

Summer 7-2020

## OBJEKTIVITETI NË PORTALET E KOSOVËS

Dafina Berisha

*University for Business and Technology - UBT*

Follow this and additional works at: <https://knowledgecenter.ubt-uni.net/etd>



Part of the [Communication Commons](#)

---

### Recommended Citation

Berisha, Dafina, "OBJEKTIVITETI NË PORTALET E KOSOVËS" (2020). *Theses and Dissertations*. 1714.  
<https://knowledgecenter.ubt-uni.net/etd/1714>

This Thesis is brought to you for free and open access by the Student Work at UBT Knowledge Center. It has been accepted for inclusion in Theses and Dissertations by an authorized administrator of UBT Knowledge Center. For more information, please contact [knowledge.center@ubt-uni.net](mailto:knowledge.center@ubt-uni.net).



Kolegji UBT  
Fakulteti Media dhe Komunikim

## **OBJEKTIVITETI NË PORTALET E KOSOVËS**

Shkalla Bachelor

Dafina Berisha

Korrik/2020

Prishtinë



Kolegji UBT  
Fakulteti Media dhe Komunikim

Punim Diplome  
Viti akademik 2014-2015

Dafina Berisha

**OBJEKTIVITETI NË PORTALET E KOSOVËS**

Mentor: Dr. Ferid Selimi

Korrik/2020

Ky punim është përpiluar dhe dorëzuar në përmbushjen e kërkesave të pjesshme për Shkallën Bachelor

## **ABSTRAKT**

Objektiviteti në portalet tona, është një temë mjaft interesante për t'u trajtuar, duke u bazuar në literaturën, analizat dhe studimet e bëra në Kosovë. Ky punim, synon që të analizojë çfarë roli ka objektiviteti në ditët e sotme, sa janë portalet tona objektive dhe sa i respektojnë ato norma. Në kapitullin e parë është paraqitur një sërë autorësh që kanë sjellë përkufizime të çmuara në lidhje me mediat sociale si trend i ri, pastaj është trajtuar objektiviteti në Kosovë dhe Botë, dhe evulucioni i saj, të gjitha të dhënat si lloj informimi për kodin e Mediave të Shkruar, si dhe ligjet për etikë. Në kapitullin e dytë janë paraqitur mendimet e ekspertëve, gazetarëve, shkrimtarëve, e studiuesve për objektivitetin. Në këtë kapitull është aplikuar metoda kualitative. Kjo metodë kryesisht bazohet në praktikën dhe procesin dhe më pak te rezultatet. Fokusi kryesor është në perceptimet dhe përvojat e pjesëmarrësve dhe mënyrës se si ato japin kuptim në jetën e tyre. Dhe, në kapitullin e tretë paraqitet realiteti i portaleve në Kosovë. Në këtë kapitull është përdorur metoda krahasuese, e cila përbëhet prej konstatimit të ngjashmërisë dhe ndryshimeve mes dukurive të ndryshme, p.sh. të kuptohet dhe të interpretohet më mirë roli i objektivitetit në Kosovë dhe shtete të ndryshme, rëndësinë e saj, bëhet analizimi i përmbajtjes së portaleve online në Kosovë, dhe politikat e caktuara në gazetari.

**Fjalë kyqe:** Objektiviteti, portalet online, media, e vërteta.

## **MIRËNJOHJE**

Një falënderim special shkon për mentorin tim, profesorin, Dr. Ferid Selimi, për ndihmën dhe mbështetjen e çmuar, që më ofroi përgjatë gjithë punës sime dhe për kontributin e tij në finalizimin e punimit tim të diplomës, produkt i shumë orëve konsultimi, këshillimi dhe mbështetje nga ana e tij. Faleminderit profesor!

Po ashtu një falënderim i veçantë shkon për familjen time, që më ka mbështetur gjatë gjithë studimeve të mija, dhe më ka përkrahur në këtë rrugëtim, sa të vështirë aq edhe të bukur.

Mirënjohje e veçantë shkon gjithashtu për universitetin “UBT”, për mundësinë e ofruar, si dhe për të gjithë profesorët me të cilët kam pasur kënaqësinë të marrë pak nga dija e tyre.

Ju falënderoj të gjithëve për mbështetje që keni treguar ndaj meje gjatë këtij punimi.

Faleminderit.

# PËRMBAJTJA

LISTA E FIGURAVE.....	IV
1 HYRJE .....	1
2 SHQYRTIMI I LITERATURËS .....	2
2.1 Objektiviteti .....	2
2.2 Roli i Internetit në Media .....	4
3 DEKLARIMI I PROBLEMIT .....	6
4 METODOLOGJIA .....	7
5 PREZANTIMI DHE ANALIZIMI I TË DHËNAVE.....	8
5.1 Mediat online në Kosovë .....	8
5.2 Renditja e Portaleve on-line .....	11
5.3 Mediat online në Botë .....	12
5.4 Disa nga rastet kur media online tregohet e njëanshme dhe mban qëndrim .....	14
5.5 Gjuha e përdorur në Portale dhe lajmet e rreme .....	16
5.6 Këshilli i Mediave të Shkruara.....	18
5.7 Paanshmëria në raportim.....	19
6 KONKLUZIONE DHE REKOMANDIME .....	21
7. <b>REFERENCAT</b> .....	22

## **LISTA E FIGURAVE**

Figura 1. Objektiviteti ndarja.....	2
Figura 2. Pjesëmarrësit e Internetit sipas moshës.....	5
Figura 3. Sondazh mbi objektivitetin e lajmeve në botë.....	13

## **1 HYRJE**

Roli i mediave në shoqërinë moderne është shumë i rëndësishëm. Secili nga ne, kur flasim për mediat, kemi një ide përafërsisht intuitive, rreth komunikimit njerëzor. Në fund, të fundit ne komunikojmë me të tjerët, çdo ditë të jetës sonë.

Komunikimi është kuptim i dyanshëm i vendosur mes dy ose më shumë personash, përmes shkëmbimit verbal dhe joverbal. Ne mund të themi se gati çdo aspekt i shoqërisë njerëzore, domosdoshmërisht është i ndërlidhur me komunikimin dhe mediat. Mediat janë ato të cilat i mundësojnë njerëzve këmbimin e informacioneve, komunikimin, zhvillimin, edukimin, etj.

Gazetaria online apo mediat online, në të gjithë botën kanë ecur me hapa gjigant, duke u shëndrruar në burim informacioni për mediat e tjera. Padyshim se teknologjia ka ndikim edhe në kualitetin dhe etikën në rrafshin praktik të të bërit gazetari.

Mediat online apo (portalet) janë gazeta që kanë kaluar nga forma e shtypur, në atë elektronike dhe i lejojnë lexuesit të kenë qasje në lajm dhe ta merr informatën kryesore. Mediat online në Kosovë, tashmë janë pjesë e pandarë e komunikimit publik si dhe e zhvillimit të gazetarisë.

Arsyet kryesore që po trajtohet kjo temë është mosrespektimi i rregullave të etikës, që bëhet nëpër media dhe portalet tona. Mediat duhet të kujtojnë rolin e tyre të rëndësishëm dhe t'i kushtojnë vëmendje të veçantë, besueshmërisë së informacionit, dhe me çdo kusht të përdorin burime të shumta të informacionit, të raportojnë me besueshmëri dhe t'i paraqesin ngjarjet në mënyrë objektive dhe të balancuar, në kontekstin e tyre të vërtetë.

Në këtë kontekst, mediat duhet të jenë përgjegjës për detyrimet e tyre, për të raportuar në mënyrë profesionale, dhe në përputhje me parimet e etikës së gazetarisë dhe asaj njerëzore.



## 2 SHQYRTIMI I LITERATURËS

### 2.1 Objektiviteti

Gjatë gjithë kohës mendohet që gazetarët në shkrimet e tyre duhet të jenë objektiv dhe të drejtë. Madje shpesh shihen në sloganet e shumë organizatave që përdorin këto terma, duke pretenduar se ato janë më "të drejta dhe të balancuara" sesa konkurrentët e tyre. Por, çfarë është objektiviteti në të vërtetë? Emërtimi "objektivitet", do të thotë vlerësim e qëndrim i drejtë dhe paanësi në gazetari.

(shiko <https://www.vocabulary.com/dictionary/objectivity>.)



