
RAPORT VLERËSIMI I MBULIMIT TË GRUPEVE VULNERABËL NË MEDIAN SHQIPTARE

Monitorim i medias së shkruar, elektronike
dhe online

Instituti Shqiptar i Medias, me mbështetjen e Fondacionit Shoqëria e Hapur
për Shqipërinë

RAPORT VLERËSIMI I MBULIMIT TË GRUPEVE VULNERABËL NË MEDIAN SHQIPTARE

Ky monitorim u mundësua nga Fondacioni Shoqëria e Hapur për
Shqipërinë

1. Hyrje

Media luan një rol me rëndësi të veçantë për të pasqyruar dhe për t'i bërë pjesë të debatit publik në vend çështjet me rëndësi. Padyshim që çështjet sociale dhe sidomos grupet vulnerabël duhet të jenë një pjesë e rëndësishme e këtij debati publik. Media shqiptare ka pasur një progres të dukshëm dhe në disa aspekte mbresëlënës në rrugën relativisht të shkurtër 25-vjeçare që ka përshkuar deri tani.

Megjithatë, ashtu si gjithë shoqëria shqiptare, një pjesë e mirë e saj mbetet peng i politikës dhe është nën ndikimin e saj. Politizimi i tepruar i shoqërisë shqiptare reflektohet dhe në media dhe për pasojë edhe në debatin publik. Për rrjedhojë, interesi publik nuk është kriteri kryesor në raportim dhe debati publik ka mangësi në disa aspekte dhe tematika, përfshirë këtu edhe çështjet sociale dhe sidomos grupet vulnerabël në media.

Bazuar në rezultatet e monitorimit të medias përse i përket trajtimit të grupeve vulnerabël, aspektit etik, por edhe ndihmesës që jep media për këto grupe, ky parashtrim ka për qëllim të japë një pasqyrë të përmbledhur të problemeve kryesore të vërejtura në raportimin e këtyre grupeve, si dhe sugjerime të mundshme për ta përmirësuar këtë raportim. Natyrisht që edhe pse këto rekomandime janë më së shumti për organet mediatike, edhe organe të tjera të cilat duhet të bashkëveprojnë me median në kuadrin e debatit publik mund të gjejnë një pjesë të rekomandimeve të zbatueshme për ata vetë.

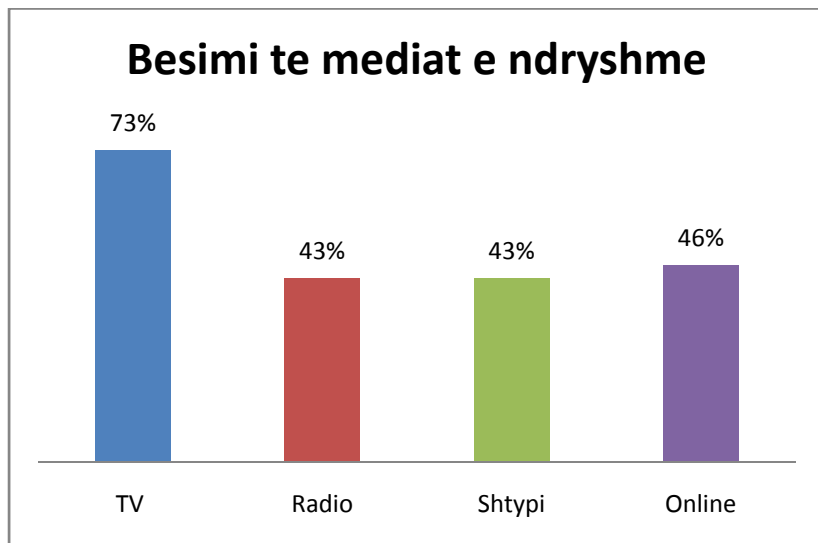
2. Konteksti mediatik

Mediat shqiptare kanë kaluar në shumë etapa zhvillimi që nga botimi i gazetës së parë pas diktature, *Rilindja Demokratike* në vitin 1991. Ndryshe nga viti 1991, kur kishte vetëm një gazetë opozitare dhe vetëm një stacion televiziv shtetëror, tashmë në vend ka një treg të mbipopulluar privat, si për median e shkruar, ashtu edhe për atë elektronike. Për momentin numri i përafërt i mediave në vend është më shumë se 250. Kjo shifër përfshin rreth 23 gazeta të përditshme, dy televizione kombëtare private, 72 televizione vendore, 109 televizione kabllore vendore, dhe tre multiplekse komerciale, 71 radio lokale dhe dy radio kombëtare.

Akresi i shqiptarëve në internet ka ardhur në rritje. Sipas të dhënave të vitit 2014, penetrimi i internetit në vend arriti në 60.10 % të popullsisë¹. Në vitet e fundit një rritje të shpejtë ka patur edhe në numrin e mediave online, blogjeve, si dhe portaleve të ndryshme. Statistikat gjithashtu tregojnë se falë përhapjes në rritje të internetit, gjithnjë e më shumë shqiptarë i ndjekin lajmet në variantin online.

Roli i medias në jetën shqiptare po bëhet gjithnjë e më i fuqishëm, megjithë problemet e shumta që ajo ka. Ajo është bërë gjithnjë e më tepër një monitoruese e qeverisë dhe po perceptohet si një mjet i dobishëm për zhvillimin e sektorëve të ndryshëm të zhvillimit social. Sondazhet e herëpashershme në sytë e opinionit publik media shihet në vendin e parë ndër institucionet që luftojnë korrupsionin, një besim që ka ardhur në rritje ndër vite. Gjithashtu, është për t'u vënë re se megjithë zhvillimin e formave të reja mediatike, media tradicionale ende është më e besuara nga publiku shqiptar.

