

HAQIF MULLIQI

TEKNOLOGJIA E RE E KOMUNIKIMIT DHE NDËRVEPRIMI I FAKTORËVE STRUKTURORË, INSTITUCIONAL DHE SOCIO- EKONOMIK NË ETIKËN GAZETARESKE NË KOSOVË

316.774(497.115)

Abstrakt: Shumë pak periudha në historinë e njerëzimit kanë qenë pothuajse po aq revolucionare për shkencën e komunikimit dhe dijes sa është kjo e sotmja. Ndërkohë që interneti ka shpërthyer përmes barrierat komunikuese si një forcë e madhe transformuese, e cila ka krijuar një mjedis të ri që shënon kalimin nga një shoqëri industriale tek një shoqëri digjitale dhe të bazuar në dije, teknologjia e re mediale e ka transformuar rrënjësisht edhe gazetarinë në mbarë botën dhe, në këtë kontest as Kosova nuk bën përjashtim. Modeli i komunikimit vertikal dhe njëdrejtimësh i komunikimit - ne flasim, ju dëgjoni, është duke u zëvendësuar nga një model horizontal dhe shumëdrejtimësh, në të cilin njerëzit janë prodhues po aq sa janë konsumatorë të përmbajtjes, dhe po aq transmetues sa edhe marrës. Sidoqoftë hulumtimet mbi ndikimin e kësaj teknologjie në etikën gazetareske janë shqetësueshëm të pakta. Për më tepër numri më i madh i studimeve në këtë fushë fokusohet në përdorimin e teknologjisë së re në gazetari si një ofruese e informatave për publikun, si bazë e besueshme, gjithëpërfshirëse dhe e paanshme e lajmeve dhe ngjarjeve (Pavlik, 2000) ndërkohë që implikimet etike sikur janë lanë në harresë. Ndaj dhe, qëllim i studimit tonë qëndron tek intencën e shqyrtimit të sfidave etike me të cilat ballafaqohen praktikuesit e gazetarisë kosovare në punën e tyre ndërsa deri te të dhënat është arritur përmes një pyetësorit dhe intervistave gjysmë të strukturuar të cilat kanë mundësuar gjenerimin e të dhënave për sfidat etike dhe dilemat me të cilat ballafaqohen gazetarët në Kosovë. Rezultatet tregojnë një ndikim të madh të teknologjive të reja në gazetarinë kosovare si dhe sugjerojnë se ato mund të jenë ndihmesë, por edhe pengesë për gazetarinë etike. Gjithashtu, këtu është argumentuar edhe ajo se - se aplikimi i gazetarisë etike është i penguar nga ndërveprimi i një rrjeti kompleks të faktorëve strukturorë, institucional dhe socio-ekonomik, si të brendshëm ashtu dhe të jashtëm për mjedisin në të cilin është praktikuar gazetaria.

Fjalët kyçe: Teknologjia e re e komunikimit, Interneti, Etika gazetareske, Sfidat etike, Shpërdorimi i profesionit.

HYRJE

*“Në kohët e errëta njerëzit kanë nevojë për dritë
dhe gazetaria e mirë mund të sigurojë atë.”*

Aidan White

Në epokën e internetit, kur lajmet lokale me vetëm një klik bëhen globale dhe kur qindra lexues kthehen në miliona ngase janë të lidhur në kompjuterët e tyre ose nëpërmjet telefonave të tyre të mençur, pra, në mënyra të cilat ishin, të thuash, të paimagjinueshme vetëm disa vite më parë, revolucioni i teknologjisë së komunikimit po e transformon, në thelb, dhe në mënyrë të pakthyeshme, natyrën e gazetarisë dhe etikën e gazetarisë. Ndërsa interneti nxit formë të reja të gazetarimit që janë interaktive dhe të menjëhershme.

Mjetet për të publikuar tashmë janë edhe në duart e çdo qytetari. Për këtë arsye, vlerësimet mbi teknologjinë e re të komunikimit ndryshojnë. Disa e shohin atë si burim dhe mishërim të standardeve më të larta të jetesës, të tjerë ia atribuojnë këtë edhe edukimin dhe komunikimin më të mirë, ndërsa janë edhe ata të cilët e vlerësojnë shpejtësinë me të cilën arrihet deri tek informata si dhe faktin se, tashmë, nuk gjenden në pozitë pasive, pra, vetëm rolin e konsumatorit, duke qenë njëherësh edhe kontribuues aktiv si

pjesëtarë të komunitetit virtual, duke u njohur ndryshe edhe si *qytetarë të rrjetit*¹. S'do mend se këtu evidentohen edhe të "tretët" që pretendojnë se *teknologjia e re e komunikimit u ka sjellë jo vetëm të mira dhe se problemet e shkaktuara nga ajo tashmë nuk mund të zgjidhe as përmes teknologjisë më të avancuar* (Barbour, 1989 - 1991). Është më se evidente në gazetari se lajmi, që një herë dhe një kohë ishte monopolizuar nga gazetarët, nga mënyra në të cilën është konceptuar, mbledhur, prodhuar dhe shpërndarë, po ndryshon falë ndryshimeve të cilat po shpërfaqen me prezantimin e teknologjive të reja të komunikimit. Për më tepër, gazetarët profesionistë kanë filluar t'i kuptojnë mundësitë të cilat ua ofron teknologjia e re e komunikimit dhe se kjo po e ndryshon fushën e tyre të veprimit, ndonëse as ata dhe as studiuesit e numërt nuk e kuptojnë plotësisht ato se *çfarë ndryshimesh do të ndodhin me këtë zhvillim të hovshëm të teknologjisë* (Hauben, 1995), e kundruar në ndërveprimin me faktorët strukturorë, institucional dhe socio-ekonomik të cilët në mënyrë të drejtpërdrejtë ndikojnë në punën e gazetarit.

Hulumtimet e më hershme mbi ndikimin e teknologjive të reja të komunikimit në gazetari mëtonin që të fokusoheshin më shumë në atë se si teknologjia ka ndryshuar mënyrën e mbledhjes dhe seleksionimit të informatave dhe në mënyrën e prodhimit dhe shpërndarjes së tyre. Kjo, ngase teknologjitë e reja të komunikimit, si telefonat mobil dhe interneti (si mbledhës dhe shpërndarës të informatave), ua lehtësojnë gazetarëve mbledhjen e informatave nga çdo kënd i globit, si dhe dërgimin mesazhe me tekst, fotografi dhe video në redaksitë e tyre me lehtësi relative. Njëkohësisht kjo teknologji (kompjuteri, tabletat, telefonat mobil/smartfonat) ua mundëson gazetarëve, dhe jo vetëm atyre, qasjen e pakufizuar në informacione, në një bibliotekë virtuale, *që është truri kolektiv i mijëra njerëzve, të çdo subjekti, e që, në një formë apo tjetrën, kontribuon në mbamendjen kolektive* (van Dijk, (2007).

Edhe pse Emery & Emery (1996) e kanë bërë një dallim të qartë në mes të teknologjisë së prodhimit dhe transmetimit që ndërlidhet me grumbullimin dhe shpërndarjen e lajmeve, ata i konsiderojnë të *dy llojet e teknologjive si parakushte themelore, për modernizimin e gazetarisë, si një profesion*. E njëjta frymë optimiste e ka bërë edhe van Dusseldorp et al. (1999) që të deklarojë se: *revolucioni informativ ka potencial për të fuqizuar profesionalizmin në shërbim të proceseve zhvillimore përmes përparësive që iu atribuohet teknologjive të reja*.

Ky është këndvështrimi optimist për sa i përket teknologjisë së re të komunikimit i cili konsiderohet burim i *mundësive të reja për gazetarët*. Mirëpo këtu, assesi, nuk duhet anashkaluar fakti se në diskursin shkencor ekziston edhe këndvështrimi pesimist i cili bën përgjegjëse pikërisht teknologjitë e reja për *krijimin e një kaste të re të gazetarëve me kreativitet dhe profesionalizëm të cunguar për shkak të kopjimit të materialeve nga mediet dhe burimet tjera* (Garrison, 2004). Apo siç thotë Ardian Vehbiu, *nuk ka nevojë për analiza shkencore, për t'u bindur se pjesa më e madhe e materialeve on-line përcillen nga një medium në tjetrin, si vagonët e mallrave kur ndërrojnë lokomotivat dhe shinat*².