Figura 1. Objektiviteti

Në vete ngërthen një varg kriteresh, e normash përcaktuese në nivele të ndryshme. Në kuptimin më të gjerë të fjalës "objektiviteti" është etikë morale, e profesionale gazetareske, ndershmëri dhe ekuilibër, pavarësi nga shoqëria e organizmat e saj politik e shoqëror. Objektiviteti është një emër që do të thotë mungesë gjykimi ose paragjykimi. E kundërta e objektivitetit është "subjektiviteti" që është paragjykim apo mendim personal. Fillet e objektivizmit qëndrojnë me idenë, se realiteti është një vlerë absolute, që faktet janë fakte, pavarësisht nga shpresat, frika, apo dëshirat e ndokujt. Është një botë krejtësisht e pavarur e mendjeve, për të cilat të menduarit duhet të korrespondojnë me idetë, që duhet të jenë të vërteta, dhe për këtë arsye përdoren në praktikë në jetën e përditshme, duke ndjekur vlerat dhe duke mbrojtur të drejtat e njeriut. Për objektivitetin egzistojnë shumë nocione, studiuesi i njohur i çështjeve gazetarore, Bill Kovach për objektivitetin thotë: "Nocioni i objektivitetit është gjymtuar aq shumë, sa tashmë përdoret rëndom për të përshkruar pikërisht problemin që në fakt duhet të zgjidhte" (Kovach, Rosenstiel 2001:11). Sipas Kovach, mënyra e trajtimit të informacionit ka kaluar në një tranzicion. Sovraniteti i interpretimit të gazetarëve i takon së shkuarës, thonë shumë studiues të mediave. Sidomos rrjetet sociale, blogjet ofrojnë mendime që nuk mbulojnë nga mediat kryesore. Kjo ngre gjithnjë e më shumë dyshimin, nëse gjithmonë raportohet me vërtetësi dhe objektivitet? Mirëpo, është e qenësishme që të ruash një distancë që të mund t'i shohësh gjërat me qartësi dhe të formulosh gjykime të pavarura. Por çfarë është lajmi dhe roli i objektivitetit në të? Hamit Boriçi thekson: "Lajmi është produkt i një objekti (fakti, ngjarje apo dukuri) dhe subjekti, që e interpreton, e relatton atë". Është paraqitje e fakteve, e ngjarjeve dhe e dukurive që gjallojnë realisht në jetë; përfaqëson një përmbajtje, që është

“prodhim i përcaktuar objektivisht” rezultat i veprimtarisë mendore, e fizike të shoqërisë njerëzore, i ndërhyrjes së njeriut edhe në qenien natyrore”. (Boriçi, 1990: 146). Pra, sipas Boriçit që një lajm të jetë i kompletuar, faktet dhe pikëpamjet, duhen të paraqiten në mënyrë të baraspeshuar, t’i paraqesim në mënyrë të plotë rrethanat e krijuara, duke u dhënë përparësi pikëpamjeve që duken që janë më të drejta. Mirëpo, raportimi i këtyre fakteve ka për detyrë që të paraqesë të gjithë personat, institucionet, çështjet dhe ndodhitë në mënyrë të paanshme dhe etike, pa futur mendimin personal, sepse mund të krijohet përshtypja e njëanshmërisë. Sipas Ferid Selimit, gazetaria objektive është gazetari e të dukshmës, i asaj që thonë dhe bëjnë njerëzit. Kur flitet për objektivitet, gazetarët nënkuptojnë që tregimi i lajmeve, të jetë i çliruar nga ndjenjat e reporterit, të përmbajnë fakte dhe që rrëfimi të bëhet nga një vëzhgues i paanshëm dhe i pavarur (Selimi, 2016:182). Por, nuk do të thotë vetëm të citosh palët në një konflikt që të jesh objektiv; por ta shikosh një çështje pa pasur interesa në të. Nuk duhet të lejohen lajme gjysmë të vërteta dhe informacione të njëanshme, që do t’u servoheshin qytetarëve si lajme të verifikuara dhe të sakta. Në thelb, shtypi e ka shkëmbyer ndershmërinë ndaj një pale me një pakt të ri: që gazetaria nuk fsheh qëllime dytësore. “Editorialet dhe opinionet politike që më parë përziheshin në faqe të para të lajmeve apo përbënin vet lajmet, tani dallohen veqmas ndërmjetë vendndodhjes dhe përcaktimit që atyre ju bëhet”. (Kovach, Rosenstiel 2001: 141). Mediat e sidomos portalet nuk duhet të abuzohen dhe të përdoren si një mjet për propagandë dhe thirrje për të bashkuar individë dhe grupe për sjellje radikale dhe veprime që kërcënojnë rendin publik dhe paqen në shoqëri. Gazetaria profesionale dhe roli i mediave si mbikqyrës aktiv dhe objektiv i ngjarjeve, nuk duhet të pësojë dëme nga beteja për të fituar një audiencë më të madhe, dhe mungesa e lirisë së medias nuk duhet të përdoret si një argument për sjellje të keqe dhe për paraqitje të gënjeshtrove. Mund të ndodhë që argumentimi të përputhet me palën e cila është në konflikt, por kjo nuk do të thotë që ne nuk kemi qenë objektiv; pikërisht pozicionimi mbi palët, në të mirë të publikut, jep të drejtën e gjyqimit të pavarur. Mediat, gjatë gjithë zhvillimit shoqëror i kanë rezistuar kohës dhe në këtë mënyrë janë zhvilluar dhe përsosur gjithnjë me kohën.

(shiko <https://semm.mk/sq-al/soopshtenija-4/365-komunikate-per-media-20-04-2016>).

## 2.2 Roli i Internetit në Media

Interneti specifikuat mediat online dhe rrjetet sociale, na kanë bërë jetën shumë më të lehtë. Fal tyre, mund të informohet në çdo kohë, të krijohet, të bashkëpunohet, të diskutohet, me një qasje direkt, të shprehet mendimi, argëtimi dhe këto mundësi janë të pafundme. Digjitalizimi i shumë prej aktiviteteve të përditshme dhe kryerja e mjaft shërbimeve të domosdoshme përmes internetit, e kanë kthyer këtë medium në një komponent ekzistencial, “Përveç plotësimit të nevojave të njeriut për komunikim të shpejt dhe modern si dhe përdorimit gjithnjë e më të madh në punën e përditshme, interneti paraqitet edhe si një hipodrom i pamatë i fjalës së lirë. Tek internet liria e shprehjes ka gjetur një infrastrukturë teknologjike, që i shumëfishon hapësirën dhe kapacitetet e kësaj të drejtë”.

(shiko [https://www.osfa.al/sites/default/files/monitorimi\\_per\\_gjuhen\\_e\\_urrejtyes\\_ne\\_gazeta\\_dhe\\_media\\_online\\_3.pdf](https://www.osfa.al/sites/default/files/monitorimi_per_gjuhen_e_urrejtyes_ne_gazeta_dhe_media_online_3.pdf)).

Sociologu francez i komunikimit, Eric Maigret, cilëson internetin si mbretin e ardhshëm, të mediave dhe medias së lirë, “Sepse lejon të gjejmë atë që duam dhe të bëjmë publike krijimet tona, duke kapërcyer si diktaturën e mendimit analitik ngushtësisht shkollorë, ashtu edhe tiranitë e mediave të masës, pasivitetin”. (Maigret, 2010: 246). Dhe këto media online, tashmë janë bërë një trend i pashmangshëm, që po zëvendësojnë, dalëngadalë audiencën prej mediave tradicionale. Mediat e reja online ndryshojnë shumë nga tradicionalet, audiencia është shumë më aktive, duke kërkuar të jetë vetë pjesë në ndërtimin dhe publikimin e lajmit. Po ashtu audiencia ka gjithnjë e më shumë akses në informacionin që më parë filtrohej dhe jepej vetëm nga gazetarët. Kështu që këto media online sot janë shndërruar në hapësira reale të opinion-bërjes, falë këtij mjeti të pashmangshëm, por shumë të domosdoshëm si që është Interneti, mjet ky që në mediat e shkruara dhe elektronike, mbetet mjet tejjet politikë, në këto duar dhe mendje të kufizuara analistësh, apo opinionistësh. Rosenstiel konstaton “Kemi hyrë në një epokë, ku secili mund të luaj rolin e reporterit apo komentatorit në web, kalohet në një gazetari dykahëshe pohon autori”. (shiko <https://www.masternewmedia.org/citizen-journalism-the-key-trend-shaping-online-news-media/>).

Bill Kovach bën të qartë, se kjo është një epokë krejt tjetër, ajo e erës elektronike. “Informacioni është aq i lirë sa ideja e gazetarisë si një entitet homogjen mund të duket e vjetruar” (Kovach, Rosenstiel, 2010: 29). Megjithatë, rreziku i pakujdesisë gjithashtu mbetet i lartë. Qëndrimi për orë

të tëra në internet, sidomos në rrjete sociale dhe shfrytëzimi i këtij mjete për çështje personale, po krijon një varësi me ndikim negativë. Ndërsa kontrolli mbi të thuajse është gati i pamundur. Në 25 vitet e fundit, kemi ngritjen e një “demoni” të ri informativ e virtual sikurse interneti. Përhapja e shpejt e tij dhe e mediave online kanë ofruar më shumë shanse për lirinë e shprehjes, gazetarinë qytetare, dhe demokracinë në përgjithësi. Por, njëkohësisht më shumë informacion të pakontrolluar dhe jo të vërtetuar. Me rritjen e përdorimit të burimeve të internetit dhe mediave sociale mund të krahasohet menjëherë se për çfarë raportojnë mediat dhe të shkëmbehen informacione. Pra Interneti në kohët e fundit është bërë burim i pashtershëm i informacionit, mirëpo, mbetet sfidë ende nëse përdoret për qëllime të mira sidomos në kontekstin mediatik. Në Kosovë është bërë një kërkim për përdorimin e internetit dhe moshat të cilat janë më të prekura nga internet. Diagramet më poshtë ofrojnë më shumë informata, lidhur me pjesëmarrësit të cilët janë përgjigjur në pyetësin elektronik dhe të cilët nuk janë patjetër shfrytëzues ose mos shfrytëzues të internetit. Duket se shumica e pjesëmarrësve në studim i takojnë grupmoshës 10-30 vjeçare, duke qenë grupmosha më e madhe në Kosovë për shkak se, siç ceket edhe në uebfaqen e CIA-s, moshë mesatare në Kosovë është 27.4 vjeçe. Pjesa më e madhe e pjesëmarrësve, janë nxënës që e kanë kryer shkollën e mesme kurse 2.76% nuk kishin ndonjë shkollim formal, diagrami tregon qartë se Kosovarët janë përdorues të rinj të internetit dhe se shumica e tyre janë nën moshën 30 vjeçare. (shiko [https://stikk.org/wp-content/uploads/2018/11/Publications\\_2013\\_-\\_Internet\\_Penetration\\_SQ.pdf](https://stikk.org/wp-content/uploads/2018/11/Publications_2013_-_Internet_Penetration_SQ.pdf))

