PJESA 1

HAPËSIRA MEDIATIKE E PA REFORMUAR, KANË NDRYSHUAR MËNYRAT E KONTROLLIT DHE NDIKIMIT

Autore: Mirjana Vasileva

Dymbëdhjetë edicione të shtypura këtë vit u bënë me fat me paratë e shtetit me të cilat do t'i rimbursojnë shpenzimet për shtypje të bëra gjatë vitit të kaluar. Vitin e kaluar, numri i mediave të shtypura që morën subvencione qeveritare ishte për një më i vogël, respektivisht gjithsej 11 edicione të shtypura morën ndihmë shtetërore. Por, megjithatë, shuma ishte përafërsisht e njëjta – rreth 700 mijë euro. Ndonëse Qeveria, së bashku me përfaqësuesit e një pjese të komunitetit të mediave, i justifikuan alokimet kinse janë maksimalisht transparente dhe me mbështetjen e Shoqatës së Gazetarëve të Maqedonisë, Komisioni Shtetëror për Parandalimin e Korrupsionit (KSHPK) konstatoi se kriteret mbi të cilat është aprovuar një ndihmë e tillë nuk janë mjaftueshëm precize dhe mundësojë shfrytëzimin joqëllimor të mjeteve të ndara. KSHPK, por edhe fella e gazetarisë, tërheqin vërejtjen edhe se financimi buxhetor për programin e fushatës së paguar zgjedhore politike paraqet një rrezik potencial për korrupsion dhe për krijimin e një marrëdhënieje klienteliste.

Sipas informacioneve të marra përmes instrumentit "Financa të hapura", Qeveria e VMRO-DPMNE-së për periudhën e viteve 2008-2015, për të reklamuar politikat qeveritare ka shpenzuar madje 38 milion euro, nga të cilat 24 milion euro direkt në media. Prej vitit 2017, kur koalicioni i drejtuar nga LSDM-ja erdhi në pushtet, pushoi praktika e reklamimit të qeverisë, por u zbatua një rregull që të subvencionohen mediat e shkruara me qëllim që tu ndihmohet atyre për kostot e shtypjes dhe distribuimit. Në dy vitet paraprake, qeveria ka ndarë rreth 1.5 milion euro për subvencionim të mediave të shtypura, ndërsa rreth 4 milion euro janë shpenzuar përmes Komisionit Shtetëror të Zgjedhjeve (KSHZ) vetëm për zgjedhjet presidenciale të vitit 2019. Ndërsa, përmes Kuvendit, rreth 1 milion euro për referendumin për emrin në vitin 2018.

Se këto reklama dhe subvencione mund të rrezikojnë lirinë e mediave, pajtohen edhe shumica e ekspertëve. Dhe përderisa shteti është në prag të zgjedhjeve të reja, një disponim i këtillë sundon edhe në mesin e gazetarëve, të cilët konstatojnë se praktikat korruptive kanë qenë të pranishme edhe gjatë qeverisë së mëparshme, por edhe gjatë kësaj qeverie, pavarësisht nga fakti se është ndërprerë praktika e reklamimit të qeverisë në media.

PAVARËSIA E MEDIAVE TË SHTYPURA– ME SUBVENCIONE QEVERITARE?

Drejtori Ekzekutiv i Shoqatës së Gazetarëve të Maqedonisë (SHGM), Dragan Sekulovski, thotë se që prej dy vjet më parë, si organizatë i kanë ofruar Qeverisë propozimet e tyre për të dhënë kontribut për të ndryshuar gjërat. Ai thotë se SHGM-ja me kolegët nga mediat e shtypura i kanë shqyrtuar konstatimet nga raporti Priebe se përgjithësisht mediat e shtypura kanë qenë atëherë në rënie ekonomike dhe nën presion ekonomik. Si shembull për këtë, sipas Sekullovskit, është edhe mbyllja e MPM, një moment që në raportin Priebe trajtohet si shenjë se ky lloj i mediave nuk është i qëndrueshëm pa mbështetje të rëndësishme të qeverisë.

Sekullovski thotë se kjo ka qenë edhe arsyeja për hulumtimin në temën subvencione, me qëllim që të përgatiten rekomandime që janë shkrirë në Dokumentin për politika publike për mbështetje të mediave të shkruar në hapësirën mediatike maqedonase.

SHGM e mbështet ndihmën nga shteti për mediat e shkruara, por me modelin që do t'i kompensojë kostot për shërbimet e shtypjes dhe për distribuimin e të gjitha mediave të shkruara, të cilat marrin pjesë më së shumti në shpenzimet e tyre totale.

