithë të anketuarve (52%) thanë se **kanë marrë (vetë) një urdhër nga pronari i medias / kryeredaktori për të bërë një lajm / intervistë të porositur** ("lajm për qokë"). Të dhënat tregojnë se ata gazetarë që fitojnë më shumë, kanë më shumë gjasa të kenë marrë një "urdhër" të tillë dhe lajmet e porositura shihen si shumë të zakonshme.
- **Ndërgjegjësimi për korrupsionin duket të jetë i lartë në mesin e profesionistëve të medias**. Pjesa më e madhe e të anketuarve (78%) mendojnë se ka gazetarë që ushtrojnë praktika korruptive (marrin para ose përfitime të tjera) për të bërë / prodhuar një kronikë / shkrim të caktuar.

Censura dhe Vetë-censura

- **Vetë-censura është shumë e zakonshme në mesin e profesionistëve të mediave shqiptare**. Të anketuarit mendojnë se ose "pothuajse të gjithë mediat censurojnë vetveten" (41%) ose se "disa media vetë-censurohen" (36%).
- Lajmet "pezullohen" ose "shtyhen" për shkak të: i) presionit të qeverisë, ii) presionit të partive politike dhe iii) presionit të biznesit të vlerësuar me peshë pothuajse të barabartë. Rreth **36% e të anketuarve deklaruan se ata "janë vënë nën presion" nga**

redaktorët e tyre që të mos shkruajnë për një ngjarje apo çështje të caktuar. Ngjashëm, rreth 38% deklaruan se janë vënë nën presion nga pronari i tyre / drejtori i medias.

- Të anketuarit u pyetën nëse ka pasur **raste kur lajmet e tyre janë ripunuar/rishkruar nga redaktori ose pronari i medias.** Në përgjithësi, **56 për qind** e të anketuarve deklarojnë se e kanë përjetuar këtë lloj situatë. Duke shikuar përmes lenteve të grupeve të të ardhurave, mund të vërehet se më shumë se gjysma e të gjitha grupeve të të ardhurave kanë përjetuar më së shumti këtë situatë. Rreth **1 në 3 gazetarë deklaroi se ka ndodhur që "një lajm / histori" për të cilin kanë punuar është fshirë fare ose hequr nga redaktorët / pronarët e tyre pa i informuar ata (35%).**

Abuzimi Verbal dhe Dhuna Fizike

- **Rezultate alarmuese** vërehen kur të anketuarit pyeten nëse ata mendojnë se "gazetarët abuzohen verbalisht ose psikologjikisht kur kryejnë detyrën e tyre". **Kombinuar, shumica dërrmuese mendon se gazetarët abuzohen verbalisht apo psikologjikisht 'deri diku' (66%), apo 'plotësisht' (19%).** Ky abuzim është "jo-diskriminues" sa i përket gjinisë (d.m.th. nuk vërehen diferenca midis gazetarëve femra apo meshkuj).
- Rreth **1 në 3 të anketuar** deklaroi se ai / ajo vetë **është kërcënuar verbalisht apo fizikisht gjatë kryerjes së punës së tyre.**

1. HYRJA

1.1 Konteksti i projektit

Panorama e Medias në Shqipëri ka pësuar ndryshime dinamike përgjatë viteve të fundit. Vendi ka një numër të madh kanalesh televizive dhe gazetash, ndërsa kohët e fundit ka pasur një rritje të madhe ('bum') në mediat online. Megjithatë, është interesante të theksohet se të gjitha llojet e studimeve kërkimore në Shqipëri deri më tani, e njohin mungesën e të dhënave të sakta për aktorët e panoramës së medias¹.

Aktualisht, vetëm Radiotelevizioni Publik Shqiptar (RTSH) dhe Agjencia Telegrafike Shqiptare (ATSH) janë media publike, ndërsa të gjitha të tjerat janë në pronësi private.

Për momentin, numri i përgjithshëm i gazetave dhe revistave të publikuara në të gjithë vendin vlerësohet të jetë mbi dyqind. Në Shqipëri botohen gjithsej 16 gazeta kombëtare, një shifër shumë e lartë në raport me numrin e përgjithshëm të popullsisë. Nuk ka të dhëna të vërtetuara dhe zyrtare sa i përket qarkullimit dhe numrit të kopjeve të shitura të gazetave. Redaksitë e gazetave nuk janë të detyruara të publikojnë numrin e kopjeve të shitura dhe nuk ka autoritet zyrtar që merret me verifikimin e këtyre të dhënave.² Njohja e qarkullimit të përafërt të gazetave të përditshme më të mëdha mund të shërbejë si informacion tregues dhe do të ofronte të dhëna interesante për studime të mëtejshme në këtë fushë.

Sa i përket numri zyrtar të mediave televizive dhe radiove, sipas AMA-s (Autoriteti i Medias Audiovizive), numërohen 49 transmetues audiovizivë (1 publik, 5 kombëtarë dhe 43 lokalë) dhe 59 transmetues audio (2 radio kombëtare, 3 operatorë audio me shërbim riprodhimi, 50 audio lokale dhe 4 subjekte audio të komunitetit). Ka gjithashtu 98 operatorë të autorizuar për përsëritjen e programeve audio / audiovizive (operatorët kabllorë). Sipas Autoritetit të Komunikimeve Elektronike dhe Postare (AKEP), raporti vjetor i vitit 2016 zbuloi se numri i domeneve të regjistruara gjatë vitit 2016 është 5800 me një rritje prej 12% krahasuar me vitin 2015, nga të cilat 650 janë portale lajmesh.³

Informacioni për numrin e profesionistëve të medias në Shqipëri, referuar statistikave solide, varion sipas burimeve të ndryshme. Unioni i Gazetarëve Shqiptarë vlerëson se në fund të vitit 2014 kishte rreth 5,527 të punësuar në sektorin e medias dhe rreth gjysma e tyre ishin njerëz

¹ Përmbledhje e Marrëdhënieve të Punës në Media në Shqipëri – Instituti Shqiptar i Medias, 2015, Albania's Diverse, Active Media Landscape – EOJ 2016, <http://www.cji.ro/wp-content/uploads/2015/05/Albania.pdf>

² Mediat sociale dhe përdorimi i tyre nga Mediat Shqiptare – Instituti Shqiptar i Medias, 2015, <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/albanien/12292.pdf>

³ AKEP- Autoriteti i Komunikimeve Elektronike dhe Postare – Raporti Vjetor 2016

të përfshirë në prodhimin e përmbajtjeve editoriale, domethënë gazetarë dhe redaktorë', - tha z. Aleksandër Çipa, Kryetar i Unionit të Gazetarëve Shqiptarë.⁴ Më vonë, në fillim të vitit 2018, z. Cipa deklaroi se janë të angazhuar gjithsej 2,872 gazetarë në sektorin e medias, duke përfshirë gazetarët me kohë të plotë, me kohë të pjesshme dhe atyre në praktikë pune. Prej tyre, 2,658 janë të vendosur në Tiranë, 33 në Fier, 30 në përkatësisht në Gjirokastrë, Elbasan dhe Shkodër, 23 në Durrës, 21 në Vlorë, 20 në Korçë dhe 10 në Sarandë.⁵ Sidoqoftë, pavarësisht kësaj, asnjëherë nuk ka pasur një "disagregim" të këtyre shifrave në lidhje me sa prej tyre janë të angazhuar në mediat tradicionale dhe sa në media online (në internet), sa prej tyre janë të angazhuar si punonjës me kohë të plotë ose me kohë të pjesshme etj. Ekziston një mungesë informacioni në këtë drejtim dhe aktualisht institucionet nuk japin të dhëna të sakta për numrin e profesionistëve të medias.

Sipas raportit të fundit të Departamentit Amerikan të Shtetit⁶, mediat e pavarura në Shqipëri kanë qenë aktive dhe kanë shprehur një larmi të gjerë pikëpamjesh, ndonëse ka pasur përpjekje të drejtpërdrejta dhe të tërthorta për të ushtruar presion politik dhe ekonomik mbi median. Pronarët e bizneseve kanë përdorur lirshëm mediat për të fituar favore dhe për të promovuar interesat e tyre përmes partive politike. Shumica e pronarëve të televizioneve private kanë përdorur përmbajtjen e transmetimeve të tyre për të ndikuar në veprimet e qeverisë ndaj bizneseve të tyre të tjera. Presioni politik, korrupsioni dhe mungesa e fondeve kanë kufizuar mediat e shtypit të pavarur dhe gazetarët thuhet se kanë praktikuar vetë-censurën. Pasiguria ekonomike për shkak të mungesës së kontratave të detyrueshme të punës ka ulur pavarësinë e gazetarëve dhe ka kontribuar në anshmërinë në raportim.

Informacioni i sotëm i ofruar nga mediat online, identifikon disa nga sfidat e rëndësishme me të cilat ballafaqohet industria e shtypit dhe medias. Sipas Indeksit të Qëndrueshmërisë së Medias të Evropës dhe Euro-Azisë 2018, mjedisi i medias së Shqipërisë ka rënë pak, duke humbur 0.12 pikë, veçanërisht për shkak të krizës ekonomike dhe praktikave menaxhuese në mediat shqiptare, të cilat u ngarkuan me një pagesë të rëndë mbi financat dhe cilësinë e raportimit në media⁷. Mund të vërehen edhe mangësi në zbatimin e ligjeve, kryesisht nga gjyqësori. Kuadri ligjor i mbrojtjes së shtypit ka mangësi të vazhdueshme - veçanërisht në fushën e shpifjes. Rastet civile rreth shpifjes, të cilat nuk janë dekriminalizuar plotësisht, shpesh rezultojnë në sanksione ndëshkuese. Sa i përket gazetarisë profesionale, shumë pak media në Shqipëri mbajnë një standard të lartë të raportimit profesional ndërkohë që shumica e tyre paraqesin mangësi serioze. Si pengesa kryesore për raportimin profesional konsiderohen kushtet në të cilat punojnë gazetarët, duke përfshirë mungesat e stafit,

⁴ http://www.mediacentrbg.org/wp-content/uploads/2017/05/Media-Literacy-and-Education-Needs-of-Journalists-and-the-Public_REPORT_FINAL.pdf

⁵ Unioni i Gazetarëve Shqiptarë, Deklarata e z. Aleksandër Cipa më 27 Prill 2018

⁶ Departamenti Amerikan i Shtetit (DASH), 'Raporti për të Drejtat e Njeriut – Shqipëria 2018', <https://www.state.gov/j/drl/rls/hrrpt/humanrightsreport/#wrapper>

⁷ Europe and Euro Asia Media Sustainability Index 2018, <https://www.irex.org/sites/default/files/pdf/media-sustainability-index-europe-eurasia-2018-full.pdf>

ngarkesat e mëdha të punës, barrat fiskale dhe të konkurrencës, dhe marrëdhëniet e dobëta të punës. Ndërkohë, financimi i mediave ka qenë një mister në Shqipëri për shumë vite.

Larg nga përmirësimi përgjatë vitit 2018 panorama e mediave në Shqipëri ka degjeneruar në disa aspekte. Në vitin 2017, zhvillimi kryesor ishte heqja nga ana e Gjykatës Kushtetuese e Nenit 62/3 të ligjit për mediat audiovizive, i cili i ndalonte çdo pronari të vetëm që të mbante më shumë se 40 për qind të aksioneve të një media-je, duke anuluar kështu mekanizmin ligjor që kërkonte të garantonte pluralizmin e pronësinë së medias. Ky vendim hap rrugën për të individët e pasur dhe me lidhje të rëndësishme për të forcuar kontrollin e tyre në mediat transmetuese të vendit. *De facto*, pronësia e mediave elektronike është përqendruar në 3 familje (Hoxha, Frangaj, Dulaku). Situata u përkeqësua edhe më shumë tani me shpërndarjen nga AMA të licencave digjitale kombëtare.

Sa i përket legjislacionit në fuqi, Shqipërisë i mungon një ligj mbi mediat online, megjithatë, qeveria po punon për të krijuar një kornizë ligjore për rregullimin e medias online. Licencimi i ngadalshëm i platformave digjitale është një problem tjetër në këtë drejtim, duke e vendosur Shqipërinë në mesin e vendeve të fundit që janë duke përfunduar procesin e kalimit nga transmetimi analog në atë digjital. Vonesat kanë ardhur për shkak të sfidave ligjore, fluksit politik dhe përfshirjes së vonë në proces të transmetuesit publik (RTSH).

Sipas Reporterëve pa Kufij dhe vlerësimit të tyre të fundit të vitit 2019, Indeksit Botëror mbi Lirinë e Shtypit, liria e medias në Shqipëri ka rënë në renditje me 7 pozicione krahasuar me 2018, duke u renditur e 82-ta nga 180 vende⁸. Gjatë vitit 2018, gazetarët iu nënshtruan ofendimeve, kërcënimeve me vdekje dhe procedimeve ligjore për ti trembur dhe penguar ata që të investigonin korrupsionin. Politikanët, të udhëhequr nga kryeministri Edi Rama, i quajtën mediat “kazan” dhe apo prodhues lajmesh të rrema e të pavërteta. Kryeministri ka propozuar gjithashtu një ligj të dizajnuar për të përforcuar kontrollin e shtetit mbi mediat online, dhe që sipas kritikëve, kufizon qasjen në lajme dhe informacione.

Një projekt i përbashkët kërkimor midis Reporterëve pa Kufij dhe Rrjetit Ballkanik të Gazetarisë Investiguese në Shqipëri, zbuloi se skena mediatike në Shqipëri është shumë e përqendruar në duart e disa pronarëve të mëdhenj, të cilët kanë lidhje të forta politike dhe kontrollojnë më shumë se gjysmën e audiencës dhe gati 90% të tregut.⁹ Shumë gazetarë shqiptarë praktikojnë vetë-censurën për shkak të presionit të pronarëve të medias dhe interesave të tyre politike dhe ekonomike. Kjo ka krijuar një situatë në të cilën vetë-censura është e përhapur dhe 80% e gazetarëve nuk kanë besim në të ardhmen e tyre profesionale.

I përgatitur në mënyrë të moderuar në fushën e shoqërisë së informacionit dhe mediave audiovizive. Ky, në fakt, ishte përfundimi i raportit vjetor të Komisionit Evropian në fund të vitit 2018 mbi kandidimin për pranimin në Bashkimin Evropian. Janë bërë disa përparime në

⁸ Reporterët pa Kufinj, Indeksit Botëror mbi Lirinë e Shtypit, Shqipëria 2019, <http://www.mom-rsf.org/en/countries/albania/>

⁹ <http://albania.mom-rsf.org/en/findings/media-concentration/>

planin e veprimit të agjendës digjitale dhe shërbimet e qeverisjes elektronike. Autoriteti i Mediave Audiovizive (AMA) miratoi planin e tij strategjik të veprimit për 2017-2019 dhe statutin e ri të transmetuesit publik. Megjithatë, çështje kryesore mbeten pronësia e mediave audiovizive dhe transparenca e financimit të medias dhe reklamave publike. Drejtimi editorial i mediave private vazhdon të jetë i ndikuar fuqishëm nga interesat politike dhe afariste. Financimi i medias mbetet çelësi për përmirësimin e lirisë së medias, sidomos duke pasur parasysh sfidat e reja siç janë 'lajmet e rremë' dhe influenca e palëve së treta. Ndër të tjera për gazetarët mbeten çështje shumë shqetësuese vetë-censurimi dhe natyra e pasigurtë e punësimit. Raporti i fundit i Progresit të Komisionit Evropian për Shqipërinë 2018, theksoi si një ndër çështjet kryesore nevojën e forcimit të sigurisë së vendeve të punës për gazetarët. Pronarët e mediave nuk i formalizojnë kontratat e punës dhe Kodi i Punës duhet të zbatohet siç duhet për gazetarët.¹⁰

Raporti i Progresit i BE 2018 gjithashtu identifikoi se sulmet fizike ndaj gazetarëve janë shumë të rralla. Një rast u raportua në mars 2017 dhe u dënua me shpejtësi nga autoritetet. Hetimet u nisën dhe çuan në arrestimin e autorit. Çështja arriti nivelin e apelit dhe është ende në vazhdim. Megjithatë, raste serioze u regjistruan në vitin 2018 ku persona të paignifikuar gjuajtën me plumba kundër shtëpisë së babait të reporterës investigative Klodiana Lala.

Sipas Indeksit të Transformimit të Bertelsmann Stiftung (BTI) 2018, panorama e medias në Shqipëri është shumëllojshme, ku çdo parti e madhe ka zyrën e vet të shtypit dhe ekziston një gamë e gjerë mediash të cilat kanë përmirësuar mbulimin e proceseve politike, politikave dhe veprimeve të gabuara qeveritare (të cilat çdo ditë marrin një pjesë të konsiderueshme të vëmendjes). Megjithatë, media financohet zakonisht nga bizneset, të cilët kanë tendencë t'i përdorin ato si një mjet për të fituar qasje në politikë dhe kontrata fitimprurëse në këmbim të mbulimit të favorshëm politik, duke e komplikuar në këtë mënyrë cilësinë e raportimit të mediave. Gjatë periudhës të vëzhgimit, disa gazetarë u promovuan në poste politike duke treguar kështu marrëdhëniet joformale ndërmjet mediave dhe politikës.¹¹

Artikulli i Observatorit të Gazetarisë Evropiane mbi "Katër sfidat me të cilat përballen mediat shqiptare" i identifikon sfidat bazuar në ndryshimet teknologjike që po shkundin mediat tradicionale¹². Këto sfida të identifikuar janë ndër të tjera: ndryshimi i përgjithshëm i kulturës së gazetarisë profesionale, profili i përgjithshëm i gjeneratës së vjetër pa një identitet të qartë social, reforma mbi kulturën e menaxhimit dhe modelet ekonomike, si dhe sfidat e menaxhimit që mediat shqiptare duhet të përballen në epokën e lajmeve online.

¹⁰ Komisioni Evropian, Raporti i Progresit për Shqipërinë 2018, <https://ec.europa.eu/neighbourhood-enlargement/sites/near/files/20180417-albania-report.pdf>

¹¹ Indeksi Transformimit i Bertelsmann Stiftung (BTI) 2018, Raporti për Shqipërinë, <https://www.bti-project.org/en/reports/country-reports/detail/itc/alb/ity/2018/itr/ecse/>

¹² <https://en.ejo.ch/media-economics/challenges-albanian-media>

Burime të tjera¹³ vërejnë se ndër sfidat e rëndësishme janë edhe situatat sociale të gazetarëve, siguria e punës dhe zbatimi i dobët i marrëdhënieve të punës. E njëjta sfidë mes të drejtave të tjera të gazetarëve që duhet të miratohet është nënvizuar dhe theksuar nga Unioni i Gazetarëve Shqiptarë dhe nga shoqatat e tjera të medias.

Perceptimi i përgjithshëm është se gazetarët shqiptarë të medias limitohen vetëm në raportimin e ngjarjeve në vend që të kryejnë investigime të plota. Në përgjithësi, raportimi është sipërfaqësor, disi joprofesional dhe konsiston në materiale të gatshme. Një çështje tjetër është se shumica e raporteve, në mediat e shkruara dhe në internet janë pa emrin e autorit.¹⁴

Ndërkohë sfida të ndryshme shtrohen përpara në Panoramën e Medias në Shqipëri. Fenomene të reja që ishin të paimagjinueshme 10 vjet më parë po zhvillohen si: raportimi për veten që bëjnë drejtuesit e institucioneve, bizneseve dhe personat e famshëm; transmetimi i drejtpërdrejtë i figurave të politike; raste të rralla ku janë të pranishëm gazetarët - le të bëjmë pyetje; gazetari në vend të raportimit të lajmeve, duke u bërë lajme vetë; modeli i opinionistit kundrejt modelit të reporterit; paraqitja e lajmit të rremë dhe efekti i mediave sociale (sidomos në Facebook), etj.

1.2 Objektivi i studimit

Qëllimi i studimit është mbledhja e informacionit për të nxitur kuptimin më mirë të panoramës së medias në Shqipëri, politikave kombëtare të mediave, kuadrit ligjor dhe autoritetit rregullator. Një vëmendje e veçantë i kushtohet eksplorimit të mjedisit mediatik në përgjithësi, si dhe sfidave me të cilat përballen profesionistët e medias sot, përfshirë: pavarësinë editoriale; ndikimin e politikës dhe biznesit në linjën editoriale të gazetarëve; sigurinë e vendit të punës për punonjësit e medias; trajtimin dhe vërtetësinë e lajmeve; dhe profesionalizmin e gazetarëve dhe lirisë së mediave në Shqipëri në veçanti. Studimi siguron të dhëna për një kuptim më të qartë të panoramës së medias si dhe efektin e mediave digjitale në mediat tradicionale.

¹³ Përmbledhje mbi Marrëdhëniet e punësimit në Shqipëri

¹⁴ Indeksi i Qendrueshmërisë së Medias në Europë dhe Euro-Azi 2017, <https://www.irex.org/sites/default/files/pdf/media-sustainability-index-europe-eurasia-2017-full.pdf>

2. PËRQASJA METODOLOGJIKE

Studimi përfshiu fillimisht një fazë paraprake të Rishikimit të Literaturës, duke eksploruar çdo element të veçantë të kërkimit. Studimi përfshin gjithashtu një komponent kërkimi Sasior dhe Cilësor.

2.1 Rishikimi i Literaturës

Faza e Rishikimit të Literaturës u ndërmor dhe shërbeu për tu thelluar si horizontalisht edhe vertikalisht në objektivat e hulumtimit, duke marrë në konsideratë dhe madhësinë e kampionit. Kjo fazë konsistoi në mbledhjen dhe analizën e të dhënave, dokumenteve dhe strategjive ekzistuese për panoramën e medias në Shqipëri. Raporti i plotë i prodhuar nga rishikimi i literaturës shërbeu si bazë e mirë për çështjet dhe pyetjet kërkimore (instrumentet e kërkimit) të cilat u përdorën në fazat e mëvonshme nga instrumentet kërkimore sasiorë dhe cilësorë (drafti i pyetësorit për studimin sasior, guida e moderimit për diskutimin në fokus grupe dhe guida për Intervistat në thellësi).

2.2 Kërkimi Sasior

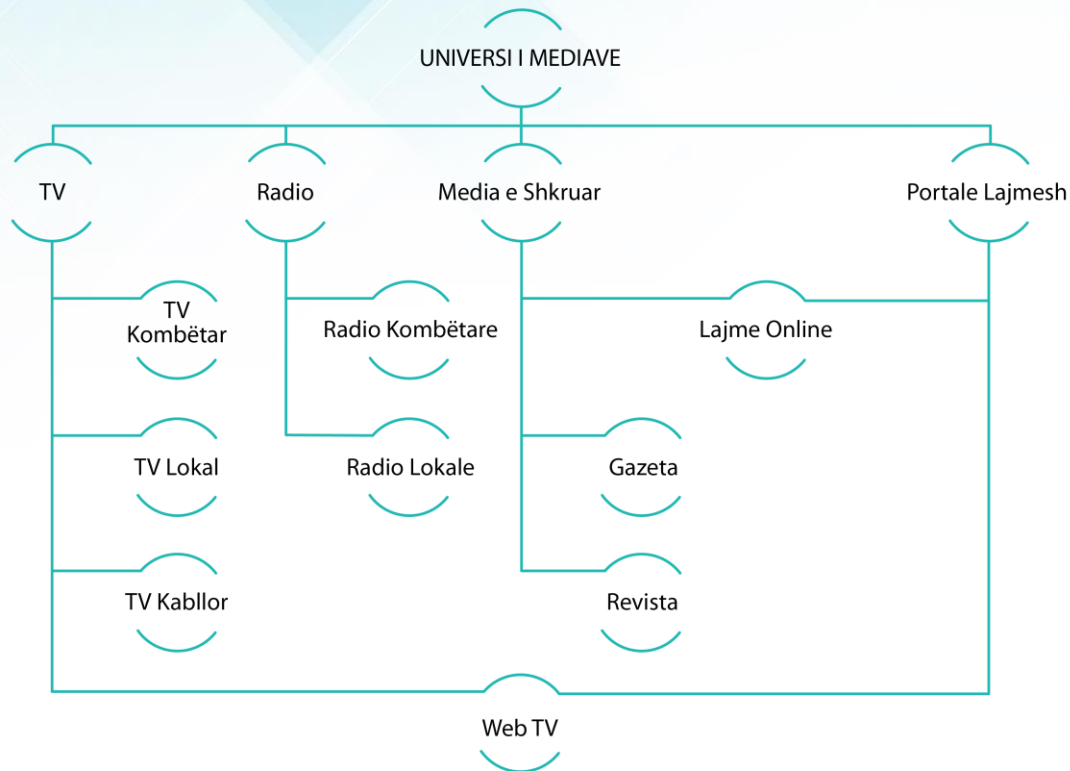
Komponenti më i rëndësishëm i projektit është studimi gjithëpërfshirës i profesionistëve të medias me një madhësi solide të kampionit prej $N = 800$. Në fakt ky është një kampion që përfaqëson diku te 40% ose dhe më shumë nga numri i përgjithshëm i profesionistëve të medias në Shqipëri.¹⁵

Siç përmendur më lart statistikat e sakta për numrin e profesionistëve të medias mungojnë, megjithatë, vlerësimet e vendosin këtë numër midis 1500 deri në 3000 gazetarë.

