



Kolegji AAB

Programi: Komunikim Masiv - Gazetari

Studimet Master

Punim masteri

**ROLI I KOMISIONIT TË PAVARUR TË MEDIAVE
NË MBIKËQYRJEN E MEDIAVE GJATË
PROCESIT ZGJEDHOR**

Kandidatja:
Gentiana Hoti

Mentori:
Prof. ass. dr. Hasan Salihu

Prishtinë, 2018



ABSTRACT

Politics always claims to have as much media space as expected that greater media coverage has an impact on voters. However, supervising mechanisms such as the IMC aim to ensure that all certified political entities are covered fairly and impartially by the media. This is the main purpose of this master study that as a subject of study had the role of IMC in monitoring the local election campaign in Kosovo in 2017. Analyzing IMC monitoring documentation, deep interviews with regional monitoring officers, the paper concludes that the media in general covered this campaign fairly, but there were also violations of the electoral law for which the IMC fined some media. The findings of this study conclude that the IMC mainly relies on content analysis and quantitative analysis in terms of the space offered to certified political entities. The challenge remains the analysis of the content related to the effect of the political message in the campaign period and the thin separation line between objective - non-objective reporting or biased and impartial reporting through selection of the arguments that the journalist does during a political party's electoral gathering.

Key words: Independent Media Commission, media monitoring, monitoring of electoral campaign, monitoring of the election.

ABSTRAKT

Politika gjithnjë pretendon të ketë sa më shumë hapësirë mediatike duke pritur që mbulimi më i madh mediatik të ketë efekt mbi votuesin. Por, mekanizmat mbikëqyrës siç është KPM-ja, kanë për qëllim të sigurojnë se të gjitha subjektet politike të certifikuara mbulohen drejt dhe paanshëm nga ana e mediave. Ky është qëllimi kryesor i këtij studimi masteri që si objekt studimi ka pasur rolin e KPM-së në mbikëqyrjen e fushatës të zgjedhjeve lokale të vitit 2017 në Kosovë. Duke analizuar dokumentacionin për monitorimin e kryer nga KPM-ja, intervistat e thella me zyrtarët regjionalë mbikëqyrës, punimi konstaton se mediat përgjithësisht kanë mbuluar me korrektësi këtë fushatë, por ka pasur edhe shkelje të ligjit zgjedhor për të cilën KPM-ja ka gjobitur disa media. Gjetjet

e këtij studimi konstatojnë se KPM kryesisht mbështetet te analiza e përmbajtjes dhe analiza sasiore në kuptimin e hapësirë së ofruar për subjektet e certifikuara politike. Sfidë mbetet analiza e përmbajtjes që lidhet me efektin e mesazhit politik në kohë fushate dhe vija e hollë ndarëse ndërmjet raportimit objektiv – joobjektiv apo raportimit të anshëm e të paanshëm nëpërmjet përzgjedhjes së argumenteve që bën gazetari gjatë një takimi elektorale të subjektit politik.

Fjalë kyç: Komisioni i Pavarur i Mediave, monitorimi i mediave, monitorimi i fushatës zgjedhore, monitorimi i zgjedhjeve.

Metodologjia:

Në realizimin e këtij studimi janë kombinuar metodat kualitative dhe ato kuantitative, ndërsa shqyrtimi i literaturës, përveç shpjegimit të koncepteve, është përdorur për të ofruar shembuj dhe modele të aplikuara në Evropë për monitorimin e mediave nga rregullatorë të huaj në vendet e tyre.

Për të dhënë përgjigje në pyetjet kërkimore, nëpërmjet metodës kualitative, janë analizuar dhe interpretuar raportet e KPM-së që janë bërë nga Departamenti i Monitorimit lidhur me mbikëqyrjen e mediave gjatë fushatave zgjedhore të vitit 2017, përkatësisht përshkrimi i mënyrës dhe procedurave të këtij monitorimi që i bën KPM.

Janë intervistuar Zyrtarët e Lartë për Monitorim Regjional në Departamentin e Monitorimit dhe Analizave në KPM për të njohur mënyrën, strategjitë dhe vështirësitë e këtij monitorimi si dhe aplikimi i standardeve të përdorura nga KPM. Gjithashtu, është kërkuar të kemi qasje në dokumentacionin e KPM-së për masat që i ka ndërmarrë ky institucion në realizimin e këtij detyrimi që ka.