Gjithashtu, ky binom ka tendencë t'i maskojë ndryshimet e krijuara në rutinën gazetareske, në vlerën e lajmeve dhe në praktikat etike që ndërlidhen me mjedisin shoqëror, politik dhe ekonomik në të cilin, këto teknologji të reja të medias, janë vendosur dhe përshtatur. Ndaj, jo rrallë, fitohet përshtypja se studiuesit më parë kanë qenë më pak kureshtarë ta dinë se si gazetarët i perceptojnë ndryshimet në praktikat etike të gazetarisë në kontekstin e teknologjive të reja të medias, dhe se si këto ndërime janë ndërthurur me mjedisin socio-politik dhe ekonomik në të cilin veprojnë gazetarët. Nuk duhet anashkaluar, gjithashtu, as fakti se teknologjia në vetvete nuk është shkak i performancës profesionale ose jo-profesionale të

¹ Në diskursin shkencor e hasim si *Netizen*, që i referohet një pjesëmarrësi aktiv në komunitetin on-line të internetit, e që si nocion, sipas të dhënave të numërta, për herë të parë është përdorur nga Michael Hauben.

² Një dukuri e tillë ka marrë hovë edhe në mediat e Kosovës ndonëse si e tillë tashmë konsiderohet si problemi numër një edhe në gazetarinë botërore, gjë të cilën e konfirmon edhe Nick Davies, autori i librit më kontrovers *Flat Earth News* (2008).

gazetarëve. Ajo mund të jetë ndihmëse, por jo edhe përcaktuese e performancës etike ose jo-etike, apo edhe i marrëdhënieve në vendin e punës. Sepse, është vetë individi ai i cili bartë përgjegjësinë për veprimet e veta etike dhe profesionale ndërkohë që vendimet e menaxhmentit, marrëdhëniet brenda mediumit, si dhe politikat editoriale janë vetëm burime themelore të praktikave të punës. Kështu ndikimi i teknologjisë mund të kuptohet vetëm në një bashkëveprim kompleks brenda një sistemi të përbërë nga të gjitha këto elemente, sepse *etika e gazetarisë, normat e gazetarisë së përgjegjshme, mund të gjurmohen që në fillim të gazetarisë moderne* (Bertrand, 2007).

Për këtë që u tha mësipër, ky punim shqyrton sfidat etike dhe dilemat me të cilat përballen gazetarët kosovarë gjatë përdorimit të internetit, rrjeteve sociale dhe telefonisë mobil në punën e tyre të përditshme. Këtu është shqyrtuar edhe ajo se si këto teknologji të reja kanë ndikuar në praktikën e përditshme gazetareske dhe praktikën etike mes gazetarëve që përdorin internetin, rrjetet sociale dhe telefonat mobil në punën e tyre. Ky hulumtim, për më tepër, është një përpjekje për t'i zgjeruar mundësitë e teorizimit të etikës së gazetarisë, duke u fokusuar në atë se si gazetarët i perceptojnë sfidat e paraqitura nga teknologjia e re e komunikimit dhe se si këto sfida dhe dilema ndikojnë në kushtet në të cilat praktikohet gazetaria.

Me këtë rast, etikën nuk e kemi shtjelluar përmes analizës së gjuhës së përdorur nga gazetarët, objektiviteti i tyre apo edhe natyra e arsytimit etik. Qasja që kemi përzgjedhur këtu është kontribut shkencor mbi të kuptuarit e asaj se si praktikën etike janë ndërthurur me kushtet teknologjike, socio-politike dhe ekonomike në të cilat praktikohet gazetaria. Një qasje e këtillë na ka ndihmuar që t'i kuptojmë më mirë edhe kushtet në të cilat etika gazetareske është duke u ristrukturuar nga kjo valë e risive teknologjike. Prandaj, jemi fokusuar edhe tek ajo që njihet si *etikë e aplikuar*¹ (Christopher, 2013) ngase kjo ka të bëjë me çështjet dhe problemet specifike të cilat ndërlidhen me fushën në fjalë, duke kundruar etikën e aplikuar, *në mënyrë që t'i justifikojë veprimet e duhur për një vendimi të caktuar në medium*.

Nga të dhënat në dispozicion del se në studimet e mëhershme është analizuar ndikimin e medieve të reja nga shumë këndvështrime dhe qasje dhe duke përdorur metoda të ndryshme hulumtimi. Mirëpo, duhet theksuar se, kërkimet që ndërlidhen me mediet e Kosovës dhe ndikimin e teknologjive të reja të komunikimit në praktikën gazetareske të ne janë të pakta, të fragmentuara dhe praktikisht, thuaja se, nuk ka studime të njohura mbi çështjet që ndërlidhen pikërisht me mediet e reja dhe etikën e gazetarisë. Ndonëse ekzistojnë disa studime në rajon, megjithatë duhet theksuar se as ato nuk përqendrohen shumë në atë se si, *në epokën e trans-medialitetit, mund të shikojmë në migrimin e përmbajtjes dhe pronës intelektuale në të gjithë format e i medieve* (Martin Lister et al, 2010). Kjo gjë ka ndikuar edhe, përgjithësisht, në etikën e gazetarisë.

Ne, gjithashtu, përmes hulumtimit tonë, kemi synuar gjenerimin e të dhënave fillestare si dhe fillimin e një diskursi akademik mbi këtë temë delikate, duke shëmtuar perceptimet e gazetarëve kosovarë që ndërlidhen me sfidat etike të shfaqura me paraqitjen e internetit, të rrjeteve sociale dhe të telefonave mobil. Shi për këtë, janë trajtuar dy prej çështjeve më kryesore të problemit e që ndërlidhen me atë që u tha më sipër:

- 1) se cilat janë sfidat etike si dhe dilemat që gazetarët e Kosovës i hasin gjatë përdorimit të internetit, të rrjeteve sociale dhe telefonave mobil, dhe atë se
- 2) cilat janë implikimet e këtyre teknologjive në praktikimin e gazetarisë të ne.

¹ Deri më tani ne jemi fokusuar kryesisht në etikën normative, e cila studion se çfarë karakteristika ka e mira / e keqja, një vepër e drejtë / e gabuar apo një tipar i virtytshëm ose i lig, dhe meta etikën, e cila studion pyetje filozofike rreth kuptimit të fjalëve etike, ose natyrën e fakteve etike. Ndërsa etika e aplikuar është një kategori e veçantë e filozofisë etike e cila ka të bëjë me pyetje të vështira morale dhe çështjet e diskutueshme morale me të cilat njerëzit në fakt përballen në jetën e tyre.

Zhvendosja e kufijve të etikës si pasojë e revolucionit teknologjik e shikuar nga aspekti deontologjik

Edhe pse termi teknologji të reja të komunikimit është një term përgjithësues, ngase i referohet *një shumëllojshmërie të gjerë të teknologjive të komunikimit si Internet, telefoni mobile, kompjuterët, multimedia, rrjetet shoqërore si dhe mediet tjera shoqërore* (Friedman & Friedman 2008), në këtë punim termi teknologji të reja është përdorur për t'iu referuar internetit, rrjeteve sociale dhe telefonave mobil.

Në udhëzuesin e BBC *etika* definohet si *një sistem i parimeve morale që ndikojnë në mënyrën se si njerëzit marrin vendime dhe e jetojnë jetën e tyre, që janë të mira për individët dhe shoqërinë, e përshkruar edhe si filozofi morale*. Kjo është e përafërt edhe me atë se si konsideron, në mediet e reja, etikën, Claude-Jean Bertrand (2007), i cili atë e definon si *një grup të parimeve morale, formë e sjelljes korrekte, si dhe ndërveprim i drejtë dhe njerëzorë*.

Në *Kodin e medieve të shkruara të Kosovës*, shkruan se *parimet etike iu shërbejnë gazetarëve dhe redaktorëve të mbrojnë integritetin profesional të gazetarisë*. Në këtë kontekst në *Kodin e sjelljes për shërbimet mediale audio – vizuale*, etika definohet si *rregull e sjelljes dhe e punës së shërbimeve mediale audio-vizuale*. Pra, edhe sipas kësaj që u tha, del se, përgjithësisht, etika ka të bëjë me gjykimin praktik të gazetarit (dhe redaktorit) si dhe me zbatimin dhe aplikimin e parimeve në vendimmarrje. Prandaj, etika e gazetarisë, e shikuar përmes ndërveprimit me faktorëve strukturorë, institucional dhe socio-ekonomik, përfshinë një varg të vendimeve praktike të gazetarit gjatë procesit të mbledhjes, prodhimit dhe shpërndarjes së lajmeve. Shi për këto, një pjesë të këtij studimi ia kemi kushtuar analizës së etikës në medie nga aspekti deontologjik¹ të preokupuar me atë që bëjnë gazetarët, dhe jo me pasojat e veprimeve të tyre, për aq më tepër kur besojmë se gazetarët tashmë e kanë të njohur se - duke e praktikuar gazetarinë etike, si mjet për krijimin e legjitimitetit, fitojnë edhe besimin e publikut dhe vlerësimet profesionale.