Në fillim, përpara vendimmarrjes mbi metodologjinë e kampionimit, u ndërtua Universi i operatorëve të medias në Shqipëri ose i ashtuquajturit struktura e kampionimit.

Skema e mëposhtme paraqet tablonë e universit të mediave në Shqipëri:

¹⁵ Shiko informacionin në hyrje mbi numrin e gazetarëve në Shqipëri.



Universi i Mediave në Shqipëri përbëhet nga:

- Kanalet televizive (kombëtare dhe lokale)
- Operatorët kabllorë të TV (që prodhojnë përmbajtje për kanalet e tyre)
- Kanalet e radios (kombëtare dhe lokale)
- Gazetat dhe Revistat e shtypura
- Media Online (gazeta / portale / faqet e internetit / mediat sociale)

Fillimisht projekti u përqendrua në identifikimin e universit së bashku me disa të dhëna specifike për të mundësuar një strukturë të fortë për kampionimin më pas. Informacioni fillestar përfshiu të dhëna të mjaftueshme për të stratifikuar kampionin sipas parametrave të mëposhtëm:

- Lloji i Medias (TV, Radio, Gazetë, Revistë apo media Online)
- Madhësia e Medias (sa i përket numrit të punonjësve)
- Tipologjia e Profesionistëve të Medias (staf ekzekutiv, redaktorë, gazetarë, punonjës administrativ, të tjerë)
- Mbulimi Gjeografik (Kombëtar ose Lokal)

Pas mbledhjes së këtij informacioni, u zhvillua një bazë të dhënash e plotë e aktorëve të medias e cila më pas u përdor si strukturë kampionimi për të përzgjedhur kampionin e studimit. Kampioni i përzgjedhur është ai i shtresëzuar në shumë faza bazuar në llojin e medias, gjeografinë si dhe tipologjinë e profesionistëve të medias.

Studimi përfshiu 800 intervista ballë për ballë me profesionistët e medias. Një ushtrim i tillë kërkoj një kohë të gjatë për t'u menaxhuar nga ana logjistike (Mars – Dhjetor 2018).

2.3 Përqasja Cilësore

Grupet e fokusuara dhe intervistat e thelluara komplementojnë studimin sasior me informacion cilësor që mundësohet përmes pyetjeve të tilla si "Pse?" dhe "Si?", sikundër edhe ofron argumente ilustruese për rezultatet e studimit sasior.

Në total, u zhvilluan **7 grupe të fokusuara me gazetarë**, si më poshtë:

- ✓ 1 Grup i Fokusuar përpara studimit sasior, për të përcaktuar çështjet për tu përfshirë në pyetësor, për të eksploruar temat e interesit, për të shqyrtuar formulimin e pyetjeve apo të informacionit sensitiv për tu përfshirë, për të validuar objektivat e hulumtimit etj.
- ✓ 6 Grupe të Fokusuara pas studimit sasior për të validuar gjetjet si dhe për të plotësuar të dhënat sasiore me argumente dhe ilustrime.

Grupet e fokusuara, të organizuara si "diskutime kolektive", u formuan nga përfaqësues të grupeve të synuara (8-15 profesionistë të medias), të cilët u orientuan drejt objektivave të hulumtimit. Në këtë rast, ata ofruan një tipologji të çështjeve, një hartë të shqetësimeve dhe preferencave së bashku me të kuptuarit në thellësi të çështjeve kryesore të panoramës së medias në Shqipëri. Përfundimet nga grupet e fokusuara tregojnë kuptueshmëri të thellë të çështjeve si dhe japin përgjigje për pyetjet si "Çfarë / Në çfarë mënyre?", "Pse?", "Si ka mundësi?".

Në të njëjtën kohë, u zhvilluan **20 Intervista në thellësi** me redaktorë, menaxherë, analistë dhe pronarë mediash.

3. PANORAMA E MEDIAS NË SHQIPËRI: GJETJET

3.1 Informacion i përgjithshëm

Komponenti sasior dhe cilësor mundësoi që në analizë, studimi të përcjellë një pamje përfaqësuese të punës në sektorin e medias në Shqipëri.

Shumica e profesionistëve të medias e përshkruajnë veten si Gazetarë (58%). Tetë për qind e përshkruajnë veten si Kryeredaktorë, shtatë për qind si Moderatorë ose Drejtues emisioni, dhe gjashtë për qind si Redaktorë. Të gjitha titujt e tjerë të përshkrimit të punës janë përmendur nga më pak se pesë për qind e të anketuarve.¹⁶

Tabela 1. Cili është titulli që ju përdorni zakonisht për të përshkruar punën që ju bëni?

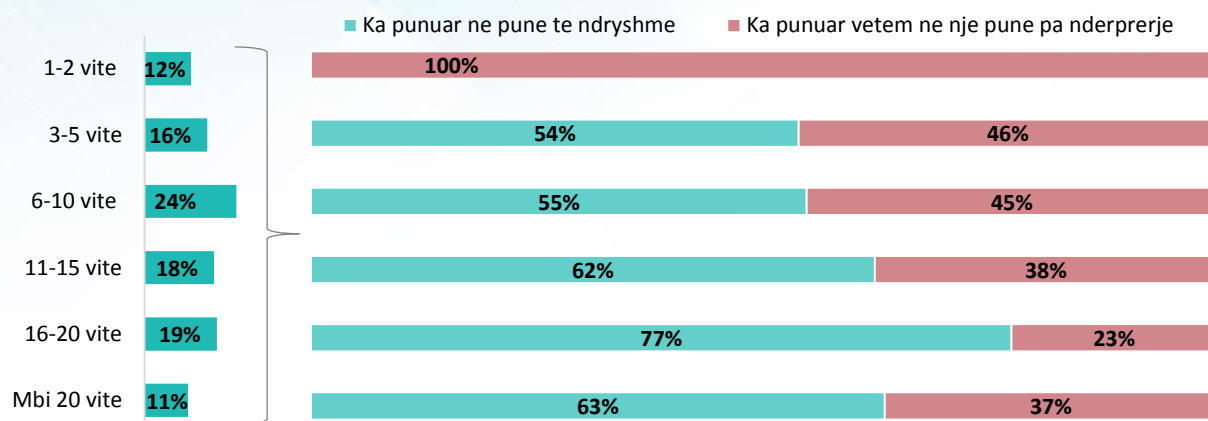
Titulli i pozicionit të punës	Përqindja (%)	Numri i të anketuarve
Gazetar	58%	465
Kryeredaktor	8%	63
Moderator/Drejtues emisioni	7%	58
Redaktor	6%	45
Montazhier video/audio	4%	31
Staf ekzekutiv	3%	26
Operator terreni/Kameraman	3%	26
Autor programi/ Producent	3%	24
Drejtor informacioni	3%	20
Menaxher	2%	13
Tjetër	4%	29

Së pari, u mblodhën informacione të ndryshme për të marrë një kuptim bazë të profilit të të anketuarve. Të dhënat tregojnë se shumica e të anketuarve kanë përvojë të gjerë në sektorin e medias. Gati një e katërta e të anketuarve ka punuar në sektorin e medias 6-10 vjet (24%). Ndërkohë, 19 për qind e tyre ka punuar nga 16-20 vjet, dhe 18 për qind nga 11-15 vjet. Vetëm disa prej tyre deklaruan se kanë punuar që prej pesë, ose më pak vitesh, në sektorin e medias.

Kur profesionistët e mediave pyeten për kohëzgjatjen e punës aktuale të vazhdueshme, mund të vërehet se mesatarisht **sa më e madhe është përvoja e përgjithshme e punës, aq më e ulët është shkalla e punës të vazhdueshme në një vend pune.**

¹⁶ Në aneksin A. mund të gjeni informacionin demografik mbi profiling e të anketuarve.

Figura 1. Periudha e përgjithshme e punës në sektorin e medias dhe kohëzgjatja e punës aktuale të vazhdueshme (vite)

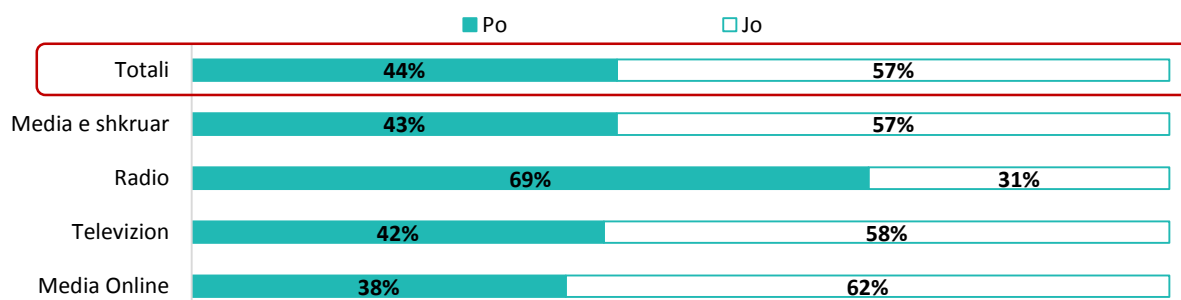


Të anketuarit që kanë punuar vetëm 1-2 vjet në sektorin e medias, e kanë fituar këtë përvojë në të njëjtin vend pune. Më shumë se gjysma e të anketuarve me nivel të mesëm të përvojës, e kanë fituar këtë përvojë në punë të ndryshme; 3-5 vjet përvojë (54%) dhe 6-10 vjet përvojë (55%). Të anketuarit të cilët kanë më shumë eksperiencë, kanë punuar kryesisht në punë të ndryshme dhe jo vetëm në një punë të vazhdueshme.

Gjatë diskutimeve në grupet e fokusuar, profesionistët e mediave përmendën si arsyet kryesore për ndryshimin e vendit të punës në sektorin e medias: mosmarrëveshjet që kishin me pronarin/menaxherin e medias; nivelin e pagës; pagesat e pamjaftueshme ose vonesat e mëdha apo pagesat e parregullta; kushtet e punës; dhe ambicien personale për të rritur profesionalisht në një mjedis më sfidues. Ndërkohë që lëvizjet paralele nga një media në tjetrën duket se janë më të shpeshta në rastin e Tiranës, profesionistët e mediave lokale pohojnë se mundësitë e tyre për të lëvizur janë shumë të kufizuara ose inekzistente. Edhe pse situata në mediat lokale konsiderohet më pak e favorshme, pronarët e mediave kanë arritur disi 'një marrëveshje të sofistikuar' midis tyre në mënyrë që të ofrojnë kushte të ngjashme sa i përket pagave, kushteve të punës, etj.

Kur u pyetën nëse të anketuarit mbulojnë ndonjë funksion tjetër përveç detyrave dhe funksioneve të vendeve të tyre të punës normale, mbi dy të tretat kanë deklaruar gjithashtu të kryejnë funksione lidhur me Radio (69%). Mbi 40% u përgjigjën me po kur u pyetën për funksionet që lidhen me mediat e shtypura (43%) ose Televizionin (42%). Një tjetër 38 për qind deklaruan se mbulonin funksionet që lidhen me Median Online.

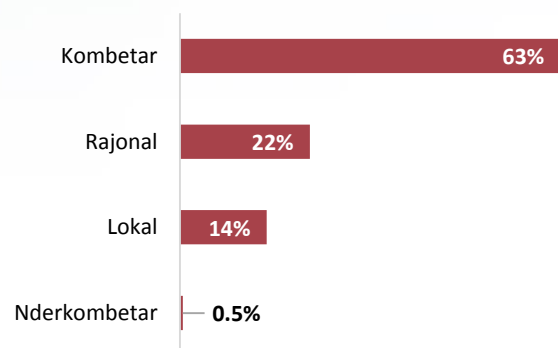
Figura 2. A kryeni funksione të tjera përpos detyrave dhe funksionit të pozicionit tuaj formal (kryesor)?



Sipas diskutimeve në grupet e fokusuara me profesionistët e medias, mbulimi i funksioneve të tjera përpos detyrave dhe funksioneve të pozicionit të tyre formal konsiderohet një fenomen i zakonshëm. Sidomos në mediat lokale, shpesh gazetarët duhet të mbulojnë dhe të dinë të bëjnë edhe funksionet e operatorit të terrenit, redaktorit të videove, etj.

Figura 3. Mbulimi i medias për të cilën punoni

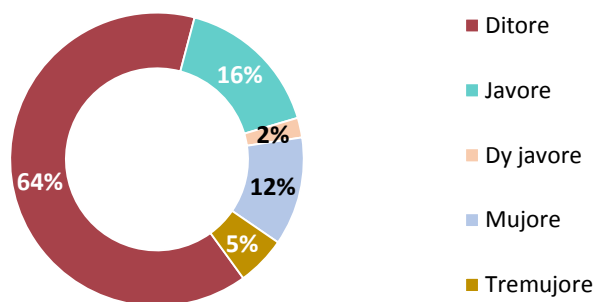
(N=651, duke përfshirë median online)



Shumica e profesionistëve të medias që morën pjesë në këtë studim, punojnë për një media që mbulon me lajme në mbarë vendin (63%). Njëzet e dy për qind punojnë për një media që ka mbulim rajonal dhe 14 për qind për një media që ka mbulim lokal. Vetëm 0.5 për qind e totalit të kampionit punojnë për një media që ka mbulim ndërkombëtar.

Periodiciteti ose frekuenca e publikimit mediave të shkruara për të cilat të anketuarit punojnë, është më së shumti ditore (64%), ndërsa 16 për qind publikojnë në bazë javore dhe 12 për qind çdo muaj. Disa botojnë çdo tre muaj ose dy javë (respektivisht 5% dhe 2%).

Figura 4. Periodiciteti/shpeshtësia e botimit



Pjesa më e madhe e profesionistëve të medias punojnë për një media (82%), më së shumti brenda fushës së Televizionit (64%) ose të Medias Online (19%). Shtatë për qind punojnë për një Kanal Radio. Kombinuar vetëm 13 për qind punojnë për çdo lloj media-je të shkruar (Figura 5).

Figura 5. Punoni për një apo më shumë se një media (medium mediatic)?

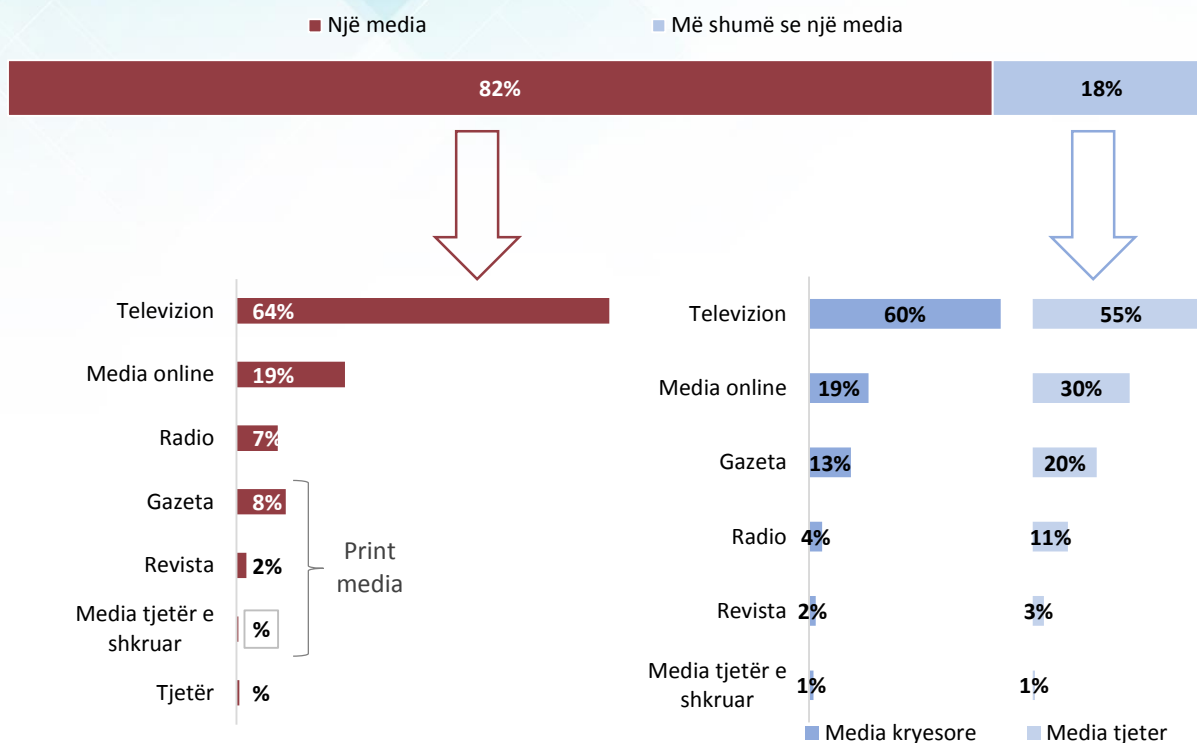


Figura 6. Në cilin lloj të medias punoni aktualisht? (N=655 vetëm ata të cilët punojnë për një media)

Figura 7. Ju lutem specifikoni llojin e medias tjetër për të cilën punoni?

N=145 (vetëm ata që punojnë në më shumë se një media)

Shumica e 145 të anketuarve që punojnë edhe në media të tjera, zakonisht angazhimin e tyre kryesor e kanë në një stacion televiziv (60%), janë të angazhuar në mediat online (19%) ose punojnë me gazetatat (13%). Media tjetër me të cilën angazhohen zakonisht është më së shumti Televizioni (55%). Pothuajse një e treta e tyre punon për një linjë të medias online (30%) dhe 20 për qind për një gazetë. Njëmbëdhjetë për qind gjithashtu punojnë në një kanal Radio.

Sipas diskutimeve të grupeve të fokusuar me profesionistët e medias, puna në më shumë se një media duket të jetë më e shpeshtë për ata profesionistë që janë të punësuar në mediat lokale. Për shkak të të ardhurave të pamjaftueshme mujore, ata shpesh punojnë për dy, tre ose edhe katër media (kryesisht punojnë si korrespondentë për më shumë se një kanal televiziv kombëtar ose punojnë me kohë të pjesshme për mediat online) për të arritur atë që ata e quajnë një pagesë “të mirë”. Ndërkohë, në Tiranë janë të paktë profesionistët e medias që punojnë për më shumë se një media. Sidomos profesionistët e mediave të punësuar në media të mëdha kombëtare theksojnë se pronarët e medias së tyre i kufizojnë deri diku për të punuar në më shumë se një media.

Brenda punës së tyre pranë një media-je, 57 për qind e profesionistëve të medias punojnë zakonisht në një fushë të veçantë apo çështje specifike. Për gjysmën e profesionistëve të medias kjo fushë specifike është zakonisht Gazetaria Sociale (32%) dhe Gazetaria Politike

(20%). Fusha të tjera të përmendura nga rreth 10 për qind e të anketuarve secila janë: gazetaria mjedisore, kronike, ekonomike ose gazetaria rozë.

Edhe 43 për qind e të anketuarve që punojnë për fusha dhe ngjarje të ndryshme sërish punojnë më së shumti në fushat e gazetarisë sociale (85%) ose gazetarisë politike (67%). Dy të tretat e këtij grupi të dytë gjithashtu përmendin gazetarinë kronike (66%) dhe 54 për qind deklarojnë se punojnë për ngjarje të ndryshme brenda gazetarisë ekonomike dhe 50 për qind në gazetarinë mjedisore. Më shumë se një e treta e tyre përmendin sportin, gazetarinë investigative e të tjera si dhe gazetarinë rozë.

Figura 8. A punoni zakonisht në një fushë ose çështje specifike?

(N=465, vetëm ata që punojnë si gazetarë)

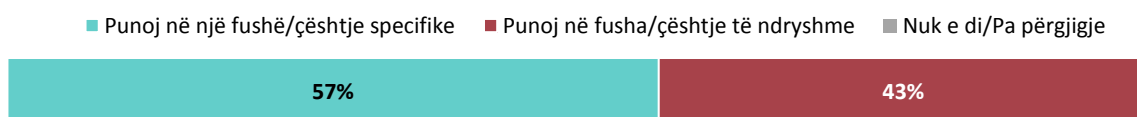
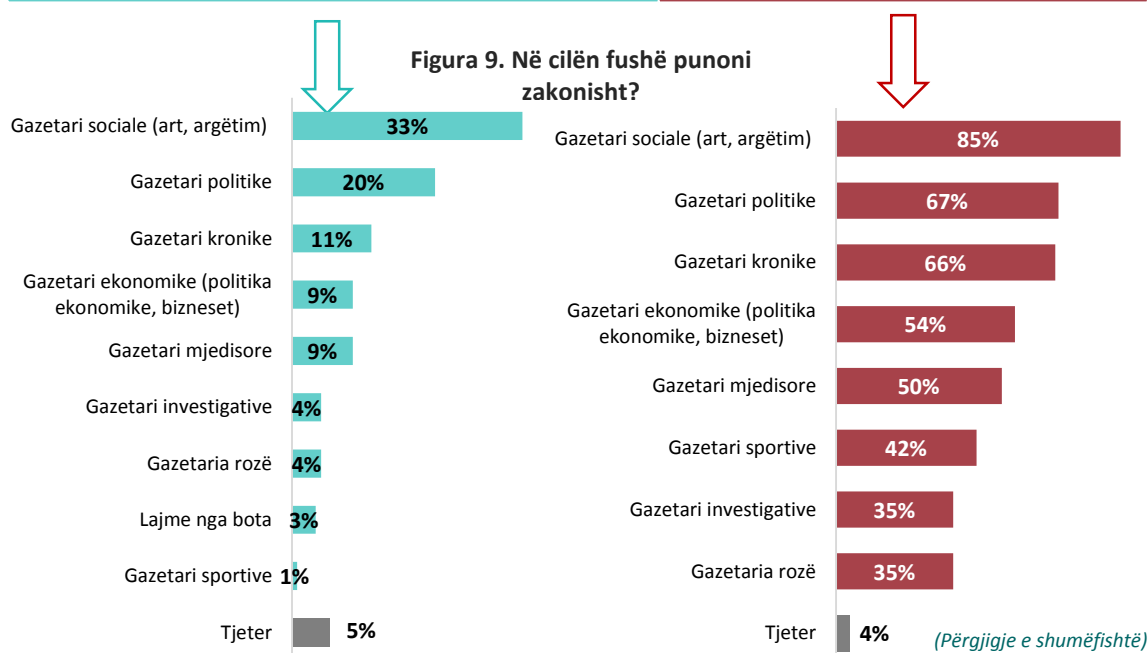


Figura 9. Në cilën fushë punoni zakonisht?



N=265 (vetëm ato që punojnë në një fushë specifike)

N=199 (Vetëm ata që punojnë në fusha të ndryshme)

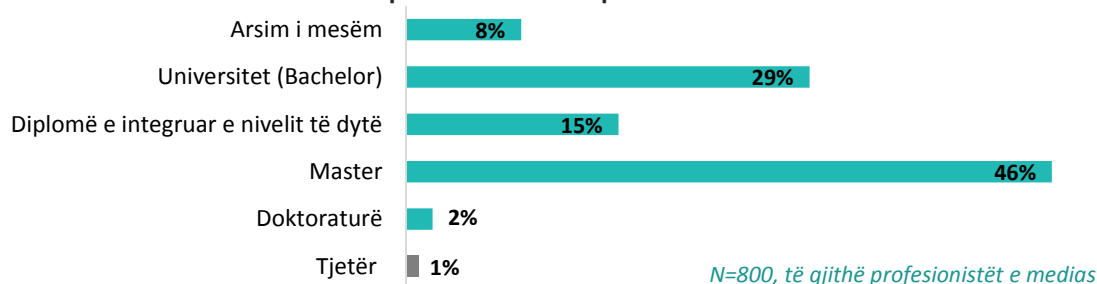
Në përgjithësi, në mediat e vogla ose në mediat lokale, për shkak të mungesës së stafit, shpesh gazetarët mbulojnë të gjitha fushat, duke punuar në lloje të ndryshme ngjarjesh. Për më tepër, sipas perceptimit të profesionistëve të medias, një gazetar mbulon të gjitha fushat kur është në hapat e para të gazetarisë. Ata mendojnë se gazetarët e rinj punojnë fillimisht vetëm si reporterë. Më pas, pasi fitojnë përvojë, ata zhvillojnë një profil të veçantë në një fushë të ku ata e ndjejnë veten më të aftë apo janë më të interesuar.

3.2 Kualifikimi dhe Edukimi

Ky seksion thellohet dhe jep më shumë informacion rreth kualifikimit dhe edukimit të profesionistëve të medias të anketuar, duke ofruar një pasqyrë më të thellë mbi profilin e të anketuarve.

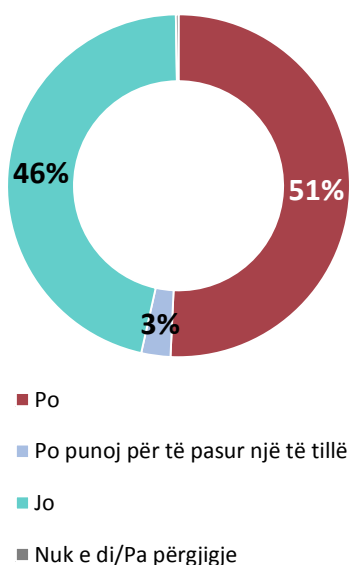
Nga 800 të anketuar, 46 për qind deklarojnë se kanë diplomë master dhe pothuajse një e treta ka një diplomë bachelor (29%). Pesëmbëdhjetë për qind deklarojnë se kanë një diplomë të integruar të nivelit të dytë dhe 8 për qind raportojnë se niveli i tyre më i lartë i arsimit është shkolla e mesme. Vetëm dy për qind kanë mbaruar doktoraturën.