This project is funded
by the European Union

"Përqindja e rimburësimit të shpenzimeve është e ndryshme në shtete të ndryshme, por duke pasur parasysh specifikat dhe kushtet reale në terren, SHGM-ja konsideron se përqindja në Maqedoni duhet të jetë rreth 50 përqind. Sistemi i subvencionimit të shpenzimeve për shtypje dhe distribuim duhet t'i përfshijë të gjitha mediat e shkruara që kanë përmbajtje me interes publik, në mënyrë jo selektive , dhe nën kritere të qarta", thotë Sekullovski.

Në listën qeveritare për subvencione këtë vit u gjendën 12 media të shtypura të cilat morën mbështetjen e parave shtetërore për shtyp dhe distribuim për vitin 2019. Në thirrjen e Qeverisë, janë paraqitur 16 kërkesa për ndihmë, nga të cilat 12 janë miratuar, me çka do të akordohen 712 mijë euro.

Shumën më e lartë për vitin 2019 e mori gazeta "Slloboden Peçat" në vlerë prej 236.015 euro, e dyta është "Vecer" me 137.1176 euro, ndërsa gazetës "Nova Makedonija" iu ndanë 110.401 euro. Në listën e mediave të shkruara që morën subvencione janë edhe gazetat në gjuhën shqipe "Koha" me 80.864 euro dhe "Lajm" me 15.641 euro, e përjavshmja "Fokus" me 75.037 euro dhe "Kapital" me 34.081 euro, pasuar nga revistat mujore "Ekonomija i biznis"me 10.755 euro, "Lice v lice" me 3.752 euro dhe" Shenja "me 3.446 euro. Po ashtu, subvencione u janë ndarë edhe të përjavshmeve lokale "Bitolski Vesnik" me 7.980 euro dhe "Zenit" me 4.825 euro.

ZGJEDHJET – SFIDË E MADHE PËR SFERËN MEDIATIKE

Zgjedhjet e radhës në vend do të jenë një tjetër sfidë kryesore për sferën mediale, veçanërisht kur bëhet fjalë nëse mediat do ta luajnë rolin e vet bazë për informim objektiv, informim transparent dhe të përgjegjshëm të publikut. Edhe përkundër faktit se dy vjet më parë u miratua ligji shumë i rëndësishëm për rregullimin e sferës së mediave - më 28 dhjetor 2018, Kuvendi me 79 vota e votoi Ligjin për shërbime mediatike audio dhe audiovizuale, i cili u mbështet edhe nga pushteti edhe nga opozita - me ndryshimet në ligj, u ofruan zgjidhje se si të sigurohet një organ rregullator transparent, i pavarur, efikas dhe llogaridhënës në fushën e shërbimeve mediatike audio dhe audiovizuale. Ligji ka pësuar ndryshime edhe këto ditë, por në përgjithësi me ndryshimet e dy viteve më parë, punonjësve medial ligji u mundësoi që të marrin përsipër punën e mediave në duart e tyre, ndërsa politika t'i largojë duart prej atje.



Megjithatë, gjërat nuk po shkojnë siç duhet. Profesoresha e së drejtës së mediave, Snezhana Tërpevska, shprehu pakënaqësi për atë që ndodhi në periudhën e kaluar në Kuvend, para së gjithash, për mos zgjedhjen e kandidatëve për përbërjen e re të Këshillave për Radio Televizionin e Maqedonisë dhe Agjencinë për Shërbime Mediatike Audio dhe Audiovizuale.

"Servisi publik nuk u shërben qytetarëve sepse nuk është transformuar dhe mendoj se është i mbuluar nga ndonjë lloj i lojërave dhe interesave politike, gjë që reflektohet në interesat e qytetarëve", thotë Tërpevska.

Ajo rikujtoi periudhën jo aq të largët kur, së bashku me kolegët e saj nga komuniteti i medias dhe ekspertët e huaj në të ashtuquajturën "Periudha e Përzhinës", kanë dhënë kontributin e tyre për reformat në mediave, që më pas në vitin 2017 u futën në zgjidhjet ligjore, me qëllim që të krijohet një klimë pozitive në hapësirën mediatike. Por, edhe ky cikël i dhjetë i zgjedhjeve, me sa duket, do të duhet të mbahet pa atë që duhej të realizohet, e kjo ishte paralajmërimi për emërimin e përbërjes së re të Këshillave për MRT dhe

This project is funded
by the European Union

ASHMAAV.

PJESA 2

HULUMTIM: KUSH ËSHTË FAJTOR PËR KLENTELIZMIN E MEDIAVE?

Për nevojat e kësaj historie, realizuam një anketë me 30 gazetarë nga mediat e shtypura dhe elektronike në vend, që u zbatua në periudhën nga 20 nëntori deri në 20 dhjetor 2019. Sipas rezultateve të anketës, praktikat e klientelizmit dhe korrupsioni në media kanë ka ekzistuar edhe gjatë kohës së qeverisë së mëparshme dhe gjatë kohës së kësaj qeverie.