Hardt dhe Brenner (1993) argumentojnë se *gazetaria i pasqyron dhe i mishëron proceset historike në të cilat është zhvilluar dhe kushtet bashkëkohore sociale në të cilat është krijuar*. E praktikuar në mënyrën profesionale, duke respektuar të drejtën e individit për të qenë i informuar, si dhe gjithnjë duke iu përshtatur zhvillimeve dhe kushteve moderne, e gjithë *historia e gazetarisë është ndërtuar përmes ndikimit të faktorëve të ndryshëm si industrializimi, infrastruktura dhe demokracia në masë* (Carey, 2007) të cilat duke ndërvepruar me faktorët strukturorë, institucional dhe socio-ekonomik i godasin praktikuesit e gazetarisë në çdo kohë. Kjo do të thotë se, mënyra se si gazetarët e perceptojnë etikën është e ndikuar, drejtpërsëdrejti, edhe nga rrethanat shoqërore në të cilat ata veprohet. Ndaj, integrimi sociologjisë së gazetarisë dhe të profesionalizmit na e mundëson zgjerimin e bazës konceptuale të etikës së gazetarisë. Në qoftë se ne e pranojmë se vlerat etike janë një si produkt i historisë shoqërore, atëherë lidhja midis etikës së gazetarisë dhe teknologjive të reja të komunikimit bëhet më e qartë.

Norton Batkin (1990) vë në dukje se si kërkimi për të vërtetën objektive është inkurajuar nga shpikja e fotografisë, një medium ky i cili e tregon *saktë të vërtetën e dukshme*. Sociologjia e etikës së gazetarisë, pra, na mundëson që ta kuptojmë atë se si etika e gazetarisë është gërshtuar pazgjidhshmërisht me proceset socio-historike. Përderisa produkti i punës gazetareske si dhe forcat strukturore, organizative si dhe të jashtme që e bëjnë gazetarinë i janë nënshtruar hulumtimeve akademike (shih: Lesage, Frederik dhe Hackett, Robert A., 2013) studimet të cilat merren me etikën e gazetarisë në një paradigmë sociologjik nuk ekzistojnë fare. Kjo është arsyeja pse ky studim gjen vend meritore për shqyrtimin e sociologjisë së etikës së gazetarisë. Një qasje e tillë na ndihmon ta bëjmë vlerësimin më të mirë të forcave

¹ Teoria e deontologjisë thotë se ne jemi moralisht të detyruar për të vepruar në përputhje me një grup të caktuar të parimeve dhe rregullave pavarësisht nga rezultati.

që qëndrojnë të vendosura brenda dhe jashtë kontekstit organizativ të cilat i kufizojnë gazetarët në praktikimin e gazetarisë etike.

Integrimi i sociologjisë së gazetarisë dhe i etikës së gazetarisë janë elementë që kontribuojnë në hartimin e koncepteve të reja teorike mbi aspekte të rëndësishme të vendimeve gazetareske, duke përfshirë këtu aspektet etike të gazetaruarit deri në një masë të atillë sa që ne të mund të fillojmë të flasim sot edhe për sociologjinë e etikës së gazetarisë, e cila mund të na ndihmojë t'i kuptojmë mirë edhe specifikat e marrjes së vendimeve etike në organizatat e medie. Sociologjia e etikës së gazetarisë është ajo që, drejtpërdrejt na ndihmon që t'i kuptojmë më mirë kushtet në të cilat zhvillohet etika e gazetarisë sot, por edhe shkaqet e shumta të cilat e formësojnë një evolucion të tillë, për çfarë nuk mund të mbështetemi tek faktorë të tjerë më të thjeshtëzuar teorik, apo, siç thuhet: tek shkaktarët periferik. Mirëpo, këtu është urgjente dhe e domosdoshme, jo vetëm për ta pasuruar fushën e teorisë së etikës së medias në këtë periudhë të hovshme të zhvillimeve, por edhe të studiohen të gjithë shkaktarët që kanë ndikuar në zhvendosjen e kufijve të etikës së gazetarisë, sot, gjë që, faktikisht, ndodh për shkak të shpejtësisë së qarkullimit të lajmit, përhapjes së tij, e mbi të gjitha edhe për shkak të revolucionit teknologjik në Teknologjinë Informativë në epokën e të cilit po jetojmë.

Shqyrtimi i praktikave gazetareske të krijuara përmes një rrjeti të gjerë të burimeve dhe mundësive teknologjike

Studimet e fundit që kanë të bëjnë me bashkëveprim në mes medie të reja dhe praktikave të gazetarisë kryesisht, janë të bazuara tek teoritë e determinizmit teknologjik, teori këto të cilat teknologjinë e shohin si *një forcë lëvizëse të ndryshimeve shoqërore sepse ndikon në atë se si një individë mendon, si ndjen, si vepron, dhe si funksionon në një shoqëri* (McLuhan, 1962).

Kjo është ajo qasja e cila, të gjitha ndryshimet në praktikën gazetareske ia atribuon mundësive teknologjike që krijojnë mundësi për krijim të medie të reja. Por, megjithëkëto, teknologjia e cila, nga njëra anë, “komplementohet” për ofrimin e mundësive të pakufizuara për profesionin e gazetarisë, nga ana tjetër edhe fajësohet për shtrirjen e madhe, e që konsiderohet si ndryshim negativ në zhvillimin e medias dhe të etikës gazetareske, ngase, para së gjithash, ka ndikuar, por edhe vazhdon të ndikojë në thelbin e cilësive të produkteve të medias duke e “maskuar”, sidomos, bashkëveprimin kompleks të forcave që i formojnë praktikën gazetareske.

E thotë Evans (1979, i cituar në Robins & Uebster, 1989) se *interneti e ka transformuar profesionin e gazetarit, para së gjithash, përmes rritjes së kulturës demokratike, pastaj edhe përmes krijimit të një rrjeti të gjerë të burimeve dhe mundësive teknologjike* që ofron si dhe përmes mundësimit të llojit të ri të gazetarisë e që është gazetaria *on-line*. Kjo formë e gazetarisë është ajo që ua ka mundësuar qytetarëve të bashkëveprojnë mes veti dhe me të zgjedhurit e tyre. Disa studiues përpiqen ta argumentojnë se - praktika e gazetarisë bëhet brenda një mjedisi të caktuar institucional dhe një strukture organizative, ku merren vendimet dhe ku mbizotërojnë proceset e prodhimit. *Të gjithë këta faktorë duhet të merren parasysh në qoftë se duam ta kuptojmë plotësisht ndikimin e teknologjisë në praktikën e gazetarisë* (Boczkowski, 1999). Ndërsa, në studimet që kanë hulumtuar ndikimin e teknologjive të reja të medias në praktikën e gazetarisë gjejmë se ato, kryesisht, janë të bazuara në përvojat e medie në vendet e Perëndimit andaj, si rezultat i kësaj, edhe ndikimi i teknologjive të reja të medias në mediet tradicionale, veçanërisht në Kosovë mbetet i papërfillshëm. Për këtë arsye, në studimin tonë, jemi përpjekur që të gjenerojmë të dhëna fillestare, për ndikimin në etikën e gazetarisë, veçanërisht, të internetit, të rrjeteve sociale si dhe telefonave mobil, e që kanë ushtruar ndikim edhe në zhvillimet dhe përvojat më të reja të gazetarëve në Kosovë.

Gjatë punës tonë hulumtuese, e kemi gjetur se, problemi kyç në këtë proces të zhvillimit të medias te ne, mund të konsiderohet, sidomos mungesa e literaturës që ka të bëjnë me mediet e reja dhe gazetarinë *on-line* këtu, paçka se, në një studim të publikuar nga Shpresë Mulliqi (2015: 388) hetohet një nga përpjekjet e para që mbulohet aplikimin e teknologjisë së re në media e Kosovës si dhe ndikimin e tyre në disa nga redaksitë e medieve në vend. Kjo studiuese në hulumtimin e saj e vë re se gazetarët e Kosovës, sot, e shfrytëzojnë gjerësisht teknologjinë së re dhe internetit në punën e tyre të përditshme, e që rezulton edhe nga përmbajtja e hulumtimit tonë, me ç'rast, një numër i konsiderueshëm i gazetarëve të përfshirë në sondazhe, nuk heziton ta pranojë se ata, jo rrallë, kishin aplikuar ndonjë prej praktikave jo-etike në punën e tyre, të tilla siç janë: vjelja e materialit nga interneti pa e dhënë burimin e informatës; përfolja e materialit të kolegëve pa i cituar, etj. Të pyetur nëse ata personalisht kanë bërë, ndonjëherë, në publikimet e tyre, plagjiaturë, gazetarët e Kosovës që morën pjesë në studim e hedhin poshtë këtë mundësi.