¹ Internet World Statistics: <http://www.internetworldstats.com/stats4.htm>



Burimi: Sondazh kombëtar për perceptimet dhe pritshmëritë për anëtarësimin e mundshëm të Shqipërisë në BE, Fondacioni Soros, 2014

Gjithashtu, në vitet e kaluara ka pasur përpjekje për të trajnuar gazetarët për aftësitë profesionale dhe disa raportime tematike, si ai politik, ai për të drejtat e njeriut, ai ekonomik, etj. Tema të tilla si raportimi për varfërinë, për bujqësinë, shëndetësinë, komunitetin, ambientin, fëmijët, shoqërinë civile, arsimin, etj., janë më pak të trajtuara. Edhe pse këto tema janë me një rëndësi të madhe sociale dhe paraqesin një interes të madh publik, pasi ato prekin gjithkënd, në media ato trajtohen më pak se të gjitha temat e tjera. Politika mbetet ende tema mbizotëruese për median shqiptare.

Në të njëjtën linjë, edhe pse problemet kryesore të Shqipërisë janë të një natyre rurale, media këmbëngul të mbetet urbane, edhe në raportimet e saj. Përveçse kryeqyteti administrativ, Tirana është edhe kryeqyteti mediatik, ku botohen 23 të përditshme dhe operojnë shumë media të tjera. Në rrethe apo rajone të tjera botohen shumë pak gazeta lokale, edhe ato jo rregullisht. Pra, media kryesore, e bazuar në Tiranë, duhet të mbartë edhe peshën e problemeve të zonave të tjera të vendit. Megjithatë, përvoja ka treguar se edhe atëherë kur shkruhet për probleme lokale ose rurale, qasja mediatike mbetet urbane.

3. Monitorimi i grupeve të marginalizuara në media

3.1 Metodologjia

Me qëllim për të parë mënyrën se si media pasqyron grupet vulnerabël në media dhe për të identifikuar cilat janë prirjet dhe problemet kryesore në këtë aspekt, u krye një monitorim tre-mujor, i cili përfshiu shtypin e shkruar, televizionin dhe median online.

Më konkretisht, u përzgjedhën katër gazeta të përditshme për t'u monitoruar. Gazetat që u monitoruan për këtë qëllim ishin: Panorama, Gazeta Shqiptare, Shqip dhe Shqiptarja.com. Duhet pasur parasysh që tirazhi i gazetave në Shqipëri nuk është i deklaruar dhe nuk ka as mënyra alternative për ta kontrolluar këtë

shifër. Gjithashtu, akoma më pak dihet dhe shkalla e shitjeve të gazetave, pasi nuk ka asnjë detyrim për gazetatat për ta raportuar këtë shifër, me përjashtim të organeve tatimore, ku kjo shifër konsiderohet sekret tregtar. Për këtë arsye, në këtë monitorim, ashtu si edhe në monitorime të tjera të këtij lloji, përzgjedhja e gazetave për t'u monitoruar është bërë duke u nisur nga perceptimi i përgjithshëm në komunitetin e medias për këtë çështje, si dhe nga biseda me kryeredaktorë dhe drejtorë të gazetave, të bëra në mënyrë të vazhdueshme. Qëllimi në këtë rast ka qenë të zgjidhen jo vetëm gazetatat që mund të konsiderohen si me numër më të madh shitjesh, por edhe gazeta që kanë një profil të caktuar përsa i përket pasqyrimin të çështjeve sociale apo edhe trajtimit etik që i bëjnë problemeve të caktuara.

Situata nuk është e ndryshme në lidhje me televizionet. Edhe pse ka studime për audiencën, ato bëhen nga kompani private dhe nuk janë publike. Në këtë mënyrë, edhe pse ekziston një perceptim publik për atë se cilët janë televizionet kryesorë, nuk ka të dhëna sondazhesh apo të rregullta audience për të treguar me prova se cilët janë televizionet apo emisionet më të ndjekura. Për këtë arsye, monitorimi u përqendrua te dy televizionet kombëtare private, TV Klan dhe Top Channel, ose më saktë te edicionet e tyre kryesore të lajmeve, për një periudhë tre-mujore, pasi këto televizione njihen si ndër më të ndjekurat dhe kanë një shtrirje më të madhe të sinjalit.

Pjesë e monitorimit u bënë edhe tre platforma online. Ashtu si dhe me gazetatat dhe televizionet, nuk ka burime të besueshme të popullaritetit të platformave online. Alexa.net mbetet nga të paktat burime që ofrojnë një renditje të faqeve më të vizituara online në vend, megjithëse besueshmëria e saj lë për të dëshiruar sipas shumë burimeve të mediave online. Gjithashtu, përsa i përket mediave online zgjedhja është edhe më e ndërlikuar, pasi një pjesë e platformave online që janë edhe më popullore janë variantet online të mediave tradicionale, gazeta apo televizione, gjë që do të dublonte përmbajtjen e monitorimit, pasi në këto struktura

mediatike përdoren të njëjtat burime dhe i njëjti informacion si për shtypin, ashtu dhe për TV dhe online. Për këtë qëllim, u vendos të monitoroheshin faqet e mëposhtme: Balkanweb.com, agjencia e lajmeve NOA dhe lajmifundit.al. Edhe pse Balkanweb është pjesë e një strukture mediatike ku përfshihen edhe gazetë, radio dhe televizion, ajo është nga faqet më të vizituara në vend dhe ku lajmi rifreskohet më shpesh, duke bërë që përmbajtja e agjencisë së lajmeve të jetë burim kryesor edhe për mediat e tjera. Për këtë arsye, u pa me vend që të përfshihej kjo faqe në monitorim, për shkak të shikueshmërisë. I njëjti argument vlen dhe për dy platformat e tjera të zgjedhura. Edhe pse ka disa faqe të tjera që janë më popullore se to, këto faqe online janë ose pjesë të mediave tradicionale që tashmë janë pjesë e monitorimit, ose kanë një profil të kufizuar, midis politikës dhe zbatimjes, pa i lënë vend lajmeve sociale, që janë fokusi kryesor i këtij monitorimi.

Në monitorim u përfshinë jo vetëm artikujt, por u konsideruan dhe praktika e filtrave vetërregullues dhe politikat e platformave në lidhje me komentet e gjeneruara nga lexuesit, pasi zakonisht këto janë edhe pika më nevralgjike e platformave online përsa i përket normave të etikës.