Figura 10. Cili është niveli i arsimit ose diploma më e lartë që keni marrë?



Rreth gjysma e të anketuarve kanë marrë një diplomë në gazetari apo ndonjë lloj tjetër kualifikimi formal në gazetari (51%). Pothuajse po aq nuk kanë ndonjë diplomë apo kualifikim formal lidhur me gazetarinë (46%). Tre për qind janë duke punuar për të pasur një të tillë.

Figura 11. A keni ju një diplomë ose ndonjë lloj tjetër kualifikimi formal në gazetari (diplomë ose certifikatë)?

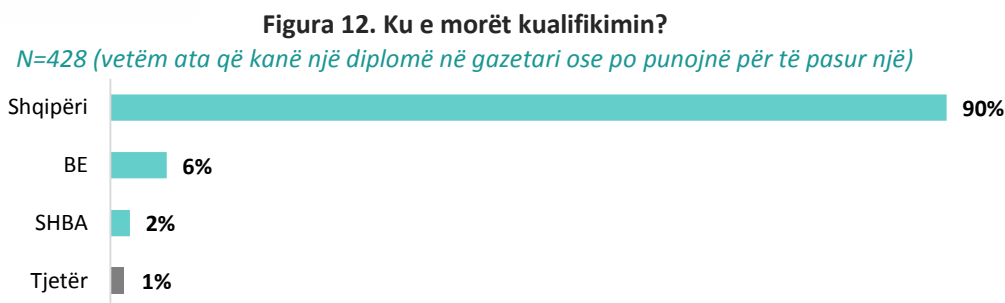


Të anketuarit që kanë fituar një kualifikim në fushën e gazetarisë, kualifikimi që kanë më së shumti është diploma master në gazetari (44%). Një pjesë tjetër, 27 për qind, kanë marrë një diplomë bachelor në gazetari dhe 18 për qind disponojnë një certifikatë. Certifikatat më të zakonshme të fituara janë ato për ndjekjen e trajnimeve të ofruara nga media të ndryshme ndërkombëtare si programet e CNN, BBC; komuniteti ndërkombëtar si Ambasada Amerikane, USAID; organizata ndërkombëtare si Fondacioni 'Thomson Reuters', ose organizata kombëtare, kryesisht nga Instituti Shqiptar i Medias të cilat kanë qenë më së shumti të përqendruara te gazetaria cilësore dhe hulumtuese.

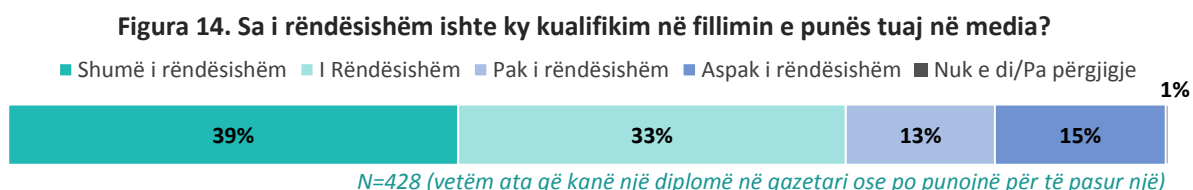
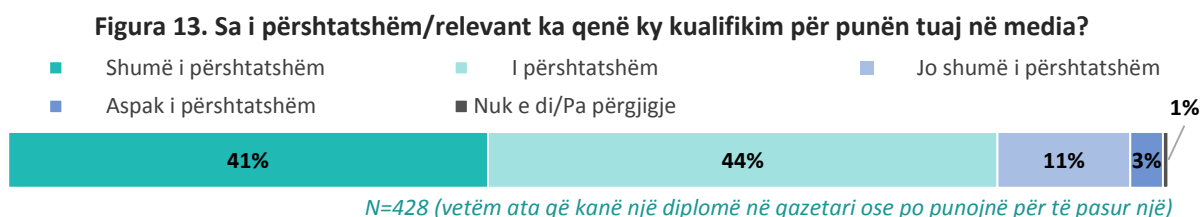
Bazuar në intervistat në thellësi, gazetarët kanë ndjekur trajnime të ndryshme si nga mediat ndërkombëtare edhe nga organizatat lokale. Trajnimet u konsideruan se kanë qenë shumë efektive në një epokë të mëparshme (para vitit 2000), ndërsa tani përmbajtja e tyre

perceptohet më shumë si formale sesa cilësore apo përmbajtësore. Sidoqoftë, përgjithësisht gazetarët i perceptojnë trajnimet si shumë të dobishme, veçanërisht ato trajnime që janë të përqendruara te shkrimi gazetaresk, mbulimi i lajmeve dhe përdorimi i imazheve / mjeteve multimediale.

Pjesa më e madhe e atyre të anketuarve që kanë fituar një diplomë ose kualifikim në gazetari, ose po punojnë drejt të pasurit një, i kanë kryer studimet e tyre në Shqipëri (90%). Gjashtë për qind e kanë fituar diplomën e tyre në BE dhe dy për qind në SHBA.



Kur të anketuarit u pyetën nëse kualifikimet që kanë marrë në fushën e gazetarisë kanë qenë të përshtatshme apo të rëndësishme, të dhënat tregojnë se kualifikimet kanë qenë më së shumti të tilla. Kombinuar, shumica do ta vlerësonin kualifikimin e tyre si të përshtatshëm (44%) ose shumë të përshtatshëm (41%) dhe si shumë i rëndësishëm (39%) ose i rëndësishëm (33%). Duket se kualifikimi është përjetuar disi më shumë si i përshtatshëm sesa si i rëndësishëm.



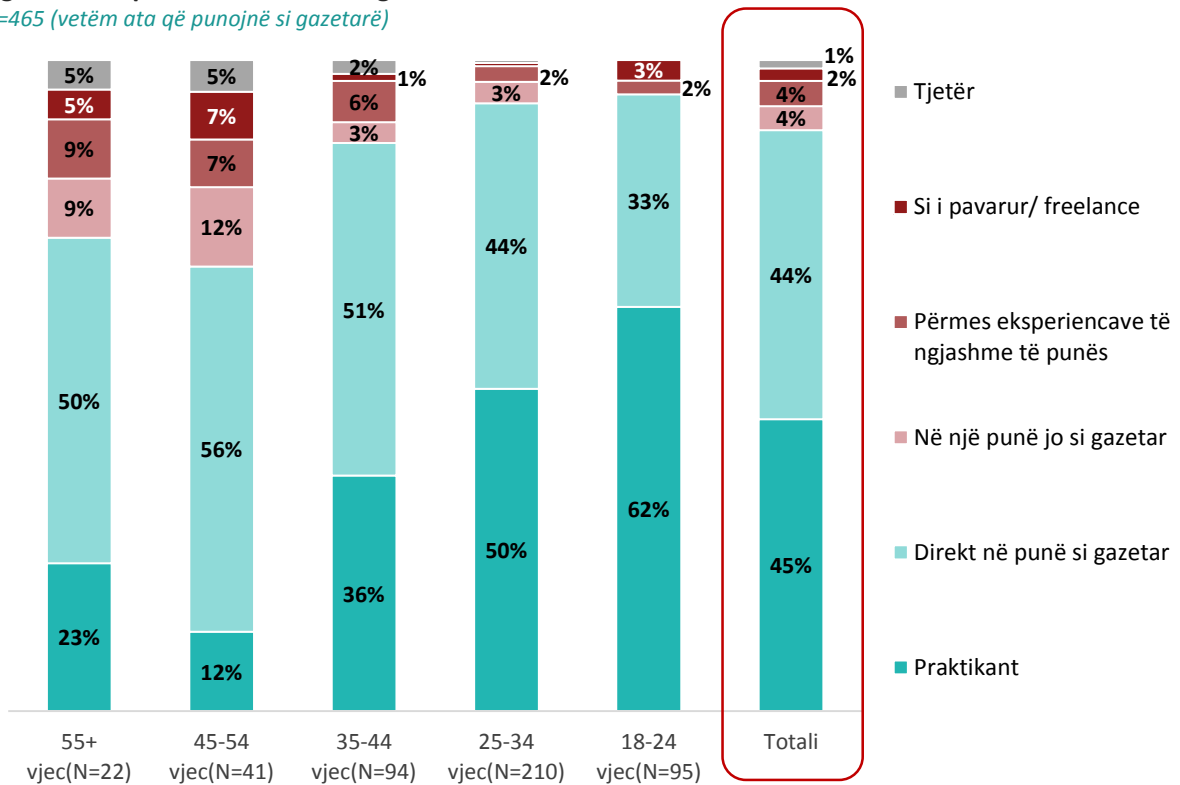
Sipas gjetjeve të diskutimeve të grupeve të fokusuar, shumica e gazetarëve e konsiderojnë arsimin e lartë si ‘një domosdoshmëri’ për të ndjekur një karrierë si gazetar. Të pasurit një diplomë në gazetari apo gjuhë shqipe konsiderohet si preferenciale, pasi individët e diplomuar në këtë fushë janë më të njohur me rregullat kryesore se si një artikull lajmesh duhet të strukturohet dhe ndërtohet. Megjithatë, profesionistët e medias nuk e konsiderojnë një diplomë në gazetari apo çfarëdolloj kualifikimi formal tjetër në gazetari si thelbësor. Sipas sugjerimeve të tyre, çdo gazetar duhet të zotërojë e të njohë mirë fushën për të cilën ai/ajo punon apo është i fokusuar, për shembull gazetar i ekonomisë duhet të ketë një diplomë në

ekonomi ose në një fushë të lidhur të lidhur me ekonominë, në mënyrë në mënyrë që të ketë një performancë më të mirë.

Rreth 45 për qind e të gazetarëve tregojnë se kanë hyrë në fushën e gazetarisë ose si praktikantë (45%) ose direkt në punë si gazetar (44%). Janë më të shumtë të anketuarit më të rinj që kanë filluar karrierën e tyre të gazetarisë përmes praktikave të punë sesa gjeneratat më të mëdha (18-24 vjeç 62% dhe 25-34 vjeç 50%). Në përgjithësi, janë shumë të paktë ata që kanë hyrë në fushën e gazetarisë përmes eksperiencave të ngjashme të punës. Brezat më të mëdhenj duket se kanë qenë më të prirur për të hyrë në fushën e gazetarisë përmes një pune jo si gazetar, eksperiencave të ngjashme të punës ose si gazetar i pavarur (freelancer).

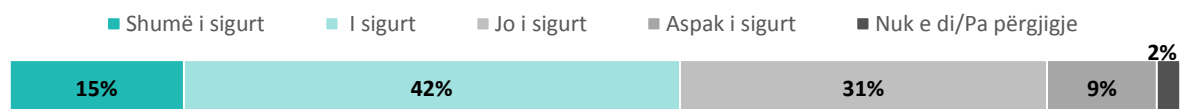
Figura 15. Ju personalisht e filluat gazetarinë si:

N=465 (vetëm ata që punojnë si gazetarë)



Për më tepër, të anketuarit duket se ndajnë mendime të ndryshme kur pyeten se sa të sigurt ndjehen për të ardhmen e gazetarisë si profesion. Pjesa më e madhe e tyre deklarojnë se janë të sigurt (42%) dhe pesëmbëdhjetë për qind ndjehen shumë të sigurt. Megjithatë, gati një e treta e tyre shprehen se nuk janë të sigurt (31%) dhe nëntë për qind nuk janë aspak të sigurt në këtë drejtim.

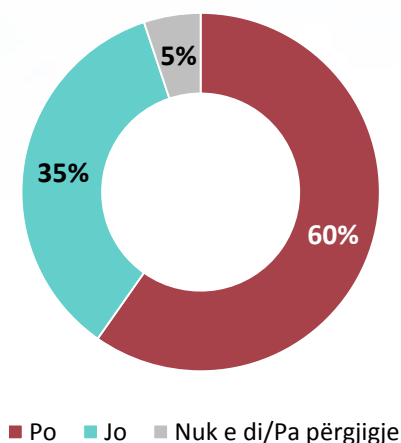
Figura 16. Sa të sigurt jeni (sa besim keni) për të ardhmen e gazetarisë si profesion?



N=465 (vetëm ata që punojnë si gazetarë)

Pavarësisht mendimeve të përziera në lidhje me të ardhmen e gazetarisë si një profesion, qartazi shumica e tyre do të këshillonte një individ të ri që të ndiqte një karrierë si gazetar (60%). Bazuar në intervistat në thellësi, profesionistët e medias theksojnë se ata do të këshillonin fort profesionin e gazetarit vetëm te ata që kanë me të vërtetë një pasion për gazetarinë dhe raportimin e së vërtetës. Pak më shumë se një e treta e të anketuarve nuk do të rekomandonin një individ të ri të ndiqte gazetarinë si karrierë (35%).

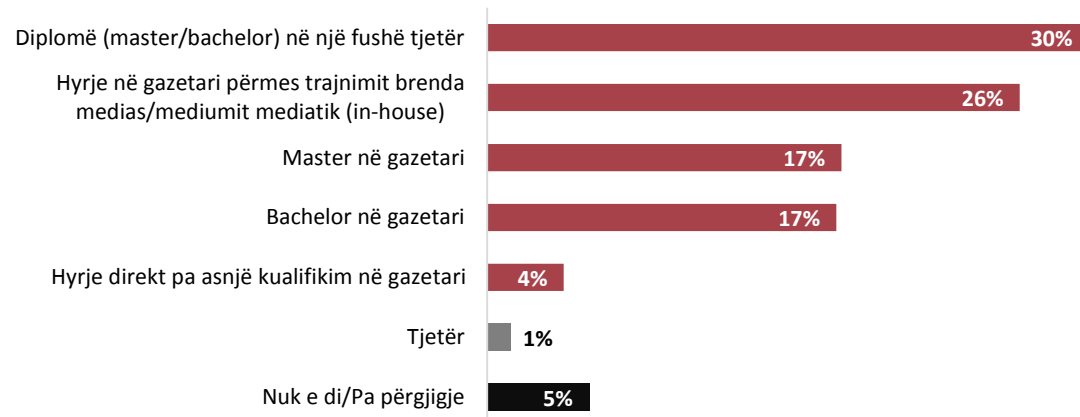
Figura 17. A do të këshillonit një individ të ri që të ndiqte karrierën si gazetar?



Niveli i pagesës dhe kushtet e punës në përgjithësi (duke përfshirë edhe orët e gjata të punës) përmenden si aspektet më negative dhe arsyet pse profesionistët e medias nuk do ta rekomandonin këtë profesion te të rinjtë. Një numër i konsiderueshëm gazetarësh shprehin një nivel zhgënjimi me profesionin e tyre, pasi ndihen të shfrytëzuar nga punëdhënësi i tyre.

Të anketuarit u pyetën më tej se çfarë lloj këshille do t'i jepnin një personi të ri që të futet në fushën e gazetarisë. Dy këshilla u përmendën më së shpeshti; një diplomë universitare në një fushë tjetër (bachelor apo master) (30%) dhe hyrje në gazetari përmes trajnimit brenda medias ('in-house') (26%). Një pjesë e të anketuarve do të rekomandonin një kualifikim në gazetari qoftë në nivel bachelor ose në nivel master (respektivisht 17% për secilën).

Figura 18. Nëse do të këshillonit një person të ri të futet në këtë profesion, cilën nga kualifikimet e mëposhtme do ti rekomandonit më shumë?

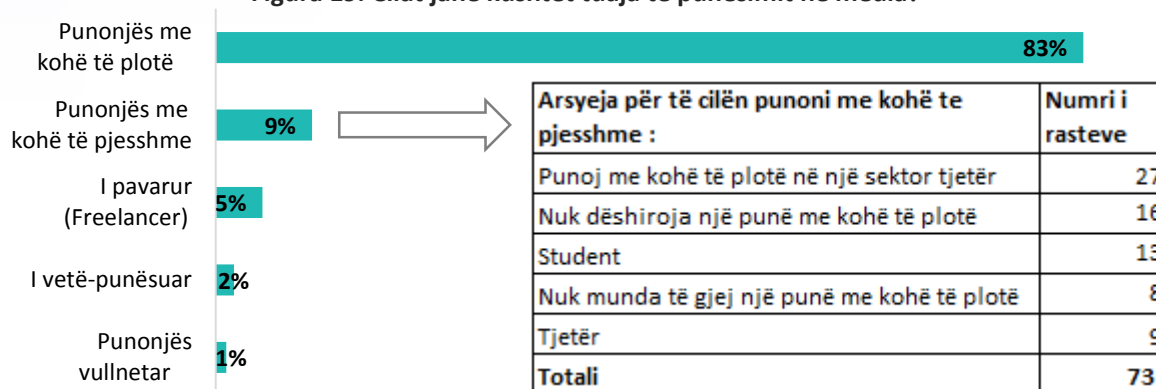


Sipas profesionistëve të medias, përvoja në terren konsiderohet si një aset kyç për të qenë një gazetar profesionist. Për më tepër, pasioni dhe praktika gjykohen si nxitësit kryesorë të suksesit në fushën e gazetarisë.

3.3 Marrëdhëniet e Punës - Kontratat

Në këtë seksion profesionistët e medias u pyetën rreth marrëdhënieve të tyre të punës dhe për llojet e kontratave, me qëllim për të fituar më shumë informacion për kushtet e tyre të punës. Pjesa më e madhe e profesionistëve të medias janë të angazhuar si një punonjës me kohë të plotë (83%). Vetëm nëntë për qind punojnë me kohë të pjesshme. Vetëm pak prej tyre punojnë si të pavarur, janë të vetëpunësuar ose punojnë vullnetarisht.

Figura 19. Cilat janë kushtet tuaja të punësimit në media?

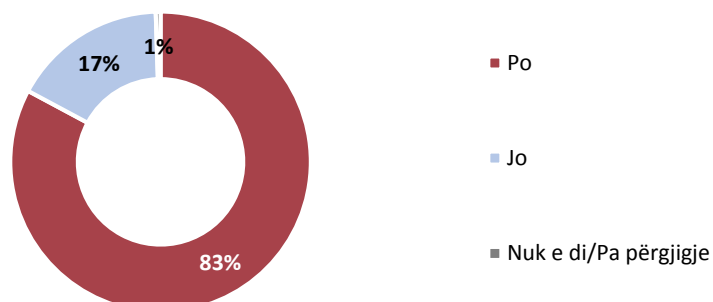


Të 73 të anketuarit të cilët punojnë me kohë të pjesshme, u pyetën në vijim për arsyen për të cilën punojnë vetëm me kohë të pjesshme. Arsyeja e përmendur më së shumti është se punojnë me kohë të plotë në një sektor tjetër (27 raste), 16 punonjës nuk kanë dëshiruar vetë një punë me kohë të plotë dhe 13 janë aktualisht studentë.

E njëjta përqindje e të anketuarve që punojnë me kohë të plotë, gjithashtu deklaroi se ka një kontratë pune ose marrëveshje shërbimi (83%). Shtatëmbëdhjetë për qind nuk kanë një kontratë. Megjithatë, mendohet se përqindja e atyre që nuk kanë një kontratë pune ose një marrëveshje shërbimi me punëdhënësin e tyre mund të jetë më e lartë. Së pari, një pjesë e konsiderueshme e intervistave me profesionistët e medias janë zhvilluar në vendin e tyre të punës, çka mund të kenë ndikuar në sinjeritetin e tyre kur u janë përgjigjur pyetjeve të caktuara. Së dyti, bazuar në takimet valide me profesionistët e medias, u vu re se shumë prej tyre (sidomos ata të cilët punojnë në media lokale) nuk kanë një kuptim të qartë se çfarë nënkupton 'të paturit një kontratë'. Shumica e tyre e kuptojnë 'të paturit e një kontrate' njësoj me të qenit i siguar apo të punuarit në sektorin formal.

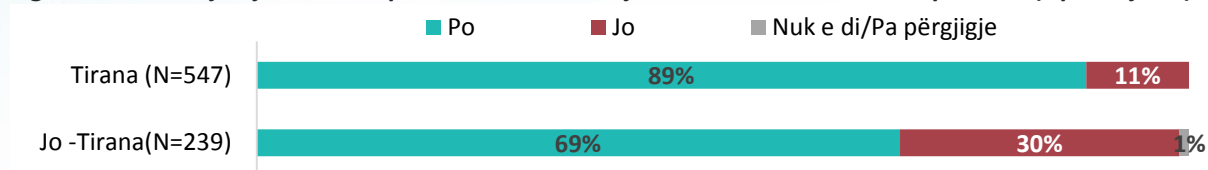
Figura 20. A keni ju një kontratë pune ose marrëveshje shërbimi me median ku punoni?

N=786 (duke përfshirur të vetë-punësuarit)



Megjithatë, profesionistët e medias pranojnë se gjatë dy viteve të fundit ka ndodhur një formalizim i sektorit të medias. Sipas tyre, Inspektorati i Punës ka ushtruar presion të mëtijshëm në këtë drejtim, veçanërisht në mediet mediatike më të mëdha në Shqipëri.

Figura 21. A keni ju një kontratë pune ose marrëveshje shërbimi me median ku punoni? (sipas rajonit)

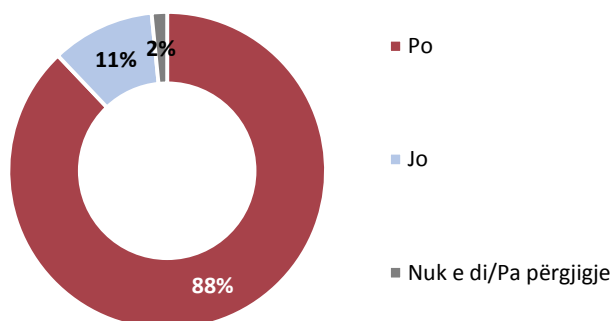


Kur të dhënat ndahen në bazë të rajoneve, mund të vërehen disa dallime të rëndësishme midis Tiranës dhe rajonit jo-Tiranë. Përkatesisht, 89 për qind në Tiranë kundrejt 69 për qind në rajonet e ndryshme nga Tirana deklarojnë se kanë një kontratë pune ose marrëveshje shërbimi. Arsyeja për një diferencë të tillë është fakti se pjesa më e madhe e mediave si dhe mediat më të mëdha, që tregojnë një nivel më të lartë të formalizimit, ndodhen në Tiranë.

Shumica dërmuese e atyre që punojnë me kohë të plotë ose me kohë të pjesshme ose vullnetarisht dhe kanë një kontratë pune, mendojnë se kontrata e tyre e punës pasqyron në mënyrë adekuate përshkrimin e punës së tyre (88%). Vetëm 11 për qind e tyre nuk mendon se kontratat e tyre nuk e reflektojnë në mënyrë të saktë natyrën e pozicionit të tyre.

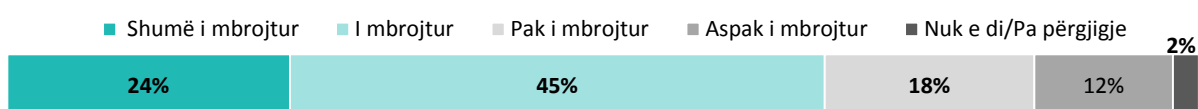
Figura 22. A e reflekton kontrata juaj në mënyrë të saktë natyrën e pozicionit tuaj?

N=637 (Vetëm ata të cilët punojnë me kohë të plotë/pjesshme ose vullnetarisht dhe kanë një kontratë)



Kur të anketuarit pyeten nëse ndjehen të mbrojtur nga kontrata e tyre e punës, pjesa më e madhe deklaron se ndihen të mbrojtur (45%) ose shumë të mbrojtur (24%). Në anën tjetër, pjesa tjetër e tyre, e kombinuar 30 për qind, ndihen të pambrojtur (18%) ose aspak të mbrojtur (12%).

Figura 23. Sa të mbrojtur ndjeheni nga kontrata juaj e punës?

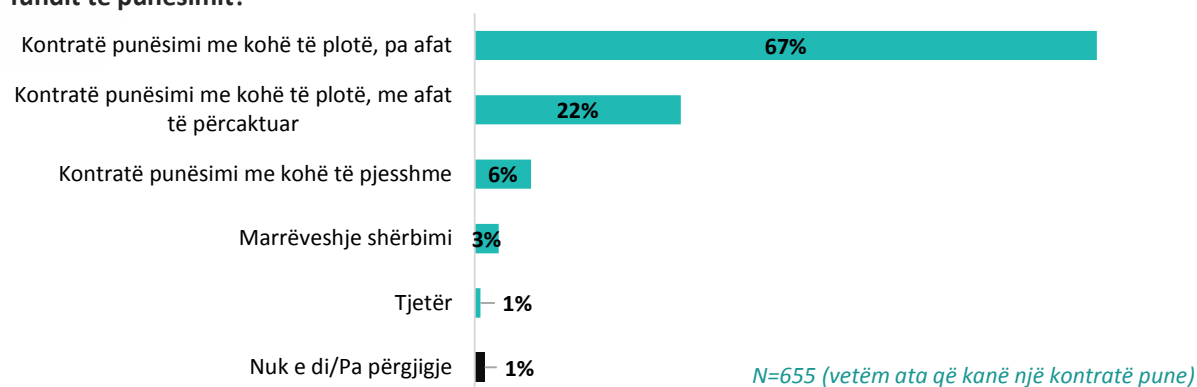


N=637 (Only those who work full/part-time or voluntarily and have a contract)

Rreth dy të tretat e profesionistëve të medias që kanë një kontratë pune, e përshkruajnë më së shumti kontratën e tyre si kontratë punësimi me kohë të plotë, pa afat (67%). Njëzet e dy për qind kanë një kontratë me kohë të plotë me afat të përcaktuar (22%). Llojet e tjera të kontratave përmenden pak nga të anketuarit.