Studimi ynë nuk gërmoi, në mënyrë të veçantë, në çështjen që kanë të bëjnë me sfidat etike apo edhe dilemat që ekzistojnë, sepse ishte më shumë i orientuar kah aspektet që kanë të bëjnë me përhapjen dhe përdorimin e teknologjive digjitale dhe praktikave në redaksi të lajmeve në një mjedis sot, e që dita ditës janë duke ndryshuar. Kjo vihet re edhe tek përgjigjet e respondentëve të hulumtimit tonë, nga të cilat mësohet se: situata në redaksitë e medieve në Kosovë, tashmë, ka ndryshuar rrënjësisht, madje, që nga rikthimi i tyre në vend, vitin 1999, pra, pas përfundimit të luftës kur edhe filloi shtrirja horizontale e rrjetit të internetit, të thuash marramendshëm në vend. Me përhapjen e Internetit dhe me përdorimin e telefonisë mobile në mënyrë të pabesueshme janë përmirësuar kushtet e punës në mediet, si në redaksitë lokale ashtu edhe tek ato të nivelit kombëtar.

Përderisa, në fillimet e sajë, telefonia mobile dhe interneti ishin simbole të statusit që kishte një medie, apo edhe një gazetar në vitin 2006/2007 e këndej ishte, gati, e vështirë të gesh një gazetar në redaksi që nuk i përdorte teknologjitë e avancuara për të mbledhur si dhe për të shpërndarë lajme. Shi për këtë ekziston një bazë e fortë për të studiuar këtë fenomen sepse ndihmon për të kuptuar implikimet që ka interneti, rrjete sociale dhe telefonia mobile në medie, në përgjithësi, si dhe në praktikat etike mes praktikuesve e gazetarisë në nivel vendi.

Çështja e përmbajtjeve të blogëve, përgjegjësia dhe vetërregullimi në Kosovë si “gështenja mbi prush”

Ndryshime të mëdha në shfrytëzimin e internetit në gazetari, globalisht kanë ndodhur pas vitit 2004 ndërsa kjo ndërlihet me fillimin e zhvillimit dhe të përhapjes së rrjeteve sociale. Kjo, në fakt, është ajo kohë kur është krijuar Facebook-u, ndërsa, vetëm një vit më pas është lansuar edhe YouTube. Kjo, drejtpërdrejt ka ndikuar edhe në shpërfaqjen e blogerëve të rinj gjithandej, e me këtë edhe të inicimit të një lloji të gazetarisë elektronike të panjohur deri atëherë. Kështu, në Amerikë ditari publik, si një prej formave të internetit shpërthimin e parë të vërtetë e përjetoi me paraqitjet e numërta të ushtarëve blogerë nga frontet e reja të luftës, në Afganistan edhe sidomos në Irak, me ç'rast ka ndikuar që, të krijohen modele të reja të gazetarimit, me ç'rast, blogosfera në Evropën Juglindore, ku bëjnë pjesë edhe Kosova dhe Shqipëria do të nisë hapërimin e parë për të marrë trajtë vetëm pas disa viteve – afërsisht në vitin 2006.

Në vitin 2007, njëri prej analistëve fenomenal të blogëve dhe të blogosferës, Mark Tremayne konstaton se: *Blogosfera është një forum për debate politike, por edhe forum për alternativë, si një përmbledhje e shkrimeve elektronike (...) Kjo është sfera virtuale , por edhe një vend për shpërndarjen e thashethënies. (...) Konsiderohet se blogosfera është një hapësirë për shoqërimin e të rinjve, të të*

shkolluarve, njerëzve, teknologjikisht të ditur, por, gjithashtu edhe shoqërim të grupeve tradicionale dhe të barabarta. (Tremayne, 2007)

Por, ajo me të cilën pajtohet me të ky studiues është diçka që sot është interpretim i pranueshëm gjithandej se: blogët, në fakt, nuk janë asi lloj gazetarie që e ka për qëllim që të japë informacione, por, para kësaj, ato janë të orientuara drejt krijimit të fitimeve përmes paraqitjes në internet. (Po aty) Një përvojë shumë e keqe, kur janë në pyetje blogosferat dhe blogimet paraqitet nëpër universitetet e Evropës Perëndimore si dhe në Amerikën Veriore, por edhe te ne, kur, studentët e shumtë i marrin blogët dhe prej tyre e bëjnë përshkrimin e temave të ndryshme, madje pa e cituar fare autorin burimor të ndonjë punimi, duke bërë kështu plagjiaturizëm të punimeve të tyre studentore dhe duke konsideruar se blogët anonin, faktikisht nuk janë gjë tjetër veçse një e dhënë publike (H. Mulliqi, 2016).

Çështja e përmbajtjeve të blogëve, përgjegjësia dhe vetërregullimi në Kosovë është një “gështenjë mbi prush” e cila prej disa vjetësh është shndërruar në një temë të pakalueshme (po aty) dhe se kjo çështje, para së gjithash ndërlidhet me etikën dhe lirinë e të shprehurit në internet te ne.

Duke pasur parasysh se, që nga viti 2012/13 numri i blogëve është zvogëluar hetueshëm në Kosovë, temë problemore që ndërlidhet me gazetarimin elektronik është ajo që ndërlidhet me standardet etike nëpër portalet që gazetarojnë në internet të cilat, sikurse gjithandej në Ballkanin Perëndimor, pavarësisht nga rekomandimet e Komisionit Evropian mbi atë se si duhet të rregullohen çështjet etike në internet, përditshmërisht, nga dita në ditë, para nesh shpërfaqen pyetje të reja se kush do të duhej të merrej me heshtjet e vetërregullimit nëpër portalet e internetit.

Kështu, në shumicën e vendeve të Ballkanit Perëndimor - madje edhe atje ku ekzistojnë trupat për vetërregullim të këtyre çështjeve - vihet re një shmangie dhe një hezitim për të intervenuar, për të tërhequr vërejtje apo edhe për të dhënë rekomandime në lidhje me përmbajtje të caktuara, të papranueshme, që botohen përmes portaleve dhe të cilat shpërndahen fuqishëm në internet, para së gjithash përmes rrjetave globale. Për të qenë rrethana edhe më e ndërlikuar është fakti se, aktualisht, në Kosovë, shpërndarja e lajmeve në internet, qofshin ato të shkruara apo edhe vizuale, janë, kryesisht të parregulluara dhe pa regjistrim të duhur, me ç'rast, hiç ndonjë prej tyre, ta themi, për shumicën e portaleve që punojnë në vend nuk dihet pronësia e tyre. Gjithashtu edhe financat, burimet njerëzore në tregun e medieve elektronike në Kosovë janë pothuajse tërësisht të panjohura.¹ Shi për këtë, nuk janë të rralla edhe skandalet e shumta në portale duke përfshirë këtu edhe përdorimin joligjor të të dhënave personale të njerëzve, keqpërdorimi i emrave të fëmijëve si dhe botimi i informacioneve që ndërlidhen me sigurinë e shtetit e deri te publikimi i emrave dhe fotove të të ashtuquajturve “gülenistë” në Kosovë, me ç'rast arrestimi dhe ekstradimi i njërit prej gjashtë të deportuarve gabimisht, u bë meqë ishte përmendur në portale, dhe kjo ishte fatale për të ngase ndaj tij u ngrit aktakuza sikurse për të tjerët, pavarësisht se s'kishte të bënte me çështjen.

Ekzistojnë edhe shembuj të tjerë të cilët ndërtohen mbi kontroversa profesionale në gazetari. Ngase, po të mos të ishte interneti, ueb faqet, portalet apo edhe rrjetet shoqërore në internet, është e besueshme se asnjë nga mediet tradicionale nuk do të ia dilte të botonte me aq pompozitet çështjet që ndërlidhen me numrin e veteranëve të luftës në Kosovë, madje me emra të atyre që besohet se janë veteranë të gënjeshtërt, për shkak të ndikimeve të mundshme politike, por, mbi të gjitha, për shkak të rregullativave ligjore dhe të sanksionimit të botuesve të medias, ngase, gjithmonë është e mundshme që, një prokuror të gjejë diçka që është e dënueshme, duke filluar nga interferimi në të dhënat personale të njerëzve nëpër lista, të familjarëve të tyre, të atyre që i kanë krijuar listat e deri tek mosmundësia e “dëshmimit të vërtetësisë” së listave si burim të lajmit dhe keqpërdorimit të dokumenteve zyrtare dhe botimi i paautorizuar i tyre. Në këtë rast, portali në internet shpërfaqet si një mjet i cili është në anën e zhvillimit të demokracisë në vend.

¹ Agjencia e Regjistrimit të Bizneseve në Kosovë, <http://www.arbk.org/en/Home> (qasur më 30 nëntor 2013).