Periudha e monitorimit të mediave ka qenë periudha qershor, korrik dhe shtator 2014. Monitorimi ishte si sasiore, ashtu edhe cilësor. Nga ana sasiore u vërejtën numri total i artikujve dhe kronikave, ndarja e tyre për tema dhe grupe të ndryshme, zhanri specifik i përdorur, si dhe numri i burimeve. Nga ana cilësore analiza u përqendrua te cilësia e burimeve të përdorura, te gjuha dhe nuancat apo fjalët diskriminuese të përdorura, te qëndrimi i medias karshi grupit që pasqyronte, përfshirja e këtij grupi në pasqyrim, etj.

Kriteret kryesore të monitorimit ishin:

- karakteristikat e raportimit të grupeve të marginalizuara;
- gjuha e përdorur;
- krijimi i stereotipeve;
- konsideratat etike në botimin e lajmeve dhe komenteve;
- filtrat vetë-rregullues ekzistues;
- sa njihet problematika e target grupit;
- Niveli etik në gjuhën e përdorur;
- Niveli i analizës dhe përthellimit të problemit në mbulimin mediatik.

Më poshtë vijon analiza për raportimin e grupeve të marginalizuar dhe vulnerabël në median tradicionale të shkruar, në televizionet kryesore dhe në platformat online si rezultat i monitorimit dhe gjetjeve të tij.

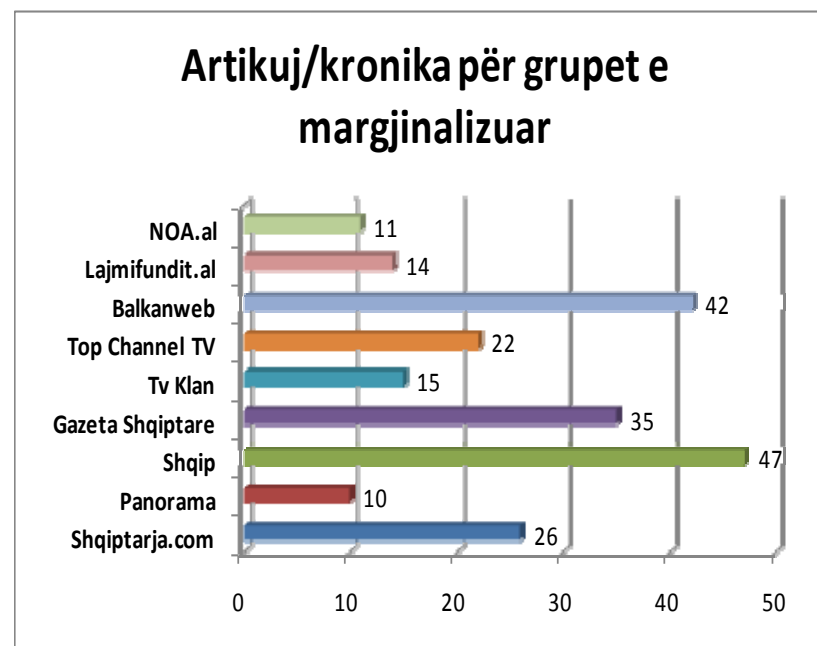
3.2 Monitorimi sasior

Monitorimi sasior konsistoi në identifikimin e të gjithë artikujve dhe kronikave që kishin të bënin me grupet vulnerabël dhe të marginalizuar. U konsideruan edhe artikuj ku këta grupe nuk shfaqeshin drejtpërdrejt, por prekeshin nga përmbajtja e artikujve, si për shembull editorialet.

Për qëllimin e këtij monitorimi përkufizimi i grupeve të marginalizuar dhe vulnerabël ishte relativisht i gjerë, duke përfshirë të gjithë ata grupe dhe persona të konsideruar si në pozita më të dobëta në krahasim me shumicën e popullsisë, ose që kërkojnë kushte dhe vëmendje të veçantë. Kështu, u morën parasysh artikujt dhe kronikat për të miturit, të sëmurët terminalë, të sëmurët

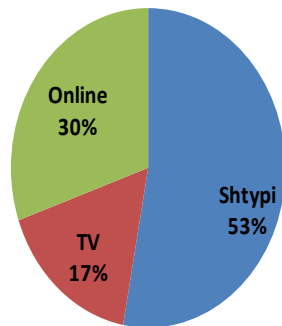
mendorë, komuniteti LGBT, komuniteti rom dhe egjiptian (si ndër më të diskriminuarit nga pakicat etnike,) personat me aftësi të kufizuara, njerëzit që përfitojnë nga skema ekonomike, viktimat e dhunës në familje, si dhe viktimat e trafikimit.

Në total u vërejtën 222 artikuj që kishin lidhje me temat dhe grupet e mësipërme.



Siç mund të shihet dhe nga grafiku i mëposhtëm, numrin më të madh të artikujve për këto tema e mbartin gazetatat e përditshme:

Mbulimi sipas llojit të medias

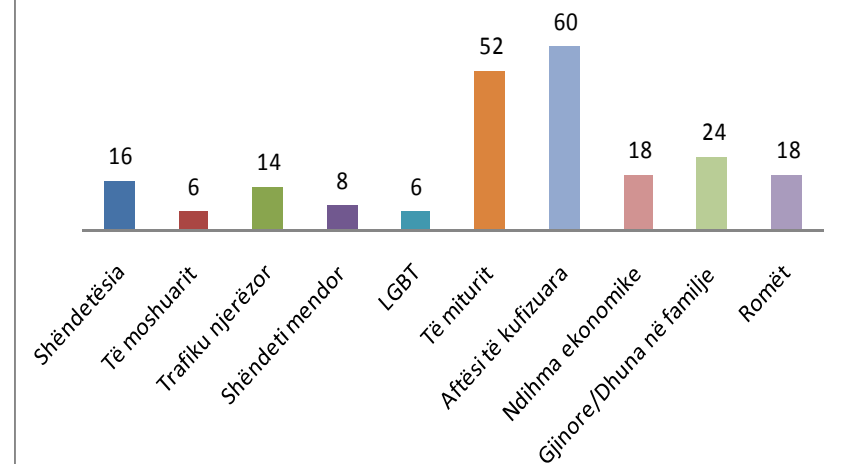


Gazetat në fakt mbartin më shumë se gjysmën e totalit të artikujve për këto grupe. Kjo është e kuptueshme, pasi gazetatat kanë një traditë më të gjatë të rubrikave sociale, të cilat kanë të paktën një faqe në secilën gazetë të përditshme. Po kështu, televizionet janë të kufizuara në kohë në edicionet e lajmeve dhe përparësia i jepet kryesisht politikës dhe ngjarjeve të lidhura me të, ndërsa temat sociale janë të fundit për nga rëndësia dhe nga renditja në këto edicione. Gjithashtu, mediat online janë një dukuri relativisht e re dhe si të tilla nuk janë konsoliduar përsa i përket numrit të stafit, i cili mbetet shumë i kufizuar, tërheqjes së reklamës, si dhe burimeve të financimit. Për pasojë, lajmet sociale janë tejet të pakta dhe zakonisht vijnë nga mediat e tjera tradicionale ose online, nuk hartohen vetë.

Një tjetër aspekt i parë ka qenë ndarja e artikujve dhe kronikave sipas temave dhe grupeve përkatëse. Siç mund të shihet nga grafiku i mëposhtëm, temat më të prekura nga mediat janë ato për

personat me aftësi të kufizuara dhe për të miturit. Artikujt dhe kronikat për të miturit në përgjithësi janë të pranishme në median shqiptare në një masë më të madhe, sipas monitorimeve të herëpashershme të bëra në këtë fushë. Ndërsa prania e rritur e artikujve dhe kronikave për personat me aftësi të kufizuara shpjegohet me konfliktin për transportin falas të invalidëve midis qeverisë dhe bashkisë. Grupet më pak të trajtuar në media në këtë periudhë kanë qenë komuniteti LGBT, të moshuarit dhe problemet e shëndetit mendor.

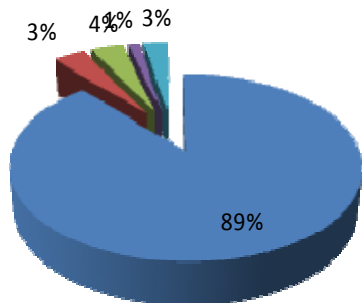
Ndarja sipas temave/grupeve



Zhanri i artikullit dhe kronikave që mediat kanë përdorur për raportimin e grupeve të marginalizuara është një tjetër tregues i rëndësishëm, pasi ai është një tregues i qëllimit të raportimit dhe gjithashtu ndikon në llojin e informacionit që i përçohet publikut.

Ndarja sipas zhanrit

■ Lajm ■ Intervistë ■ Koment/Analizë ■ Reportazh ■ Investigim



Sic shihet nga grafiku, shumica dërrmuese e lajmeve janë në formën e lajmit, madje lajmit të shkurtër, 89% të artikujve dhe kronikave. Kjo ndarje është në linjë me fizionominë e përgjithshme të artikujve dhe kronikave në median shqiptare, ku mbizotërues është lajmi i shkurtër. Kjo dukuri ka qenë e pranishme në gazeta dhe në televizione, por është theksuar akoma më shumë me zhvillimin e medias online, e cila lajmin e shkurtër e ka zhanrin më të përdorur, pasi tipikisht lajmet nuk e kalojnë gjatësinë e një deri në dy paragrafë. Komentet dhe analizat zënë 4% të artikujve dhe kronikave, kurse intervistat dhe investigimet zënë 3% secila. Megjithatë, përqindja e investigimit vjen kryesisht nga fakti se gazeta “Shqip” ripublikon disa nga kronikat e programit “Fiks Fare” në formë të shkruar, pasi në fakt investigimi pothuajse mungon në mediat e monitoruara. Së fundmi, reportazhi është një zhanër në zhdukje dhe zë vetëm 1% të të gjithë artikujve dhe kronikave.

3.3 Cilësia e raportimit për grupet e marginalizuara

3.3.1 Grupet e marginalizuara si pjesë e faqeve/rubrikave “sociale”

Pasqyrimi në media i grupeve të marginalizuara është një temë delikate, por edhe një aspekt i rëndësishëm i asaj që mund të quhet misioni informues, por edhe edukues i medias. Roli i medias është thelbësor në afirmimin, promovimin dhe mbrojtjen e grupeve të marginalizuara. Asnjë faktor tjetër në shoqëri nuk mund të bëjë më shumë se media në këtë aspekt në ndërgjegjësimin e publikut për çështjet e këtyre grupeve. Roli i medias në pasqyrimin e saktë, cilësor dhe në pasurimin e debatit publik për këto grupe është i domosdoshëm.

Monitorimi i paqyrimin të këtyre grupeve në median shqiptare tregon se grupet e marginalizuara janë në fakt në margjina të të gjitha mediave, qofshin shtypi i shkruar, televizioni, apo online. Rrallë gjen një faqe, rubrikë, emision apo sektor të mirëpërcaktuar për grupet e marginalizuara. Të gjitha këto grupe dhe problematikat e tyre në të shumtën e rasteve mblidhen nën një ombrellë të madhe të emërtuar “sociale.” Duke pasur parasysh situatën e vështirë ekonomike të mediave shqiptare, burimet gjithnjë në ulje njerëzore dhe mungesën e specializimit apo të kohës së gazetarëve për të ndjekur problemet, kategoria e pasqyrimin të problemeve sociale është ndër të parat që sakrifkohet nga mediat. Për shembull, faqet dhe platformat online në të shumtën e rasteve ndahen mes rubrikave të politikës, argëtimit, thashethemeve, teknologjisë, etj, e problematika sociale pothuajse mungon. Gjithashtu, është e kuptueshme që cilësia e raportimit të problemeve sociale edhe në mediat e tjera me këto mundësi të kufizuara që kanë rrallë është në lartësinë e duhur.