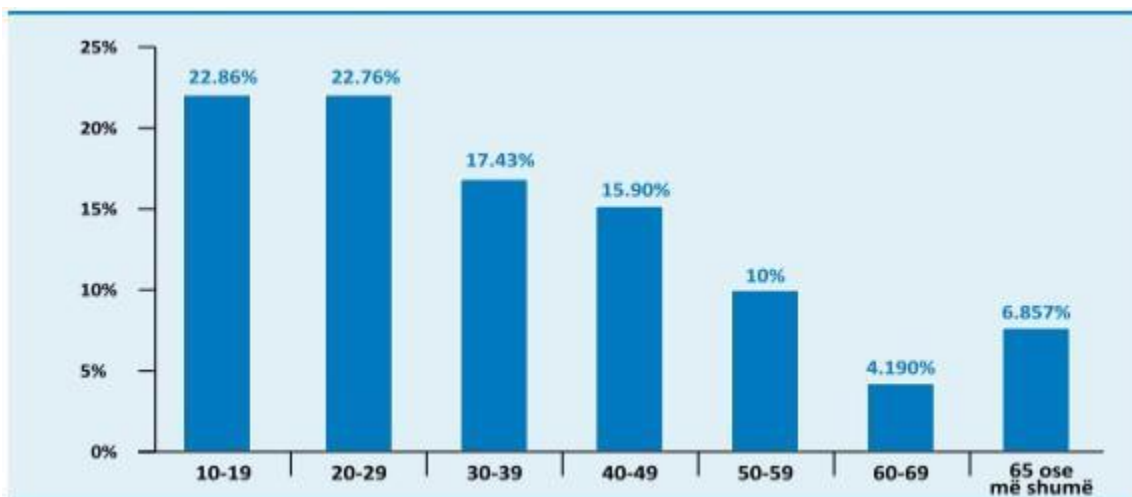


Figura 2.Pjesëmarrësit e Internetit sipas moshës

### 3 DEKLARIMI I PROBLEMIT

Në kohën kur trajtohet kjo çështje, mundësitë për të marrë informacion janë shumëfishuar, falë numrit të lartë të mediave në vend dhe procesit të shpërthimit masiv të mediave online. Po ashtu, fakti që një pjesë e mirë e popullsisë së Kosovës është përdoruese e rregullt e rrjeteve sociale, bën që informacioni të arrijë në më shumë njerëz se kurrë më parë, më shpejt se kurrë më parë. Mirëpo, populli gjithnjë e më shumë po ka dyshime për objektivitetin e këtyre mediave. Ndonëse para pak vitesh të qenit gazetar, lidhej vetëm me punën në një televizion, gazetë apo radio, tashmë kemi një numër të madh reporterësh, të angazhuar me kohë të plotë apo të pjesshme, vetëm në mediat online. Mediat online kanë krijuar dhe një treg shtesë, për gazetarët apo reporterët e rinj, të cilët tashmë përbëjnë një komunitet të rëndësishëm. Nga ky realitet i ri, lind dhe nevoja për të studiuar në lidhje me natyrën e mediave online, informacioneve që ato publikojnë, të vërtetën dhe objektivitetin e këtyre portaleve. Roland Tichy, kryeredaktor i disa mediave ekonomike dhe kryetar i fondacionit Ludwig Erhard tha në një konferencë me temën "Mediat dhe e vërteta": "Kufijtë mes gënjeshtërisë, heshtjes dhe vetëcenzurës po shkohin me njëri-tjetrin". Por, Media me rolin e saj objektivist, ka meritën e nxjerrjes në dritë të vërtetës, pa të cilat qytetari mund të ishte si në një tunel pa asnjë rreze drite.

(shiko. <https://www.dw.com/sq/dyshime-p%C3%ABr-objektivitetin-e-mediave-gjermane/a-18815931>).

Në këtë këndvështrim, ky punim diplome synon të trajtojë dhe të nxjerr përfundime në disa pyetje hulumtuese që janë baza e temës. Fillimisht, synohet të analizohet se çfarë rëndësie ka objektiviteti në ditët e sotme tek shoqëria kosovare. Së dyti do të analizohen portalet e Kosovës, se sa objektive janë ato, dhe sa i respektojnë ato këto norma. Problemi i Mediave të cilat nuk kanë aspak pavarësi institucionesh, edhe profesionalizëm, njëanshmëritë, influencimet që ato mbështesin i që i lidhin interesat e ngushta, e të çastit e të cilat të largojnë nga objektivizmi, e nga analizat objektive edhe për ato llojë ngjarjesh, që janë drithëruese e që alarmojnë opinionin qytetar. Së fundi, nëse interneti po e rrezikon objektivitetin dhe etiken në media.

## 4 METODOLOGJIA

Metodologjia e përdorur gjatë përgatitjes së këtij punimi përfshin analizë të dokumenteve, opinioneve dhe vendimeve, analizave të të dhënave sekondare, kornizave etike dhe rregullativave, por edhe të burimeve të tjera shtesë, që kanë të bëjnë me temën e hulumtimit. Ky punim diplome, synon të hulumtojë apo të qaset nëpërmjet metodës kualitative dhe monitorimit të mediave online në Kosovë.

Martyn Denscombe, Profesor i Kërkimeve Sociale thekson se metoda kualitative ka një përparësi në adoptimin e një qasjeje kritike dhe interpretuese të të dhënave. “Metoda kualitative, kërkon kuptim më të thellë dhe të brendshëm, duke përfshirë qasjen më shumë me fjalë se numra dhe që zhvillohet nga të dhënat drejt teorive. Përparësia e kësaj metode mbështetet në faktin se të dhënat e përfituara nga hulumtimi mund të plotësohen në vazhdimësi. Kurse disavantazhi konsiston në vështirësinë për ti parashikuar rezultatet finale pasi kërkon shumë kohë dhe që intervistuesi shpesh mund ta ndikoj të intervistuarin”.

(shiko. [https://www.academia.edu/2240154/The\\_Good\\_Research\\_Guide\\_5th\\_edition](https://www.academia.edu/2240154/The_Good_Research_Guide_5th_edition) )

Me qëllim të finalizimit të këtij punimi janë analizuar në mënyrë kritike shumë portale online, artikuj online, punime, dokumente dhe studime të ndryshme. Punimi gjithashtu është shoqëruar, me figura dhe tabela që përkojnë me punimin

## 5 PREZANTIMI DHE ANALIZIMI I TË DHËNAVE

### 5.1 Mediat online në Kosovë

Mediat online një mjet mjaft i pëlqyer i informacionit në tregun e Kosovës, i cili tashmë disa vite është bërë pjesë e pandashme e përditshmerisë sonë. Këto portale informative apo mediat online, cdo ditë e më shumë po zënë vend në dhënien e marrjen e informacioneve, në interaktivitet me lexuesin, i cili i referohet shtypit të përditshëm cdo ditë për tu informuar për ngjarjet e fundit, opinione dhe analizat në vend, showbiz, sport, shëndetësi etj. Media “on-line”, apo media e internetit ndryshe nga media tradicionale, kanë një informacion të bollshëm dhe të pacaktuar, për sa i përket periudhës kohore të konsumimit. Media “on-line” mundësonë përditësimin e informacionit në çdo kohë dhe në çdo mjedis të mundshëm. Nuk është e nevojshme, që konsumatori të pres me minuta të tëra informacionin, sepse e gjen atë falas kudo ku në ajër ka “wireless”. Mesazh-marrësi i mediave “on-line” kthehet në një bashkëbisedues i momentit. Marketingu i politikës, artit biznesit dhe kulturës ka ndryshuar me media “on-line”. Konsumatori i mediave “on-line” është i përditësuar me ngjarjet e realitetit në çdo moment të ditës. Publiku i ditëve të sotme, nuk ka nevojë të ngujohet para televizionit. I ulur në tren, kafene, radhë pritjeje apo edhe duke ecur, mund të zgjedhë të ndjekë çdo lloj informacioni që do. Drejtuesit dhe përfaqësuesit e partive politike, artistët apo bizneset nuk kanë nevojë të shpenzojnë shumë për marketingun e tyre. Tani mjafton të kenë një faqe në internet, me simpatizantë apo kuriozë të informacionit “on-line” dhe marketingu realizohet drejtpërdrejt. Në media “on-line”, audienca jo vetëm dëgjuese kthehet dhe në një bashkëbiseduese, duke kërkuar nga mesazh-dhënësi çdo informacion apo detaj të mesazhit. Ndër të tjera, kjo lloj audience nuk mbetet vetëm një mesazh marrëse që “feedback”-un, e komunikimit e jep me vonesë. Ajo sugjeron dhe u kthen përgjigje ideve, propagandës, marketingut aty për aty. Media “on-line” e mundëson këtë gjë. Audienca e mediave “on-line” reagon menjëherë. Kjo lloj audience nuk ka kohë të lexojë dhe dëgjojë fjalime të gjata, përndryshe do të mjaftohej me leximin e gazetës. Kuptimin e mesazhit të politikanit e merr nga fjalitë e drejtpërdrejta falë rrjeteve sociale ku përzgjedh të bëhet pjesë. Audienca e media “on-line” bëhet më interaktive në komunikim, megjithëse mesazhin e merr të copëtuar. Duke hyrë në një komunikim më të afërt me audiencën, individit që promovohet apo promovon futet qetësisht në jetën e tij të përditshme.