Sepse, me të, vërtetë, është e mundur që t'i sqarohet publikut të gjerë se si është e mundshme që numri i veteranëve të luftës në Kosovë, për vetëm disa vjet, nga 12000-18000 i arrin shifrat e mbi 60.000 vetave. Rregullimi etik i portaleve në internet është lëndë e analizës së shumë ekspertëve të ndryshëm. Dhe kjo është diçka që, gjithnjë sjell kontroversa. Për shembull, pyetjet që parashtrihen më së shpeshti janë ato se, a duhet që interneti të rregullohet si mediet tjera tradicionale apo duhet të aplikohen rregulla të tjera në këtë rast që janë në harmoni me të veçantat që ka ai!? Teoricieni i njohur Roger Darlington nga Brunel University London duke shkruar mbi etikën dhe mënyrën e rregullimit të saj në medie mëton ta sqarojë nocionin “etikë” në kontekstet që ndërlidhen me internetin. Ai, me këtë rast thekson katër pikat të cilat i quan rekomandime:

i pari, se interneti nuk është një zonë e lirë dhe e pavalershme;

i dyti, aplikimi i ligjshmërive nga jeta e vërtetë në botën virtuale (aplikimi i ligjit nga bota fizike në cyberspace);

i treti, ndjeshmëria përballë kulturave nacionale dhe atyre lokale të kulturave (si një fenomen global, e që nuk mund të jetë lëndë e vetëm një grumbulli vlerash siç janë gazetatat lokale dhe televizioni kombëtar); dhe

i katërti, përgjegjësia karshi konsumatorëve apo dhe mendimit të shfrytëzuesve të produktit medial (duke e pranuar se shfrytëzuesit e internetit sikurse edhe ata që nuk e shfrytëzojnë duhet ta kenë të ditur se si funksionon e tëra. (Darlington, 2010)

Sipas studiueses Shpresë Mulliqi (2017), një qasje shumë të ngjashme me këtë në rekomandimet se si duhet të trajtohen çështjet etike të mjeteve të informacionit në internet si dhe atë se si duhet të rregullohen përmbajtjet në internet, veçanërisht sot kur në çdo vend ekzistojnë aq shumë redaksi integrale gjithandej Evropës, e jep Organizata për Siguri dhe Bashkëpunim Evropian (OSBE) sipas ekspertëve të së cilës: *rregullimi i përmbajtjeve në internet* është diçka vërtetë e vështirë nga fakti se interneti vërtetë është një medium global. Dhe, nga fakti se stacioni i internetit ndodhet shumë larg nga toka ku edhe është publiku i shënjestruar, problemet paraqiten rreth asaj se cila organizatë rregulluese është kompetente që t'i aplikojë kodet kontrolluese. (Mulliqi, Sh. 2017)

Sipas profesoreshës Shpresë Mulliqi, e cila, njëherësh është edhe zyrtare e lartë në selinë qendrore të Misionit të OSBE-së, prej afro njëzet vjetësh, këshillat të cilat i ka ofruar OSBE mund të jenë mënyrë shumë e mirë për të gjitha shtetet e Evropës Juglindore mbi atë se si duhet të sillen karshi sfidave që i shkaktojnë përmbajtjet jo-etike në mediet e internetit. Por, sipas Mulliqit, shumë shpesh, madje, pronarët, botuesit si dhe redaktorët e ueb faqeve dhe të portaleve janë ata që e refuzojnë edhe minimumin e rregullacionit, duke u shërbyer me argumentin se e drejta për të hulumtuar në gazetari është një prej të drejtave themelore të medias. (Po aty) Gjithashtu, si një shtesë, sipas Shpresë Mulliqit, OSBE-ja rekomandon që: vetëm trupat rregullues të cilat, në të shkuarën, i kanë vëzhguar mediet e shtypura (gazetat dhe revistat) janë ato që edhe sot mund t'i rregullojnë edhe mediet në internet – madje edhe në ato raste kur versioni *on-line* dallon nga ai i medievet të shtypura. Paçka se, Mulliqi mendon se faqet e tilla mund të përbëjnë materiale audio ose vizuale me të cilat, në të shkuarën nuk është marrë trupi vetërregullues e për çfarë sot duhet të merr vendime. (Po aty).

Këto janë përvoja që epokës së internetit.

Në vendet e Evropës Juglindore në të cilat vetërregullimi i medievet në internet nuk është krijuar, siç është rasti i Kosovës, është obligim i trupave etik të organizatave të gazetarëve, siç është edhe Asociacioni i Gazetarëve të Kosovës, Këshilli i Medievet, etj., që të kujdeset për aspektet etike të medievet në internet si dhe për kontroversat etike të përmbajtjeve gazetareske në ato medie. Ta përfundojmë edhe me një rekomandim të OSBE-së se: *dëmi që krijohet nuk mund të zvogëlohet me sjelljen dhe shqiptimin e*

vendimeve etike në mediet e internetit, nëse ekzistojnë garanci se akëcili rast shfrytëzohet si i veçantë dhe unik dhe se një vëmendje e veçantë do të orientohet drejt shkallës së kontrollit redaksional të materies. (Mulli Sh., po aty).

Mediet e reja me kapacitete të transformimit të të gjitha grupeve të informacionit sipas kërkesave të pranuesve të tyre

Shprehja medie të reja, edhe sot, përdoret si një lloj sinonimi për gazetarinë bashkëkohore, për atë gazetarinë e popullarizuar e që, në fokus të çështjes, së pari, e vë internetin, faqet në rrjet, televizionin, telefonat e mençur mobil, kompjuterët si dhe lojërat në kompjuter, etj. Në këtë vargan mund të llogariten edhe të gjitha programet televizive që janë regjistruar me ndonjë nga kamerat digjitale, e më pas të përpunuara në kompjuter; teleteksti, hiperteksti si dhe i tërë multimedialiteti që mbretëron në medie. Është kështu ngase, sikundër u tha në këtë studim, në jetën tonë po ndodhë një proces revolucionar i medieve të reja me ç'rast, çdo formë e komunikimit të njerëzve e ka fituar edhe *gramatikën* e vete të veçantë mediatike. Ndërsa, vetë të përmendurit e nocionit *komunikim i pa tel* asocion, në radhë të parë, me rrjetet lokale (anglisht: Local Area Network, LAN) që janë rrjete kompjuterike të cilat lidhen me kompjuterët apo me pajisje të tjera elektronike në një zonë gjeografike të kufizuar e që kanë një kualiteti të mirë në transferimin e të dhënave. Duke iu falënderuar kësaj, tashmë është krijuar mundësia e krijimit të atyre që quhen medieve të reja që ushtrojnë ndikim të jashtëzakonshëm edhe në format e gazetarisë së sotme. Me këto medie të reja gazetaria dhe të gazetuarit bashkëkohor ka përjetuar një transformime të shumta dhe jashtëzakonisht të thella, madje edhe strukturore. Shi për këtë, sot, ta themi, jemi dëshmitarë të asaj se mediet elektronike janë, pakrahasimisht më prezente në sferën e komunikimit në çdo shoqëri, ndërkohë që, të gjithë shfrytëzuesve të tyre si dhe të përmbajtjeve të tyre u është dhënë mundësia që të kenë qasje të shpejtë dhe të plotë për të arritur tek informacioni, madje në cilëndo kohë dhe në cilindo vend. Ky është ai element i rëndësishëm të cilin nuk kishin mundësi se si ta ofronin mediet tradicionale, apo ato që tashmë janë quajtur edhe medie të vjetra (Garrison, 2004).

Mediet e reja posedojnë kapacitete të transformimit të të gjitha grupeve të informacionit sipas kërkesave të pranuesve të tyre (Zrinjka Peruško, 2008) duke u mbështetur te sloganet se: *... sot, përmes medieve të reja, çdokush mund të arrijë tek informata e tij e përshtatshme dhe e synuar..*

Nëse do t'i kishim parasysh burimet e vjetra të informacionit, dhe nëse do ta bëjmë një krahasim, atëherë, del se interneti e posedon një duzinë përparësish në raport me to:

- 1. janë gjithëpërfshirëse dhe se shpërndahen, njëherësh, globalisht dhe, me këtë krijojnë disa shprehje të demokracisë bashkëkohore dhe të lirisë së të shprehurit, ngase, një e vërtetë më nuk mund të mbahet peng nga askush, sepse tek një lajm i njëjtë mund të kenë qasje të gjithë;*
- 2. është aktual nga fakti se në mënyrë të vazhdueshme dhe me një shpejtësi të madhe sjell lajme të reja;*
- 3. ngase, një numër i madh i dokumenteve që, rëndom, as nuk gjendet në të njëjtin vend dhe që, pra, nuk janë të grumbulluara, përmes medieve elektronike krijojnë lehtësi për gazetarët, hulumtuesit, si dhe qytetarët e zakonshëm që të arrijnë tek informacioni dhe burimet e tij;*

Për shkak të arritjes së shpejtë dhe të lehtë tek informata (burimi) gazetarit nuk i mbetet shumë veçse të jetë kreativ dhe i gjindshëm brenda trekëndëshit në të cilin ndodhet. Ai është ndërmjetësuesi i burimit të informatës, kanalit komunikues si dhe të kërkesave të konsumatorit të informatës.