Bazuar në diskutimet me profesionistët e medias, mbrojtja nga kontratat ekzistuese konsiderohet si minimale. Disa gazetarë pohuan se ata ndjeheshin të ekspozuar, të pasigurt dhe të pambrojtur në mediat e tyre. Sipas gjetjeve të intervistave të thelluara, gazetarët pranojnë se aktualisht pothuajse të gjithë profesionistët e medias kanë kontrata pune, por shumica e tyre janë "Kontrata të përgjithshme" (që konsistojnë vetëm nga 2 ose 3 faqe), të cilat janë më së shumti janë në favor të punëdhënësit dhe nuk përfshijnë asgjë për lirinë e fjalës.

Figura 24. Cila nga të mëposhtmet përshkruan më së miri kontratën tuaj aktuale ose kontratën më të fundit të punësimit?



Në mënyrë interesante, dy të tretat e profesionistëve të medias kanë punuar në një moment/periudhë gjatë karrierës së tyre pa një kontratë pune (65%). Vetëm 35 për qind e tyre nuk kanë punuar pa kontratë.

Figura 25. A keni punuar ndonjëherë pa kontratë pune?



Pothuajse e njëjta përqindje e profesionistëve të medias pranon se ka punuar edhe në sektorin informal (ka punuar në të zezë të paktën një herë në jetën e tyre) (61%), dhe vetëm 39 për qind e tyre thonë se nuk e kanë bërë këtë. Bazuar në intervistat në thellësi, shumica e gazetarëve të nivelit të lartë pohojnë se në fillim të karrierës së tyre ata kanë punuar në tregun informal dhe në këtë mënyrë i konsiderojnë ato vite të humbura në aspektin e sigurimeve.

Figura 26. Në eksperiencën tuaj në media, a keni punuar ndonjëherë në sektorin informal (në të zezë)?



Duket se ekziston një dakordësi mes shumë profesionistëve të medias për faktin se gazetarët në Shqipëri zakonisht kanë kontrata formale pune (67%). Megjithatë, 1 në 4 të anketuar nuk mendon se kanë (24%). Ata të anketuar që mendojnë se gazetarët më së shpeshti kanë një kontratë formale, kryesisht mendojnë se këto kontrata 'deri diku po' zbatohen (61%). Njëzet e një për qind besojnë se ato 'deri diku nuk zbatohen' dhe 10 për qind besojnë se ato 'nuk zbatohen aspak'. Vetëm pak besojnë se ato zbatohen plotësisht (6%).

Figura 27. Sipas jush, në përgjithësi a kanë gazetarët në Shqipëri kontrata formale punësimi?

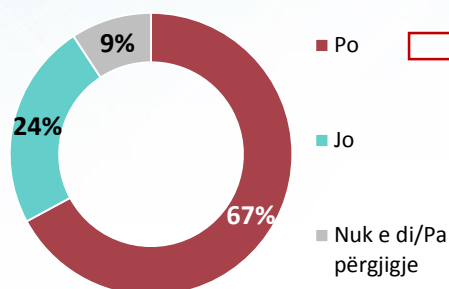
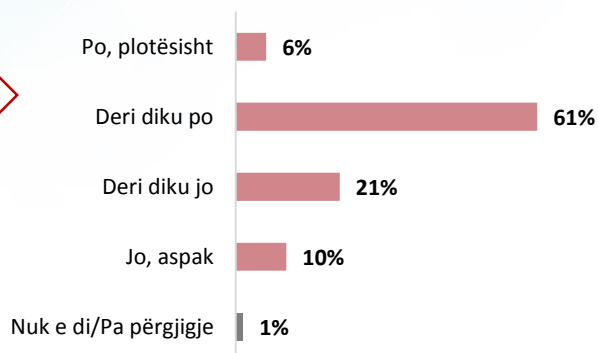
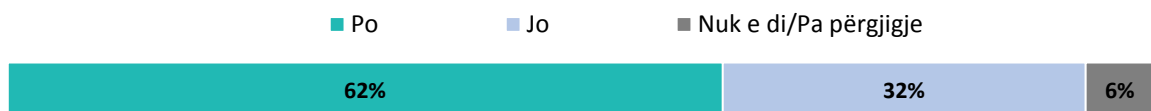


Figura 28. A zbatohen këto kontrata?
N=537 (Vetëm ata që mendojnë se gazetarët në Shqipëri kanë kontrata formale pune)



Mbi 60 për qind e tyre, nëse do të shkelej kontrata e punës do të ndërmerren veprime ligjore (61%). Nga ana tjetër, gati 1 në 3 të anketuar nuk do ta ndiqnin çështjen në rrugë ligjore në rast shkelje të kontratës (32%).

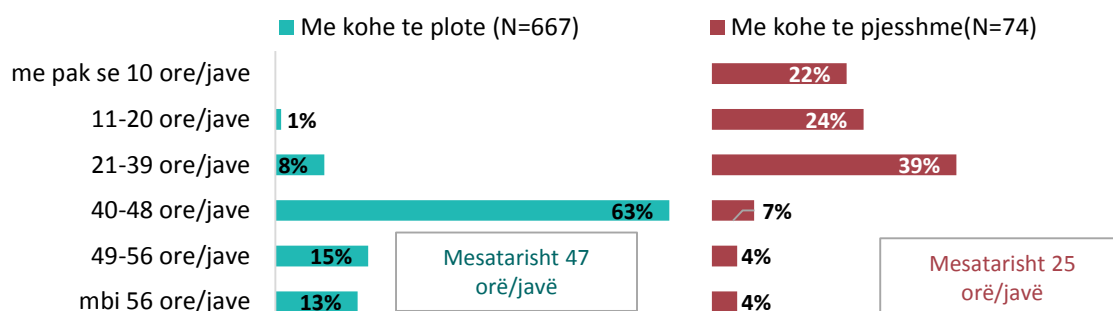
Figura 29. Mendoni se në rast shkelje të kontratës do të ndiqnit çështjen në rrugë ligjore për dëmin e ardhur nga shkelja e kontratës?



N=655 (vetëm ato që kanë një kontratë)

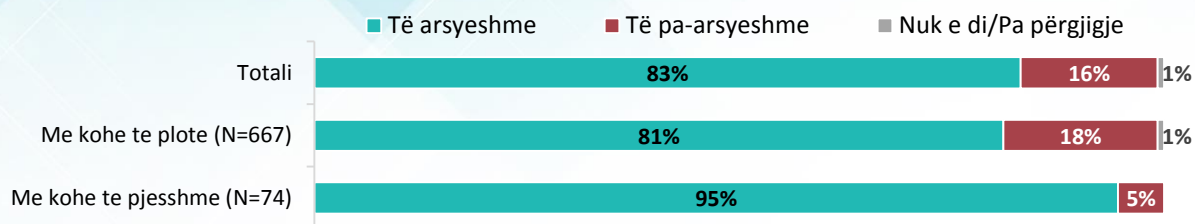
Duke u fokusuar në temën e orëve të punës, të dhënat tregojnë se shumica e profesionistëve të medias që punojnë me kohë të plotë punojnë mesatarisht 40-48 orë / javë (63%). Tridhjetë e nëntë për qind e të anketuarve me orar të pjesshëm punojnë 21-39 orë / javë, dhe pothuajse një e katërta e tyre punojnë ose 11-20 orë / javë (22%) ose më pak se 10 orë / javë (22%).

Figura 30. Zakonisht sa orë në javë punoni?



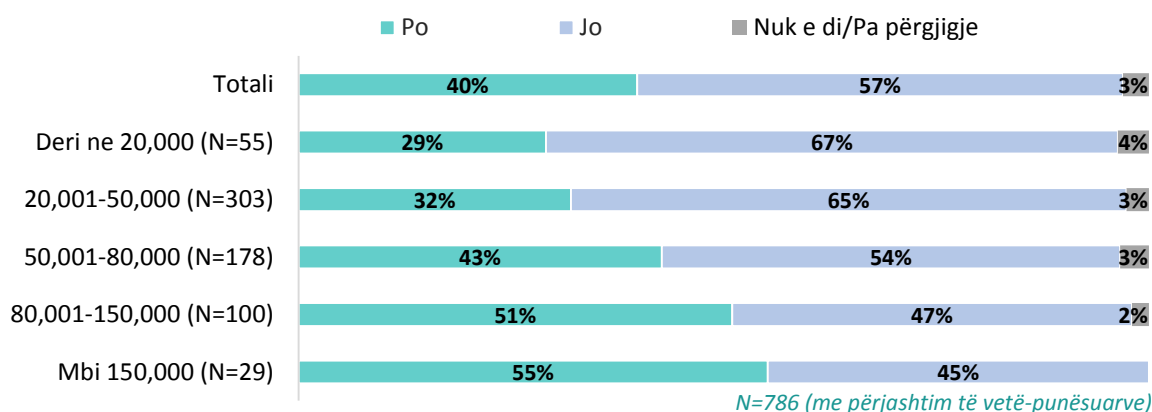
Shumica e të anketuarve mendojnë se oraret e tyre të punës janë të arsyeshme (83%). Vetëm 16 për qind e tyre i konsiderojnë oraret si të pa-arsyeshme. Pothuajse të gjithë punonjësit me kohë të pjesshme i konsiderojnë orët e punës si të arsyeshme (95%). Bazuar në diskutimet e grupeve të fokusuar me profesionistët e medias, orët e punës duket se nuk paraqesin më problem për shumicën e tyre, siç ishin problem në të kaluarën. Megjithatë, identifikohen ende raste kur gazetarët deklarojnë se punojnë më shumë se tetë orë në ditë dhe punojnë edhe gjatë fundjavave.

Figura 31. I konsideroni orët tuaja të punës si:



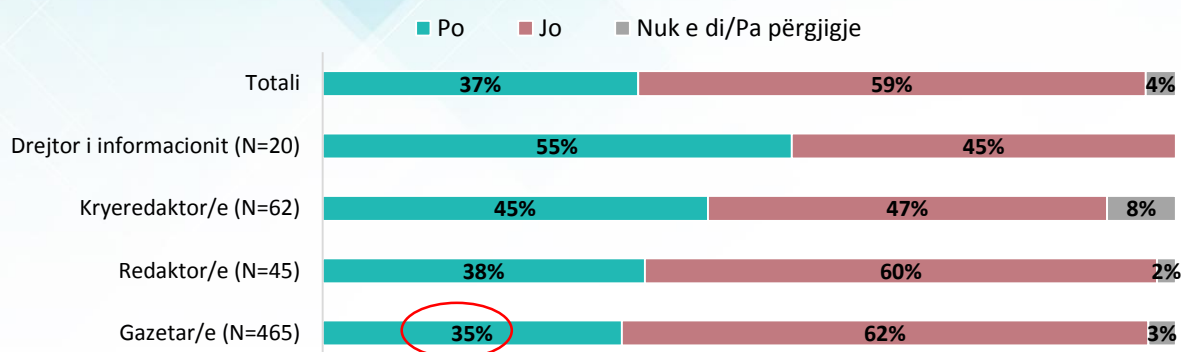
Në përgjithësi, më shumë se gjysma e të gjithë profesionistëve të medias të intervistuar nuk mendojnë se ata paguhen sa duhet për punën e tyre (57%). Të anketuarit të cilët fitojnë deri në 20,000 lekë në muaj, janë pjesë e grupit që ndihet më së paku i paguar në mënyrë të drejtë (67%). Të ardhurat më të zakonshme mujore duket të rrotullohen rreth 20,001 dhe 50,000 lekë, të pranuar nga 303 të anketuar; gati dy të tretat e këtij grupi mendojnë se kjo pagë nuk kompenson në mënyrë të drejtë punën e tyre (65%). Të dhënat tregojnë se sa më shumë fiton personi në muaj, aq më shumë ka gjasa që të ndjehet se paguhet sa duhet. Sidoqoftë, duhet të theksohet se më shumë se 40 për qind e këtyre dy grupeve që fitojnë shumën më të lartë të pagës, sërish nuk ndjehen se po paguhen sa duhet për punën e tyre.

Figura 32. A mendoni se paguheni sa duhet për punën tuaj? (sipas të ardhurave mujore)



Kur merren parasysh vetëm ata që punojnë si drejtorë informacioni, krye-redaktorë, redaktorë apo gazetarë, rezulton se vetëm 35 për qind e gazetarëve mendojnë se ata paguhen në mënyrë të drejtë për punën e tyre. Gjithashtu më të shumtët e redaktorëve duket se nuk janë të kënaqur me pagën e tyre, me vetëm 38 për qind të tyre që mendojnë se paguhen sa duhet. Nga ana tjetër, drejtorët e informacionit dhe krye-redaktorët duken më të kënaqur, me rreth gjysmën e tyre që mendojnë se paguhen në mënyrë të drejtë për punën e tyre (përkatësisht 55 dhe 45%).

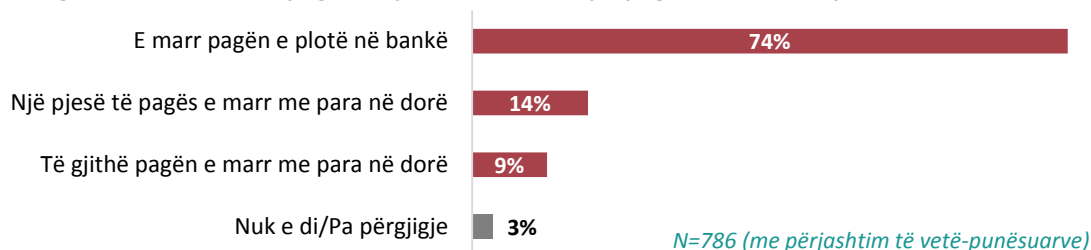
Figura 33. A paguheni rregullisht për punën tuaj apo keni vonesa në paga?



N=592 (vetëm ata që punojnë is drejtor informacioni, kryeredaktor, redaktorë dhe gazetarë)

Kur u pyetën rreth mënyrës se si e marrin pagën e tyre, 74 për qind raportuan se e marrin pagën e tyre të plotë në bankë. Katërmbëdhjetë për qind e marrin një pjesë të pagës së tyre në bankë. Nëntë për qind e marrin pagën e tyre me para në dorë. Kjo pra do të thotë që 1 në 10 të anketuar ende e marrin pagën e tyre në dorë dhe 1 në 7 ende merr një pjesë të pagës së tyre me para në dorë.

Figura 34. A e merrni pagën të plotë në bankë apo paguheni dhe me para në dorë?



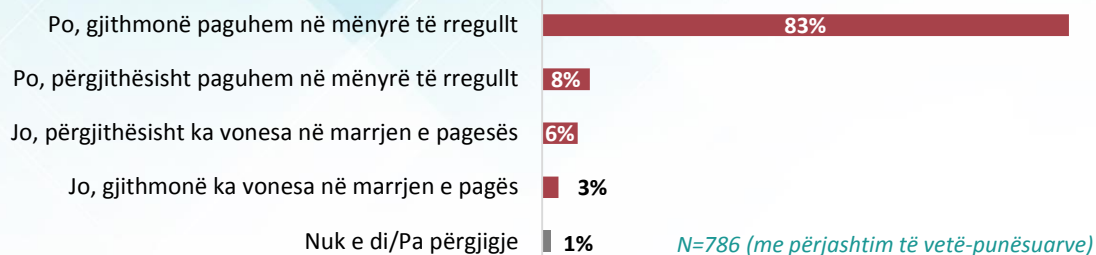
N=786 (me përjashtim të vetë-punësuarve)

Megjithatë, në bazë të diskutimeve të grupeve të fokusuara me profesionistët e medias, përqindja e atyre që nuk marrin pagën e tyre të plotë në bankë është dukshëm më e lartë. Identifikohen shumë raste gazetarësh që punojnë në mediat lokale, ose si korrespondentë, të cilët e marrin të gjithë pagën e tyre me para në dorë. Ndërkohë, profesionistët e medias si në rajonin e Tiranës ashtu edhe jashtë Tiranës përmendin raste kur gazetarët kanë dakordësuar një "marrëveshje të heshtur" me pronarin e medias të tyre për të marrë një pjesë të pagës në bankë (që konsiston kryesisht në nivelin e pagës minimale) dhe pjesën tjetër direkt me para në dorë.

Shumica e të anketuarve pohojnë se ata *gjithmonë* e marrin pagën e tyre në mënyrë të rregullt (83%)¹⁷. Tetë për qind e tyre deklaror se *përgjithësisht* paguhen në bazë të rregullt, dhe vetëm gjashtë për qind që në përgjithësi përjetojnë disa vonesa me pagesën.

¹⁷ Këtu duhet të theksohet se shumë nga intervistat u zhvilluan në vendin e punës së të anketuarve, ku ata nuk mund të ndihen krejtësisht të kënaqshëm për të folur hapur rreth çështjeve të lidhura drejtpërdrejt me punën e tyre. Prandaj, kemi arsye për të besuar se në realitet numri i cili gjithmonë e merr pagën e tyre në një bazë të parregullt mund të jetë më e ulët.

Figura 35. A paguheni rregullisht për punën tuaj apo keni vonesa në paga?

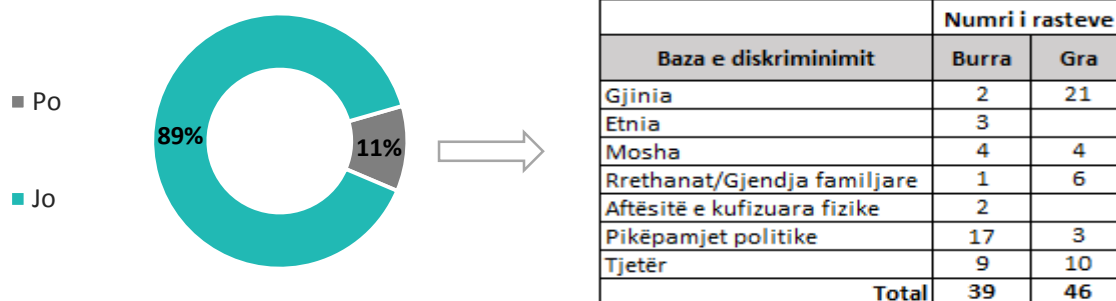


Bazuar të intervistat e thelluara, një numër i konsiderueshëm gazetarësh të nivelit të lartë denoncojnë se është e zakonshme që mediat shqiptare të paguajnë gazetarët një herë në kaq kohë ose të vonojnë pagesën e tyre për disa muaj (deri në 3 muaj). Disa prej tyre, perceptojnë se shkak kryesor për këtë parregullsi është fakti se media nuk është e vetëfinancuar (nuk ka likuiditet), por përkrahet në mënyrë indirekte nga një parti politike apo një biznes tjetër.

Sipas diskutimeve të grupeve të fokusuara me gazetarët, vonesat në marrjen e rrogës duket se janë më të pranishme sidomos në rastin e mediave të vogla dhe atyre lokale. Megjithatë, disa raste të vonesave në dhënien e pagave raportohen edhe në disa prej mediave të mëdha kombëtare. Vlen të theksohet se një pjesë e konsiderueshme e profesionistëve të medias pranon të ketë përjetuar vonesa të tilla, megjithatë ata gjithashtu theksojnë se situata në lidhje me rregullsinë në paga në sektorin e medias është përmirësuar dukshëm gjatë vitit të fundit.

Nga kampioni i përgjithshëm i 800 profesionistëve të medias, 85 persona kanë pësuar disavantazhe në punë për shkak të diskriminimit (11%). Më shumë raste raportohen nga gratë sesa nga burrat (respektivisht 46 dhe 39 raste). Gratë kanë më shumë gjasa të përjetojnë disavantazhe për shkak të gjinisë së tyre (21 raste), ndërsa meshkujt kanë më shumë gjasa të diskriminohen në varësi të bindjeve të tyre politike (17 raste).

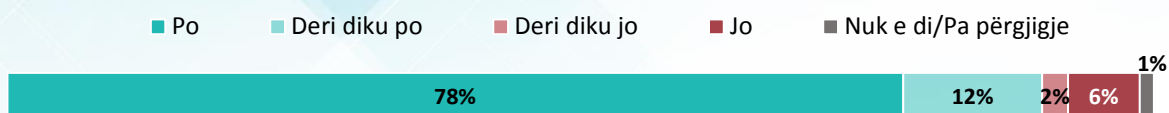
Figura 36. Keni patur ndonjëherë disavantazh në punë për shkak të diskriminimit?



Sipas diskutimeve në grupet e fokusuara me profesionistët e medias, në përgjithësi gazetarët konsiderojnë se rastet e diskriminimit janë thuajse inekzistente.

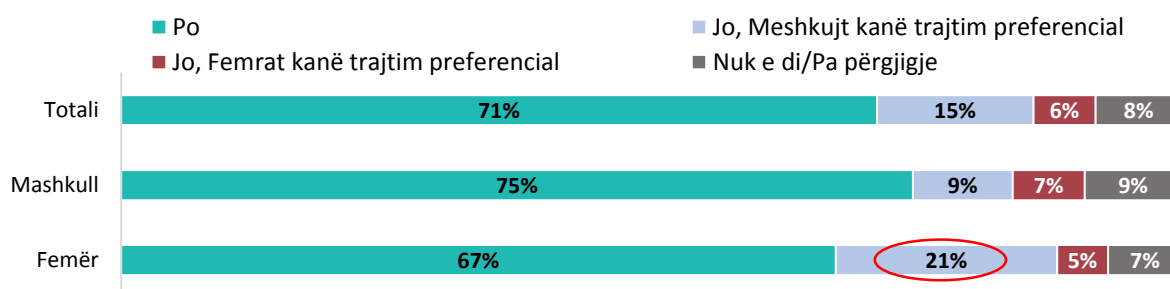
Në përgjithësi, shumica e të anketuarve mendojnë se mediat e tyre kanë një kulturë gjinore gjithëpërfshirëse (78%), ndërsa 12 për qind mendojnë se media e tyre është deri diku gjithëpërfshirëse. Kombinuar tetë për qind ose besojnë se media e tyre deri diku nuk ka kulturë gjinore përfshirëse (2%) ose nuk është fare përfshirëse në drejtim të gjinisë (6%).

Figura 37. A ka media ku ju bëni pjesë një kulturë gjinore gjithëpërfshirëse?



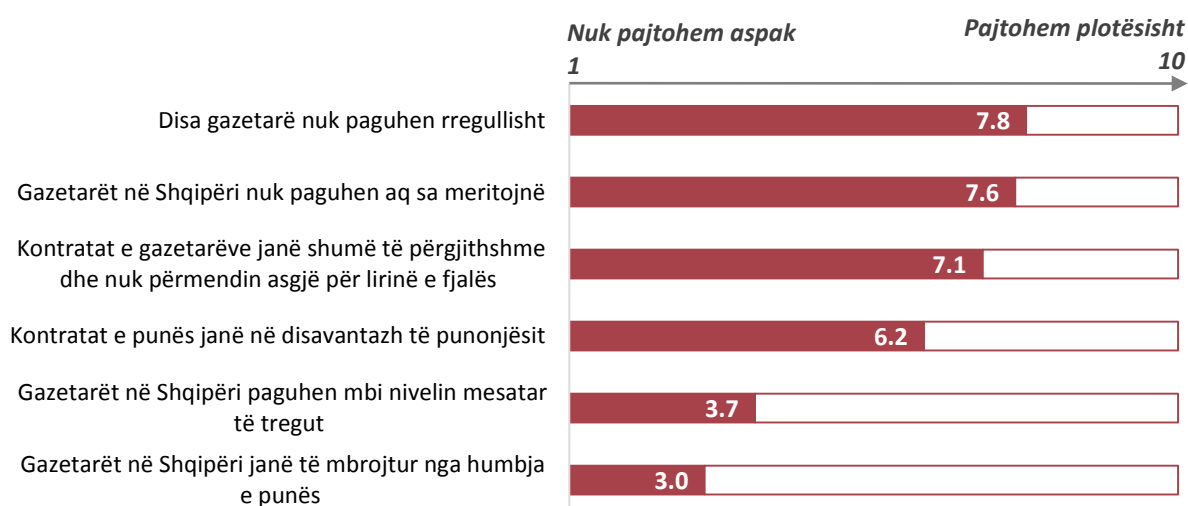
Në vështrim më me detaje të temës së diskriminimit gjinor, të dhënat tregojnë se kampioni i përgjithshëm i profesionistëve të medias mendon se gazetarët meshkuj dhe femra trajtohen në mënyrë të barabartë në aspektin e pagës (71%). Megjithatë, duhet të theksohet se 21 për qind e të intervistuarve femra mendojnë se gazetarët meshkuj marrin trajtim preferencial kur bëhet fjalë për pagat, ndërsa vetëm nëntë për qind e të anketuarve meshkuj mendojnë të njëjtën gjë.

Figura 38. Mendoni se gazetarët meshkuj dhe femra trajtohen në mënyrë të barabartë, në terma të pagës?