(shiko. <https://gazetamapo.al/si-po-komunikojme-media-tradicionale-vs-media-online/> ).

Historia e krijimit të mediave në Kosovë dhe krijimi i faqeve informative me ndikim në opinionin publik është popullarizuar në dekadën e fundit pavarësisht se mediat tradicionale kanë qenë të pranishme online edhe më herët. Qëndrueshmëria e dobët financiare ka bërë që gazetat të zhvillohen më ngadalë, në një kohë që audience ka ikur me kërkesat e saj në botën digjitale. Disa prej të përditshmëve kosovare janë mbyllur, e disa të tjera kanë kaluar tërësisht në versionin online. Për shembull, në muajin dhjetor të vitit 2015 janë shtypur numrat e fundit të gazetës «Tribuna». Pas shumë përplasjeve të pronarit me gazetarë për shkak të vonesës së pagave, kjo gazetë u mbyll për të kaluar në versionin online dhe televizion. Tre vite pas, gazetarët e këtij mediumi sërish ankohen, sepse nuk u janë dhënë rrogat. Në vitin 2010 një grup prej tre gazetarësh themeloi portalin Indeks Online, atëbotë kreativ në dizajn dhe në plasimin e lajmeve. Sot, ky portal nuk është në pronësi të gazetarëve. Gazeta Express braktisi botimin e shtypur për të kaluar tërësisht online dhe për një kohë të shkurtër u bë prijëse, sa i përket ndjekjes nga ana e lexuesve apo klikuesve. Në Këshillin për Mediat e Shkruara, organ ky që angazhohet për etikë dhe profesionalizëm në gazetari, janë të anëtarësuara gjithsej 27 media të shkruara; në kohën e shkrimit të këtij artikulli. Këtu bëjnë pjesë gazetat e përditshme, portalet e lajmeve, gazetat periodike, revistat dhe agjensitë e lajmeve. (shiko. <https://al.ejo-online.eu/profesionalizmi-ne-media/gazetaria-e-medias/rruga-e-veshtire-drejt-transformimit-te-mediave-ne-kosove>).

Sistemi i mediave online (portaleve) në Kosovë po e ndjek rrugën e "Perëndimit", rrugë e cila po e çon drejt zhvillimeve teknologjike që rrisin cilësinë, e cila është një gjë shumë e mirë për vendin tonë, por, që nga ana tjetër gjithnjë e më shumë, po e kthejnë këtë sistem mediatik në një mjetë kontrolli, që shpesh shërben për të tjetërsuar logjikën sociale në interes të pronarëve. Në Kosovë, llogaritet të jenë të regjistruar mbi 200 portale, por janë vetëm disa prej tyre që kanë besueshmëri dhe merren si burim i parë i informimit. Në një konferencë të organizuar nga OSBE-ja me temën "Gjendja e mediave "on-line" në Kosovë" lajmet e rrejshme dhe pronësia e portaleve janë cilësuar si sfidë për media "on-line" në Kosovë. Në këtë konferencë është vlerësuar se gjendja e mediave është shumë e vështirë, dhe disa nga media nuk e respektojnë kodin etik. Xhevahire Izmaqi, kryetare e Komisionit për Media të Kuvendit tashmë të shpërndarë, tha se gjendja e mediave në Kosovë është në situatë shumë të vështirë. Sipas saj kodi etik në to është shumë periferik, derisa ka theksuar se ka përmbajtje të cilët lëndojnë shumë qytetarë. Në konferencë gjithashtu është konsideruar si sfidë adresa dhe pronësia e portaleve, të cilat vetëm mund të hamendësohet se në



pronësi të kujt janë. Sepse, siq dihet në Kosovë ekzistojnë qindra portale të cilave nuk i dihen adresat dhe as pronarët, ose kush i financon ato, andaj u mendua se duhet të bëhet rregullimi i mediumit si biznes, pasi shumë prej tyre nuk paguajnë as tatim. Keqinformimi dhe gjuha e urrejtjes u konsideruan, si sfidat më të mëdha me të cilat përballen këto media. Gjithashtu, në konferencë u propozua që këto media “on-line” të krijojnë një kod të vetin dhe të mos jenë më pjesë e Këshillit të Mediave të Shkruara, pasi tani këto media kanë edhe përmbajtje me video.

(shiko. <https://www.koha.net/arberi/21980/lajmet-e-rrejshme-dhe-pronesia-e-portaleve-sfide-permediat/>.)

Kur bëhet një analizë e vizitave, atëherë shihet që numri i vizitorëve që ndajnë portalet kryesore në tregun medial është diku mbi 1 milionë lexues potencial brenda 24 orëve. Po ashtu, konkurrenca mes tyre dhe tendenca për të rritur “egërsisht” numrin e vizitorëve po i paraprinë, një denigrimi të tmerrshëm të gazetarisë. Shumë njerëz me ndikim në Kosovë kanë hapur portalet apo gazetat e tyre dhe këto media i përdorin në funksion të politikës dhe vendim-marrjes, së cili lajm plasohet dhe si bëhet ai plasim apo edhe më keq, për mbrojtje të bizneseve dhe interesave të tyre personale. Kështu, një gazetë portal apo cka do shpesh gjykohet, nga disa se mbanë anën e të djathtëve apo të majtëve, sepse nuk u pëlqen diçka. Pra, gjithë këtë proces të transformimit të medias, është duke e përcjellë një problem shqetësues: etika dhe standardet. Suksesi i një portali qëndron tek ndjesia e pushtetit e cila realizohet përmes fuqisë së informacioneve që transmetohen, te publiku. Nuk jep askush përgjegjësi për lajmet e shpifura, vjedhjet e lajmeve, linçimet publike që lehtësisht bëhen në hapësirat e tyre. Dhe sot këto portale, kanë tërhequr audiencë të gjerë, shpejtësia e lajmit, me të gjitha të metat etike, po e bëjnë të pamundur çdo përpjekje për të bërë gazetari të mirëfilltë. Dhe po harrojnë rregullat standarde që : Lajmi duhet të jetë i plotë dhe shpejtësia nuk duhet të vihet para objektivitetit. Informacioni duhet të jetë i bazuar në së paku dy burime. Lajmet objektive të bazuara në fakte janë në interesin e popullit. Lajmet e tilla zhvillojnë vetëdijen, iniciojnë mendim kritik - objektiv dhe inkurajojnë mediat e lira dhe institucione përgjegjëse.

(shiko. <https://crithink.mk/sq/objektiviteti-element-i-domosdoshem-per-lajm-te-besueshem/>)

## 5.2 Renditja e Portaleve on-line

Instituti i Prishtinës për Studime të Opinioneve Publike, ka bërë një anketë me qytetarët dhe ka nxjerr rezultatet, që tregojnë renditjen e portaleve më të pëlqyera në Kosovë. Mbi bazën e kësaj ankete del që:

Telegrafi të udhëheq me 21 për qind të votave;

Gazeta Express me 17 për qind;

Insajderi me 13 për qind;

Koha.net me 9 për qind;

Indeksonline me 7 për qind;

Lajmi.net me 4 për qind;

Gazetab Blic me 2% përqind

Zëri.info me 2 përqind;

Gazeta Metro me 1 për qind.

Duhet theksuar që 19 për qind e respondentëve, kanë thënë se nuk e dinë ose nuk kanë dashur të përgjigjen, derisa 5 për qind janë deklaruar për portale tjera që nuk kanë arritur ta kalojnë pragun e 1 përqindëshit (Instituti i Prishtinës për Studime të Opinioneve Publike).

(shiko. <https://ballkani.info/keto-jane-portalet-me-te-pelqyera-ne-kosove-renditja-foto/>).

Në Prill të vitit 2019, Partners Albania, ndau çmimin për rrjetin e gazetarve BIRN, çmimin "për guximin civil, profesionalizmin dhe objektivitetin e treguar me raporte hetimore me një ndikim të gjerë në publik".

(shiko. <https://birn.eu.com/news-and-events/birn-albania-wins-award-for-investigative-journalism/>).