Pjesa më e madhe e gazetarëve u përgjigjën në mënyrë pozitive kur u pyetën nëse ka pasur ndonjë praktikë klienteliste në media gjatë qeverisë së kaluar. Në pyetjen "A janë praktikat klienteliste të pranishme në hapësirën mediatike sot, gjatë kësaj qeverie", 86.6% u përgjigjën me "po".

Rreth asaj se cilat janë tre arsyet kryesore që përdoruren për të ndikuar mbi mediat dhe gazetarët, rezultatet treguan se shumica e gazetarëve konsiderojnë se arsyeja më e madhe është financimi i mediave dhe individëve, një numër më i vogël konsiderojnë se ato janë presionet politike që janë më së shumti të pranishme në hapësirën mediatike, të tjerët i përmendën frikësimin dhe shantazhin në vendin e punës. Ndërsa, disa ndiejnë presionin e redaktuesve për sa i përket përpjekjeve për manipulim dhe ekzistencës së formave të klientelizmit në media. Ndërsa disa të anketuar përmendën bashkëpunimin e disa gazetarëve me agjencitë e marketingut, por edhe me zëdhënësit e pushtetit, përmes angazhimit në përpilimin e projekteve konkrete. Për disa, arsyeja qëndron në ndikimin e përqendrimit ndërkombëtar në krijimin e politikës editoriale dhe jo efikasitetin e organizatave të gazetarisë, ndërsa për të tjerët ekziston edhe nepotizëm.

Aq sa politika dhe qendrat ekonomike të fuqisë ndikojnë në shfaqjen e praktikës klienteliste në hapësirën e mediave, 60% e gazetarëve arsyen për korrupsion e shohin tek pronarët e mediave, 11% u prononcuan se si pronarët ashtu edhe gazetarët janë ata që lejojnë që fuqia politike dhe ekonomike të ndikojë në politikën redaktuese, por edhe në arritjen e përfitimeve, ndërsa 29% refuzuan të përgjigjen.

This project is funded
by the European Union

Disa gazetarëve, respektivisht 20% të tyre, u janë ofruar para për të botuar ose mos botuar ndonjë histori ose tekst, shumica prej tyre, më saktë 66.7% nuk kanë përvojë të tillë, ndërsa 13.3% refuzuan t'i përgjigjen pyetjes.

Në pyetjen "A mendoni se puna gazetareske në shtetin tonë është thelbësore për participimin politik të qytetarit dhe funksionimin e shoqërisë", 73.3% u prononcuan se profesioni është shumë i rëndësishëm në përfshirjen e qytetarëve në ndikimin rreth vendimmarrjes, të tjerët janë prononcuar se gazetaria nuk është dhe aq një profesion kyç.Sa i përket reputacionit të profesionit të gazetarisë në shoqëri, 80 për qind e të anketuarve konsiderojnë se ai është i ulët. Në përgjigje të pyetjes shtesë për të shpjeguar pse ata u prononcuan më shumë për reputacionin e ulët të gazetarëve, të anketuarit tanë përmendën arsyet, ndër të tjera: mosedukimin dhe korrupsionin.

Lidhur me pyetjen "Nëse gazetarët të cilët merren me gazetari hulumtuese përballen me presione dhe kërcënime?", shumica e të anketuarve besojnë se ata përballen pjesërisht me presione dhe kërcënime.

Në anketën, gazetarëve iu dha mundësia të japin vlerësimin e tyre lidhur me situatën aktuale në të gjitha aspektet e sferës së mediave. Në përgjithësi, gazetarët konsiderojnë se në dy vitet e fundit klima në mediat është përmirësuar, por edhe se lë shumë për të dëshiruar, e deri tek ajo se ekzistojnë media që janë akoma profesionale në pjesën e prezantimit të informacioneve bazë, lajme. etj Por, edhe se ka gazetarë që janë vërtet profesionistë dhe u përmbahen standardeve të larta të profesionit.

KUR KE PARA, I KE TË GJITHA

A është klientelizmi mediatik i pranishëm vetëm në Maqedoninë e Veriut apo është një fenomen që është i pranishëm edhe në vendet e tjera të rajonit? Këtë përgjigje e kanë në Institutin për Partneritet dhe Zhvillim Shoqëror në Zagreb, të cilët në një studim mbi indeksin e klientelizmit në media në të gjashtë vendet e Ballkanit Perëndimor, që zbatohet prej vitit 2014 deri në vitin 2018, ka treguar se vendi është në pjesën e sipërme të listës.



Momir Poduvanjak, drejtori ekzekutiv i institutit, thotë se hulumtimi është realizuar në kuadër të projektit "Rrethi mediatik", i mbështetur nga fondet e para-aderimit të BE-së dhe nga Civil Society Facility (CSF). Ai na deklaroi se matja e fundit është bërë kah fundi i vitit 2017 dhe se ata nuk i kanë futur të dhënat empirike pas ardhjes së qeverisë së re në Maqedoninë e Veriut në vitin 2016.