Një tjetër problem i raportimit të grupeve të marginalizuara ka të bëjë me atë se kush flet në emër të këtyre grupeve. Si zgjidhen burimet për këto grupe? A janë ato përfaqësuese? Si trajtohet informacioni i marrë nga këto burime? Pikërisht përzgjedhja e burimeve ose dinamika e ndikimit të personave apo grupeve të caktuara te pasqyrimi mediatik është një tregues i mirë për atë se sa akses kanë në media grupet e marginalizuara.

Më konkretisht, nëse do të shohim rastet e artikujve apo kronikave nën monitorim, është një sfidë e vërtetë të gjenden citime të burimeve nga grupi direkt i interesuar. Ajo me të cilën lexuesi apo shikuesi ndeshet shumë kollaj është prania ose prononcimet e qeveritarëve ose aktivistëve të të drejtave të njeriut, të cilët flasin për këto grupe; nëse e bëjnë diçka të tillë në emër të tyre apo jo, kjo lë vend për diskutim. Në mënyrë më specifike, ngjarje të tilla si dalja e një raporti për viktimat e trafikimit, një raport për varësinë nga droga te të miturit, debati për udhëtimin falas të invalidëve, iniciativat e qeverisë për trajtimin e të sëmurëve me kancer, ndihma ekonomike dhe sistemi sesi ndahet ajo, tekstet për fëmijët romë, etj, përbëjnë gjithnjë lajm nëse janë të shoqëruara me prononcimet përkatëse të politikanëve të përfshira në to, duke nisur nga ministrat e ndryshëm, drejtorët e drejtorive përkatëse në strukturat shtetërore, si dhe ndonjë kryetar shoqate. Rrallë ndodh që të pyeten vetë njerëzit e prekur direkt nga politika apo struktura në fjalë.

Për shembull, një temë nga më të hasurat gjatë periudhës së monitorimit ka qenë ajo për grupin me persona me aftësi të kufizuara. Kjo kryesisht për shkak të debatit për transportin falas të këtij grupi në rrjetin urban të Tiranës, por gjithashtu edhe për çështje të ndihmës ekonomike dhe mundësisë për t'u arsimuar. Në asnjë rast të pasqyrimin të këtij debati nuk janë cituar burime nga brenda këtij grupi, as në median e shkruar dhe as në median

audiovizive, ndërkohë që në platformat online kjo çështje mungon krejt. Për shembull, një çështje e mbuluar në muajin korrik ka qenë ajo e seancave dëgjimore me grupet e interesit për projektligjin për personat me aftësi të kufizuara. Kemi disa artikuj dhe kronika ku flasin hartuesit kryesorë të projektligjit, në këtë rast zëvendës Ministria e Mirëqenies Sociale, por grupet e interesit nuk përfshihen në asnjë artikull, qoftë edhe për reagimin e tyre ndaj seancave dëgjimore në parlament në lidhje me projektligjin që duhet të ndihmojë ata me probleme të ndryshme që kanë me aksesueshmërinë. Ky është vetëm një nga rastet e hasura, por që në fakt përbëjnë rregullin në mbulimin e këtyre grupeve në media. Ashtu si e tregoi edhe monitorimi sasior, artikujt dhe kronikat me një burim mbizotërojnë në median shqiptare dhe në këtë rast burimi rrallë vjen nga grupi i prekur.

Në parim, publiku kryesor i mediave është shoqëria me të gjitha grupet e saj. Për pasojë, është pjesë e detyrës së medias që jo vetëm të informojë të gjitha këto grupe se çfarë po bëhet për ta ose çfarë po ndodh që do ndikojë në jetën e tyre, por edhe t'i bëjë këta grupe pjesë të debatit publik. Vetëm në këtë mënyrë do të krijohej një shkëmbim mendimesh që do të çonte në një debat të shëndetshëm dhe të mirëinformuar publik.

Në këtë kontekst, përsa i përket përfaqësimit të të gjitha shtresave dhe grupeve të marginalizuara, duhet thënë se varësia nga burimet zyrtare të informacionit në media është e dukshme. Ka edhe raste që zërat alternativë dëgjohej, por kjo ndodh mjaft rrallë.

Artikujt dhe kronikat e monitoruara në kuadrin e pasqyrimin të çështjeve sociale në media dëshmojnë se shumica e tyre bazohen vetëm në një burim dhe ka shumë gjasa që ky burim të jetë një burim zyrtar. Këtu duhet përmendur edhe dukuria e përcjelljes tejet besnike në media të deklaratave, komunikatave për shtyp, apo edhe njoftimeve zyrtare, ku është vështirë të dallohet nëse një shkrim i tillë është vepër e gazetarit apo e zyrës së shtypit.

Po ashtu, nuk mund të lihen pa përmendur edhe artikujt apo kronikat që janë dukshëm të sponsorizuara nga kompani private, megjithëse serviren si lajme. Edhe pse këto “lajme” kanë të bëjnë me aktivitete apo veprime të kryera për njerëzit në nevojë, është e qartë që mbulimi i tyre është me porosi të sponsorizuesve. Për shembull, nga artikulli “AMC jep 12000 Euro në mbështetje të fëmijëve me sindromën Down,” është e qartë që në titull se cili është qëllimi i këtij artikulli, pra informimi i publikut për aktivitetin bamirës të AMC, ndërkohë që nuk ndodh që në të njëjtën periudhë të gjejmë një artikull apo kronikë informuese për probleme të fëmijëve me këtë sindromë.

3.3.2 Politizimi i problemeve të grupeve të margjinalizuara në media

Është e vështirë ta mohosh shkallën e lartë të politizimit të shoqërisë shqiptare, në çdo fushë të saj. Natyrisht që edhe në media ndikimi i politikës është i pashmangshëm. Fakti që faqet e politikës janë faqet e para që shfletohen në një gazetë shqiptare dhe ato që normalisht zënë hapësirën më të madhe në edicionin e lajmeve, si dhe numri i madh i emisioneve të përditshme televizive politike e dëshmon më së miri këtë prirje.