### 5.3 Mediat online në Botë

Mediat online në Botë, njëjtë si në Kosovë kanë ndjekur gjithë këtë proces të transformimit të medias, mjafton të shikojm se si funksionon media në vendin me traditë më të gjatë, të demokracisë dhe të shtypit në botë, Britaninë. Në këtë vend, qëndrimet ose anësitë e mediave janë shumë të qarta për të gjithë, dhe më së shumti pluraliteti i tyre bën që secila veçmas të kenë një qëndrim. Në emisionin qesharak të Antony Jay dhe Jonathan Lynn's YES Minister, ka pasur një skenë ku kryeministri Jim Hacker, Sir Humphrey Appleby diskutojnë në emision drejtëpërdrejt se kush lexon gazetën. Ministri thekson “Tek britanikët e kanë shumë të qartë se dhe The Times lexohet nga ata që drejtojnë vendin, The Guardian (gazetë qartazi e majtë) lexohet nga ata që mendojnë se duhet të ishin drejtuesit e vendit, The Telegraph (e djathtë) lexohet nga ata që mendojnë se vendi duhet të drejtohet si më parë.

(shiko. [https://www.huffingtonpost.co.uk/ben-mirza/who-reads-the-papers\\_b\\_4519866.html](https://www.huffingtonpost.co.uk/ben-mirza/who-reads-the-papers_b_4519866.html) ).

Por nuk do të thotë anjëherë që është një gjë e keqe që një portal ka një qëndrim të caktuar, po ashtu sikurse një parti apo një shoqatë kanë një qëndrim të caktuar. E rëndësishmja është të qenit objektiv dhe i ndershëm. I ndershëm rreth asaj që beson se është më e mira për publikun apo për botën. Pra, ky fenomen nuk ndodhë vetëm në Kosovë. Po ashtu në zgjedhjet e fundit në SHBA kjo ishte më e qartë se kurrë. Shumë republikanë, edhe intelektualë, votuan për Trumpin, ngaqë nuk duronin dot Hillary Clintonin, dhe anasjelltas, shumë demokratë votuan për Clintonin ngaqë nuk e duronin dot Trumpin. Në Amerikë, për fat, nuk ekziston kulti i të paanshmëve. Atje nuk është turp të jesh i anshëm. Të gjithë janë të anshëm, që nga Noam Chomsky e deri te Sean Hannity. Nuk është turp as të jesh me pushtetin. Janë një ushtri e tërë intelektualësh që janë gjithë kohën në mbështetje të Trumpit. Sepse rëndom e konsiderojnë si ofertën më pak të keqe. Për të mos thënë që ka të tjerë, si Ben Shapiro fjala vjen, që në një konferencë konservatorësh nja 10 ditë më parë, nuk la vlerësim pa bërë në adresë të Trumpit. Nuk doli askush ta cilësonte si proqeveritar. Sepse atje secili bën zgjedhjen e vet, mbi bazën e marrëdhënies së tij me ligjin, shtetin, qeverinë, fetë, barazinë gjinore, multikulturalizmin, amendamentin e dytë (mbi armëmbajtjen e ligjshme), sistemin fiskal, politikën ndërkombëtare etj.

(shiko. <https://www.gazetaexpress.com/oped-te-jesh-gazetar-i-anshem-eshte-sexy-509271/>).

Po ashtu edhe Instituti Reuters për Studimin e Gazetarisë ka bërë një sondazh mbi: Burimet e ndryshme të lajmeve që janë në dispozicionin tuaj (të tilla si gazeta, transmetuesit ose lajmet në internet, portalet), të cilat i besoni më së shumti dhe cfarë llojë lajmesh preferojmë ne? Ky sondazh përfshin të gjitha vendet e botës.

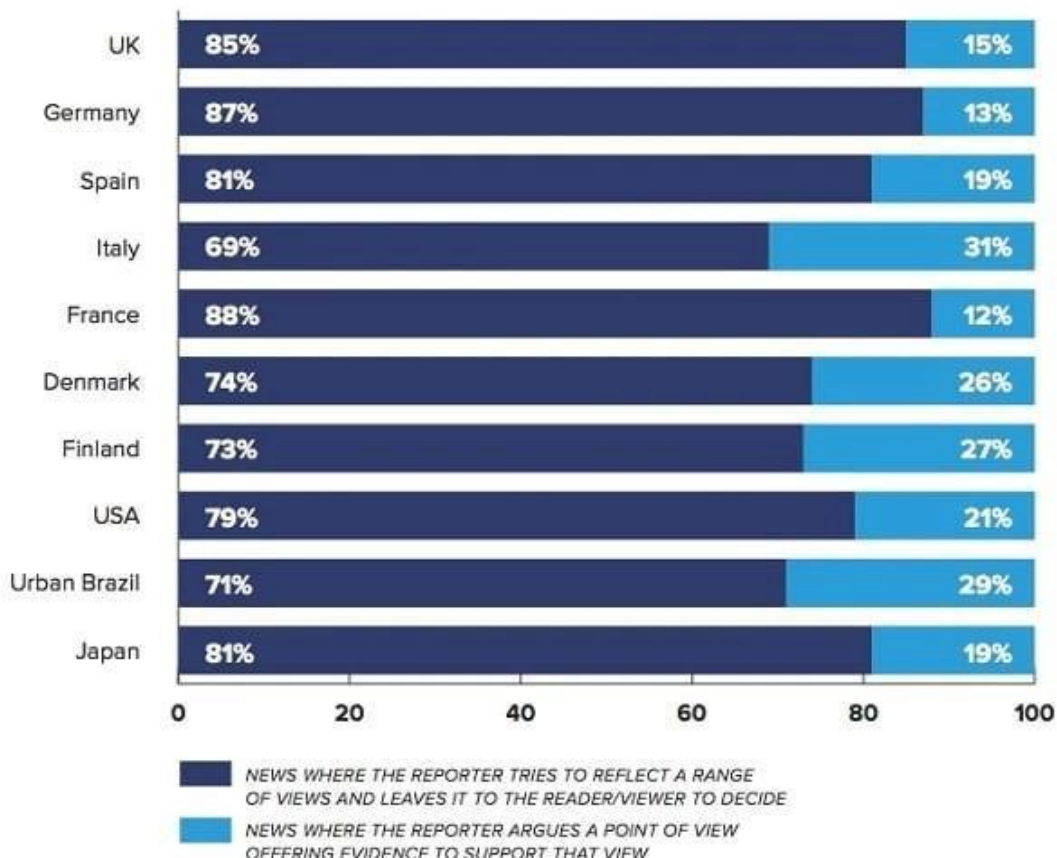


Figura 3.Sondazh mbi objektivitetin e Lajmeve në Botë

#### **5.4 Disa nga rastet kur media online tregohet e njëanshme dhe mban qëndrim**

Në gazetari gjithmonë ka qenë rregull, që reporterët duhet të kontrollojnë se pari mes fakteve, t'i peshojnë ato, të bëjnë gjykime për forcën dhe rëndësinë e tyre relative, dhe pastaj t'i paraqesin ato në një mënyrë që ndriçon të vërtetën e një çështjeje. Ky, proces i marrjes së gjykimeve editorial, rreth fakteve është thelbësor për gazetarinë, dhe rolin e saj në shoqëri. Gazetaria është pasionante, imponuese dhe me ndikim. Në mbarë botën ekzistojnë media, të cilat përkrahin një ideologji të caktuar politike. Kjo nuk nënkupton se ato përkrahin një parti të vetme politike, por se janë të orientuara, qoftë ky orientim majtist, djathtist, i qendrës e kështu me radhë. Mirëpo, në fushën e gazetarisë kjo nuk funksionon. Edhe pse mund të të “ziejë barku” për të sulmuar elitat politike, duhet të kesh dy-tre argumente që asistojnë atë që autori do ta arrijë me lajmet e publikuara. Shfrytëzimi i burimeve dhe citimi i tyre është alfa dhe omega në gazetari. Në Kodin e Etikës së Gazetarëve, ndër të tjera thuhet: “Duhet të jenë qartë të ndara, cilët janë faktet dhe cilat informacionet, dhe cilat janë komente, hipoteza ose qëndrime të autorit me qëllim që të shmangët dezinformimi dhe manipulimi me publikun.”

(shiko. <http://verifikimiifakteve.mk/publiku-nuk-meriton-lajme-te-njeanshme/>).

Teksti dhe editorialet që kemi më poshtë, janë disa nga njëanshmërit, vlerësime, qëndrime dhe anësi në gazetari nga ana e Gazetës Express.

#### **Gazeta Express 06/Mars/2020 12:33**

##### **“Abbott për Express: Grenell ka sjellë energji të re, presim heqjen e plotë të taksës”**

Ambasadori britanik ka thënë diçka shumë më të rëndësishme se taksa në përgjigjet e tij, mirëpo gazeta Express në titull e nxjerr idolin e tij të ri, Grenellin, dhe që në fillim jepet një konstatim më i guximshëm, se që bëhet në lajm, duke e mbështetur Grenellin dhe mbajtur kahje. Ndërsa e vërteta dhe realiteti është krejt tjetër gjë: **“Nicholas Abbott: Është me rëndësi të respektohen pavarësia dhe sovraniteti i Kosovës. Ne besojmë se në një shoqëri multietnike siç është Kosova, të drejtat dhe liritë e komunitetit joshumicë duhet të respektohen.”** Dhe ngjit me këtë gjendet titulli që paralajmëron goditjet amerikane ndaj Kosovës Këtu shihet rezultati kur media dhe lajmi përdoren me porosi.

(shiko. <https://www.gazetaexpress.com/abbott-per-express-grenell-ka-sjelle-energji-te-re-presim-heqjen-e-plote-te-taksas/>).