Përfundimi

Metodologjia për të monitoruar mediat është një nga çështjet kryesore me të cilat merret KPM. Prandaj, themi se zyrtarët e monitorimit të medias, qofshin ata administratorë të zgjedhjeve, vëzhgues ndërkombëtarë, aktivistë të të drejtave civile apo akademikë, duhet t'u përgjigjen pyetjeve të ndryshme praktike dhe metodologjike përpara se të fillojnë projektin e tyre.

Shumica e vëzhguesve të mediave përdorin metodologjitë e bazuara në një teknikë të quajtur "analiza e përmbajtjes". Kjo është një metodologji thellësisht sasiore, duke u fokusuar në elementet e prodhimit të medias që mund të maten dhe numërohen. Disa u qasen analizave të përmbajtjes për zvogëlimin e mbulimit të medias në atë që është e matshme, në dëm të aspekteve të rëndësishme, siç është gjuha dhe tonet e përdorur ose elementë të caktuar të identifikimit audiovizual. Ka shumë gjëra që analiza e përmbajtjes

nuk mund të bëjë, shembulli më i thjeshtë dhe më i qartë është aftësia për të treguar nëse informacioni i shpërndarë nga mediat është i saktë apo jo.

Zakonisht, monitorimi sasior i mbulimit të medias mbulon kohën e caktuar për palët dhe kandidatët e ndryshëm. Rezultatet e fituara në këtë mënyrë mund të kualifikohen duke përcaktuar nëse mbulimi është i favorshëm apo i pafavorshëm. Edhe pse këto masa mund të jenë thjeshtë sasiore, ato janë gjykime thellësisht cilësore.

Disa metoda të monitorimit përdorin lloje të tjera të masave sasiore për të shmangur mbështetjen e rezultateve të tyre në gjykimin e vëzhguesve lidhur me natyrën pozitive ose negative të mbulimit. Për shembull, vëzhguesit mund të llogarisin burimet e përdorura nga gazetarët ndërsa klasifikojnë ato sipas kategorive të ndryshme politike apo sociale. Kjo mund të jetë një tregues më objektiv i bilancit të mbulimit. Klasifikimi mund të bëhet edhe nga lëndët. Kjo qasje mund të jetë e dobishme pasi, gjatë një fushate zgjedhore, partitë politike shpesh theksojnë jo vetëm pozicione të ndryshme, por edhe tema të ndryshme. Subjektet e favorizuar nga një media mund të jenë një tregues i mirë i afiniteteve të tyre politike.

Një objektiv tjetër i monitorimit sasior mund të jetë thjeshtë të matet numri i reklamave politike ose programeve të qasjes së lirë të drejtpërdrejtë dhe ndoshta kohëzgjatja e tyre. Kjo siguron përputhjen me ligjet dhe rregullat që rregullojnë qasjen e drejtpërdrejtë në lidhje me përmbajtjen e transmetuar ose botuar në të vërtetë.

Vetëm shqyrtimi i prodhimit mediatic nuk do të tregojë plotësisht nivelin e profesionalizmit dhe nivelin e duhur të informimit të elektoratit. Monitorimi i medias duhet të jetë gjithmonë pjesë e një procesi të gjerë të analizës së medias. Në të vërtetë, shumë gjetje nga monitorimi janë të pashpjegueshme nëse nuk janë të vendosura në kontekst. Në mungesë të informacionit kontekstual, rezultatet sasiore dhe cilësore nuk mund të interpretohet.

Monitorimi sasior i medias shpesh përshkruhet si analiza e përmbajtjes. Në fushën e studimeve të medias, kjo qasje ka qenë me ndikim për më shumë se gjysmë shekulli, edhe pse nuk është unanimit.