Të anketuarve iu kërkua gjithashtu të tregonin se deri në çfarë mase ata pajtohen me gjashtë deklarata lidhur me punën e gazetarëve në Shqipëri. Secili pohim u vlerësua në një shkallë nga 1 (nuk pajtohem aspak) deri në 10 (pajtohem plotësisht). Në përgjithësi, pajtimi më i fortë mund të vërehet në lidhje me deklaratata "disa gazetarë nuk paguhen rregullisht" (7.8 nga 10), "gazetarët në Shqipëri nuk paguhen aq sa meritojnë" (7.6) dhe "kontratat e punës janë shumë të përgjithshme dhe nuk përmendin asgjë për lirinë e fjalës" (7.1). Niveli më i ulët i dakordësisë mund të vërehet në lidhje me pohimin "gazetarët në Shqipëri janë të mbrojtur nga humbja e vendit të punës" (3.0 nga 10).

Figura 39. Sa pajtoheni ju me pohimet e mëposhtme në lidhje me marrëdhëniet e punësimit?



3.4 Kuadri Ligjor – Liria e Fjalës

Nga informacioni që të anketuarit kanë, 46 për qind e tyre besojnë se legjislacioni shqiptar garanton lirinë e fjalës. Një e treta beson se deri diku e garanton (33%). Kombinuar 20 për qind mendojnë ose se legjislacioni shqiptar deri diku nuk garanton lirinë e fjalës (7%) ose që nuk e garanton fare (13%).

Figura 40. Nga informacionet dhe eksperiencia që ju keni, a mund të thoni se ligjet dhe legjislacioni shqiptar garanton lirinë e fjalës?

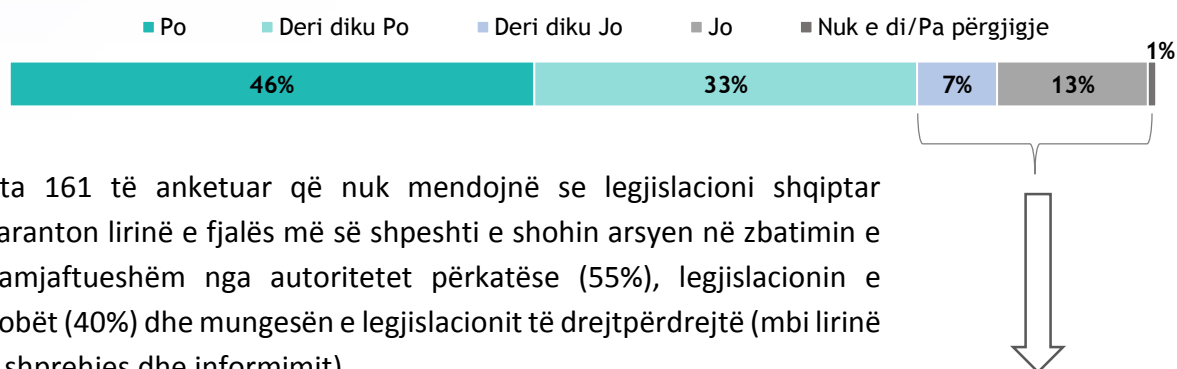
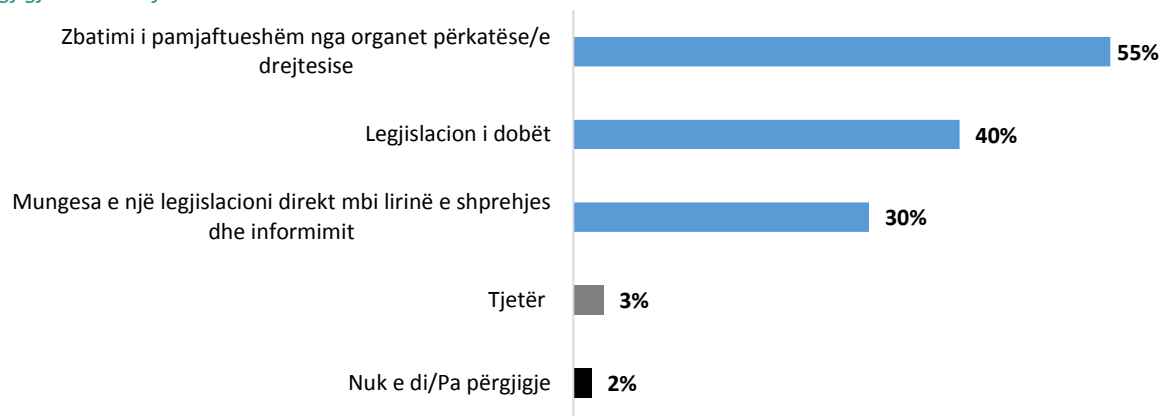


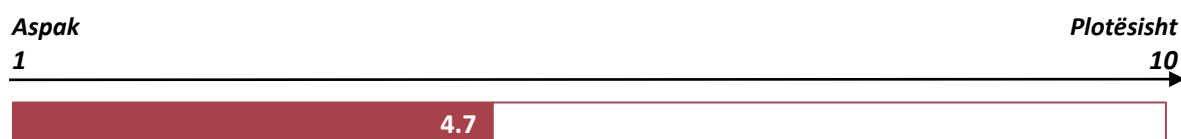
Figura 41. Arsyet përse legjislacioni Shqiptar nuk garanton lirinë e fjalës

Përgjigje e shumëfishtë



Kur pyeten se deri në çfarë mase po zbatohet kuadri ligjor për lirinë e fjalës, të anketuarit në përgjithësi e vlerësojnë zbatimin e tij me 4.7 pikë, në një shkallë 1-10 ku 1 është aspak dhe 10 plotësisht. Për këtë arsye, të anketuarit nuk duken të sigurt se kuadri ligjor po zbatohet në një masë të madhe.

Figura 42. Sipas jush, në çfarë mase po aplikohet kuadri ligjor për lirinë e fjalës



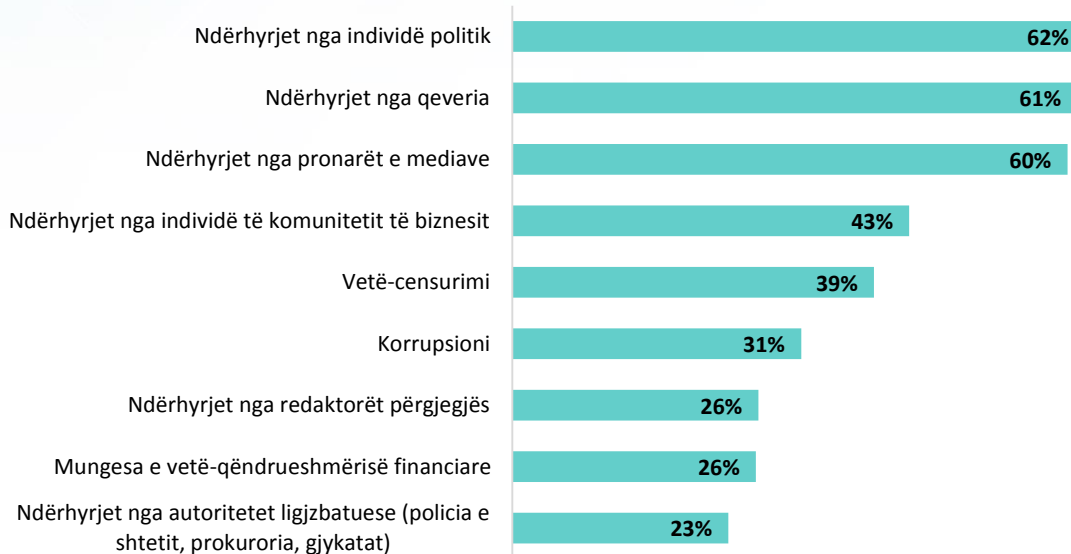
N=161 (vetëm ata që mendojnë se legjislacioni shqiptar nuk e garanton lirinë e fjalës)

Kur eksplorohet më thellë në çështjen e lirisë së kufizuar të fjalës, janë tre faktorë kufizues që rezultojnë të përmendura më së shumti sa i përket ndërhyrjeve nga palët e treta: ; ndërhyrjet nga individë politikë (62%), ndërhyrjet nga qeveria (61%) dhe ndërhyrjet nga pronarët e

mediave (60%). Një faktor tjetër dukshëm i rëndësishëm janë ndërhyrjet nga individë të komunitetit të biznesit (43%). Më shumë se 30 për qind gjithashtu raportojnë se vetë-censura dhe korrupsioni janë faktorë kryesorë që kufizojnë lirinë e fjalës (përkatësisht 39% dhe 31%).

Figura 43. Çfarë e pengon më shumë zbatimin e lirisë së shprehjes?

N=741 (vetëm ata që kanë vlerësuar me mëpak se 10 zbatimin e kuadrit ligjor për lirinë e fjalës)



Bazuar në diskutimet e grupeve të fokusuara me profesionistët e medias, gazetarët konsideruan politikën si pengesë kryesore për lirinë e fjalës. Për më tepër, profesionistët e medias perceptojnë se shumica e gazetarëve varen drejtpërdrejt nga linja politike e mediave me të cilat punojnë, pasi në përgjithësi mediat e tregojnë qartë ose e nënkuptojnë vijën politike që duhet ndjekur.

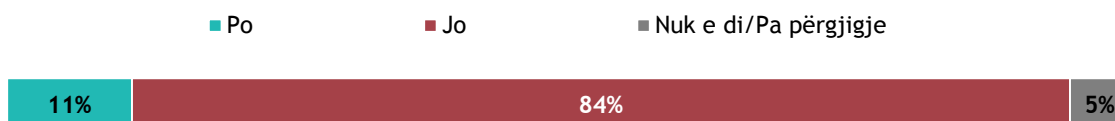
Ndërsa mbi dy të tretat e të anketuarve besojnë se ligjet shqiptare i mbrojnë të drejtat e njeriut (68%), një numër i konsiderueshëm i të anketuarve nuk mendon kështu (27%).

Figura 44. A i mbrojnë ligjet shqiptare të drejtat e njeriut?



Megjithatë, të anketuarit duket se janë të sigurt në lidhje me faktin që nuk ka ndonjë barrierë ligjore ose financiare për të hyrë në profesionin e gazetarisë (84%). Vetëm 11 për qind besojnë se ka barrierë të tilla.

Figura 45. A ka në Shqipëri ndonjë barrierë ligjore ose financiare për tu futur në profesionin e gazetarit?



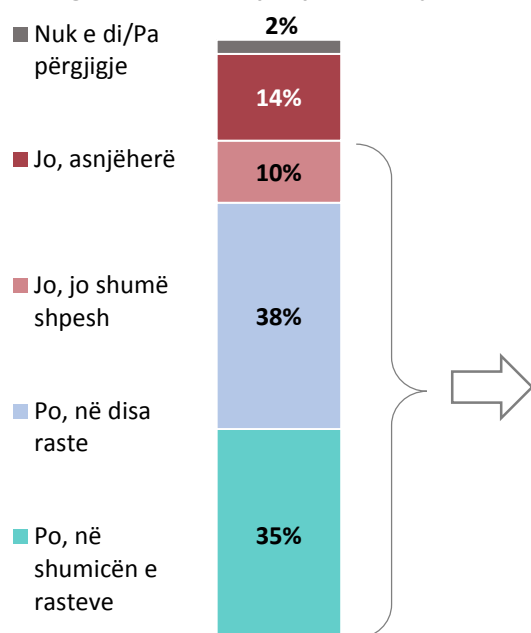
Shumica e profesionistëve të medias që morën pjesë në këtë studim duket se janë të informuar në lidhje me ligjin për shpërndarjen e informacioneve publike (72%) të cilët janë përgjigjur me po kur janë pyetur për ekzistencën e ligjeve të tilla.

Figura 46. A ekziston ndonjë ligj për shpërndarjen e informacioneve publike?



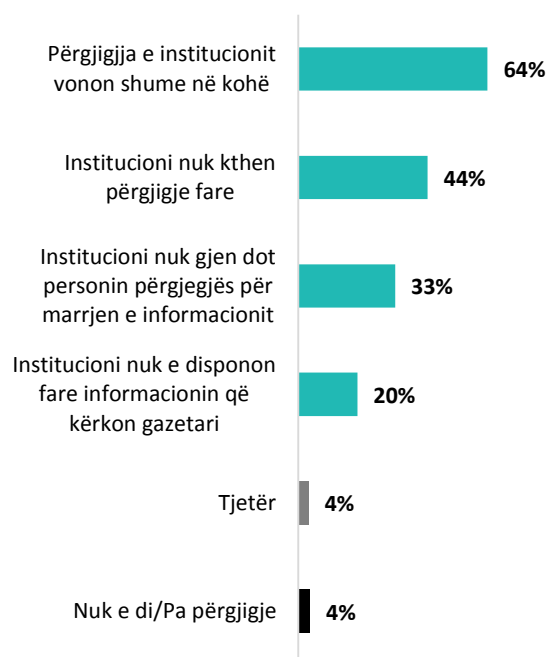
Më tej, profesionistët e medias u pyetën nëse ata përballen me pengesa në sigurimin e dokumenteve zyrtare. Shumica e tyre shprehet se has pengesa në disa raste (38%) ose madje në shumicën e rasteve (35%). Arsyet më të shpeshta për këtë janë "përgjigjja e institucionit ose vonon shumë në kohë" (64%) ose "nuk kthen përgjigje fare" (44%).

Figura 47. Në përgjithësi, a përballeni me pengesa në sigurimin e dokumenteve zyrtare nga institucionet për punën tuaj?



N=465 (vetëm ata që punojnë si gazetarë)

Figura 48. Cila është pengesa më e madhe me të cilën përballeni?



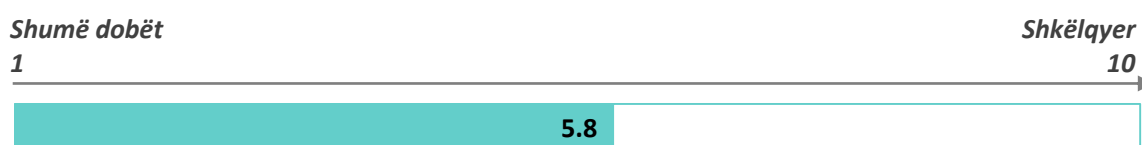
Ky rezultat u mbështet edhe nga gjetjet e diskutimeve të grupeve të fokusuara me profesionistët e medias. Sipas tyre, gazetarët përballen me pengesa të mëdha në marrjen e informacioneve publike. Institucionet shtetërore, veçanërisht ato në nivel lokal, nuk janë aspak ndihmuese dhe në shumicën e rasteve i orientojnë gazetarët që të kërkojnë informacionin drejtpërdrejt në ministrinë përkatëse në Tiranë. Shumica e gazetarëve deklarojnë se kanë parë disi përmirësim në këtë drejtim falë Ligjit për të Drejtën e Informimit, por përsëri institucionet shtetërore shpesh injorojnë kërkesat e tyre zyrtare për informacion ose përgjigjen formalisht pa ofruar/siguruar informacionin e kërkuar.

3.5 Gazetaria Profesionale

Seksioni në vijim zërthehet rreth gazetarisë profesionale dhe çështjeve të lidhura me të, si dhe sjelljen korrekte në këtë fushë të punës.

Fillimisht, të anketuarve iu kërkua të vlerësonin në një shkallë nga 1 deri në 10, ku 1 shumë dobët dhe 10 shkëlqyer, se si do e vlerësonin nivelin e profesionalizmit të gazetarëve në mediat shqiptare. Duket se të anketuarit në këtë drejtim preferojnë më tepër të qëndrojnë neutral, ose nuk janë të sigurt për përgjigjet e tyre, duke patur në konsideratë se mesazhi i shkallës është 5.5 dhe kjo çështje është vlerësuar me 5.8 pikë. Ata mendojnë se niveli i profesionalizmit nuk është as i dobët dhe as i shkëlqyer.

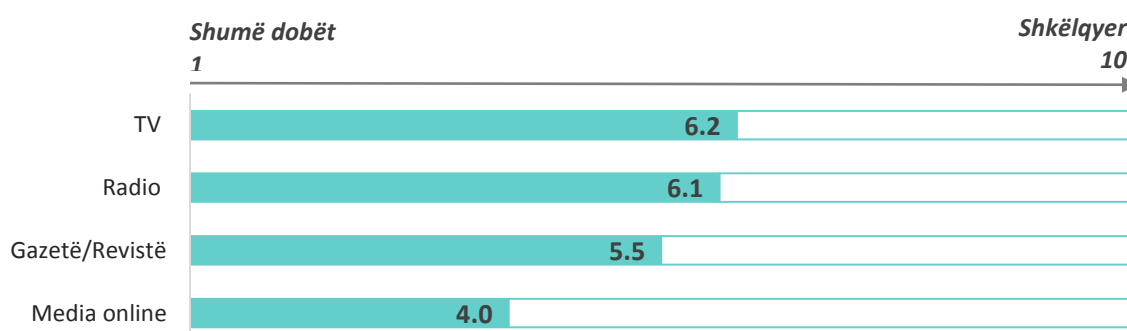
Figura 49. Ju personalisht, si do ta vlerësonit nivelin e profesionalizmit të gazetarëve në mediat shqiptare?



Sipas gjetjeve të grupeve të diskutimit me profesionistët e medias, ata theksuan faktin se gazetarët në ditët e sotme po angazhohen më shumë në rolin e një reporteri sesa atë të një gazetari. Sipas tyre, mediat në Shqipëri kanë humbur rolin e tyre edukativ. Në shumicën e mediave mund të vërehet një mungesë e qartë etike. Për pasojë, niveli i profesionalizmit të gazetarëve në Shqipëri është përkeqësuar.

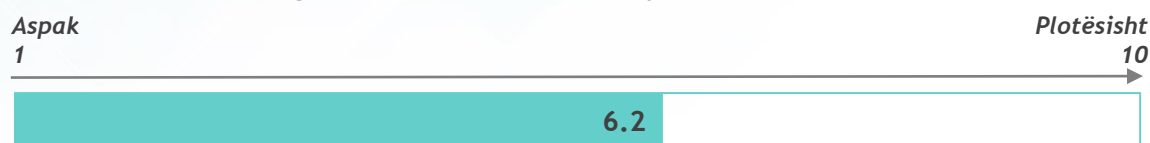
Duke vështruar më me detaje në llojet e veçanta të mediave, duket se të anketuarit kanë më shumë besim në profesionalizmin e përgjithshëm brenda sferës të TV, duke e vlerësuar atë me 6.2 nga 10. Radio qëndron në një vlerësim prej 6.1 dhe gazetat / revistat te 5.5. Ajo çka evidentohet është vlerësimi më i ulët për profesionalizmin në mediat online (4.0). Të anketuarit duket se perceptojnë mediat online si më pak profesionale në krahasim me llojet e tjera të mediave.

Figura 50. Si do ta vlerësonit nivelin e përgjithshëm të profesionalizmit në mediat e mëposhtme?



Besimi i publikut në media vlerësohet te 6.2 nga profesionistët e medias të intervistuar. Ngjashëm gjetjet e mësipërme (Figura 48), të anketuarit mendojnë se publiku nuk ka as ndonjë besim të madh dhe as mungesë të plotë besimi te media.

Figura 51. Sa mendoni se beson publiku në media?



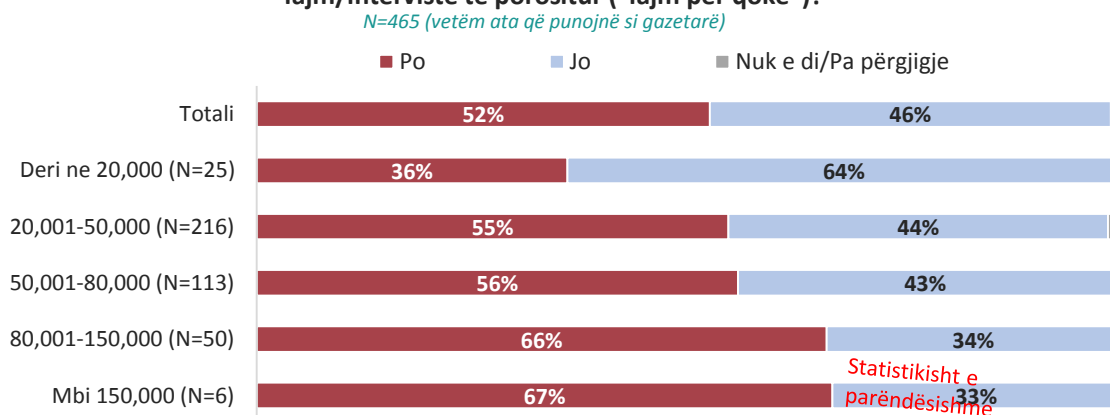
Pavarësisht se nuk marrin një qëndrim të fortë kur të anketuarit pyeten nëse besojnë se puna e llojeve të ndryshme të medias është profesionale, shumica e vlerësojnë si të mirë cilësinë e kronikave/lajmeve/shkrimeve të gazetarëve në Shqipëri (75%). Pesë për qind e tyre e vlerësojnë atë si shumë të mirë. Nëntëmbëdhjetë për qind e përshkruajnë atë si dobët por vetëm dy për qind si shumë të dobët.

Figura 52. Në përgjithësi si do e vlerësonit cilësinë e kronikave/lajmeve/shkrimeve të gazetarëve në Shqipëri?



Mbi gjysma e të gjithë të anketuarve u përgjigjen me po kur u pyetën nëse ata kanë marrë ndonjëherë një urdhër nga pronari i mediave / kryeredaktori për të bërë lajme / intervista të porositura (52%). Duke parë grupet e ndryshme të të ardhurave, të dhënat tregojnë se të anketuarit që fitojnë më shumë kanë më shumë gjasa të jenë përgjigjur me po në këtë pyetje. Bazuar në diskutimet e grupeve të fokusuara me profesionistët e medias, lajmet e porositura shihen si një fenomen i zakonshëm. Formatit ose mënyra më e zakonshme e lajmeve të porositura është marrja e materiale të gatshme.

Figura 53. A keni marrë ndonjëherë urdhër nga pronari i medias/kryeredaktori për të bërë një lajm/intervistë të porositur ("lajm për qokë")?



Ndërgjegjësimi për korrupsionin duket të jetë i lartë në mesin e profesionistëve të medias, me shumicën e të anketuarve që mendojnë se ka gazetarë që ushtrojnë praktika korruptive

(marrin para ose përfitime të tjera) për të bërë një kronikë të caktuar (78%). Vetëm 11 për qind nuk mendojnë kështu dhe një tjetër 11 për qind deklarojnë se nuk kanë një përgjigje për këtë pyetje.

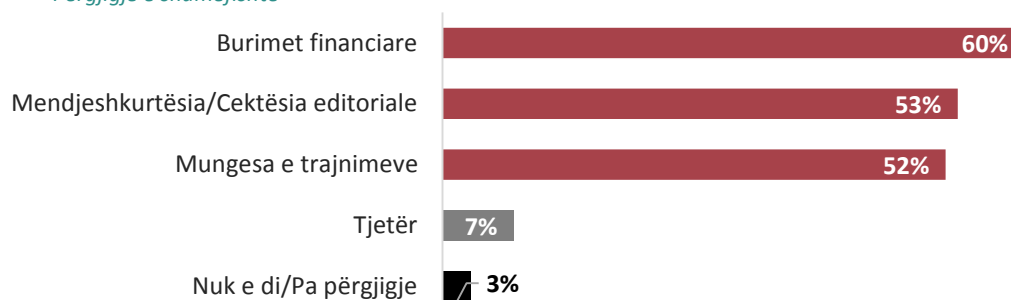
Figura 54. A mendoni se ka gazetarë të cilët ushtrojnë praktika korruptive (marrin para ose përfitime të tjera) për të bërë një kronikë/shkrim të caktuar?



Sipas diskutimeve të grupeve të fokusuara me profesionistët e medias, praktikat korruptive duket se janë të pranishme dhe sipas tyre janë më të përhapura në mesin e gazetarëve të rinj. Profesionistët e medias theksuan më tej se angazhimi me sjellje korruptive në gazetari çon në dezinformim të rëndësishëm të publikut të gjerë.

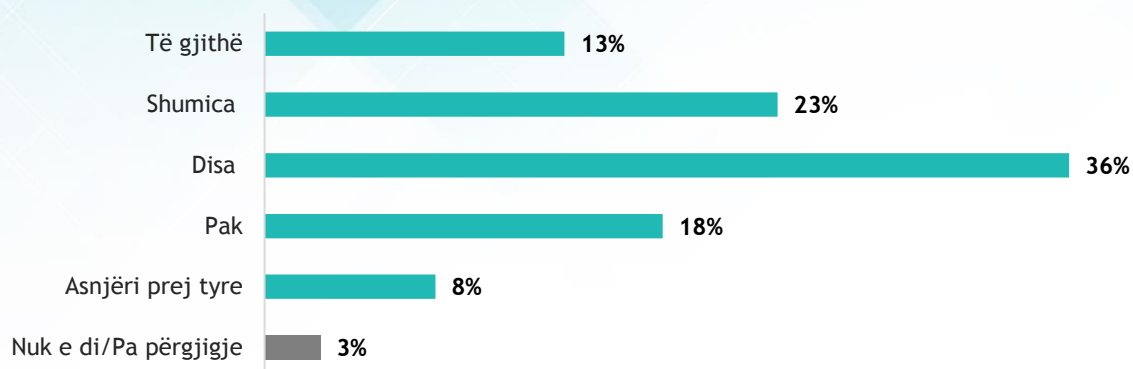
Në përgjithësi, sipas të anketuarve, pengesat më kryesore për raportimin e specializuar janë burimet financiare (60%), mbi gjysma e tyre mendojnë gjithashtu se mendjeshkurtësia/cektësia editoriale (53%) dhe mungesa e trajnimeve (52%) luajnë një rol të rëndësishëm.