Fatkeqësisht, ky ndikim është i lehtë për t’u vënë re edhe në raportimin e grupeve të margjinalizuara. Nuk janë të rralla rastet kur tema me rëndësi sociale anashkalohehen ose bëhen pjesë e debatit vetëm falë politizimit të tyre. Rasti më i qartë në kuadrin e këtij monitorimit është ai i debatit për transportin falas të invalidëve në Tiranë. Për shkak të konfliktit të Bashkisë së Tiranës me qeverinë, kemi disa artikuj dhe kronika që i kushtohen këtij problemi. Megjithatë, duke parë përmbajtjen, lind pyetja a do të kishte pasur të njëjtin mbulim ky problem nëse nuk do të ekzistonte ky konflikt me profil të lartë politik? Kështu, artikujt dhe kronikat janë një lloj ping-pongu, ku Bashkia e Tiranës dhe shoqata e transportit të

Tiranës kërkojnë që qeveria të mbulojë pjesën e invalidëve në transportin e kryeqytetit, ndërkohë që qeveria dhe Ministria e Mirëqenies Sociale zotohen që do të zgjidhin problemet dhe i kërkojnë Bashkisë të mbajë premtimin për mbrojtjen e këtij grupi.

Nëse shkëndija apo ngarkesa politike është një element i domosdoshëm për të tërhequr vëmendjen e medias, atëherë është e qartë që interesi publik në këto media ose është lënë pas dore, ose është keqkuptuar. Aplikimi i kriterit të rëndësisë politike për të zgjedhur rëndësinë e një artikulli dhe kronike padysim që e largon median nga misioni që ka kundrejt publikut dhe vetvetes.

3.3.4 Lajmi përballë fenomenit

Edhe pse ka një pasqyrim relativisht të kënaqshëm e të larmishëm të atyre që mund të konsiderohen lajme apo zhvillime në tema me rëndësi sociale në media, pasqyrimi i të rejave apo problemeve në fusha me rëndësi sociale në më të shumtën e rasteve përfundon me lajmin apo personin e pasqyruar atë ditë në gazetë. Janë tejet të pakta rastet e përveçme të cilat shfrytëzohen për të ndjekur në vazhdimësi ecurinë e një problemi, projekti, apo fenomeni. Kjo është akoma më e dukshme në rastin e pasqyrimin të grupeve të margjinalizuara brenda grupit të problemeve sociale në media.

Shumë shpesh shohim të pasqyruara studime, konferenca apo deklarata të ndryshme, disa prej tyre me një rëndësi të madhe sociale dhe për pasojë edhe me interes publik. Shumë rrallë shohim që në ditët në vijim tema apo problemi i ngritur nga këto ngjarje të ndiqet me nismën e vetë medias.

Me kalimin e viteve dhe me përvojën e fituar, mediat kanë bërë një punë gjithmonë e më të mirë për raportimin e lajmit të thjeshtë, shpesh edhe duke u vënë në garë me njëra-tjetrën për këtë qëllim.

Ai që mbetet një hap ende i porealizuar nga mediat shqiptare është thellimi i lajmit të ditës ose lajmit në përgjithësi, një hap që do të bënte të mundur zbulimin dhe paraqitjen e thelbit të problemit. Në një media që ka për qëllim t'i shërbejë publikut, botimi i një raporti ku thuhet se shpenzimet për shëndetin po çojnë familjet drejt varfërisë, apo i lajmeve dhe raporteve ku thuhet se fëmijët shqiptarë trafikohen rregullisht, duhej të shërbenin si një lajm për t'u gjurmuar në ditët në vijim me mundësi dhe burime të ndryshme dhe jo të mbyllej me mbushjen e faqes ditën që dalin këto raporte.

Megjithatë, ky është fati jo vetëm i lajmeve për grupet e marginalizuara, por edhe i shumicës së lajmeve me rëndësi sociale në gazetatat e përditshme: nëse nuk ka një ndodhi të re, një deklaratë, apo një ngjarje që e pason të parën, atëherë edhe ai problem mbyllet po aty. Nisma të vetë mediave për të hetuar apo ndjekur një problem të caktuar në vazhdimësi, edhe pse ky mund të jetë mjaft i rëndësishëm, për momentin duket se janë një luks për mediat shqiptare.

Përtej përparësive të vendosura brenda vetë redaksisë apo profesionalizmit të gazetarëve, një shpjegim për këtë duhet ta gjejmë edhe te numri i reduktuar i stafit të gazetave, si dhe te ndërrimi i shpeshtë i punëve që nuk lejon një profilizim dhe specializim të gazetarëve në një nivel të kënaqshëm. Gjithsesi, edhe pse është e qartë që media shqiptare përballet me probleme që ndikojnë në cilësinë e punës së saj, informimi për çështje dhe grupe të tilla është një përparësi për tërë shoqërinë dhe media nuk mund të quhet e vetërealizuar nëse nuk i përshtatet kësaj kërkesë.