"Një problem jo karakteristik dhe më i dukshëm për vendin tuaj në periudhën deri në vitin 2017 është konsolidimi i pronësisë mbi mediat. Përkatësisht, një pjesë e konsiderueshme e mediave ranë në duart e pronarëve, për të cilët mediat janë një veprimtari dytësore në fushëveprimin e tyre", tha Poduvnjak.

Sipas tij, në një strukturë të tillë të dizajnuar është e lehtë të blihet lojaliteti i mediave duke favorizuar veprimtarinë sekondare, e cila shpesh është një aktivitet biznesi.

Në të njëjtën linj është edhe profesoresha Snezhana Tërpevska. Ajo thotë se pasqyra e strukturës pronësore është pak a shumë e njëjtë, dhe ato përsëri i shërbejnë pushteti të ri. "Pronarët e mediave po sillen në kontekstin e asaj që ne e quajmë marrëdhënie klienteliste, duke i shfrytëzuar mediat për të bërë

This project is funded
by the European Union

ndikim dhe për të realizuar ndonjë dobi nga politika. Mediat private nuk duan të dalin nga trekëndëshi financiar i klientelizmit. Ata duan të vazhdojnë edhe më tutje tu shërbejnë elitave politike, por kjo nuk i përfaqëson interesat në rolin e radiodifuzerëve publikë".

Në pjesën për Maqedoninë e Veriut, në raportin e projektit të udhëhequr nga Poduvnjak, thuhet se vendi "shënon rënie në Indeksin e klientelizmit të mediave, sidomos në pjesën e aftësisë së shtetit për të kuptuar në mënyrë gjithëpërfshirëse gjendjen e mediave sipas ekzistimit deklarativ të të dhënave", që do të thotë problem në detektimin dhe parandalimin e praktikave klienteliste".

"Është e domosdoshme transparenca e plotë e pronësisë së vërtetë të mediave, si prioritet i parë që doemos duhet ta zgjidhin të gjitha politikat e ardhshme që e rregullojnë hapësirën mediatike, por gjithashtu që patjetër duhet të kemi në dispozicion regjistra gjithëpërfshirës për pronësinë mbi mediat, për mbështetjen financiare dhe material që u ndahet mediave, për subvencionet, si dhe interesat e deklaruara të atyre që janë të përfshirë në vendimmarrjen për çështje mediatike. 'Mbështetja' financiare e mediave me mjete buxhetore është një model i njohur mirë nga të gjitha pushtetet në Maqedoni vitet e fundit", thuhet në raport.

Po kush qëndron pas mediave në shtetin tonë? Sipas të dhënave të marra nëpërmjet Ligjit për qasje të lirë në informacionet me karakter publik dhe bazat e hapura të të dhënave, pjesa dërmuese e televizioneve, radiove dhe mediave të shkruara në Maqedoni janë në pronësi të personave fizikë.

Nga gjithsej 49 stacione televizive - vetëm 14 janë në pronësi të personave juridikë, edhe atë pjesa më e madhe e tyre janë stacione televizive që emetojnë program në nivel shtetëror. Gjegjësisht, nëntë nga 12 televizione në nivel shtetëror, katër nga tetëmbëdhjetë televizionet rajonale dhe vetëm një nga nëntëmbëdhjetë televizionet lokale janë në pronësi të personave juridikë.

Pothuajse të gjitha radio-stacionet komerciale që transmetojnë program janë në pronësi të një ose më shumë personave fizikë. Personat juridikë zotërojnë vetëm gjashtë radiostacione - një në nivelin shtetëror, dy radiostacione rajonale dhe tre radiostacione lokale. Nga gjithsej 22 botues të mediave të shkruara, 19 janë në pronësi të një ose më shumë personave fizikë, ndërsa pronarët e vetëm tre botuesve janë persona juridikë.

Persona të huaj fizikë apo juridikë janë pronarë të aksioneve në dhjetë emetues të mediave: katër televizione (TV Alfa - nga Serbia dhe Hungaria; TV Kompania 21 - nga Kosova, TV Klan - nga Shqipëria dhe TV 24 Vesti - nga Austria), një radiostacion (RA Urban FM - nga Finlanda dhe nga Kina) dhe pesë botues të mediave të shtypura (Repro Print dhe Capital Media Group - nga Ishujt e Virgjër, Sloboden Peçat dhe Kolor Media - nga Serbia dhe Agjentët e Independent Balkan News Agency - nga Greqia).