Figura 55. Sipas jush, cilat janë pengesat kryesore të një raportimi të specializuar?
Përgjigje e shumëfishtë



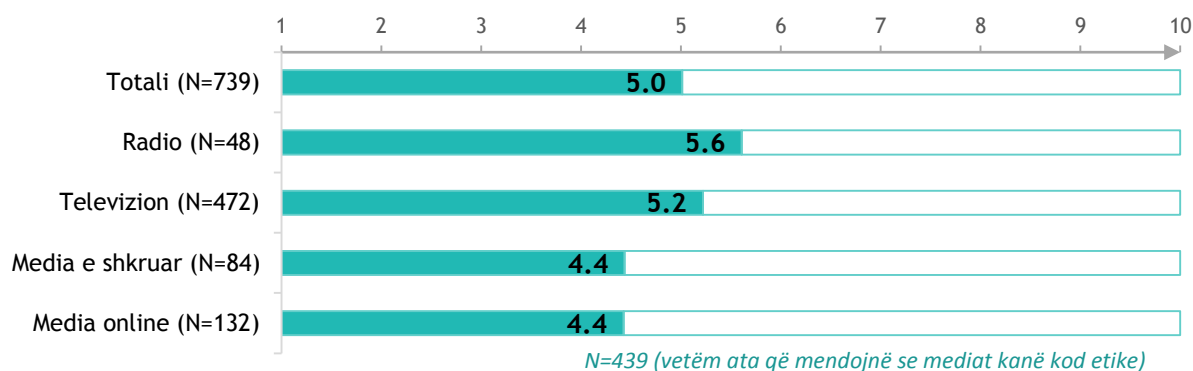
Më tej, të anketuarit u pyetën nëse ata mendojnë se mediat kanë kode etike. Opinionet duket të jenë të ndara, me 36 për qind të tyre që deklarojnë se disa prej tyre kanë, 23 për qind që thonë se shumica e tyre kanë, dhe 18 për qind që pretendojnë se pak prej tyre kanë. Ndërkohë, 13 për qind e tyre mendojnë se të gjitha kanë.

Figura 56. A kanë mediat (mediumet mediatike) në Shqipëri një kod etike?



Ata të cilët mendojnë se mediat kanë kod etike, u pyetën se deri në çfarë mase këta kode zbatohen sipas mendimit të tyre në një shkallë nga 1 (aspak)-10 (plotësisht). Në përgjithësi, të anketuarit e vlerësojnë shkallën e implementimit të kodit të etikës te 5.0 pikë, duke u pozicionuar rreth mesit të shkallës. Kjo ose mund të tregojë se të anketuarit nuk kanë shumë njohuri në këtë drejtim, ose mendojnë se kodet e etikës po zbatohen në nivel të mesëm. Ata duket se janë më të sigurt në lidhje me Radion (5.6) ose Televizionin (5.2), sesa në lidhje me Median e shkruar (4.4) apo Median Online (4.4).

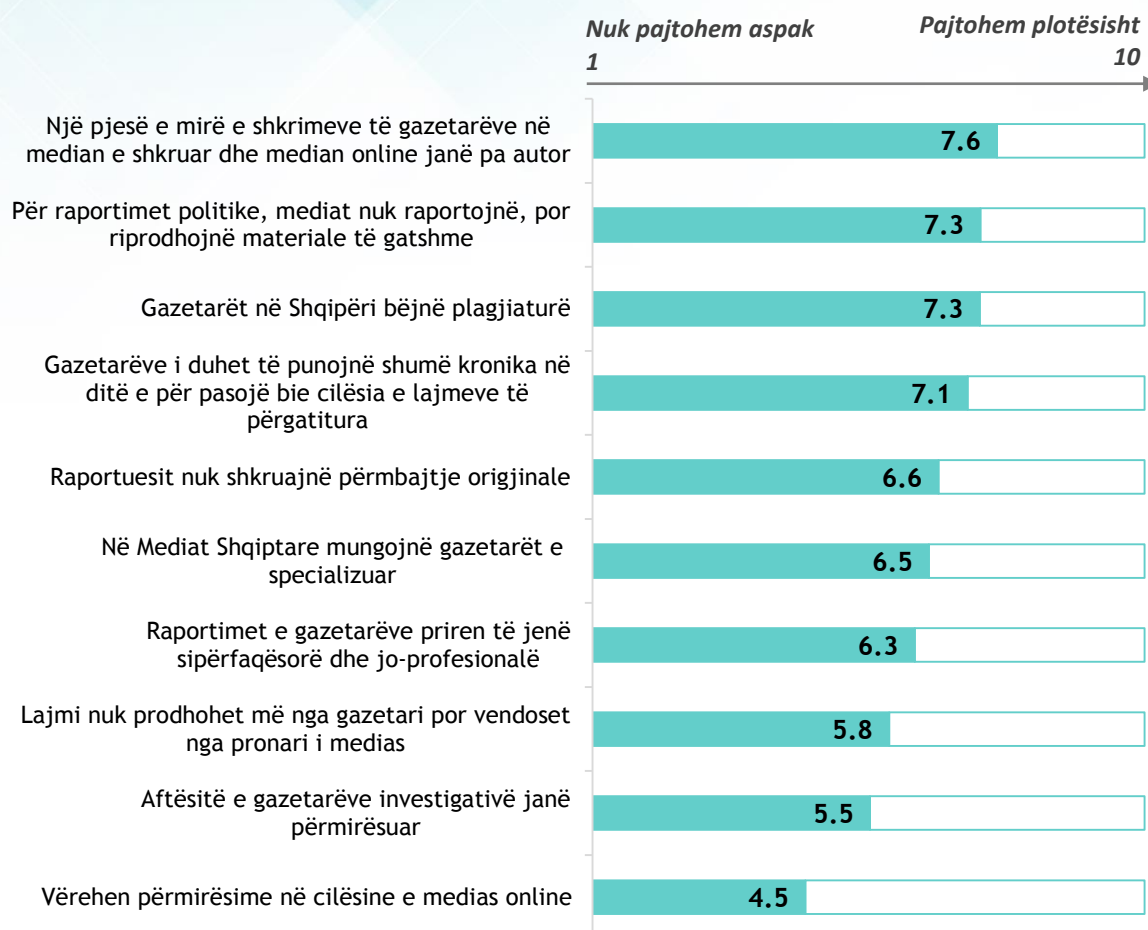
Figura 57. Në përgjithësi, në çfarë mase zbatohet ky kod?



Profesionistët e medias iu paraqitën më pas një listë prej 10 deklaratash dhe iu kërkua të ndajnë se deri në çfarë mase pajtohen me ta (në një shkallë prej 1-10 kur 1 nuk pajtohem aspak dhe 10 pajtohem plotësisht). Niveli më i lartë i pajtimit mund të vërehet me pohimin "një pjesë e mirë e shkrimeve në mediat e shkruara dhe median online janë pa autor" (7.6 nga 10). Dakordësi e lartë gjithashtu mund të vërehet në lidhje me deklaratat "për raportime politike, mediat nuk raportojnë, por riprodhojnë materiale të gatshme" dhe "gazetarët në Shqipëri bëjnë plagjiaturë" (7.3 për të dyja).

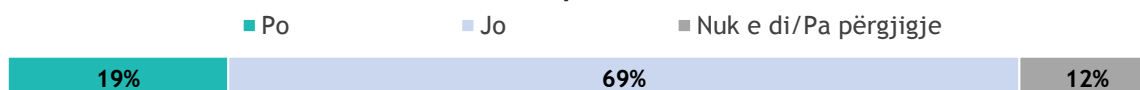
Pohimet me të cilat të anketuarit janë pajtuar më pak, janë ato pozitive; "aftësitë e gazetarëve investigativë janë përmirësuar" (5.5) dhe "vërehen përmirësime në cilësinë e mediave online" (4.5).

Figura 58. sa pajtoheni me pohimet e mëposhtme në lidhje me gazetarinë profesionale



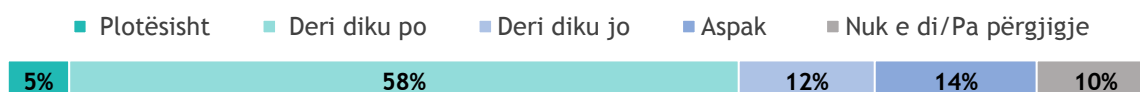
Më shumë se dy të tretat e të anketuarve besojnë se sipas legjislacionit shqiptar, gazetarët nuk janë të detyruar të bëjnë publike burimet e tyre (69%). Nëntëmbëdhjetë për qind mendojnë se janë të detyruar të zbulojnë burimet e tyre dhe 12 për qind e tyre nuk ka një përgjigje për këtë pyetje.

Figura 59. Sipas legjislacionit shqiptar a janë gazetarët të detyruar të nxjerrin/bëjnë publik burimet e tyre?



Së fundmi, në këtë seksion tematik, profesionistët e medias u pyetën se në çfarë mase mendojnë se burimet dhe informatat e gazetarëve mbrohen nga legjislacioni shqiptar. Mbi gjysma e tyre besojnë se ato janë disi të mbrojtura (58%). Katërmbëdhjetë për qind besojnë se ato janë deri diku jo të mbrojtura dhe 12 për qind mendojnë se ato nuk janë aspak të mbrojtura. Vetëm pesë për qind besojnë se ato janë plotësisht të mbrojtura.

Figura 60. Sa shumë respektohen masat ligjore mbi mbrojtjen e burimeve gazetareske?

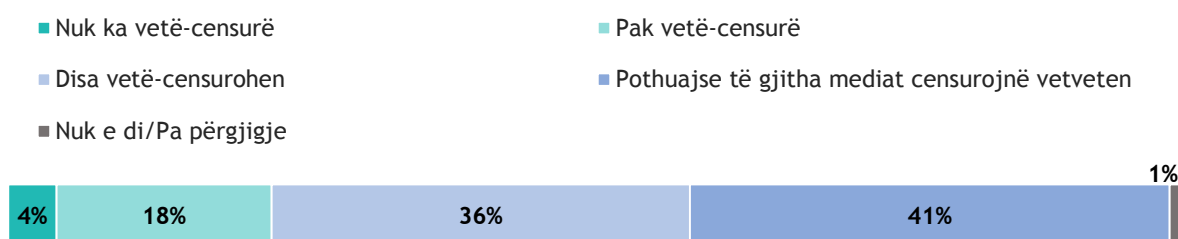


3.6 Censura dhe Vetë-censura

Tema tjetër e këtij raporti ka të bëjë me censurën dhe vetë-censurimin e profesionistëve të medias në Shqipëri.

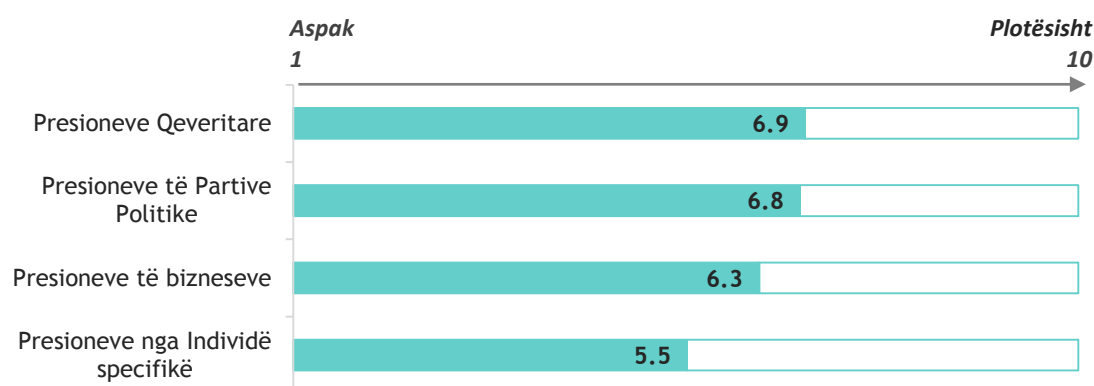
Së pari, në këtë pjesë, të anketuarit u pyetën nëse, sipas mendimit të tyre, mediat në Shqipëri e censurojnë vetveten. Opinioni që duket të jetë më i zakonshmi në mesin e profesionistëve të medias është se pothuajse të gjithë mediat e censurojnë vetveten (41%). Mbi një e treta beson se disa media e bëjnë këtë shumë shpesh (36%). Tetëmbëdhjetë për qind mendojnë se zakonisht ka pak vetë-censurë dhe vetëm katër për qind ndajnë mendimin se nuk ka asnjë vetë-censurë fare.

Figura 61. Në mendimin tuaj, a censuron media në Shqipëri vetveten?



Sipas profesionistëve të medias, kur lajmet shtyhen ose pezullohen në Shqipëri, kjo ndodh më së shumti për shkak të presionit të qeverisë (vlerësuar me 6.9 nga 10). Shtrirja e presionit të partive politike që shkakton shtyrje ose pezullime të lajmeve, vlerësohet pothuajse aq e lartë sa presioni i qeverisë me 6.8 nga 10 pikë. Presioni nga biznesi ose individët specifikë gjithashtu duket të luajë një rol, por më pak sesa presioni i subjekteve politike (vlerësuar me përkatësisht 6.3 dhe 5.5).

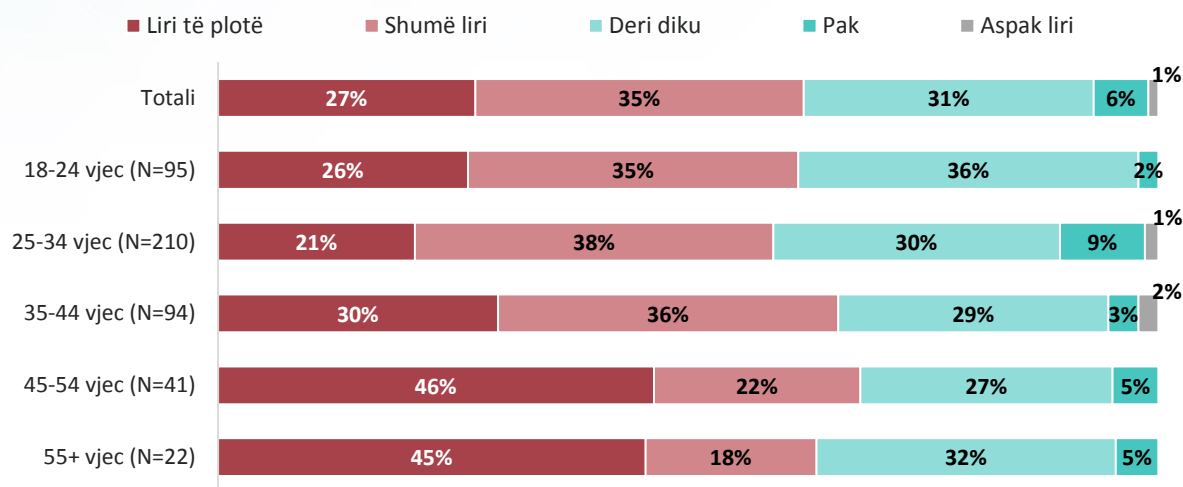
Figura 62. Në mendimin tuaj, në çfarë mase shtyhen ose pezullohen kronikat/lajmet/shkrimet për shkak të:



Kur u pyetën për punën e tyre dhe se sa liri kanë profesionistët e medias në zgjedhjen e lajmeve/ngjarjeve, të dhënat tregojnë se shumica kanë deri diku liri. Në përgjithësi, rreth një e treta (për secilën alternativë) shprehet se ka liri të plotë, një liri të madhe ose deri diku liri (respektivisht 27, 35 dhe 31 për qind). Duke vënë re përgjigjet e grup-moshave të ndryshme, bëhet e qartë se sa më në moshë janë të anketuarit, aq më shumë liri ata kanë. Është

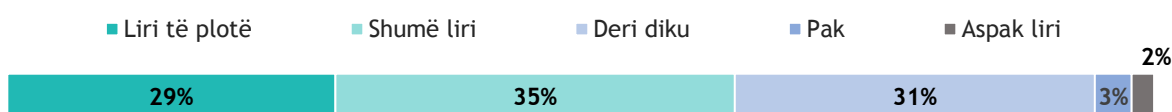
interesante që grupi që raporton se ka më së paku liri nuk është grupi më i ri, por i dyti më i ri (25-34 vjeç). Vetëm 21 për qind e këtij grupi mendojnë se kanë liri të plotë dhe nëntë për qind pretendojnë se kanë pak liri.

Figura 63. Duke menduar për punën tuaj në përgjithësi, sa liri keni ju personalisht në përzgjedhjen e lajmeve/ngjarjeve me të cilat punoni?



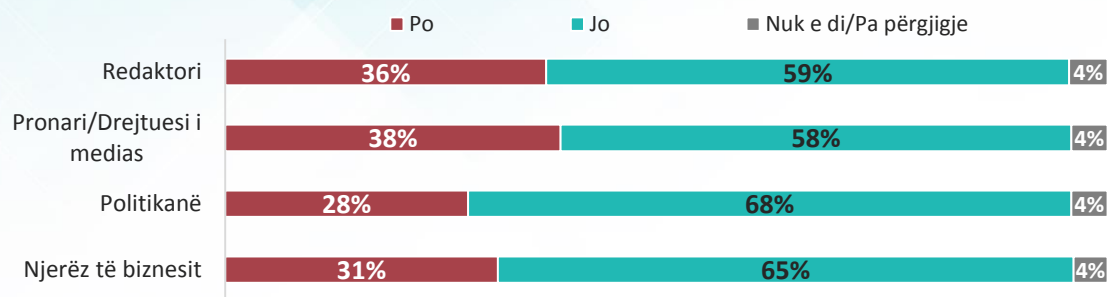
Kur është fjala për vendimet lidhur me ku duhet të vendoset theksi i një lajmi, shumica e të anketuarve mendojnë se ata kanë liri të vendosin deri në një farë mase mbi këtë çështje, ngjashëm me pyetjen e mësipërme. Më shumë se një e treta përjeton një liri të madhe (35%), 31 për qind raportojnë se kanë njëfarë lirie dhe 29 për qind janë plotësisht të lirë në këtë drejtim.

Figura 64. Sa liri keni ju personalisht për të vendosur se cilat aspekte të një historie/lajmi/ngjarjeje duhet të theksohen?



Kur u pyetën nëse të anketuarit kanë qenë ndonjëherë nën presion që të mos shkruajnë/raportojnë rreth ngjarjeve apo subjekteve të caktuara, rezulton se më shumë se një e treta (gati 2 në 5) e gazetarëve deklarojnë se kanë pësuar një presion të tillë brenda medias së tyre, më së shumti nga pronari i tyre i medias ose redaktori (përkatesisht 38% dhe 36%). Të dhënat tregojnë se ka pa pak të ngjarë që profesionistët e medias të jenë nën presion nga individët e biznesit (31%) dhe nga politikanët (28%) krahasuar me redaktorin e tyre ose pronarin e medias.

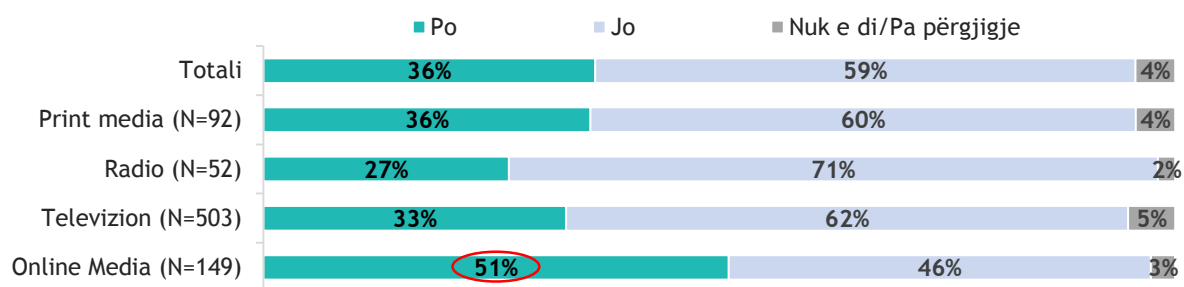
Figura 65. Në eksperiencën tuaj, a keni qenë ndonjëherë në presion për të mos shkruar/raportuar rreth ngjarjeve ose çështjeve të caktuara nga redaktori/pronari i medias/politikanë/njerëz të biznesit:



Bazuar në diskutimet e grupeve të fokusuara me profesionistët e medias dhe intervistat e thelluara me gazetarët me përvojë, vërehet se censura duket të jetë e pranishme në shumicën e mediave. Megjithatë, në disa media, nevoja për vetë-censurë thjesht nënkuptohet. Gazetarët me përvojë veçanërisht i kuptojnë dhe respektojnë vetë interesat (politike dhe ekonomike) e pronarëve dhe redaktorëve të medias të tyre dhe angazhohen në vetë-censurë pa iu thënë që ta bëjnë këtë.¹⁸

Kur gjetjet ndahen sipas tipologjisë së medias, mund të vërehet se mbi gjysma e profesionistëve të medias që punojnë në mediat online janë vënë nën presion nga redaktori i tyre që të mos shkruajnë për ngjarje apo tema të caktuara (51%). Profesionistët e medias nga llojet e tjera të medias duket se përjetojnë më pak presioni të këtij lloji; mediat e shkruara (36%), radio (27%) dhe TV (33%).

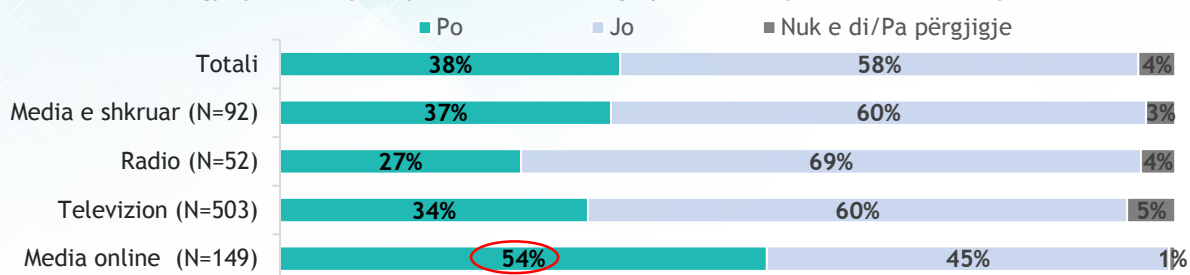
Figura 66. Në eksperiencën tuaj, a keni qenë ndonjëherë në presion për të mos shkruar/raportuar rreth ngjarjeve ose çështjeve të caktuara nga redaktori juaj?



Të anketuarit që punojnë në fushën e mediave online gjithashtu duket se janë më të prirur të përjetojnë presion nga pronari i tyre/drejtori i medias që të mos shkruajnë ose të raportojnë për ngjarje ose tema të caktuara (54%). Në anën tjetër, 37 për qind e të anketuarve që punojnë në median e shkruar dhe 34 për qind që punojnë në një kanal televiziv kanë përjetuar presion nga pronari i tyre i medias. Si më sipër, radio duket të jetë media në të cilën të anketuarit përjetojnë më pak presion nga eprorët e tyre (27%).

¹⁸ E njohur ndryshe si një lloj mënyre e sofistikuar e censurës

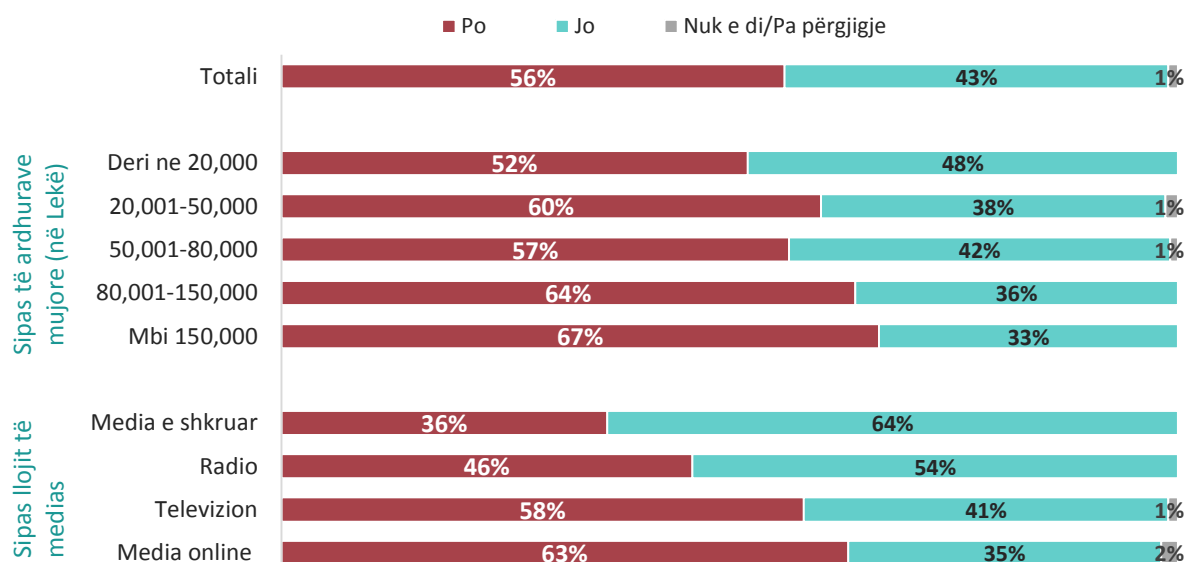
Figura 67. Në eksperiencën tuaj, a keni qenë ndonjëherë në presion për të mos shkruar/raportuar rreth ngjarjeve ose çështjeve të caktuara nga pronari/drejtuksi i medias tuaj?