3.3.5 Gazetaria komunitare

Në këtë kontekst, ndërkohë që përshkruajnë problemet e grupeve të marginalizuara, disa nga artikujt janë shkruar në një mënyrë që tregon dhe përfshirjen e gazetarit në kauzën e përmirësimit të gjendjes së personave që bëjnë pjesë në këto grupe. Në disa artikuj

dhe kronika kjo prirje është më e qartë se në të tjera. Për shembull, një artikull për një fëmijë 8 vjeç që dilte në rrugë me një peshore për të ndihmuar familjen u pasqyrua në fillim të programi Fiks Fare dhe pastaj në gazetën Shqip. Ky artikull ishte një shembull i pastër ku media vepron në mënyrë pothuajse misionare, duke publikuar edhe numrin e llogarisë së hapur për të ndihmuar fëmijën dhe familjen në nevojë. Kështu, artikulli shpjegon vështirësitë e shumta ekonomike por edhe problemet brenda familjes, si dhe përpjekjet e njerëzve për të ndihmuar fëmijën pasi lexuan artikullin e parë dhe kronikën e Fiks Fare. Ose sipas artikullit, ai përqendrohet te “historia e dhimbshme e djaloshit që pasi mbaron mësimin del në rrugë me peshore për të fituar disa të holla, për shkak të gjendjes së vështirë ekonomike, me një nënë që punon pastruese sa herë t'i jepet mundësia dhe me një baba të alkoolizuar.” Po kështu në artikujt dhe kronikat e tjera për këtë rast ka nota të theksuara sentimentalizmi dhe dhimbshuri, duke shpjeguar kontrastin mes tij dhe moshatarëve që luajnë ndërkohë që ai punon në rrugë, mënyrën se si i gjendet familjes, etj. Edhe pse përdorimi i frazave të tilla që mbushin këto lloje artikujsh është i debatueshëm përse i përket përçimit të informacionit të publiku, qëllimi i mirë padyshim që duhet nënvizuar kur diskutojmë për këtë çështje.

Si ky rast ka edhe të tjerë në media gjatë monitorimit. Kështu, kemi rastin e shpërndarjes së paketave ushqimore për katër vajza që jetojnë me nënën e sëmurë, gjithashtu pas sensibilizimit mediatik. Një tjetër rast i dhimbshëm është ai i dy vëllezërve që kanë paaftësi fizike dhe jetojnë në karrocë, familja e të cilëve bën thirrje për ndihmë ekonomike, rastin e fëmijëve që nxirren për të lypur, etj. Media shqiptare është e mbushur me raste të tilla në fakt, duke reflektuar edhe situatën dhe problemet e shoqërisë shqiptare. Këta artikuj dhe kronika janë një shembull i qartë i gazetarëve që përdorin fuqinë e medias për të ndihmuar në një lloj mënyre njerëzit në nevojë dhe grupet e marginalizuara, duke ngritur ndërgjegjësimin për problemet e tyre. Megjithatë, ekuilibri midis

ruajtjes së dinjitetit të personave dhe ndihmesës së dhënë ndaj tyre është gjithnjë delikat dhe i vështirë për t'u arritur.

Është e qartë se mediat dhe gazetarët kanë një ndjeshmëri të lartë për të ndihmuar grupet dhe personat në nevojë dhe nuk hezitojnë ta përdorin pushtetin e medias. Megjithatë, ajo që i bashkon këto përpjekje mediatike është thirrja për ndihmë për raste individuale dhe jo një përpjekje më e organizuar për të adresuar problemet e gjithë grupit dhe shtresës shoqërore, duke shkuar përtej individit. Rrallë ndodh që të ketë një përpjekje të përbashkët dhe të organizuar për të pasqyruar këto tema dhe grupe si një fenomen, me të gjitha të dhënat dhe mendimet që mund të mbliidhen, me rastet e veçanta për të përshkruar fenomenin, si dhe me kërkimin e zgjidhjeve të mundshme. Në fakt, siç ndodh me shumë tema të tjera, vetëm rastet më të ndjeshme paraqiten, të cilat nuk pasohen më tej me ndjekje të fenomenit, shkaqet e tij, ndikimin dhe zgjidhjen e tij. Për shembull, duke u nisur nga rasti i djalit 8-vjeçar që ndihmon familjen duke punuar, mund të kishte pasur një seri shkrimesh për të përshkruar fenomenin dhe për të ndërgjegjësuar autoritetet dhe shoqërinë në lidhje me këtë problem të kudogjendur. Megjithatë, për arsye të ndryshme, këto lloj artikujsh e kronikash janë të kufizuara, me një efekt vetëm për rastin e veçantë, pa kaluar në një përkushtim më të madh të medias për gjithë grupin që ka nevojë për mbështetjen dhe ndërgjegjësimin e shoqërisë.

3.3.6 Etika e pasqyrit të grupeve të margjinalizuara në media

Etika në mediat shqiptare lë ende shumë për të dëshiruar dhe mënyrat për të ndërgjegjësuar dhe përmirësuar profesionalisht median nuk duhet të mungojnë. Megjithatë, duke pasur parasysh sjelljen e medias shqiptare në fillimet e veta me viktimat, të miturit, apo grupe të tjera të dobëta dhe të pambrojtura, është i qartë

progresi që është bërë në këtë fushë. Edhe pse media shqiptare nuk ka bërë hapa konkretë për të krijuar një organ vetërregullues, qoftë nëpër redaksi, qoftë si organ kolegjal për një numër mediash, ka një praktikë dhe standard deri diku të kristalizuar për rregullat bazë të etikës. Për shembull, për raportimin e fëmijëve dhe të miturve, në vitet e para të shtypit shqiptar mund të thuhej pa ngurrim se kronika e zezë ishte një magnet për shtypin në pasqyrimin e fëmijëve, ku rastet e identifikimit me zë e figurë e me emër të plotë ishin të përditshme. Siç e vërteton ky monitorim por edhe të tjera të ngjashme në vitet e fundit, nuk mund të themi që përballemi më me këtë situatë, të paktën për periudhën e monitoruar, edhe pse problemet janë ende të shumta.