Ajo që kritikohet nga disa si analiza e përmbajtjes është se ajo imponon kategori arbitrare dhe jofleksibile në tekstet që në realitet mund t'i japin vetes interpretime shumë më delikate. Për shembull, analiza e përmbajtjes nuk merr parasysh se si publiku kupton një mesazh të transmetuar nga media. Është e kufizuar në kryerjen e një analize sasiore të këtij mesazhi. Analiza sasiore përfshin zgjedhjen e artikujve të përmbajtjes që mund të numërohen. Në disa shembuj të analizës së përmbajtjes akademike, treguesit e zgjedhur mund të jenë kushte të caktuara. Në shumë raste, akademikët e specializuar të analizës së përmbajtjes matin frekuencën me të cilën shfaqen fjalët e caktuara ose kombinime fjalësh.

Pavarësisht nga vlefshmëria e kritikave të analizës së përmbajtjes, mbetet fakti që kjo metodë shpesh përdoret në monitorimin e medias në një kontekst zgjedhor. Por në realitet, analiza rrallë merret me një përzgjedhje fjalësh.

Përcaktimi i mbulimit duhet të mbështetet në aspektin pozitiv ose negativ të medieeve.

Problemi më themelor është se si të zbatohen kritere objektive. Së pari, është e rëndësishme të kuptohet se përcaktimi nëse një element ose fjalim është pozitiv ose negativ ndaj një partie ose kandidati nuk nënkupton të njëjtën gjë me përcaktimin nëse ky element ose fjalim është i njëanshëm. Ndarja mund të matet vetëm kur është e mundur të vlerësohen të gjitha masat e mbulimit pozitiv ose negativ. Një qasje efektive është përdorimi i dy grupeve të kritereve për të përcaktuar nëse një element është pozitiv ose negativ: konteksti dhe përmbajtja.

E para, konteksti, ka të bëjë me inkuadrimin e raportit. Për shembull, nëse një raport ka të bëjë me një politikan që shfaqet në gjykatë për shkak se ai akuzohet për mashtrim, korniza është qartazi negative. (Vini re se kjo nuk ka të bëjë fare me faktin nëse historia është e saktë apo e balancuar). Nga ana tjetër, nëse politikanët marrin Çmimin Nobel të Paqes, inkuadrimi është pozitiv. Nëse politikanët flasin në një tubim politik, inkuadrimi është mjaft neutral.

Kriteri i dytë i referohet fakteve të dukshme dhe tonin e tregimit. Nëse politikanin i akuzuar për mashtrim bën një fjalim shumë bindës nga banka e të akuzuarit, kjo mund të ketë një ndikim pozitiv (pavarësisht nga kuadri negativ i raportit). Nëse gazetari i tregon politikanit

se ai nuk e meriton çmimin Nobel, ndikimi është negativ, pavarësisht nga përshtatja pozitive e raportit. Më shpesh, sigurisht, inkuadrimi dhe përmbajtja përputhen.

Nëse konteksti dhe përmbajtja përputhen, mënyra në të cilën elementi do të klasifikohet është i qartë. Nëse konteksti dhe përmbajtja çojnë në përfundime të kundërta (një pozitiv, tjetri negativ), ato anulojnë njëri-tjetrin dhe elementi klasifikohet si neutral. Nëse përmbajtja ose konteksti është neutral, ndërsa tjetra është pozitive ose negative, është e fundit që përcakton se si artikulli është klasifikuar.

Aktualisht mjetet e monitorimit të mediave sociale përdoren më së shumti në zgjedhje për të përcjellë qëllimet e votimit të votuesve dhe çështjet e fushatës zgjedhore, siç ishte rasti me qasjen aktuale në zgjedhjet presidenciale në Shtetet e Bashkuara në 2012. Rrjetet sociale gjithashtu monitorohen nga organizatat e interesuara për parandalimin e dhunës zgjedhore në kohë reale duke ndjekur fjalët kyçe që shfaqen në rrjetet sociale. Gjatë periudhës së zgjedhjeve, vëzhguesit e medias mund t'i përdorin këto mjete për të përcaktuar, për shembull, nëse janë duke u respektuar rregullat e fushatës dhe të qasjes së drejtpërdrejtë, nëse ndikohen fushatat e edukimit politik dhe të zgjedhësve nga mediat sociale në masë të madhe, nëse liria e shprehjes po zgjerohet përgjithësisht ose nëse ka censurë ose vete censurim në rrjetet sociale.