Metodologjia e punës

Duke u nisur nga këto që u thanë mësipër, ne në studimin tonë kemi krijuar një kombinim të hulumtimit përshkrues dhe të intervistave gjysmë të strukturuar për të arritur dhe gjeneruar të dhëna mbi përhapjen e teknologjisë së re të komunikimit dhe etikën e gazetarisë si dhe të dilemave me të cilat përballen gazetarët kosovar, përditshmërisht për atë se çfarë mund të jetë etike në mediet e reja e çfarë jo, që ndikon në cilësinë e lajmit dhe informacionit. Anketa është përdorur kryesisht për të mbledhur të dhëna mbi perceptimet e gazetarëve mbi çështjet që ndërlidhen me dilemat dhe sfidat me të cilat ballafaqohen ata gjatë përdorimit të internetit, të rrjeteve sociale dhe të telefonave mobil në punën e tyre si mjete shumë të shpejta dhe efikase për mbledhjen e informatave në terren. Sondazhi ynë, gjithashtu, është zhvilluar ngase, janë shumë studiues në botë që e konsiderojnë se përdorimi i sondazheve të këtilla është më efikas se sa metodat tjera të hulumtimit të problemeve në mjedise reale dhe se kështu krijohet mundësia për mbledhje sasive të mëdha të të dhënave (Bertrand dhe Hughes, 2004).

Me këtë rast, pjesë e hulumtimit tonë kanë qenë përfaqësues të medieve të shumta, gazetarë të cilët, në kohën e krijimit të studimit, punonin në mediet e shkruara apo në ato elektronike (radio, televizion dhe portale). Mostra që është përdorur për të përzgjedhur të anketuarit, për shkak të pamundësisë që të intervistohen subjektet që janë me rëndësi për studimin është kjo: 30 gazetarë të cilëve u janë shpërndarë pyetësorë, duke bërë përpjekje për të siguruar se mostra është përfaqësuese e gjinisë, etnisë, llojit të medias dhe pronësisë. Ndonëse mostra e qëllimshme shpesh është kritikuar sepse konsiderohej e njëanshme, numri relativisht i vogël i gazetarëve në vend, dhe natyra e shpërndarë e redaksive në të gjithë vendin ka bërë që *procedura e mostrës së qëllimshme për gjenerimin e të dhënave të konsiderohet si më e përshtatshme për këtë studim* (Bertrand dhe Hughes, 2004). Për t'i vërtetuar të dhënat e nxjerra nga anketa dhe për t'i sjellë nuancat që nuk mund të nxirren përmes një pyetësori, janë zhvilluar edhe intervista gjysmë të strukturuar të cilat janë realizuar me 15 gazetarë të ndryshëm. Intervistat u zhvilluan në Prishtinë, në Pejë, në Ferizaj dhe në Mitrovicë, në mes të 5 dhe 8 prill 2017. Shënimet nga intervistat gjysmë të strukturuar janë transkriptuar, koduar në tema dhe analizuar duke përdorur interpretimin hermeneutikë.

Të dhënat demografike

Gjinia:

Femra 20

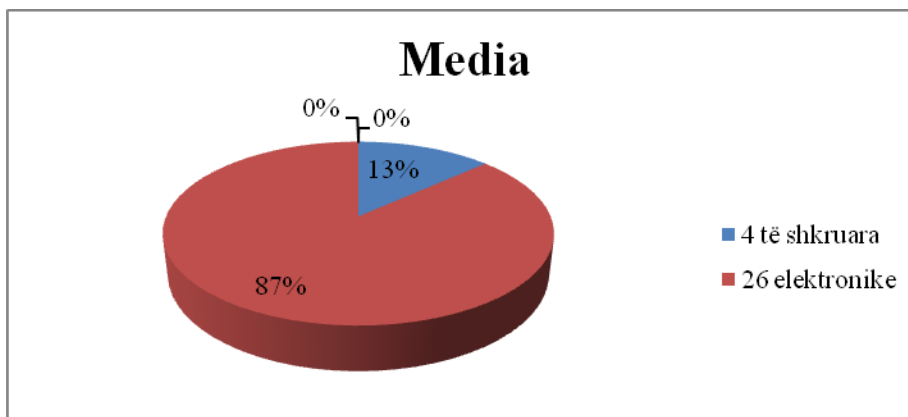
Meshkuj 10

Të anketuarit dhe intervistuarit kishin një përvojë mesatare pune prej gjashtë vjetësh. Gjashtëdhjetë e tetë përqind (68%) e të anketuarve ishin femra (20 femra), ndërsa tridhjetë e dy përqind (32%) ishin meshkuj (10 meshkuj).

Media:

Shkruara 4

Elektronike 26



Tetëdhjetë e shtatë përqind (87%) prej tyre janë të punësuar në medien elektronike (26 gazetarë), ndërsa trembëdhjetë përqind (13%) ishin të punësuar në mediet e shkruara (4).

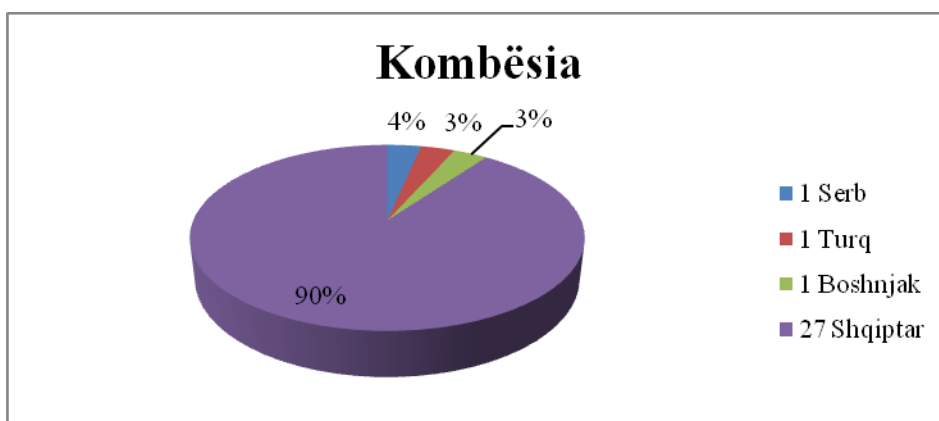
Kombësia:

Serb 1

Turq 1

Boshnjak 1

Shqiptar 27

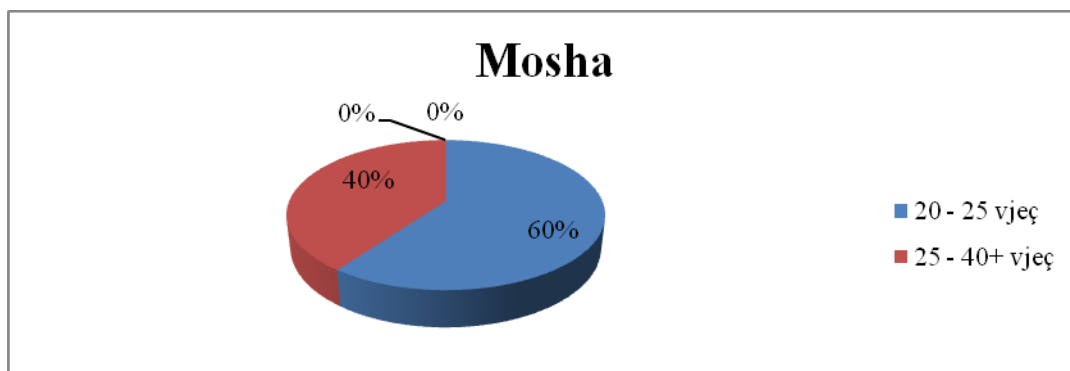


Dhjetë përqind (10%) e të anketuarve i përkisnin pakicave kombëtare turq, serb dhe boshnjak. Afërsisht çdo i intervistuar kishte një diplomë, ku gjysma e tyre kishin diploma nga Universiteti i Prishtinës, Fakulteti Filologjik, Departamenti i Gazetarisë.