**ALBANIANS**show 05/Shkurt/2020

**“Berat Buzhala: Veseli, Thaçi e Haradinaj nuk janë të Zot me dal në debat me Albin Kurtin, ai është tjetër ligë.”**

Në këtë frazë të emisionit, gazetari i cili është gjithashtu pronari i gazetës Express përdor fraza të shumta sensacioniste dhe gjuhë emocionale për të dramatizuar "betejën mes politikanëve" dhe gjithashtu përdor senzacionalizmin në formën e hiperbolës duke e dërguar në një tjetër nivel kryeministrin Albin Kurtin si të pakapshëm dhe duke e përkrahur haptazi atë, pasi nuk ka ndonjë ligë që mundet të krahasohen apo vlersohen mes veti, në çfarë lige janë politikantët tjerë.

(shiko. <https://www.albanienshow.com/lajme/berat-buzhala-veseli-thaci-e-haradinaj-nuk-jane-te-zot-me-dal-ne-debat-me-albin-kurtin-ai-eshte-tjeter-lige/>).

**Gazeta Express 01/Mars/2020 14:26**

**“Shkruan Berat Buzhala: Pse tutna nga Albini”**

**“Ai është i lexuar, di gjuhë të huaja, e ka shëtitur botën, në një formë është kozmopolit, por, në anën tjetër, veprimtaria e tij jetësore është ajo e një profeti të pagabueshëm, që grumbullon rreth vetes lukuni vigjilentësh të verbër, që e trazojnë këdo që në çfarëdo forme mendon ndryshe prej tij. Ai duhet që urgjentisht ta ndryshojë këtë mënyrë të operimit”.**

Në Editorialin që e publikoi Gazeta Express, Berat Buzhala gazetar dhe opinionist. në një pjesë e përshkruante kryeministrin e tanishëm të Kosovës si të lexuar, të dijshtëm, e kozmopolit për nga ana tjetër thotë se I frikësohet atij, duke e hiperbolizuar kryeministrin Albin Kurti si të pagabuar. Lexuesit mund të vënë në dukje se Berat Buzhala është një fans i politikanit për njëkohësisht i frikësohet atij.

(shiko. <https://www.gazetaexpress.com/shkruan-berat-buzhala-pse-tutna-nga-albini/>).

## 5.5 Gjuha e përdorur në Portale dhe lajmet e rreme

Gjuha është mjeti përmes të cilit raportohen informacionet në mediat online-portalet. Prandaj duhet të kihet kujdes në përdorimin e saj, në qartësinë dhe thjeshtësinë e saj, duke i ikur zmadhimit dhe dykuptimisë së fjalëve. Gjuha e përdorur, duhet të jetë ajo letrare shqipe (standardja). Megjithatë në raste të vecanta lejohet përdorimi i dialekteve, kur është në pyetje ruajtja e tij. Ferid Selimi thekson se kohëve të fundit po zënë vend fjalët, “që mbase nuk janë në fjalorin e gjuhës së sotme shqipe, por ama po përdoren dhe po pranohen nga shoqëria jonë”. (Selimi, 2016: 238). Sa i përket shprehjeve jo të mira atyre vulgare, standardet profesionale dhe parimet etike nuk i lejojnë ato sikur, që nuk e lejon as përdorimin e gjuhës, që nuk është në përputhje me normat e mirëqenies sociale. Pikëpamjet dhe mendimet e ndryshme, janë shumë të rëndësishme në arritjen e balancimit dhe paanshmërisë, në raportimin e informacionit. Prandaj, duhet të siguroar spektrin sa më të gjerë, të mundëshëm të pikëpamjeve dhe të mendimeve të ndryshme. Një gjë tjetër me rëndësi kur flitet për shkrimet nëpër portale, është edhe politika redaktuese, që jo rrallë herë mund të jetë e ashpër dhe vendimmarrëse, jo e mirë e formatit të një portali informativ. Nga kjo politikë dhe menaxhim jo i mirë, portali mund të ketë konflikte të llojeve të ndryshme. Kështu, që një lexues i kësaj platforme mediale, kur lexon një lajm në një portal detyrohet që ta lexojë të njëjtin lajm edhe në portale tjera, deri sa të vërtetojë që ajo që shkruhet është e vërtetë dhe objektive. Kjo gjë ndodhë për shkak të gabimeve të shumta, që kanë bërë portalet e ndryshme, si Gazeta Express e shumë gazeta e portale tjera, ku kanë keqinformuar lexuesit disa herë. Mirëpo, jo vetëm portalet në ditët e sodit keqinformojnë dhe plasojnë lajme të rreme, lajme të rreme ekzistonin edhe gjatë dominimit të mediave klasike (Radio, TV, shtyp). Mirëpo, sot Interneti ka kapërcyer media klasike me shpejtësinë e krijimit dhe vendosjes së informacionit, por edhe dezinformimit. Për shkak të shpejtësisë në të cilën po krijohen lajme të rreme, mohimi i botimit është pothuajse i pakuptimtë. Ndërkohë që denoncojnë një mesazh të rremë, ka lajme të panumërta të ngjashme. Dhe, Interneti bëhet gradualisht një zonë lufte me lajme të rreme. Portalet e internetit, po përdoren gjithashtu për të krijuar lajme të rreme. Për fat të keq, gazetaria moderne në internet kryesisht reduktohet në gazetari të kopjuar-paste. Prandaj, shumica e portaleve të internetit në aspektin e përmbajtjes ngjajnë me njëri-tjetrin. Tekstet virale dhe lajmet e agjencisë që gjeni në një portal të vetëm do të gjenden në të gjithë tjetërit me një redaktim të lehtë të titullit dhe titullit të fotografisë. Kjo teknikë kopjimi e gazetarisë është një pjesë e mirë përgjegjëse për lajmet e rreme, pa kontrolluar burimin dhe saktësinë e informacionit. Në një konferencë të organizuar nga OSBE-ja me temën “Gjendja

e mediave “on-line” në Kosovë”. Lajmet e rrejshme dhe pronësia e portaleve janë cilësuar si sfida për media “on-line” në Kosovë. Në këtë konferencë është vlerësuar se gjendja e mediave është shumë e vështirë dhe disa nga media nuk e respektojnë kodin etik.

(shiko <https://www.koha.net/arberi/21980/lajmet-e-rrejshme-dhe-pronesia-e-portaleve-sfide-permediat-online-ne-kosove>).

Kryeredaktori i gazetës, Koha Ditore, Agron Bajrami, ka bërë thirrje që mediat online të mos jenë pjesë e Këshillit të Mediave të Shkruara, pasi tani kanë përmbajtje me video. Sipas kryeredaktorit të Kohës Ditore, mediat online duhet të krijojnë një kod të vetin dhe të mos jenë pjesë e KMSH-së. Ai ka theksuar se duhet të bëhet rregullimi i biznesit të medimeve dhe jo të rregullohet përmbajtja e tyre, pasi, sipas tij, do të ishte shkelje e lirisë së shprehjes. “Edhe nëse ato do të transmetonin një gënjeshtër, kjo do të ishte shkelje e lirisë së shprehjes, por pasojat për atë lajm duhet t’i bartë ai medium. Duhet të bëhet rregullimi i mediumit si biznes, pasi shumë prej tyre nuk paguajnë tatim”, ka thënë Bajrami. Imer Mushkolaj, kryesues i Bordit të Këshillit të Mediave të Shkruara të Kosovës, ka theksuar se mediat online në Kosovë janë lehtësisht të dallueshme se cilit pronar i përkasin në bazë të asaj se çfarë plasojnë. Mushkolaj tha se është me shumë rëndësi të diskutohet çështja e vërtetësisë dhe kuptimit të përmbajtjes së lajmeve, të cilat i konsumojmë çdo ditë. “Kodi etik ekziston për mediat e shkruara, por mediat e caktuara nuk duan ta respektojnë këtë kod”, ka thënë Mushkolaj.

(shiko <https://www.koha.net/arberi/21980/lajmet-e-rrejshme-dhe-pronesia-e-portaleve-sfide-permediat-online-ne-kosove>).



## 5.6 Këshilli i Mediave të Shkruara

Në Kosovë egzistonë Këshilli i Mediave të Shkruara të Kosovës (KMSHK) i cili është trup vetërregullues i pavarur i mediave të shkruara të Kosovës, ku bëjnë pjesë gazetatat e përditshme, ato periodike, revistat, agjensitë e lajmeve dhe portalet e lajmeve. Këshilli i Mediave të Shkruara, ndryshe KMSHK garanton zbatimin e Kodit të Mirësjelljes së Mediave të Shkruara të Kosovës dhe zhvillimin e reputacionit të mediave të shkruara. KMSHK është trup vetërregullues i mediave të shkruara, për të siguruar që këto vlera dhe Kodi i Mediave të Shkruara do të aplikohen në mënyrë të barabartë dhe në të mirë të shoqërisë dhe të qytetarëve të saj.

(shiko [http://presscouncil-ks.org/wp-content/uploads/2019/11/Kodi-i-Mediave-te%CC%88-Shkruara-te%CC%88-Kosove%CC%88s\\_2019.pdf](http://presscouncil-ks.org/wp-content/uploads/2019/11/Kodi-i-Mediave-te%CC%88-Shkruara-te%CC%88-Kosove%CC%88s_2019.pdf)).