Më tej, të anketuarit u pyetën nëse ka pasur raste kur lajmet e tyre janë ripunuar/rishkruar nga redaktori ose pronari i medias. Në përgjithësi, 56 për qind e të anketuarve deklarojnë se e kanë përjetuar këtë lloj situatë.

Duke shikuar përmes lenteve të grupeve të të ardhurave, mund të vërehet se më shumë se gjysma e të gjitha grupeve të të ardhurave kanë përjetuar raste kur redaktori i tyre ose pronari i medias ka rishkruar lajmet e tyre. Më së shumti kjo situatë përjetohet nga dy grupet me të ardhura më të larta, me rreth dy të tretat e të dy grupeve.

Figura 68. A ka pasur raste kur lajmet tuaja janë ripërpunuar/rishkruar nga redaktori ose pronari/drejtuksi i medias?



Gjatë eksplorimit të kësaj teme sipas llojeve të medias, edhe këtu mediat online qëndrojnë me përqindjen më të lartë të lajmeve që rishkruhen nga eprorët përkatës të të anketuarve (63%). Më shumë se gjysma e profesionistëve të mediave që punojnë në një kanal televiziv e kanë përjetuar këtë fenomen (58%). Profesionistët e mediave që punojnë në radio ose mediat e shkruara kanë më pak gjasa që lajmet e tyre të ripunohen ose të rishkruhen (përkatësisht 46% dhe 36%).

Rreth 1 në 3 gazetarë kanë përjetuar raste kur një lajm/ngjarje ku ata po punonin është hequr apo fshirë pa i informuar ata (35%). Sipas diskutimeve të grupeve të fokusuar me

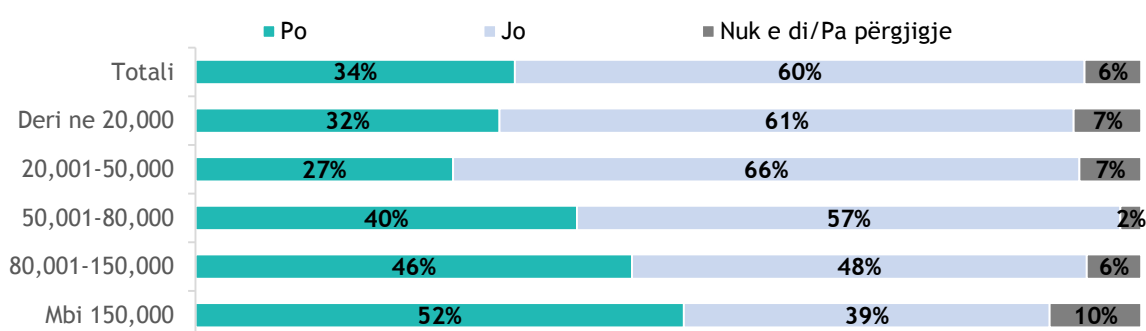
profesionistët e medias, kur interesi i pronarit ose redaktorit të medias është në rrezik, lajmi/ngjarja fshihet ose censurohet menjëherë.

Figura 69. A ju ka ndodhur që një lajm për të cilin ju keni punuar të jetë hequr apo fshirë fare pa ju lajmëruar?



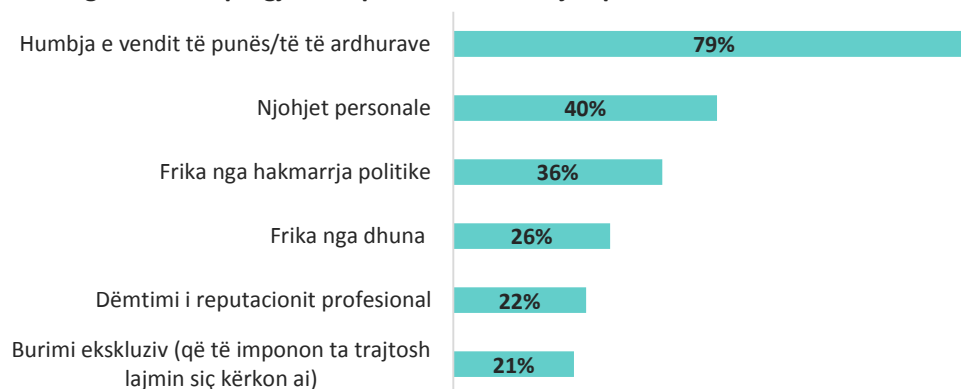
Në përgjithësi, rreth një e treta e të anketuarve kanë praktikuar vetë-censurën të paktën një herë në jetën e tyre (34%). Mund të vërehet se grupet me të ardhura më të larta kanë më shumë gjasa të ushtrojnë vetë-censurë sesa ato më të ulëta. Mbi gjysma e të anketuarve që fitojnë më shumë se 150,000 lekë kanë praktikuar vetë-censurën (52%).

Figura 70. A keni praktikuar ndonjëherë vetë-censurën?



Kur u pyetën për arsyet pse gazetarët ose redaktorët zakonisht praktikojnë vetë-censurën, ajo që vihet re është se, pavarësisht nga grupet e të ardhurave, shumica e të anketuarve besojnë se kjo ndodh për shkak të frikës së humbjes së vendit të punës/të ardhurave (79%). Njohjet personale janë arsyeja e dytë më e përmendur (40%). Arsyet e tjera janë frika nga hakmarrja politike dhe frika nga dhuna, të përmendura respektivisht nga 36% dhe 26% të të gjithë të anketuarve. Seksioni tjetër i këtij raporti thellohet më tepër në këtë temë.

Figura 71. Në përgjithësi, pse vetë-censurojnë profesionistët e mediave?

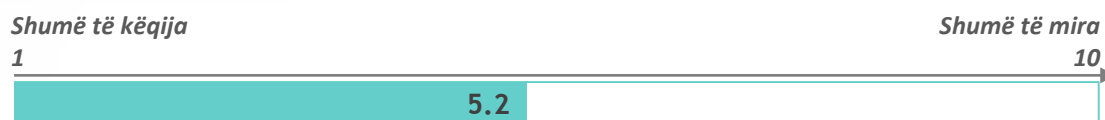


3.7 Abuzimi Verbal dhe Dhuna Fizike

Kjo pjesë e raportit paraqet një vështrim më të afërt në fenomenin e abuzimit verbal dhe dhunës fizike që disa profesionistë të medias përjetojnë në Shqipëri.

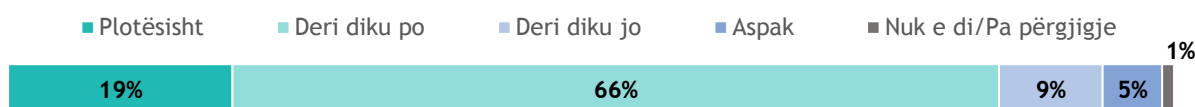
Si fillim, të anketuarve u është kërkuar të vlerësojnë në një shkallë nga 1 deri në 10 kushtet e përgjithshme në të cilat gazetarët punojnë. Të anketuarit e vlerësojnë këtë çështje me 5.2 pikë, çka tregon që profesionistët e medias nuk janë shumë të kënaqur në këtë drejtim.

Figura 72. Si do ti vlerësonit ju personalisht kushtet në të cilat gazetarët punojnë?



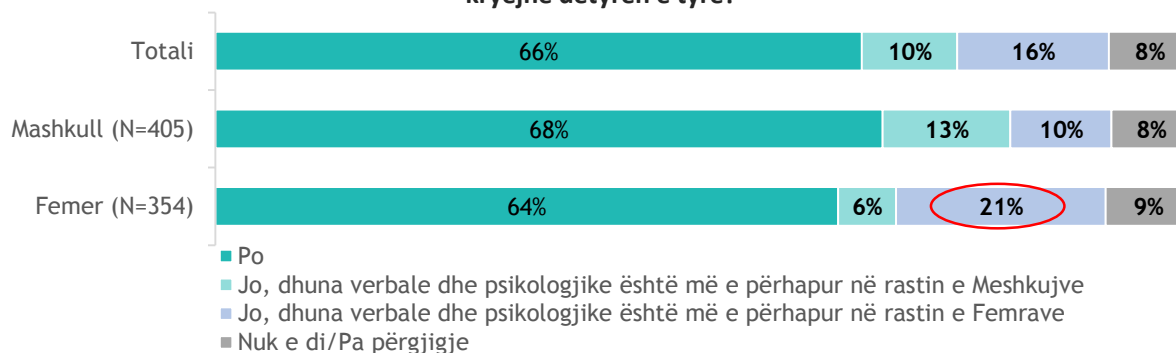
Rezultate alarmante mund të vërehen kur të anketuarit pyeten nëse ata mendojnë se gazetarët përjetojnë abuzime verbale ose psikologjike gjatë ushtrimit të detyrave të tyre. Shumica dërrmuese ose mendon se gazetarët janë disi të abuzuar verbalisht ose psikologjikisht (66%) apo edhe të abuzuar plotësisht (19%).

Figura 73. Sipas jush, a abuzohen gazetarët verbalisht ose psikologjikisht (të bërtitura, ofendime, etj.) kur kryejnë detyrën e tyre?



Ata që mendojnë se gazetarët marrin abuzime verbale ose psikologjike gjithashtu u pyetën nëse gazetarët meshkuj dhe femra e përjetojnë këtë lloj shkelje në të njëjtën masë. Dy nga tre të anketuar besojnë se nuk ka dallim midis burrave dhe grave. Megjithatë, 16 për qind e kampionit të përgjithshëm besojnë se gratë janë më të prirura për ta përjetuar këtë lloj abuzimi. Më tej, 21 për qind e femrave besojnë se ato kanë më shumë gjasa të përjetojnë këtë lloj dhune.

Figura 74. Mendoni se gazetarët meshkuj dhe femra dhunohen verbalisht ose psikologjikisht njësoj, kur kryejnë detyrën e tyre?



N=759 (vetëm ata që mendojnë se gazetarët dhunohen verbalisht ose psikologjikisht)

Rezultate edhe më alarmuese mund të vërehen lidhur me dhunën fizike. Mbi gjysma u përgjigjën me 'deri diku po' kur u pyetën nëse gazetarët kërcënohen me dhunë fizike gjatë

ushtrimit të detyrave të tyre (57%). Një tjetër 19 për qind mendojnë se gazetarët 'kërcënohen plotësisht' nga dhuna fizike gjatë ushtrimit të detyrave të tyre.

Figura 75. A ka raste ku gazetarët kërcënohen me dhunë fizike kur kryejnë detyrën e tyre?

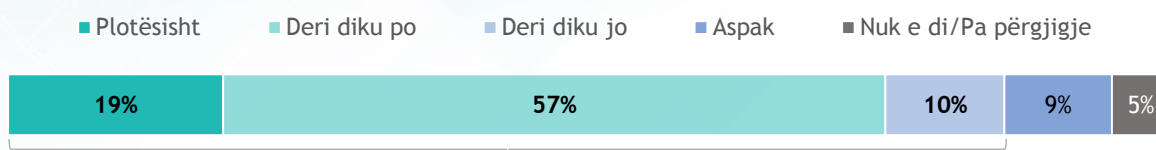
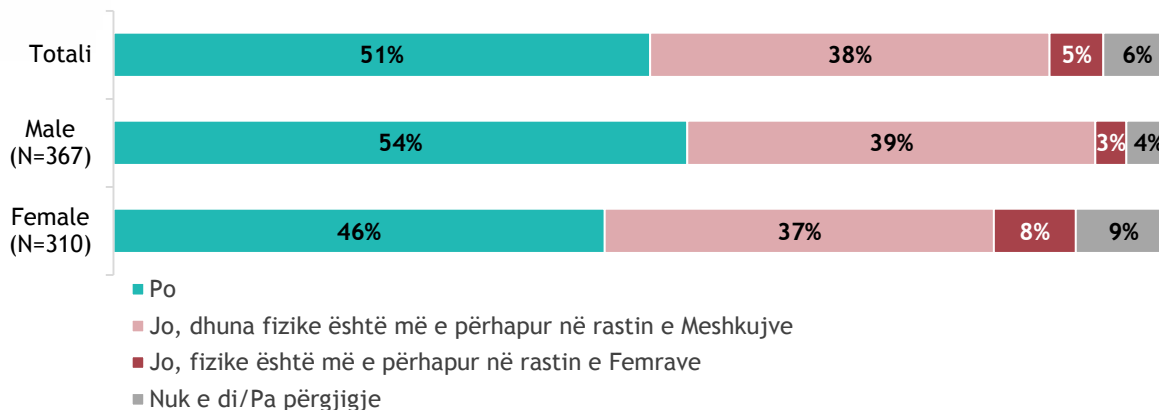


Figura 76. Në këto raste, a sulmohen gazetarët meshkuj dhe femra njësoj kur kryejnë detyrën e tyre?

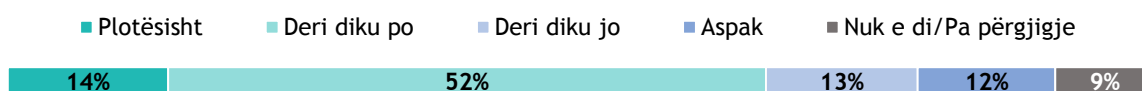


N=686 (vetëm ata që mendojnë se gazetarët kërcënohen me shumë fizike)

Në përgjithësi, rreth gjysma besojnë se të dyja gjinitë janë prekur në mënyrë të barabartë nga kërcënimet e dhunës fizike (51%). Megjithatë, gati dy nga pesë të anketuar besojnë se burrat janë më të prirur për t'u kërcënuar me dhunë fizike (38%). Profesionistët e mediave të të dyja gjinive kanë më shumë gjasa të mendojnë se meshkujt janë më të prekur në këtë drejtim sesa femrat.

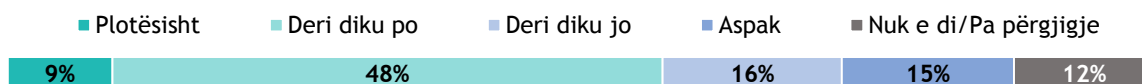
Pozitivisht, 1 nga 3 të anketuar mendojnë se policia ose i mbron plotësisht ose i mbron deri diku gazetarët kur u kërkohet (përkatesisht 14 dhe 52%).

Figura 77. A siguron policia mbrojtje për gazetarët kur nevojitet?



Pak më pak të anketuar besojnë se institucionet e drejtësisë i trajtojnë gazetarët në mënyrë adekuate (siç duhet dhe shpejt). Dyzet e tetë për qind besojnë se institucionet e bëjnë këtë deri diku dhe nëntë për qind besojnë se ato e bëjnë këtë plotësisht.

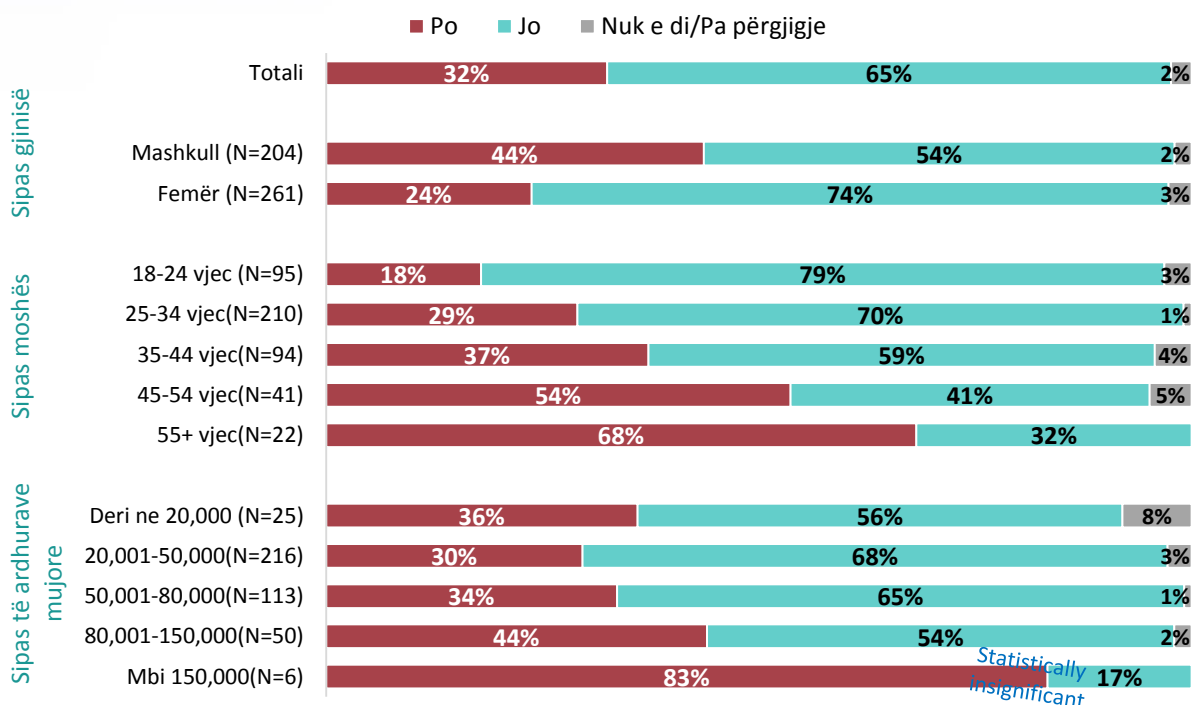
Figura 78. A i trajtojnë institucionet e drejtësisë kërcënimet e gazetarëve në mënyrë adekuate (siç duhet dhe shpejt)?



Gazetarët u pyetën gjithashtu nëse kanë qenë ndonjëherë të kërcënuar verbalisht apo fizikisht gjatë punës së tyre. Në përgjithësi, rreth 1 në 3 të anketuar ka përjetuar situata të

tilla (32%). Të dhënat tregojnë se më shumë burra sesa gra kanë përjetuar kërcënime (44% kundrejt 24%). Sa më të vjetër janë gazetarët, aq më shumë duket se përjetojnë kërcënime verbale ose fizike. Grupi më i ri i moshës (18-24 vjeç) duket se kanë më pak gjasa të kërcënohen, krahasuar me të anketuarit mbi moshën 45 vjeç. Për më tepër, grupi më i ulët i të ardhurave, si dhe grupi më i lartë i të ardhurave, duken më të prirur të ketë përjetuar kërcënime krahasuar me dy grupet e mesme të cilat përbëhen nga shumica e të anketuarve.

Figura 79. A jeni kërcënuar ju personalisht, verbalisht ose fizikisht, gjatë punës tuaj?
N=465 (vetëm ata që punojnë si gazetarë)



Rreth 3 nga 4 të anketuar besojnë se ka raste kur gazetarët duhet të ndërpresin punën ose të shkarkohen padrejtësisht për shkak të presionit të jashtëm, shantazhit ose kërcënimeve (77%). Bazuar në diskutimet e grupeve të fokusuara me profesionistët e medias, megjithëse ata janë në gjendje të përmendin raste të dhunës verbale dhe fizike në të kaluarën, ata mendojnë se dhuna verbale dhe fizike nuk është më problem në rajonet e Shkodrës, Vlorës, Fierit dhe Korçës. Megjithatë, profesionistët e medias në Tiranë dhe Durrës pranojnë se dhuna dhe presioni verbal përfaqësojnë edhe sot një problem serioz në punën e tyre.

Figura 80. Në mendimin tuaj, a ka raste kur gazetarët janë detyruar të mos punojnë ose janë shkarkuar pa të drejtë si shkak i një presioni të jashtëm, shantazhi apo kërcënimi?



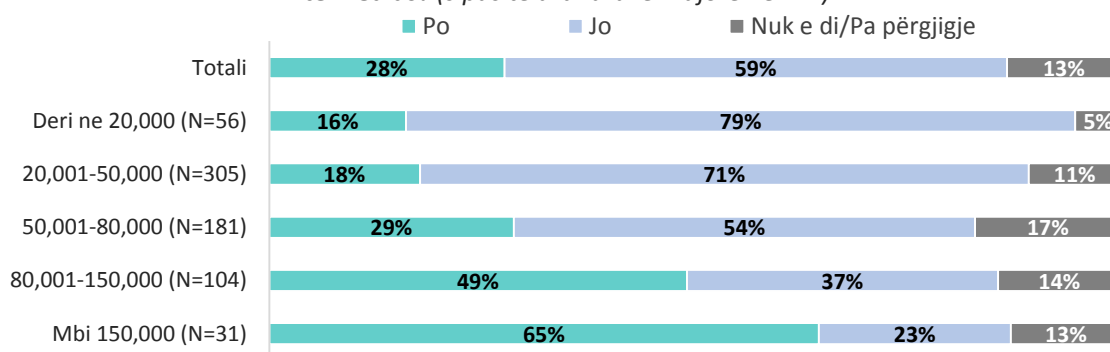
Kur u pyetën nëse të anketuarit mendojnë se legjislacioni shqiptar përfshin dispozita të ligjit penal lidhur me deformimin e informacionit apo shpifjen, 75 për qind mendojnë se po. Vetëm 16 për qind u përgjigjën me jo dhe nëntë për qind nuk kishin një përgjigje për këtë pyetje.

Figura 81. A përfshin legjislacioni shqiptar dispozita ligjore lidhur me shpifjen?



Duket se në përgjithësi pak të anketuar janë të vetëdijshëm për ndonjë çështje gjyqësore të hapur nga gazetarët kundër administratorëve të medias (28%). Të dhënat tregojnë se sa më shumë të fitojnë të anketuarit, aq më i lartë është ndërgjegjësimi për raste të tilla. Ndërsa vetëm 16 për qind e profesionistëve të medias që fitojnë deri në 20 000 lekë janë të vetëdijshëm për raste të tilla, 65 për qind e të anketuarve që fitojnë më shumë se 150 000 lekë gjithashtu janë.

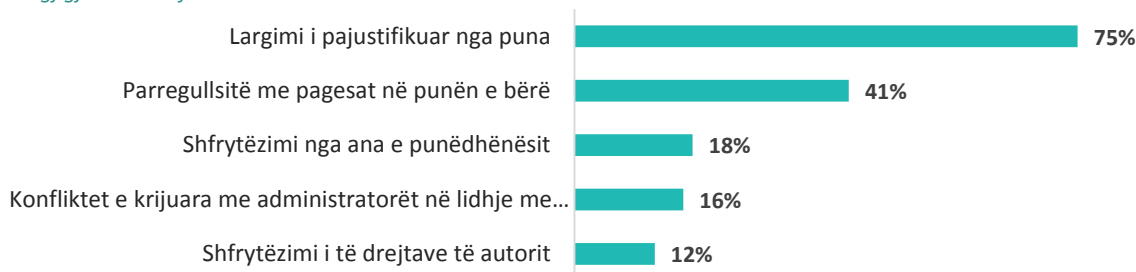
Figura 82. A jeni në dijeni të ndonjë çështjeje gjyqësore të hapur nga gazetarët ndaj administratorëve të medias? (sipas të ardhurave mujore në ALL)



Arsyeja kryesore pse gazetarët u drejtohen gjykatave, sipas të anketuarve, është largimi i pajustificuar nga puna (75%). Rreth dy nga pesë të anketuar besojnë se një nga arsyet kryesore janë parregullsitë me pagesat (41%). Më pak prej tyre shohin si arsye kryesore shfrytëzimin nga ana e punëdhënësit (18%), ndjekur nga konfliktet e krijuara me administratorët për çështje politike (16%) apo shfrytëzimin e të drejtës së autorit (12%).

Figura 83. Në dijeninë tuaj cilat janë arsyet kryesore që gazetarët i janë drejtuar gjykatave?

Përgjigje e shumëfishtë



Vetëdija për rastet gjyqësore në të cilat persona të jashtëm (biznesmenë, politikanë etj.) ose administratori i medias kanë ngritur një padi kundër një gazetari duket mjaft e ulët. Vetëm 21 për qind e të anketuarve janë të vetëdijshëm për raste të tilla.

Figura 84. A keni dëgjuar për ndonjë çështje gjyqësore që persona të jashtëm (biznesmenë, politikanë, etj.) apo vetë administratori i medias ka hapur ndaj gazetarëve?



3.8 Institucionet Mbështetëse të Medias

Përgjatë pjesës së fundit të intervistës, profesionistët e medias u pyetën për njohuritë e tyre mbi institucionet mbështetëse të medias dhe u ftuan të ndajnë mendimin e tyre për efektivitetin e tyre përkatës.