Në vitin 2018, katër persona juridikë dhe tre persona fizikë shfaqeshin si pronarë të më shumë se një radiodifuzeri. Deri në qershor të vitit 2019, integrim i kapitalit ekziston vetëm midis: Televizionit të nivelit shtetëror TV Shenja dhe atij rajonal TV Era; pastaj televizioni i nivelit shtetëror Nasha TV dhe radiostacioni rajonal RFM; si dhe tek televizioni rajonal TV Uskana një dhe te televizioni lokal Uskana Media dhe te radiostacioni i nivelit shtetëror Metropolis dhe te radiostacioni rajonal City.

Në vitin 2018, Agjencia miratoi gjithsej shtatë vendime me të cilat lejoi që të bëhet ndryshim në strukturën pronësore të tre televizioneve dhe katër radiostacioneve.

PA LIRI FINANSIARE, NUK KA AS LIRI MEDIATIKE

Sipas të dhënave nga hulumtimi i SHGM-së dhe Sindikatës së Pavarur të Gazetarëve dhe Punëtorëve të Mediave, paga mesatare e gazetarisë nuk arrin as 300 euro. Rezultatet e analizës tregojnë se në shteti tonë

This project is funded
by the European Union

nuk mundemi as t'i të afroheni termit "gazetar i sigurt ekonomikisht", sepse madje 85% e gazetarëve kanë një pagë më të ulët se 500 euro në muaj, ndërsa 45 për qind kanë një pagë më të ulët se mesatarja shtetërore prej 376 euro. Analiza ësh realizuar në gusht të vitit 2017, dhe në të u përfshinë 127 punonjës të mediave. Paga mesatare në degën e mediave është më e ulët se 300 euro, respektivisht pak më shumë se 17.600 denarë.



Pesëdhjetë e pesë për qind e punëtorëve të anketuar pagat e tyre i marrin me vonesë, ndërsa madje 54% e gazetarëve nuk janë të punësuar në kohë të pacaktuar, dhe 19% janë të angazhuar përkohësisht si punëtorë honorarë me kontratave për vepër.

Erdhe profesoresha Snezhana Tërpevska thotë se është shqetësuese tendenca e rritjes së punësimit të pasigurt me kontratë për vepër ose për kohë të caktuar.

"Kjo e bën pozitën e gazetarëve dhe punëtorëve medial edhe më të vështirë dhe më nënshtruese nga presionet dhe shantazhet. Kjo është arsyeja e alarmit tonë se vetëm një gazetar ekonomikisht i sigurt dhe i lirë mund të prodhojë përmbajtje profesionale mediatike dhe është e nevojshme të shfrytëzohet fuqia e komunitetit të gazetarisë për të kuptuar se çështja për atë se sa paguhen punonjësit medial dhe në çfarë kushte punojnë është një qëllim i përbashkët", konsideron ajo.

PJESA 3

GAZETARËT ALARMOJNË – GAZETARIA VAZHDON EDHE ME TUTJE TË DEVALVOJË

Gazetari Hristo Ivanovski është i mendimit se, edhe përkundër tendencave moderne, tek ne ende ka media që janë të afërta me qeverinë dhe opozitën.

"Për sa kohë që mediat ndikohen nga qendra të ndryshme të pushtetit, nuk do të ketë gazetari profesionale. Vazhdimisht në media vihen në shënjestër gazetarët që të shkruajnë një tekst të porositur ose thjesht ta lexojnë atë, edhe pse ata vetë për momentin shpesh nuk e dinë se cila është prapavija", thotë Ivanovski.

This project is funded
by the European Union

Kohët e fundit, shton ai "jemi dëshmitarë se ka përmirësime në gazetari, por nevojitet përgjegjësi më e madhe. "Në disa redaksi, ka presion të vazhdueshëm dhe shpesh nëse një gazetar refuzon të shkruajë me anshmëri për një temë të caktuar, ai përballet me gjobë nga paga ose me kërcënime për pushim nga puna nëse nuk bën ashtu siç i është thënë".

"Kjo kërkon inkurajim që gazetari me argumente të forta të refuzojë tekste të tilla." Përveç kësaj, të ardhurat mujore të gazetarëve nuk korrespondojnë me përgjegjësinë që e ka një gazetar", thotë IvanovskI.



Gazetari Toni Gllamçevski konsideron se profesionalizmi është në nivel të ulët, por kjo nuk është ka të bëjë dhe nuk është faji vetëm i gazetarëve.

"Secili prej nesh ka bindjet e veta politike, ideologjike dhe fetare, por kjo nuk duhet të shndërrohet në sjellje partizane dhe t'i shndërrojë mediat në buletine partiake të njërës apo tjetrës parti, asaj që është në pushtet apo asaj që është në opozitë". "Është bërë me të vërtetë e vështirë të bësh dallimin se çka është lajmi i gazetarit ose ndonjë tekst i marrë nga një rrjet social ose nga një zëdhënës i partisë apo qeverisë", thotë ai.