Këshilli i Mediave të Shkruara promovon dhe zbaton Kodin e Mediave të Shkruara të Kosovës, shqyrton ankesat lidhur me shkeljet nga ana e mediave të shkruara të Kosovës, në rast të ndonjë shkelje këshilli i Mediave të Shkruara vendos për masat nëse ankesa konsiderohet të jetë e arsyetuar. Anëtarët e Këshillit të Mediave të Shkruara veprojnë në mënyrë të pavarur. Mediat do të tregojnë transparencë në çështjet e pronësisë dhe të menaxhimit, duke u mundësuar kësisoj qytetarëve të dijnë, se kush janë pronarët dhe cili është interesi i tyre ekonomik, në media. Në Kodin e Këshillit të Mediave të Shkruara flitet për konfliktin e interes, të vërtetën dhe objektivitetin rregullat bazë të Gazetaris që cdo gazetarë i mirëfillët duhet përmbajtur.

(shiko [http://presscouncil-ks.org/wp-content/uploads/2019/11/Kodi-i-Mediave-te%CC%88-Shkruara-te%CC%88-Kosove%CC%88s\\_2019.pdf](http://presscouncil-ks.org/wp-content/uploads/2019/11/Kodi-i-Mediave-te%CC%88-Shkruara-te%CC%88-Kosove%CC%88s_2019.pdf)).

Portalet duhet të punojnë shumë për tu përmirësuar. Ata duhet ta bëjnë të pamundurën që të profesionalizohen dhe ti ndjekin parimet etike, për të fituar besimin e lexuesve, dhe ti mbajnë ata gjithmonë të informuar saktë për ngjarjet. Gjithashtu organet mbikëqyrëse si Këshilli për Media të Shkruara, duhet ti kontrollojnë sa më shumë këto portale on-line që informimi të jetë sa më etik dhe objektiv më kryesorja.

## 5.7 Paanshmëria në raportim

A është e mundur që gazetari të jetë i paanshëm në raportim? Cënimi i objektivitetit zë fill që në procesin e zgjedhjes e të përcaktimit, të faktit apo të grupit të fakteve për të cilat, do të informohet publiku. Problemi i tërë i vërtetësisë dhe objektivitetit të informatës, qëndron në faktin e gjetjes së fakteve relevante. Postmodernistët do të thoshin se nuk ka diçka objektive në përgjithësi. Po ashtu, shumica e sociologëve thonë se të paktën, tek sjellja e njerëzve, nuk ka diçka objektive. Si çështje praktike, objektiviteti i përceptuar ka një ndikim të dukshëm, në gazetari. Disa kanë pohuar se mungesa e objektivitetit, ka qenë përgjegjës, të paktën pjesërisht, për rënien e reputacionit të gazetarisë. Të tjerë deklarojnë se gazetaria objektive është zbehur dhe se gazetaria e avokimit ofron një mundësi për ta bërë atë të freskët dhe të rëndësishëm në një shoqëri të mbingarkuar me informacion. Rrjedhimisht gazetaria si një veprimtari njerëzore nuk mund të arrijë dot objektivitetin. Për aq kohë, sa të jenë njerëzit ata që mbledhin, formulojnë dhe u japin lajmin, atëherë subjektiviteti do të jetë rregulli e jo përjashtimi. Pra objektiviteti i medias është një gjë kaq subjektive “Kjo është një ndër arsytet pse në vitin 1996 Shoqata Amerikane e Gazetarëve Profesionistë i dha fund kësaj manie për objektivitet duke e hequr këtë term nga kodi i tyre i etikës”.

(shiko. <https://www.mediaethicsmagazine.com/index.php/browse-back-issues/179-fall-2013-vol-25-no-1/3999003-objectivity-and-advocacy-in-journalism> ).

Profesori John Pavlik, që i përket shkollës së Kolumbisë, por edhe studiues të tjerë, kanë ngritur prej vitesh shqetësimin se “objektiviteti, paanshmëria dhe saktësia, janë kthyer në parime problematike të cilat nxisin gazetarët që të qëndrojnë larg të vërtetës. “Pak rëndësi ka për gazetarët, shkruan Pavlik, nëse raportimi përputhet apo jo, me realitetin e rëndësishme është që ai të jetë korrekt profesionalisht. Kemi arritur në pike ku raportimi është objektiv, “i paanshëm” dhe i saktë, por jo i vërtetë.” (Pavlik, 2001: 93). Do të thotë standardet profesionale të gazetarisë, po vihen në pikëpyetje sepse ai nuk përmban të gjitha elementet e nevojshme që do ta forconin besueshmërinë e tij. Për gazetarët raportues, gjitha palët në konflikt duhet të jenë njësoj të rëndësishme, dhe ngjarja duhet të paraqitet në mënyre sa më objektive dhe të ndershme, duke shmangur shpifjet, dhe duke u bazuar gjithmonë në atë që të gjithë njerëzit kanë të drejtë për një emër të mirë, deri sa të provohet fajësia. James Carey shkruan se: “Kemi zhvilluar një gazetari që justifikohet në emër të publikut, por ku publiku nuk lun kurrfarë, roli përveq se rrin e bën sehir”. (Carey, 1997: 247). E njejtja vlenë

edhe në Kosovë, kjo mani e të justifikuarit në emër të publikut, ka shkaktuar një përcipcion të gabuar për mediat, se nëse e njëjta media paraqet të dy palët atëherë është arritur objektiviteti. Dhe këtu hamendësimin se diçka mund të jetë bipolare ose e vërtetë, ose gënjeshtër, për një çështje vlerësohet ndryshe merret mendimi i një analisti, opinionisti, dhe kështu gazetari aludon se e ka arritur objektivitetin. Gazetari përmes këtij modeli hamendëson se secila palë po thotë të vërteta të pjesshme dhe se e vërteta gjendet diku në mes. Kjo ndryshe quhet të pari e botës bardhë e zi. Dhe kjo vjen nga bindja se çdo histori ka patjetër dy anë, dy faqe, dy pjesë atë, të errët dhe të bardhën, dhe gazetari patjetër duhet të gërmojë, për të zbuluar të vërtetën. Kjo përpjekje, ky aludim krijon bindjen e gabuar, se çdo gjë ka një anë të errët të dytë, apo një tjetër historie dhe kjo bën që njerëzit të vënë në dyshim çdo fakt që ekziston. Dhe si pasojë e kësaj paradigme gazetarët lënë shumë pyetje, papërgjigje. Pra gazetari në një mënyrë apo tjetër nuk analizon por i lë stafetën e gazetarisë publikut. Në shekullin që po jetojmë është e mundur të jesh një gazetar i ndershëm dhe të mbështesësh një kauz të caktuar, ndërkohe që smund të jesh një gazetar i ndershëm dhe të tregohesh i ciltër ndaj një personi, një partie politike apo një fraksioni, më shumë ka të bëjë me bindjen se egziston një marrëdhënie ndërmjet gazetarisë dhe përcipimit, të së vërtetës nga ai që e vë atë në zbatim. Por të jesh i ciltër ndaj një partie politike një personi apo një fraksioni do të thotë të mos njohësh si objektiv kryesor thënien e së vërtetës opinionit publik. Një nga mendimtarët më të mëdhenj, të shekullit të kaluar, filozofi Karl Popper, ka thënë se nuk mund të ketë informim që nuk shpreh një lloj tendence, anësimi, dhe vërehet që të mënyra e përzgjedhjes së lajmeve, të cilat informojnë njerëzit. Gazetari duhet të zgjedhë dhe para se të bëjë këtë, duhet të gjykojë mbi faktet dhe rëndësinë e tyre. Kjo do të thotë se nuk ekziston informimi i paanshëm: “Të thuash se egziston informim i pastër, si transmetim i thjeshtë faktesh, është naive. Ju do tentoni gjithmonë t’i impononi këndvështrimin tuaj spektatorit dhe nuk mund mos ta bëni këtë. Prandaj, dallimi mes edukimit dhe informimit nuk qëndron. Por ky dallim, jo vetëm që është fals, por bëhet enkas për një objektiv të qartë, që ju (gazetarët) t’i thoni njerëzve, “Ne jemi objektivë, ne ju komunikojmë vetëm faktet ashtu si janë dhe jo ashtu si ne duam që ju ti shihni”.

(shiko. <https://www.vizionplus.tv/mbi-koherencen-dhe-paanesine-e-gazetareve/>).

Pra gazetarët tanë dhe jo vetëm ata që nga momenti që nisin e mendojnë dhe artikulojnë, ata mbajnë një qëndrim, një pozicion, një anë. Varësisht nga qëllimi që kanë dhe mesazhi që synojnë të përcjellin gjatë raportimit.

## **6 KONKLUSIONE DHE REKOMANDIME**

Nga trajtimi i temës “Objektiviteti në portalet e Kosovës” kuptohet shumë në lidhje me trajtimin e lajmeve dhe me atë se çfarë do të thotë në të vërtetë objektiviteti nëpër mediumet online (portale) e Kosovës. Të kesh një opinion tëndin, jo vetëm është e pranushme, jo vetëm është normale, por është në dobi të skepticizmit të natyshëm me të cilin çdo reporter i mirë e sheh një lajm. Por një gazetar duhet të jetë aq inteligjent dhe i ndershëm sa të pranojë që opinioni duhet të bazohet mbi diçka më thelbësore se bindjet personale, në rast se duam që gazetaria të jetë e dobishme.