Mosha:

20 – 25 18 gazetar

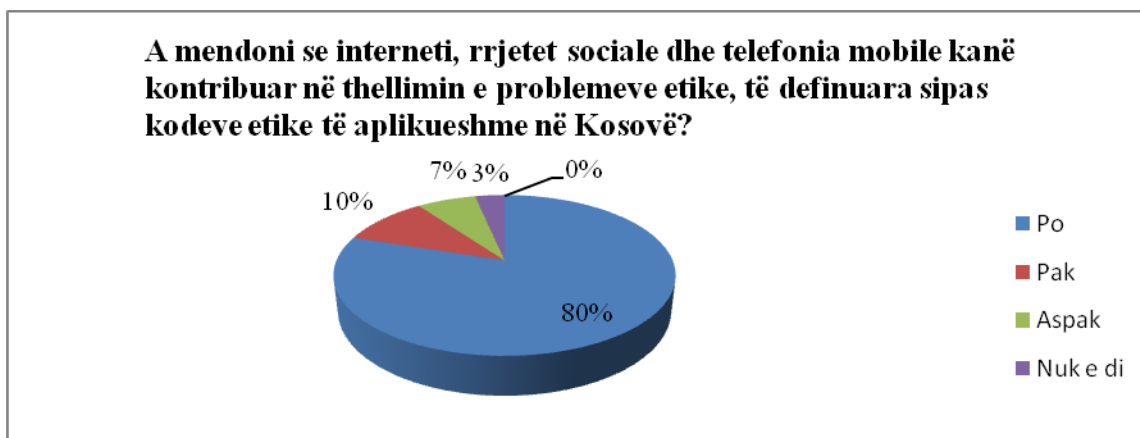
25 – 40 plus 12 Gazetar



Mosha më e re (20 - 25) përbënte gjashtëdhjetë përqind (60%) të intervistuarve (18), ndërsa më të mëdhenjtë në moshë (25 - 40 plus) përbënin dyzet përqind (40%) e të intervistuarve (12).

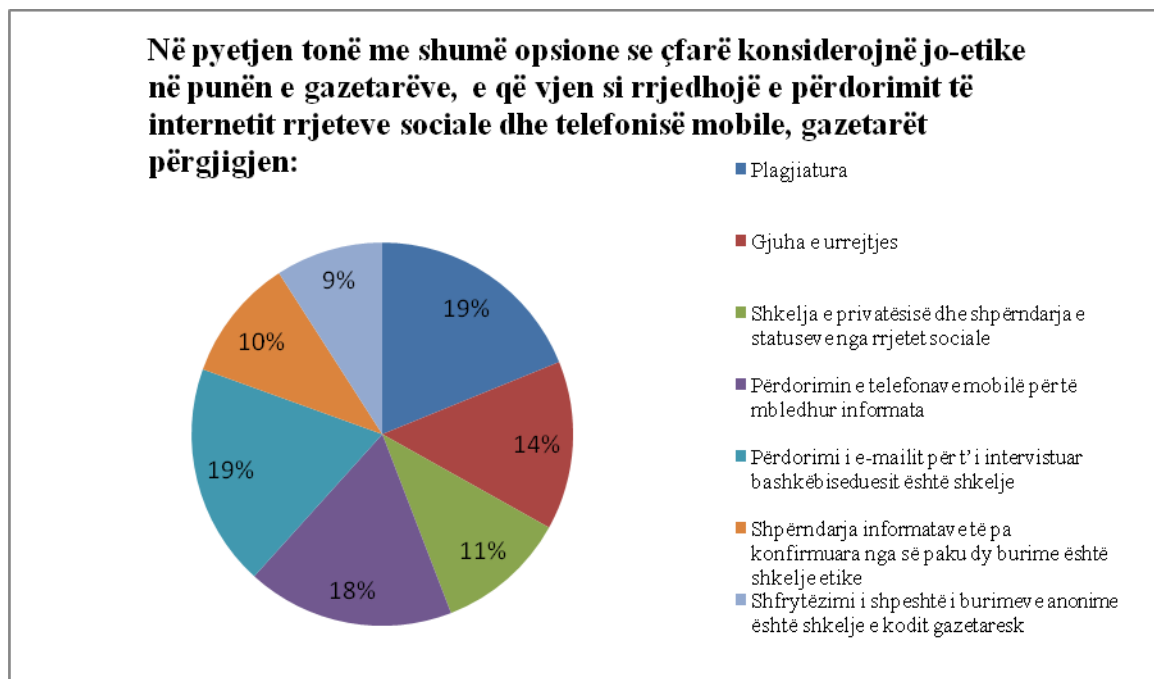
Teknologjitë e reja të komunikimit dhe dilemat me të cilat ballafaqohen gazetarët kosovar

Në pyetjen tonë nëse ata mendonin se interneti, rrjetet sociale dhe telefonja mobile ka kontribuar në thellimin e problemeve etike, të definuara sipas kodeve etike të aplikueshme në Kosovë, 24 gazetar ose 80 % e gazetarëve të anketuar kanë pohuar ndikimin e tyre në etikën profesionale, 3 gazetar ose 10 % mendojnë se ka ndikuar pak, 2 gazetar ose 7 % e të anketuarve mendojnë se nuk ka ndikuar aspak ndërsa 1 gazetar ose 3 % e të anketuarve ka deklaruar se nuk ka dijeni nëse interneti, rrjetet sociale dhe telefonja mobile kanë ndikuar në etikën profesionale të gazetarëve.



Në pyetjen tonë me shumë opsione se çfarë konsiderojnë jo-etike në punën e gazetarëve, e që vjen si rrjedhojë e përdorimit të internetit rrjeteve sociale dhe telefonisë mobile, 29 gazetarë nga 30 ose 96.7% e të anketuarve kanë identifikuar **plagjiaturën** si problem kyç. 22 gazetarë ose 73.3% kanë përzgjedhur përhapjen e **gjuhës së urrejtjes**, ndërsa 17 gazetarë ose 56.7% konsiderojnë se shkelje etike janë **shkelja e privatësisë dhe shpërndarja e statuseve nga rrjetet sociale** përmes medieve *on-line*. Në pyetjen tonë nëse e konsiderojnë shkelje etike **përdorimin e telefonave mobilë për të mbledhur informata**, 27 gazetarë ose 90% e të anketuarve janë përgjigjur pozitivisht. Në pyetjen nëse **përdorimi i e-mailit për t'i intervistuar bashkëbiseduesit** është shkelje 29 gazetarë ose 96.7 % e të anketuarve janë përgjigjur pozitivisht. Ndërsa në pyetjen nëse shpërndarja informatave të pa konfirmuara nga **së paku dy burime** është shkelje etike 16 gazetarë ose 53.3% e të anketuarve janë përgjigjur negativisht ndonëse 14 gazetarë

ose 46.7% e tyre konsiderojnë se shfrytëzimi i shpeshtë i **burimeve anonime është shkelje** e kodit gazetaresk.



Sa i përket ndarjes sipas medieve, nëntëdhjetë e nëntë përqind (99%) e gazetarëve të medieve të shkruara konsiderojnë se plagjiatura është e keqja më e madhe e profesionit krahasuar me pesëdhjetë e gjashtë përqind (56%) të gazetarëve të medieve on-line të cilët arsyetojnë se shpërndarja e informatave “përafërsisht” të njëjta është si rezultat i përgatitjes së njëjtë profesionale dhe mënyrës përafërsisht të njëjtë të shkruarit të informatës (!) dhe se e keqja më e madhe e gazetarisë është qëndron në përdorimin e burimeve anonime, gjë të cilën e pohojnë shtatëdhjetë e tre përqind (73%) e gazetarëve të medieve on-line.

Plagjiaturën nuk e konsiderojnë si shkeljen më të madhe as gazetarët e medieve të pakicave kombëtare në Kosovë gjë të cilën e pohojnë njëqind përqind e të anketuarve. Gjatë intervistës këtë e arsyetojnë me faktin se shumica e tyre jetojnë dhe punojnë në kushte shumë të vështira ekonomike dhe sociale, ndërsa disa prej tyre thonë edhe se këtë e bëjnë ngase nuk e njohin gjuhën e komunitetit shumicë. Në pyetjen se pse nuk e vendosin burimin nga ku e kanë marrë informatën të gjithë janë përgjigjur se atëherë ato informata nuk do të ishin të besueshme për lexuesit, shikuesit dhe dëgjuesit e tyre.