Problem tjetër, sipas tij, është varësia financiare e gazetarëve dhe mediave nga qendrat politike dhe ekonomike të pushtetit. Ai potencon:

"Në Maqedoni janë krijuar aq shumë media, sidomos në internet, por edhe radio dhe televizione lokale dhe kombëtare, pa një tekst të shkruar të vërtetë dhe cilësor, gjë që sigurisht kontribuon në jo profesionalizmin e mediave dhe varësinë e tyre". Bjë aspekt tjetër shton Gllamçevski, është edhe mosdhënia e mbrojtjes së mirëfilltë të gazetarëve - si profesion. "Megjithatë sindikatat dhe shoqatat ekzistuese, gazetarët prapëseprapë kanë mbetur të vetmuar kundrejt redaktorëve dhe, mbi të gjitha, kundrejt patronëve të atyre mediave", konsideron ai.

Sipas gazetarit Dushko Arsovski, pothuajse asgjë nuk ka ndryshuar për mirë në hapësirën mediatike, megjithëse pritjet kanë qenë të larta.

"Të njëjtët dëmtues ndaj mediave (posaçërisht televizioneve) kanë mbetur faktorë në tregun mediatik, ashtu që pronarët në mënyrë subtile (disa brutalisht) e kanë kthyer diskun dhe tani shtiren si balancues në raportim." Kjo u përgjigjet të gjithëve", potencon Arsovski.

This project is funded
by the European Union

Sipas tij, pushteti i ri duhet të tregojë një dallim nga ajo e mëparshmja që e robëroi shtetin duke lidhur një pakt të ri në të cilin tani të gjithë ata që e dërmuan gazetarinë bëhen pjesë e projektit për përparimin e sferës mediatike. "Absurde me përmasa epike. Shkoi edhe një hap më tej. Ministrat pranuan me zemërgjerësi dhe pa mëdyshje prananin intervista te dëmtuesit e gazetarisë duke ushqyer legjitimitetin e tyre, por në të njëjtën kohë duke shkelë gjithçka që ata kishin trumbetuar dhe kritikuar si opozitë", shton ai.

Sipas tij, SHGM-ja vazhdon të jetë një kompani "kolltuqesh" që bisedon me diplomatët, organizon tryeza të rrumbullakëta, merr pjesë në dialog me pushtetin dhe tash për tash nuk ka indikacione konkrete se mediat janë të çliruara nga politika dhe ndikimi nga qendrat e tjera të fuqisë.

Për punonjësin shumëvjeçar medial nga Qendra për Zhvillimin e Mediave (QZhM), Dejan Georgievski, i cili merr pjesë në mënyrë aktive në krijimin e politikave mediale, pjesa më e madhe e dispozitave të Kodit Zgjedhor që kanë të bëjnë me prezantimin mediatik të fushatave zgjedhore janë standarde për të gjithë legjislacionet e ngjashme.

"Këtu nënkuptoj detyrimin për informacion të drejtë, të ekuilibruar dhe të paanshëm dhe mbulim të aktiviteteve të kandidatëve, detyrimin që të gjithë pjesëmarrësve në zgjedhje tu mundësohet akses, nën kushte të barabarta, deri tek të gjitha llojet e përfaqësimit mediatik zgjedhor..."



Ajo që, sipas tij, është diskutabile, përkundër detyrimit të sipërpërmendur për mundësimin e një qasjeje të barabartë, Kodi Zgjedhor i mbështet në mënyrë aktive partitë e etabluara përmes trajtimit të ndryshëm në aspektin e kuotave të rezervuara për reklamim politik të paguara, ose në drejtim të kuotave për përfaqësuesit e shumicës qeverisëse dhe opozitës kundrejt partive që nuk janë të përfaqësuara në Kuvend ose subjektet politike të formuara në periudhën ndërmjet zgjedhjeve paraprake dhe zgjedhjeve që janë lëndë e përfaqësimit mediatik.

EVROPA E REZERVUAR NDAJ REKLAMAVE POLITIKE

Në Evropë nuk ka qasje të unifikuar për këtë çështje. Disa vende, të tilla si Mbretëria e Bashkuar, Irlanda, Zvicra, por edhe Suedia, Norvegjia apo Franca, kanë ndalime të pjesshme ose të plota për reklamat politike në radiodifuzion. Mbretëria e Bashkuar, për shembull, lejon të ashtuquajtura "emisione politike partiake" që i referohen konventave partiake, konferencave dhe ngjarjeve të ngjashme, me çka definohen termine

This project is funded
by the European Union

specifike kohore në të cilat një "emision" i tillë patjetër të emetohet. Vende të tjera lejojnë reklamim politik vetëm gjatë fushatës zgjedhore, duke besuar se përçimi i mesazheve të tilla është thelbësore për qytetarët që të bëjnë një zgjedhje të informuar në ditën e votimit. Danimarka, nga ana tjetër, ndalon emetimin e mesazheve politike gjatë fushatës për të "mbrojtur votuesit nga ndikimi i papërshtatshëm" dhe për të penguar diskriminimin ndaj partive më të vogla ose pakicave që nuk kanë aq burime financiare sa partitë e mëdha të etabluara.