Pjesa më e madhe e të anketuarve kanë njohuri për ekzistencën e shoqatave që mbrojnë të drejtat e gazetarëve (81%). Ata të cilët shfaqën dijeni për ekzistencën e shoqatave, u pyetën për emrat e tyre pa iu paraqitur një listë. Pjesa dërrmuese e tyre (90%) përmendi Unionin e Gazetarëve Shqiptarë, pasuar nga 27 për qind që përmendën Institutin Shqiptar të Medias. Shoqata e Gazetarëve Profesionistë të Shqipërisë dhe Lidhja e Gazetarëve Shqiptarë u përmendën përkatësisht nga 19 dhe 18 përqind e tyre. Profesionistët e medias duket se kanë më shumë gjasa të jenë pjesë e Unionit të Gazetarëve Shqiptarë (29%), Institutit Shqiptar të Medias (8%) dhe Shoqatës së Gazetarëve Profesionistë të Shqipërisë (4%).

Figura 85. Në dijeninë tuaj, a ekziston ndonjë shoqatë që mbrojnë të drejtat e profesionistëve të medias?

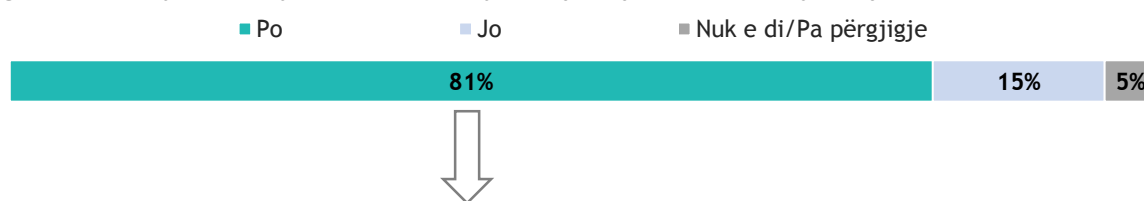


Figura 86. Emri shoqatës (i pasugjeruar)

Përgjigje e shumëfishtë

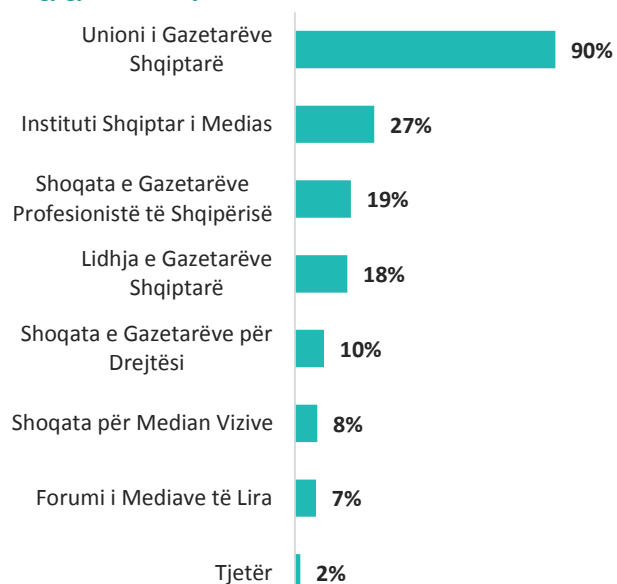
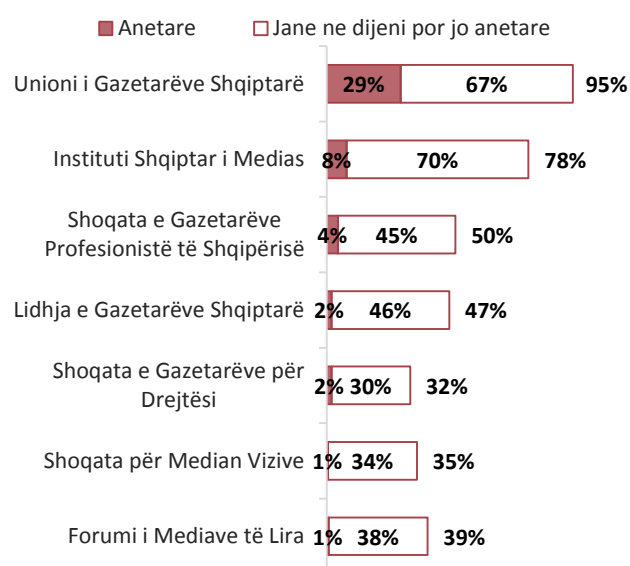


Figura 87. A jeni ju pjesë e kësaj shoqate? (i sugjeruar)

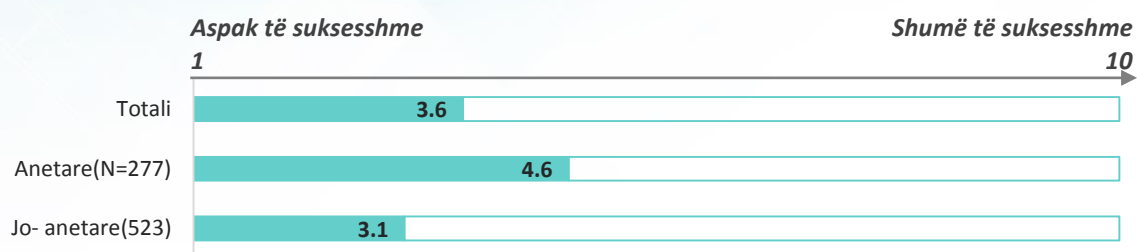


N=644 (vetëm ata që janë në dijeni për ekzistencën e shoqatave)

Profesionistët e medias në Shqipëri nuk mendojnë se këto shoqata janë veçanërisht të suksesshme. Kur u pyetën për të vlerësuar suksesin e shoqatave, në një shkallë nga 1 në 10, totali i përgjithshëm rezulton vetëm me 3.6 pikë. Profesionistët e mediave që janë anëtarë të ndonjë prej këtyre shoqatave kanë më shumë gjasa të besojnë se janë të suksesshëm, por jo në një masë të madhe (4.6 pikë). Të anketuarit që nuk janë anëtarë i perceptojnë ata si më pak të suksesshëm (3.1 pikë). Edhe pse, profesionistët e medias pranojnë se disa shoqata janë

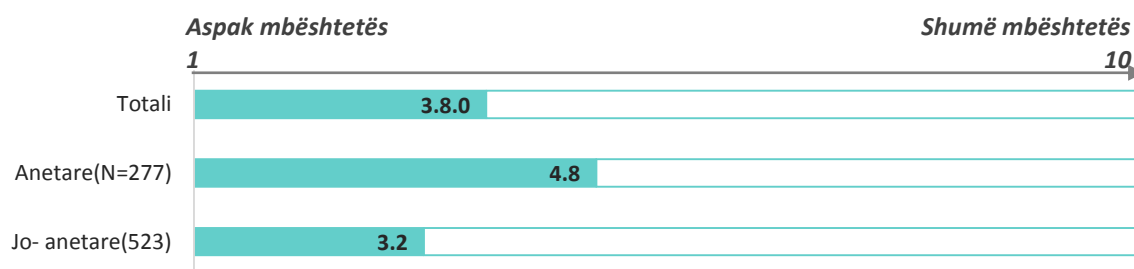
mjaft aktive me deklaratat e tyre kritike, ata sërish perceptojnë se ato nuk prodhojnë asnjë rezultat ose sukses të prekshëm.

Figura 88. Në opinionin tuaj, sa të suksesshme kanë qenë këto shoqata?



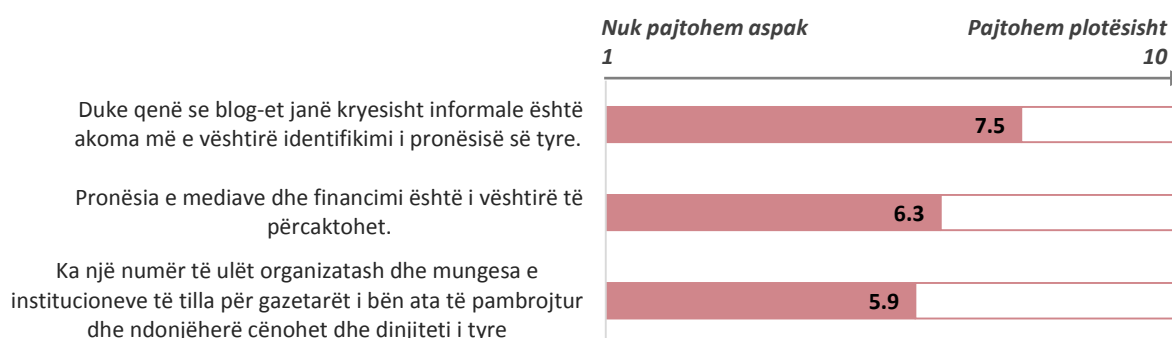
Kur të anketuarit pyeten se di do të vlerësonin mbështetjen dhe mbrojtjen nga shoqatat e gazetarëve në rastet e presioneve të jashtme, shumica e tyre nuk duket shumë e sigurt. Vlerësimi i përgjithshëm qëndron në 4.0 pikë, ku anëtarët e shoqatave janë pak më optimist (4.8) ndërsa jo-anëtarët e vlerësojnë mbështetjen dhe mbrojtjen me vetëm 3.2 pikë.

Figura 89. si do ta vlerësonit mbështetjen nga shoqatat e gazetarëve në rastet presioneve të jashtme?



Pyetja e fundit në anketë ka konsistuar në tre pohime për të cilat të anketuarve u është kërkuar të shprehin nivelin e tyre të pajtimit me to. Niveli më i lartë i dakordësisë me 7.5 pikë mund të vërehet në lidhje me pohimin "duke qenë që blogjet janë kryesisht informale, është akoma më e vështirë identifikimi i pronësisë së tyre." Pohimi "pronësia e mediave dhe financimi është i vështirë të përcaktohet" renditet me 6.3 pikë. Pohimi i fundit domethënë; "ka një numër të ulët organizatash dhe mungesa e institucioneve të tilla për gazetarët i bën ato të pambrojtur dhe ndonjëherë cenohet dhe dinjiteti i tyre" mori 5.9 nga 10 pikë.

Figura 90. Sa pajtoheni me pohimet e mëposhtme lidhur me institucionet mbështetëse të medias?



4. REKOMANDIMET

Shtypi i shkruar

Duke qenë se aktualisht nuk ka një autoritet zyrtar në lidhje me mediat e shkruara, ekziston një boshllëk sa i përket të dhënave zyrtare për numrin e gazetave dhe revistave të botuara në të gjithë vendin. Ndërkohë, nuk ka shifra të certifikuar dhe zyrtare për qarkullim dhe numrin e kopjeve të shitura të gazetave dhe revistave. Në mënyrë të ngjashme me AMA, duhet të jetë në fuqi ***një institucion përgjegjës për rregullimin, mbikëqyrjen dhe monitorimin e medias së shkruar.***

Online: - sfida të vjetra!

Niveli më i lartë i pajtimit mund të vërehet me pohimin "*një pjesë e mirë e shkrimeve në mediat e shkruara dhe median online janë pa autor*" (7.6 nga 10). Dakordësi e lartë gjithashtu mund të vërehet në lidhje me deklaratat "*për raportime politike, mediat nuk raportojnë, por riprodhojnë materiale të gatshme*" dhe "*gazetarët në Shqipëri bëjnë plagjiaturë*" (7.3 për të dyja). Gazetaria online veçanërisht - ku çështjet etike / anonimiteti janë më të përhapura krahasuar me mediat tradicionale - duhet t'i nënshtrohen shqyrtimit të fakteve dhe kontrollit të cilësisë. Mediat që merren me gazetarinë online duhet t'i kushtojnë më shumë vëmendje dhe përpjekje për autorësisë së punës dhe sjelljes së drejtë etike gjatë botimit të punës së tyre.

Ndërkohë, Shqipëria ende nuk ka një ligj mbi mediat online, megjithëse qeveria po punon për të krijuar një kornizë ligjore për të rregulluar këtë tipologji të medias. I ***gjithë procesi i regjistrimit, funksionimit dhe monitorimit të medias online duhet të jetë i përcaktuar dhe më zyrtar.*** Prandaj, qëllimi kryesor ***i ligjit për mediat Online është që ky i fundit të luajë një rol rregullator.*** Projektligji i parë i ligjit u konsiderua nga kritikët si i mirë dhe efektiv në formë, por i gabuar në përmbajtje (i fokusuar te penalizimi dhe sanksionimi). Për sa i përket mediave online, AKEP duhet gjithashtu të luajë një rol më tregues në ofrimin e të dhënave më të hollësishme dhe gjithëpërfshirëse për domenet e regjistruara si portale lajmesh, mbi aktivitetin e tyre dhe për shikueshmërinë e tyre.

Tregu

Duke pasur parasysh se profesionistët e medias tregojnë shkallë të ulët të punës së vazhdueshme në një vend pune në sektorin e medias, duhet të ndërmerren disa veprime nga pronarët dhe administratorët e mediave për të përmirësuar situatën. Ndërsa gazetarët theksojnë si arsye kryesore për ndryshimin e vendit të punës nivelin e pagës, kushtet e punës apo ambicjen për tu rritur profesionalisht, pronarët e mediave shqiptare duhet të angazhohen në krijimin e një mjedisi më konkurrues dhe proaktiv. Nga njëra anë, duhet të zhvillohet ***një***

kulturë e kryerjes së vlerësimeve vjetore të performancës për stafin, në mënyrë që profesionistët e aftë të promovohen. Nga ana tjetër, pronarët e medias duhet **t'i binden rreptësisht marrëdhënieve kontraktuale** që kanë me punonjësit e tyre dhe të eliminojnë rastet e vonesave të pagesave ose rastet e punës jashtë orarit pa pagesë.

Hyrja në gazetari

Më shumë se gjysma e të anketuarve kanë një diplomë në gazetari. Numri i gazetarëve që hyjnë në profesion nga Shkolla e Gazetarisë ka gjasa të rritet. Shumë pak kanë hyrë në profesion përmes përvojës së punës. Prandaj, është e këshillueshme të përfshihet **një praktikë e detyrueshme ose një sasi e caktuar orësh pune në media gjatë periudhës së studimit**. Rastet e suksesshme të integritit mes periudhës së studimit dhe praktikës së punës mund të gjenden në vendet nordike, ku viti i parë i Shkollës së Gazetarisë është teorik, ndërsa viti i dytë konsiston tërësisht në praktikën e punës. Një kombinim i tillë i lejon studentët të kuptojnë plotësisht kërkesat dhe sfidat e tregut të medias dhe kështu u jep atyre mundësinë për të thelluar më tej njohuritë e tyre mbi çështjet dhe kurset që ata janë më të interesuar gjatë vitit të fundit të studimit.

Për më tepër, supozohet se gazetari duhet të familjarizohet me një fushë të caktuar p.sh. përmes përfundimit të fakultetit të ekonomisë, gazetari është i aftë të angazhohet në gazetarinë ekonomike. Për të kapërcyer këtë deri në një masë të caktuar, **mund të zhvillohen kurse afatgjata për ata që kanë nevojë për trajnim bazë në gazetari**. Këto janë kurse që mund të ofrohen nga vetë universiteti ose nga konsorciumi i OJQ-ve. Kurset për të mësuar më tej aftësitë e gazetarisë duhet të zhvillohen si programe të ndara për të interesuarit, duke ofruar edhe kredite shtesë për ata që duan t'i ndjekin ato.

Trajnimet dhe ngritja e kapaciteteve

Profesionistët e medias perceptojnë trajnimet si një mjet efektiv në të kaluarën, megjithatë, tani dominohen nga formalitetet me më pak fokus në përmbajtjen cilësore. Institucionet që ofrojnë trajnime mund të ndjekin axhendën e donatorëve në vend që të vlerësojnë nevojat e komunitetit të medias. **Angazhimi i profesionistëve të medias në fazën e planifikimit të një trajnimi mund të nxisë përmbajtje më cilësore të trajnimit**, si dhe aktivitete relevante për profesionistët e medias në terren. Për më tepër, mediat shqiptare po investojnë vazhdimisht në teknologji, ndërkohë që investimet në kapitalin njerëzor nuk shihen si prioritet. Trajnimi brenda medias pothuajse nuk ekziston. Mediat këshillohen që **të zhvillojnë mekanizma të brendshëm të trajnimit, në mënyrë që të nxisin zhvillimin e aftësive të profesionistëve të medias të tyre**.

Kushtet e punës - koha për të mbajtur momentin e formalizimit

Formalizimi i sektorit të medias ka filluar të ndodhë. Sipas të anketuarve, Inspektorati i Punës ka ushtruar presion në këtë drejtim, veçanërisht ndaj mediave më të mëdha në Shqipëri. Nevojiten përpjekje të mëtejshme për të zbatuar Kodin e Punës, veçanërisht jashtë rajonit të Tiranës, ku zbatimi i ligjit duket të jetë më i dobët. **Inspektorati i Punës duhet të luajë një rol**

vendimtar jo vetëm në formalizimin e tregut të medias, por edhe në uljen e rasteve të angazhimit joformal në punë, ndjekjen dhe eliminimin e rasteve ku gazetarët marrin një pjesë të pagesës së tyre në bankë dhe pjesën tjetër direkt me para në dorë. Inspektorati i Punës duhet të hartojë një kalendar pune për inspektimet e mediave dhe të ketë procedura të qarta që duhet të ndiqen në rastet e parregullsive nga mediat shqiptare (përfshirë sanksionet).

Unioni i Gazetarëve Shqiptarë ka ngritur zërin për mungesën e kontratave/sigurimeve për gazetarin. Disa gazetarë deklaruan se ata ndjeheshin shumë të ekspozuar, të pasigurt dhe të pambrojtur në mediat e tyre dhe sipas tyre kontratat janë thjesht formale. Më shumë përpjekje duhet të bëhen nga sindikatat dhe aktorët e tjerë përgjegjëse për të formalizuar më tej sektorin e medias dhe për të vendosur rregulla dhe mekanizma të qarta dhe të përshtatshme lidhur me kushtet e punës dhe kontratat e punës për profesionistët e medias në Shqipëri.

Modeli "i gabuar"?

Modeli i reporterit gazetaresk kundrejt opinionistit: të ardhurat mujore më të zakonshme janë rreth 20,000 - 50,000 lekë dhe dy të tretat e të anketuarve mendojnë se nuk janë kompensuar në mënyrë të drejtë për punën e tyre. Ata që kanë paga më të larta (më shumë se 1,500,000 lekë) janë redaktorë / moderatorë. Prandaj, **shembuj për tu ndjekur duket të jenë ata që shfaqen në ekranet, jo ata që punojnë në këtë fushë**. Një fenomen tjetër negativ që është relativisht i ri është "gazetari që nuk raporton lajme, por bëhet lajme", përmes postimeve në mediat sociale dhe shfaqjet televizive. Pagat për gazetarët që nuk janë redaktorë apo moderatorë duhet të rriten mbarëkombëtar për të bërë pozita, të cilat nuk janë pozicionuar në nivel më të lartë, më tërheqës përsëri. Sindikatat dhe organizatat e tjera që luftojnë për të drejtat e gazetarëve duhet të llobojnë me aktorët përkatës për reformimin e niveleve të pagave brenda fushës së punës gazetareske.

Vetë profesionistët e medias theksuan faktin se gazetarët në ditët e sotme po luajnë më shumë rolin e gazetarit në vend të gazetarit. Sipas tyre, mediat në Shqipëri kanë humbur rolin edukativ. Në shumicën e mediave mund të shihet një mungesë e qartë e etikës. Si rezultat, niveli i profesionalizmit të gazetarëve në Shqipëri është përkeqësuar. Kombinuar me besimin relativisht të ulët të publikut tek mediat - shkurtimi për të ndryshuar situatën është: gazetari më investigativ, raportimi më kritik (jo vetëm raportimi i thjeshtë) dhe kontrolli i fakteve.

(Vetë-)Censura

Gazetarët shpesh ndihen në presion nga qeveria, partitë politike dhe bizneset e lidhura me mediat e tyre, për të praktikuar vetëcensurën. **Shpeshherë vetë-censura thjesht nënkuptohet dhe shumë gazetarë e kuptojnë vetë dhe e respektojnë interesin e pronarëve dhe redaktorëve të medias të tyre dhe praktikojnë censurën pa qenë nevoja që ti thonë ta bëjnë këtë**. Konsolidimi i transmetuesit publik, inkurajimi i prodhimeve të pavarura të gazetarëve, forcimi i autoritetit rregullator (AMA) mund të ndihmojë në krijimin e një modeli që ka interesin publik në plan të parë.

Hendeku i njohurive ligjore: - fokus i veçantë në zbatimin e Ligjit për të Drejtën e Informimit

Siç sugjerojnë gjetjet e këtij raporti, profesionistët e medias duket se kanë një boshllëk në njohuritë e tyre ligjore sa i takon ligjeve që kanë të bëjnë me lirinë e shprehjes, shpifjen dhe të tjerë (vetëm 46% mendojnë se legjislacioni shqiptar garanton lirinë e shprehjes dhe 75% mendojnë shpifja është ligj penal). **Trajnimet e gazetarisë** duhet të përfshijnë **komponentë ligjore për të edukuar profesionistët e medias për të drejtat dhe detyrat e tyre sipas kuadrit ligjor shqiptar**. Mund të përdoren instrumente inovative si broshura të thjeshta apo trajnimet online. Kur punësojnë gazetarë, mediat duhet të sigurojnë që punonjësit e tyre të njihen me ligjet që zbatohen për punën e tyre dhe të kenë njohuri të mjaftueshme për të kryer punë që bien brenda ligjit, si dhe të jenë në gjendje të përdorin të drejtat e tyre kur është e nevojshme.

Sa i përket ligjit për qasjen në informacion, 28% e profesionistëve të medias duket se janë të painformuar në lidhje me ligjin për shpërndarjen e informacioneve publike ku 12% përgjigjen me 'jo' dhe 16% me 'nuk e di' kur pyeten nëse ekzistojnë ligje të tilla. Por shumica e gazetarëve deklarojnë se ballafaqohen me pengesa në marrjen e dokumenteve zyrtare ose në disa raste (38%) apo edhe në shumicën e rasteve (35%). Është koha për të vlerësuar efektet e ligjit të ri 119/2014 për të Drejtën e Informimit. Ligji përcakton të drejtën e njohjes përmes Programeve të Transparencës, ku institucioni është i detyruar të vendosë online dokumentet zyrtare dhe ti vendosë ato në dispozicion për publikun. **Komisioneri për të Drejtën e Informimit dhe Mbrojtjen e të Dhënave Personale**, si autoriteti përgjegjës, duhet të luajë **një rol më të fuqishëm në mbikëqyrjen dhe monitorimin nëse institucionet publike po zbatojnë ligjin dhe duhet të ndër marrë veprime në rastet e mosbindjes**. Edhe pse përdorimi i këtij ligji do të thotë që gazetari ka nevojë për të jo për përgatitjen e "lajmit të ditës / çështjeve aktuale", por për përgatitjen e pjesëve investigative.

KORRUPSIONI midis gazetarëve

Ndërgjegjësimi për korrupsionin duket të jetë i lartë në mesin e profesionistëve të medias, me shumicën e të anketuarve që mendojnë se ka gazetarë të cilët ushtrojnë praktika korruptive (marrin para ose përfitime të tjera) për të bërë një kronikë/shkrim të caktuar (78%). **Çështja e korrupsionit në sektorin e medias është pothuajse jo-ekzistente në diskutimet publike dhe nuk merr vëmendje dhe ekspozim të mjaftueshëm publik**. OJQ-të ekzistuese që monitorojnë dhe programet anti-korrupsion nga aktorë të ndryshëm relevantë duhet të bëjnë përpjekje më të mëdha për të hetuar, monitoruar dhe raportuar sjelljen korruptive në gazetari. Ndoshta është koha për krijimin e një organi të ri ose një OJQ-je mbikëqyrëse që do të shërbejë si një mekanizëm monitorimi / hetimi dhe do të jetë përgjegjëse për rritjen e shkallës së ndikimit të këtyre përpjekjeve të monitorimit dhe raportimit përmes botimeve të specializuara si: media në media.

Shoqatat e Medias!

Megjithëse shumica e profesionistëve të medias kanë njohuri për ekzistencën e shoqatave që mbrojnë të drejtat e gazetarëve (81%), ata nuk duket se mendojnë se këto shoqata janë

veçanërisht të suksesshme, si anëtarët dhe jo-anëtarët. Kur iu kërkua të vlerësonin suksesin e shoqatave, në një shkallë nga 1 në 10, totali i përgjithshëm arrin vetëm në nivelin e 3.6 pikëve. ***Nevojitet ose rritja e kapaciteteve të shoqatave ekzistuese ose zhvillimi i shoqatave të reja të cilat nuk janë vetëm vokale në artikulimin e shqetësimeve të gazetarëve, por janë akoma më shumë "të fokusuara dhe të orientuara në rezultate".***

Sfidat përpara

Udhëheqësit e institucioneve dhe vetë institucionet po ofrojnë "përmbajtje të gatshme" për mediat tradicionale. Gazetarët po duken gjithnjë e më pak në ekrane dhe po përqendrohen në redaktimin më të madh të përmbajtjes të ofruar nga institucionet / politikanët. "Modeli i biznesit online duket të jetë më i shqetësuar për numrin e klikimeve dhe jo për përmbajtjen. Transformimi i medias tradicionale në multimedia online është në fazat e hershme. Prandaj, në situatën ku gjithkush po prodhon përmbajtje, sfida për median profesionale është të prodhojë kontekstin. Për më shumë, përhapja e lajmeve të rreme kundrejt aftësive për të shqyrtuar faktet / shkrim-leximin e medias është sfida kryesore me të cilën mediat shqiptare duhet të punojnë.

Anekset

Aneksi A. Profili i të anketuarve