Sa i përket Mediave “on-line” apo Portaleve në Kosovë, ato po përparojnë çdo ditë e më shumë, dhe interesimi për tu informuar nga kjo platformë mediale sa shkon e shtohet. Duke marrë parasysh këtë fakt mund të themi se portalet “on-line” kanë filluar dukshëm të zëvendësojnë çdo platformë tjetër mediale. Tani kur ‘Lajmin e fundit’ ne e gjejmë në telefonin e mençur ajo gjë e fundit që na shkon ndër mend është se a është respektuar etika apo jo. Mirëpo edhe pse media online po përparojnë e po ndryshojnë, gazetaria duhet të jetë ashtu siç duhet, gazetarët duhet të mundohen që ta kuptojnë se si duhet të jetë një raportim i duhur profesional dhe ta praktikojnë atë. Gjithmonë duke u bazuar në faktet që kanë, dhe duke u siguruar që gjithmonë ti kontrollojnë burimet. Standardet për objektivitetin, saktësinë dhe balancën janë përgjegjësia e vërtetë e gazetarëve.

Në këtë punim shihen disa gjëra ku në njëfarë mënyre janë të paraqitura përmes shembujve të ndryshëm, duke dashur të tregojë rëndësinë e objektivitetin në gazetari dhe media online.

Si përfundim asnjë mase ndaluse kundër çdo lloj angazhimi personal apo intelektual nuk mund të garantojë pavarësinë e gazetarit nga njëanshmëria politike apo e një lloji tjetër. Në fund të fundit është arsyeja e shëndoshë e gërshetuar me respektimin e vazhdueshëm të besnikrisë ndaj qytetarëve që e dallon gazetarin korrekt.

Andaj, sa më shumë ta respektohet pikësëpari etika njerëzore më pas ajo e punës.

## 7. REFERENCAT

1. Boriçi, Hamit. Nga Sami Nezaj, Lajmi ne Media, Tiranë, 2017.
2. Boriçi, Hamit. Gazetaria dhe Publicistika, 8 Nentori, Tiranë, 1990.
3. Carey, James. A Critical reader, Eve Striker Munson, Univ Of Minnesota Press, Minneapolis, 1997.
4. Gallagher, Maggie. Vëzhgime të bëra në forumin e CCJ, 4 dhjetor, New York, 1997.
5. Krasniqi, Milazim. Hyrje ne Gazetar, Rozafa, Prishtinë, 2008.
6. Kovach, Bill. & Rosenstiel, Tom. Elementet e Gazetarisë, Tiranë, Instituti i Medias, 2009.
7. Maigret, Eric. Sociologjija e Komunikimit. Press & Pappirus, Tiranë, 2010.
8. Pavlik, John. Kërkesat etike në gazetarinë digjitale, 2009.
9. Pavlik, John. Journalism and New Media, Columbia University Press, New York, 2001.
10. Pavlik, John. Inovation and the future Journalism, Digital Journalism, New York, 2013.
11. Rus-Mohl Stephan. Gazetaria, Shtepija botuse Dudaj, Tiranë, 2010.
12. Selimi, Ferid, Transmetuesi Publik. Jehona, Prishtinë, 2016.

### **Burimet e internetit:**

Birn dhe Parteners Albania cmimi për gazetariiii hulumtuse, guxim dhe objektivitet, Marrë nga:

<https://birn.eu.com/news-and-events/birn-albania-wins-award-for-investigative-journalism/>

(E qasshme 08/03/2020).

Gazeta Express lajmet objektive, njëanshmërit, Marrë nga: <https://www.gazetaexpress.com/abbott-per-express-grenell-ka-sjelle-energji-te-re-presim-heqjen-e-plote-te-takses/>

(E qasshme 07/03/2020).

Gazeta Express, Marrë nga: <https://www.albanienshow.com/lajme/berat-buzhala-veseli-thaci-e-haradinaj-nuk-jane-te-zot-me-dal-ne-debat-me-albin-kurtin-ai-eshte-tjeter-lige/>

(E qasshme 07/03/2020).

Gazeta Express, Marrë nga: <https://www.gazetaexpress.com/shkruan-berat-buzhala-pse-tutna-nga-albini/>

(E qasshme 08/03/2020).

Gjuha e urrejtjes. Marrë nga:

[https://www.osfa.al/sites/default/files/monitorimi\\_per\\_gjuhen\\_e\\_urrejtjes\\_ne\\_gazeta\\_dhe\\_media\\_online\\_3.pdf](https://www.osfa.al/sites/default/files/monitorimi_per_gjuhen_e_urrejtjes_ne_gazeta_dhe_media_online_3.pdf) (E qasshme 08/09/2019)

Këshilli i Mediave të Shkruara – KMSH, ligjet/kodet. Marrë nga: [http://presscouncil-ks.org/wp-content/uploads/2019/11/Kodi-i-Mediave-te%CC%88-Shkruara-te%CC%88-Kosove%CC%88s\\_2019.pdf](http://presscouncil-ks.org/wp-content/uploads/2019/11/Kodi-i-Mediave-te%CC%88-Shkruara-te%CC%88-Kosove%CC%88s_2019.pdf)

(E qasshme 08/09/2019).

Këshilli për etikë në media në Maqedoni. Marrë nga: <https://semm.mk/sq-al/soopshtenija-4/365-komunikate-per-media-20-04-2016>

(E qasshme 10/09/2019).

Karl Popper mbi paanësin dhe kohërencen. Marrë nga: <https://www.vizionplus.tv/mbi-koherencen-dhe-paanesine-e-gazetareve/>

(E qasshme 11/10/2019).

Mediat online. Marrë nga: <https://gazetamapo.al/si-po-komunikojme-media-tradicionale-vs-media-online/> (E qasshme 12/10/2019)

Mediat online, transformimi i tyre. Marrë nga: <https://al.ejo-online.eu/profesionalizmi-ne-media/gazetaria-e-medias/rruga-e-veshtire-drejt-transformimit-te-mediave-ne-kosove> (E qasshme 15/10/2019)

Lajmet e rrejshme dhe pronësia e portaleve. Marrë nga: <https://www.koha.net/arberi/21980/lajmet-e-rrejshme-dhe-pronesia-e-portaleve-sfide-permediat> (E qasshme 17/10/2019)

Objektiviteti emërtimi i tij fjalori. Marrë nga: <https://www.vocabulary.com/dictionary/objectivity> (E qasshme 03/12/2019).

Shoqata Amerikane e Gazetarëve Profesionistë (1996) Heqja e termit. Marrë nga: <https://www.mediaethicsmagazine.com/index.php/browse-back-issues/179-fall-2013-vol-25-no-1/3999003-objectivity-and-advocacy-in-journalism> (E qasshme 05/01/2020).

Objektiviteti, element i domosdoshëm për lajm të besueshëm. Marrë nga: <https://crithink.mk/sq/objektiviteti-element-i-domosdoshem-per-lajm-te-besueshem/> (E qasshme 07/01/2020).

Portalet më të pëlqyera në Kosovë. Marrë nga: <https://ballkani.info/keto-jane-portalet-me-te-pelqyera-ne-kosove-renditja-foto/> (E qasshme 07/01/2020).

Rossentsiel, John Seely Brown. Marrë nga: <https://www.masternewmedia.org/citizen-journalism-the-key-trend-shaping-online-news-media/> (E qasshme 08/01/2020).

Roland Tichy “Media dhe e Vërteta”. Marrë nga: <https://www.dw.com/sq/dyshime-p%C3%ABr-objektivitetin-e-mediave-gjermane/a-18815931> (E qasshme 12/02/2020).

Huffington Post, Who reads the Papers, Sondazhi. Marrë nga: [https://www.huffingtonpost.co.uk/ben-mirza/who-reads-the-papers\\_b\\_4519866.html](https://www.huffingtonpost.co.uk/ben-mirza/who-reads-the-papers_b_4519866.html) (E qasshme 15/02/2020).

STIKK - Shoqata për Teknologji të Informacionit dhe të Komunikimit e Kosovës [https://stikk.org/wp-content/uploads/2018/11/Publications\\_2013\\_-\\_Internet\\_Penetration\\_SQ.pdf](https://stikk.org/wp-content/uploads/2018/11/Publications_2013_-_Internet_Penetration_SQ.pdf) ( E qasshme 21/02/2020).

Të jesh gazetar i anshëm. Marrë nga: <https://www.gazetaexpress.com/oped-te-jesh-gazetar-i-anshem-eshte-sexy-509271/> (E qasshme 12/02/2020).

The Future of the News Business: A Monumental Twitter Stream All in One Place nga Marc Andreessen, 2014. Marrë nga: <https://a16z.com/2014/02/25/future-of-news-business/> (E qasshme 13/02/2020).

The Good research guide for small – scale social research projects. Marrë nga: [https://www.academia.edu/2240154/The\\_Good\\_Research\\_Guide\\_5th\\_edition](https://www.academia.edu/2240154/The_Good_Research_Guide_5th_edition) (E qasshme 18/02/2020).

Verifikimi i fakteve, Marrë nga: <http://verifikimiifakteve.mk/publiku-nuk-meriton-lajme-te-njeanshme/> (E qasshme 08/03/2020).