Megjithëse Gjykata Evropiane e të Drejtave të Njeriut disa herë ka përsëritur se ndalimet e tilla i konsideron si kufizime të papranueshme të së drejtës së lirisë së shprehjes, ato mbijetojnë, ndërsa rregullimi ose vetë-rregullimi i çështjeve të tilla i lihet vendimmarrjes në nivel lokal/kombëtar, në varësi të kontekstit lokal, situatës apo traditës. Me këtë rast, mediat e shkruara dhe ato online i nënshtrohen një qasjeje shumë më të butë në rregullacionin. Sidoqoftë, kjo po ndryshon, veçanërisht pas përvojave të fundit me përdorimin dhe keqpërdorimin e reklamave në rrjetet sociale gjatë zgjedhjeve presidenciale në SHBA në vitin 2016 ose votimin në referendumin për daljen e Britanisë së Madhe nga BE (Brexit). Tashmë janë bërë disa hapa në fushën e rregullimit të reklamave politike në rrjetet sociale, dhe priten hapa plotësuese edhe nga ligjvënësit edhe nga platformat e mëdha teknologjike. Së fundmi, në këtë fushë e kemi vendim e Twitter-it për të ndaluar reklamimin politik në platformën, por edhe vendimin e Facebook-ut se nuk do të bëjë fact-cheking të reklamimit politik në rrjetin. Përndryshe, ashtu si dhe të gjitha llojet e tjera të financimit të partive politike, financimi i fushatave zgjedhore dhe prezantimet në media janë subjekt i rregullativës mjaft të rreptë.



Komunikologu Bojan Kordalov, i cili është i specializuar në proceset moderne teknologjike në media, thotë se nevojitet që në shtetin tonë të zbatohet një sistem i mbrojtjes së mediave, në mënyrë që të zvogëlohet mundësia që qeveria të ndikojë mbi to, përfshirë shërbimin publik, ndërsa theksi të vihet në vetë-rregullimin e mediave. Ndërkaq, për sa a i përket reklamimit, thotë se ai kurrë nuk ka qenë kundërshtar i zëshëm, e as mbështetës, për arsyen e thjeshtë që kjo temë nuk është zi e bardhë siç duan të na i plasojnë partitë politike dhe eksponentët e tyre.

"Le të jemi plastikë. Qeveria e mëparshme konsideronte se duhet të promovohet dhe lavdërohet me para publike, ndërsa opozita e atëhershme ishte kundër. Kur opozita u bë pushtet aktual, zëdhënësit e saj për marrëdhënie me publikun ofruan subvencione për mediat e shkruara, dhe madje shkuan një hap më tej, duke anoncuar se ata do të financojnë histori hulumtuese në media", thotë Kordalov.

Ai sqaron se "Qeveria dëshiron t'i bindë qytetarët se do t'i paguajë mediat për ta kritikuar atë". "Besoni se në asnjërën prej të dyja qasjeve (të pushtetit paraprak dhe aktual) Qasja nuk do t}i bindë qytetarët dhe punonjësit mediatik se ka synim të sinqertë në marrëdhëniet me mediat, respektivisht se këto masa kanë për qëllim mënjanimin e ndikimit politik dhe qeveritar në sferën e mediave".

This project is funded
by the European Union

Kornizë: **KUJT I SHËRBEN SERVISI PUBLIK RADIODIFUZIV?**

Me Ligjin për shërbimet mediatike audio dhe audio-vizuale, i cili është ndryshuar dhe plotësuar disa herë deri më tani, vendi ka arritur të afrohet me legjislacionin e BE-së, por ligji nuk është zbatuar plotësisht. Mbeti shqetësimi në lidhje me reformën e servisit publik.

Në një studim të titulluar "Ardhmëria për të tashmen inekzistente", eksperti i mediave Klime Babunski, e trajton çështjen se cili duhet të jetë roli i srevisit publik radiodifuziv, duke pasur parasysh vlerësimet dhe rekomandimet e një grupi ekspertësh me përvojë për çështje që lidhen me sundimin e së drejtës të vitit 2017. "Mund lirisht të thuhet se ajo që i lidh të gjitha ndryshimet që po ndodhin që nga fillimi i viteve të 90-ta të shekullit të kaluar në dhe rreth RTM-së, është dështimi i tyre në vendin tonë të konstatohet dhe të funksionojë një servil radiodifuziv publik. Prandaj, RTM-ja është shumë më shumë një "rrugë qorre e tranzicionit" sesa një servis radiodifuziv publik", konsideron ai.