Përfundim

Shumë pak periudha në historinë e njerëzimit kanë qenë pothuajse po kaq revolucionare për shkencën e komunikimit dhe dijes sa është kjo e sotmja. Ndërkohë që interneti ka shpërthyer përmes barrierat komunikuese si një forcë e madhe transformuese, e cila ka krijuar një mjedis të ri që shënon kalimin nga një shoqëri industriale tek një shoqëri digjitale dhe të bazuar në dije, teknologjia e re mediale e ka transformuar rrënjësisht edhe gazetarinë në mbarë botën dhe, në këtë kontest as Kosova nuk bën përjashtim. Modeli i komunikimit vertikal dhe njëdrejtimësh i komunikimit - ne flasim, ju dëgjoni, është duke u zëvendësuar nga një model horizontal dhe shumëdrejtimësh, në të cilin njerëzit janë prodhues po aq sa janë konsumatorë të përmbajtjes, dhe po aq transmetues sa edhe marrës. Sidoqoftë hulumtimet mbi

ndikimin e kësaj teknologjie në etikën gazetareske janë shqetësueshëm të pakta. Për më tepër numri më i madh i studimeve në këtë fushë, tashmë, është fokusuar në përdorimin e teknologjisë së re në gazetari si një ofruese e informatave për publikun, si bazë e besueshme, gjithëpërfshirëse dhe e paanshme e lajmeve dhe ngjarjeve ndërkohë që implikimet etike sikur janë lanë në harresë. Ndaj dhe, qëllim i studimit tonë ishte intencë e shqyrtimit të sfidave etike me të cilat ballafaqohen praktikuesit e gazetarisë kosovare në punën e tyre përmes të dhënave që u arritën edhe përmes një pyetësorit dhe intervistave gjysmë të strukturuara të cilat na e mundësuan gjenerimin e të dhënave për sfidat etike dhe dilemat me të cilat ballafaqohen gazetarët në Kosovë. Sikundër u tha më lartë, rezultatet tregojnë një ndikim të madh të teknologjive të reja në gazetari, sot, si dhe sugjerojnë se ato mund të jenë ndihmesë, por edhe pengesë për etike e saj. Gjithashtu, këtu është argumentuar edhe ajo se - aplikimi i gazetarisë etike është i penguar nga ndërveprimi i një rrjeti kompleks të faktorëve strukturorë, institucional dhe socio-ekonomik, si të brendshëm ashtu dhe të jashtëm për mjedisin në të cilin është praktikuar gazetaria.

Bibliografia:

- Barbour, I. G. (1989 – 1991), *Ethics in an age of technology*, The Gifford Lectures, Vol. 2. San Francisco: HarperSanFrancisco, 1993.
- Batkin, N. (1990). *Photography and Philosophy*; Garland Publishing; Neë York.
- Berger, Arthur A. (2013). *Media and Communication Research Methods: An Introduction to Qualitative and Quantitative Approaches*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Bertrand, Claude J. (2007). *Deontologjia e Medieve*. Instituti Shqiptar i Medies; Tiranë.
- Bertrand, I. and P. Hughes (2004) *Media Research Methods*. London: Palgrave MacMillan.
- Carey, J. (2007). *A Short History of Journalism for Journalists: A Proposal and Essay*; Harvard Journal for Press and Politics, 12(1).
- Castells, M.: *Uson umreženog društva*. Informacijsko doba: ekonomija, društvo, kultura, Golden marketing, Zagreb, 2000.
- Coleman EG, Hill B. 2004. The social production of ethics in Debian and free software communities. In *Free and Open Source Software Development*, ed. S Koch, pp. 273–95. Hershey, PA: Idea Group
- Darlington, R. 2002. Internet ethics: oxymoron or orthodoxy? www.rogerdarlington.co.uk/internetethics.html (shikuar më 11. 08. 2017)
- Emery, M. & Emery, E. (1996). *The Press and America: An Interpretative History of the Mass Media*, 8th ed., Needham Heights: Allyn and Bacon.
- Friend, C., & Singer, J.B. (2007). *Online journalism ethics: Traditions and transitions*. New York: M.E. Sharpe.
- Garrison, B. (Autumn 2000) *Journalists' Perceptions of Online Information-Gathering Problems*, Journalism & Mass Communication Quarterly, 77(3): 500-514.
- Garrison, B. (Spring 2004) *Newspaper journalists use e-mail to gather News*, Newspaper Research Journal, 25:58-69.
- Gore, W. Self-regulation bodies u The Media Self-Regulation Guidebook Vjenë
- Hutchby, I. (2001) *Conversation and Technology: From the Telephone to the Internet*. Cambridge: Polity.
- Johnson, M. J., Wilcox, P. A. (2007). *The world of connected things*. *The Journal of Government Financial Management*. 56(4), Winter, 48 – 53.
- Martin Lister, Jon Dovey, Seth Giddings, Iain Grant, and Kieran Kelly (2010). *New Media: A Critical Introduction* London: Routledge Publication, pp. 446,

McLuhan, M. (1962). *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*. London: Routledge & Kegan Paul

Nair, Meera. (2009). Copyright and ethics: An Innisian exploration. *Global Media Journal -- Canadian Edition*, 2(1), 23-39.

Osgood, C. E., Suci G.C., and Tannenbaum, P.H. (1957). *The Measurement of Meaning*. Urbana, IL : University of Illinois Press.

Pavlik, J. (2001) *Journalism and Neë Media*. New York: Columbia University Press.

Robins, Kevin & Frank Webster (1989): *The Technical Fix: Education, Computers and Industry*. London: Macmillan

Van Dijk, J. (2007) *Mediated Memories in a Digital Age*. Stanford, CA: Stanford University Press.

Interdisciplinary Science Review. 36:1. p90-96.

Van Dusseldorp, Monique, Scullion, Roisin, Bierhoff, Jan (1999) *The Future of Printed Press*, Maastricht: European Journalism Centre Publication.

Bibliografia elektronike:

“Profiles in Plagiarism: Journalism.” FamousPlagiarists.com. No Date. 15 April 2007.
<http://www.famousplagiarists.com/books.htm> .

Boczkowski, P. J. (1999). *Mutual shaping of users and technologies in a national virtual community*. *Journal of Communication*, 49(2), 86-108.
<https://www.scholars.northwestern.edu/en/publications/mutual-shaping-of-users-and-technologies-in-a-national-virtual-co>

Christopher, Andrew (2013) *Ethical Theories In Journalism*,
<http://ethics.journalism.wisc.edu/resources/ethics-in-a-nutshell/>, shkurt 2016.

David E. Boeyink (1990). *Anonymous Sources in News Stories: Justifying Exceptions and Limiting Abuses*. *Journal of Mass Media Ethics* 5 (4):233 – 246.
<http://www.tandfonline.com/loi/hmme20#.V6ROd9Jf2wg>

Debray, R. (1997), *Uvod u mediologiju*, Clio, Beograd

Friedman, L.W. and Friedman, H.H (2008). High impact areas of the New media technologies: A review, *Management Online Review*

Friedman, L.W., & Friedman, H.H., (2008) *The New Media Technologies: An Overview and Research Framework*. Social Science Research Network.
http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1116771, janar 2016.

Hauben, Michael. *The Effect of the Net on the Professional News Media: The Usenet News Collective-- The Man-Computer News Symbiosis*, Teachers College, Columbia University,
<http://www.columbia.edu/~hauben/CS/net-and-Newsmedia.txt>

Hauben, Michael; Hauben, Ronda. "Preface: What is a Netizen". *Netizens: On the History and Impact of Usenet and the Internet (PDF)*. pp. 2–3. Shkurt 2016.
<http://www.morexpertise.com/download.php?id=97>, janar 2016.

Lesage, Frederik, and Hackett, Robert A. (2013). *Between Objectivity and Openness: The Mediality of Data for Journalism*. Media and Communication, 1.
<http://www.librelloph.com/mediaandcommunication/article/vieë/MaC-1.1.39>

Mulliqi, Sh. (2015). *Konvergenca e medieve: një studim mbi të arriturat në Kosovë*. CRC-Journal Volume 2, No. 3-4, 387 -397.
<http://crc-journal.com/wp-content/uploads/2016/03/Revista-CRC-Journal-3-4.pdf>

Mulliqli, Shpresa (2017) shkëputur nga kumtesa me *Tranzicioni i medieve në Evropën juglindore nga të vjetrat në të rejtat, sfidat dhe strategjia për menagjimin e tranzicionit* e prezantuar Konferencën Ndërkombëtare *Prishtina Media days*, organizuar nga European Federation of Journalists prej 3 – 5 maj 2017. (<https://europeanjournalists.org/event/pristina-media-days-2017/>)

Pawlik, J. (2000); *The Impact of Technology on Journalism*, Journalism Studies, 1:2, 229 – 237; <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14616700050028226>, shkurt 2016.

Perse M, Elisabeth (2008): Media Effects and Society, LEA Publication, London

Tremayne, M. (2007). Blogging, Citizenship, and the Future of the Media, New York, Routledge.

Thurstone, L. L. (1928). *Attitudes can be measured*. American Journal of Sociology, 33, Nr. 4. The University of Chicago; <http://www.journals.uchicago.edu/doi/pdfplus/10.1086/214483>

Vehbiu, A. (data mungon). *Etika e medieve në epokën e digjitalizimit*; Botuar nga Instituti i Medies, Tiranë. <http://www.institutemedia.org/Documents/PDF/A.Vehbiu%20shqip%20follow-up.pdf>

Dokumente:

BBC Ethics guide; Ethics: *a general introduction*.
http://www.bbc.co.uk/ethics/introduction/intro_1.shtml

Kodi i medieve të shkruara të Kosovës, Këshilli i mediave të Shkruara; http://www.presscouncil-ks.org/wp-content/uploads/2015/04/Press-Code-for-Kosovo_alb.pdf

Kodi i sjelljes për shërbimet mediale audio – vizuale; <http://www.kpm-ks.org/?pamja=dokumentet&gjuha=1&kerko=kodi>