Në rekomandimet e veta për krijimin e politikave që do të duhej të ndodhin në RTM, Babunski rekomandon një kthesë të domosdoshme, të madhe, kopernikiane në RTM për t'iu përgjigjur rolit dhe nevojave si një servili mirëfilltë publik.

Sipas tij, me Ligjin e ri për ndryshime dhe plotësime në Ligjin për shërbime mediatike audio dhe audiovizuale u tregua një qëllim serioz për t'i dhënë fund praktikës së deritashme klienteliste, struktura menaxhuese-vendimmarrëse në RTM të mos jetë më rezultat i lojalitetit ndaj elitës qeverisëse partiake-politike, por duhet të jetë rezultat i zgjedhjes së një modeli për revitalizimin e RTM-së. Megjithatë, qëllimi i këtillë parimor - shton Babunski - "para së gjithash çon drejt synimit të qartë që në kurriz të ndikimit partiak të rritë ndikimin shoqëror në menaxhimin me RTM-në, është i frenuar nga opozita, që do të thotë se realiteti politik edhe më tutje do ta mbajë peng RTM-në".

Nga ana tjetër, drejtori i përgjithshëm i RTM-së, Marjan Cvetkovski, konsideron se modeli financiar, sipas zgjidhjes ligjore, respektohet që ky servis të ketë pavarësi. Por, thotë se ka shumë kufizime në punë shkaku se deri në fund nuk është i definuar statusi juridik i RTM-së.

"Një nga arsyet për situatën e këtillë është se disa organe shtetërore, siç është Enti Shtetëror i Revizionit, sipas ligjit të deritashëm e sheh televizionin si ndërmarrje publike, e cila duhet ashtu edhe të funksionojë, megjithëse në ligjin për media servisi publik përcaktohet si Ndërmarrje publike difuze", thotë Cvetkovski. Një problem tjetër, sipas tij, është fakti se prej vitit 2015, të punësuarit në MRT përfshihen në grupin e punonjësve administrativë, si ofrues të shërbimeve.

"Këtu ballafaqohemi me pasoja të rënda. Për shembull, RTM-ja nuk mund ta realizojë projektin për hapjen e qendrave të korrespondencës, aty ku në disa mjedise duhet të marrë me qira hapësirë vetëm shkaku se qeveria për leje për këtë është kompetente nuk është qeveria, por janë institucione tjera. Për shkak të kësaj, katër qendra korrespondence, të cilat janë në pronësi të RTM-së, janë të pajisura dhe ne kemi siguruar pajisje për to, por tani ato nuk mund të përdoren", thotë Cvetkovski.

Për ministrin për llogaridhënie dhe transparencës - Robert Popovski, mënyra ose modeli i financimit për RTM mund të mos jetë ideal, por ai prapëseprapë mundëson një stabilitet më të madh financiar, me çka ky servis tani ka mundësi t'i kthejë borxhet, më lehtë të operojë, të furnizohet me programe të reja, të bashkëfinancojë koproduksione.

"Po, ka vështirësi rreth financimit nga njëra anë e pikëpamjeve, por nga ana tjetër, duhet të kujtojmë faktin se ligji për ASHMAAV kishte ngecur për një vit, dhe me të reformat duhej të kishin filluar. Tek në vitin 2018 u miratua, por nuk është implementuar plotësisht që të fillojë procedura për zgjedhjen e anëtarëve të rinj të këshillave të servisit kombëtar dhe ASHMAAV si organ rregullator, thotë Popovski.

This project is funded
by the European Union

Biljana Petkovska nga Instituti i Mediave i Maqedonisë (IMM) thotë se nga puna e të gjithë këshillave të deritashme të RTM-së, konkluzion i përgjithshëm është se asnjë prej tyre nuk e ka kryer me sukses rolin dhe detyrën e vet. "Nga studimi i IMM-së fitohet përshtypja se ata kanë funksionuar dhe vazhdojnë të funksionojnë vetëm për fromalizimin e vendimeve të partive qeverisëse. Çështja e depolitizimit të këshillit të programor të RTM-së është një çështje e rëndësishme për pavarësinë mediatike, gjë që e kemi cekur viteve të fundit, veçanërisht gjatë krizës politike që përfundoi me Marrëveshjen e Prespës. Dhe kjo çështje do të fitojë edhe më shumë rëndësi nëse ndodh që të marrim edhe datë për negociata me BE-në", thotë Petkovska.

Kjo histori hulumtuese është përpunuar me mbështetje financiare nga Bashkimi Evropian. Përmbajtja e saj është përgjegjësi vetëm e autorit dhe në asnjë mënyrë nuk i pasqyron pikëpamjet e Bashkimit Evropian.

This project is funded
by the European Union