Në të njëjtën linjë, edhe në lidhje me grupe të tjera të caktuara, media shqiptare në përmbajtjen që publikon, qoftë në shtyp, në ekran, apo edhe në faqet online, ruan një standard të pranueshëm dhe deri diku të njehsuar nga njëra media në tjetrën në lidhje me termat, etiketimet, si dhe etikën që duhet pasur me grupet e margjinalizuara. Për shembull, nuk ka raste flagrante të etiketimeve apo termave, të tilla si “handikapat,” “i çmendur,” “sakat,” “xhuxh,” etj. Megjithatë, ka një tendencë për të stereotipizuar komunitete të ndryshme. Kështu, gjatë monitorimit u vënë re disa raste kur sidomos romët etiketoheshin në një mënyrë negative në titull. Kështu kemi tituj gazetash si: “Romët japin fëmijët me qera për 30 mijë lekë në ditë,” i cili mund të duket një paragjykim nga ana e gazetarëve. Por, brendia e artikullit bazohet te rubrika investigative e “Fiks Fare,” e cila ka ndjekur këtë problem në terren dhe ka filmuar praktikën e shfrytëzimit të fëmijëve. Natyrisht që është e debatueshme nëse duhet vendosur përcaktimi si “rom” ndërkohë që këtë veprim mund ta kishin bërë edhe persona që nuk janë romë. Gjithsesi, ato që janë botuar në gazetë dhe shfaqur në “Fiks fare” kanë për qëllim të shfaqin një problem të shfrytëzimit të të miturve, i cili është një interes publik dhe elementi racor është i diskutueshëm, por dytësor.

Në fakt, shumica e artikujve që shfaqin pikëpyetje etike në median tradicionale luhaten më tepër në nuanca dhe vendime që lënë vend për diskutim, por shkeljet flagrante të etikës në lidhje me grupet e marginalizuara janë të rralla. Ajo që mbetet problematike në këtë aspekt nuk është aq media tradicionale, por media online, dhe kjo jo vetëm përse u përket grupeve të marginalizuara.

Megjithë risinë e sjellë nga mediat online, një nga aspektet problematike është se i ka hapur rrugën çdo komenti, pa ndonjë filtër. Lindja e mediave on-line ka mundësuar edhe rrjedhën e mendimeve, reagimeve dhe komunikimeve jo-etike në këto faqe interneti, shpesh me një përmbajtje negative dhe populiste. Në postimet apo komentet e forumeve dhe të blogjeve në shqip si dhe në mikroblogjet e rrjeteve sociale gjen jo rrallë stereotipe joetike sipas të cilave individë apo komunitete paragjykojnë për shkak të përkatësisë së tyre, qoftë kjo etnike, racore, fetare, gjinore, seksuale, krahinore apo sociale. Shqetësim përbën edhe krijimi i disa grupeve në rrjetet sociale që synojnë përhapjen e mesazheve dhe të filozofisë fundamentaliste dhe ekstremiste.

Me pak përjashtime, shumica e forumeve apo diskutimeve on-line nuk përdorin moderator ose filtër. Për pasojë, komentet, mendimet dhe diskutimet në këto faqe rrallë pastrohen nga diskriminimi, gjuha e urrejtjes, shpifjes, ose çdo shkeljeje të etikës. “Neë media, social media dhe blogosfera po përdoren nga njerëz të ndryshëm për sulme personale dhe për dëmtimin e imazhit të të tjerëve.” Edhe pse diskutimet dhe forumet on-line kanë për qëllim të zgjerojnë debatin publik, ato përdoren më shumë si hapësirë për grindje, ku tema kryesore nuk është artikulli, por artikullshkruesi ose zënkat mes komentuesve.

Disa prej redaksive apo autorëve të blogjeve apo websajteve në shqip kanë filluar të ndërmarrin hapa konkretë për vetërregullimin në fushën e etikës. Kështu, nga platformat e monitoruara për qëllimin e këtij vëzhgimi, të treja përdornin disa hapa që kërkonin

regjistrimin e përdoruesve, qoftë me e-mail, qoftë nëpërmjet regjistrimit në Facebook apo rrjete të tjera sociale, si një hap më tej për të identifikuar lexuesit dhe për të shmangur abuzimin e tyre me lirinë e shprehjes që inkurajohet akoma më shumë nga anonimati. Gjithashtu, njëra prej faqeve, noa.al, thotë se “ju mund të komentoni lirisht, mjaft të mos përdorni fjalë fyese, apo që nxisin urrejtje mbi baza nacionale, racore, gjinie, fetare.” Po kështu, faqja e Balkanëeb sqaron se nëse “komenti përmban fjalë fyese, nuk do të botohet nga moderatori.” Për rrjedhojë, në kuadrin e këtij monitorimi, këto platforma nuk kanë probleme të ndjeshme me etikën në fushën e komenteve. Krejt e kundërt shfaqet situata me platforma ose media të tjera online, ku procesi i komentimit është i hapur, pa regjistrim, dhe i menjëhershëm. Megjithatë, komenti i mediave më të mëdha online të pyetura për këtë çështje është se komentet rrisin klikimet dhe për pasojë dhe të ardhurat e medias online, të cilat janë në një gjendje të vështirë ekonomike, ashtu si dhe mediat e tjera në vend. Për rrjedhojë, komentet fyese online mendohet se do të jenë një tipar shoqëruar i medias online për një kohë të gjatë.

4. Përfundimet

“Liria e shtypit është një përgjegjësi që gazetarët e ushtrojnë në emër të publikut.”² Për këtë arsye, media ka një rol jetësor në procesin e demokracisë, si përcjellëse e informacionit cilësor për një debat publik të mirëinformuar. Në kuadrin e këtij roli, nga media

² Mediawise, “Social Responsibility and the media,” gjendet në http://www.mediawise.org.uk/display_page.php?id=905

“pritet që të organizohet dhe të silltet sipas interesit publik më të gjerë ose për të mirën e shoqërisë.”³

Informacioni është pushtet dhe si përcjellësit e informacionit dhe opinionit, mediat e kanë këtë pushtet. Bashkë me këtë pushtet duhet të kenë edhe përgjegjësinë për ta përdorur atë në interesin publik. Artikujt, programet dhe produktet e ndryshme mediatike bëhen menjëherë pjesë e debatit publik dhe kjo është një përgjegjësi që media duhet ta ketë pjesë të punës së vet.

Roli i medias së pavarur dhe pluraliste në nxitjen e pjesëmarrjes në debatin publik është kritik, pasi mediat raportojnë për aspekte të procesit të vendimmarrjes dhe u japin mundësi palëve të interesuara të thonë fjalën e tyre. Megjithatë, Shqipëria, ashtu edhe si vende të tjera në rajon, mund të përkufizohet si një regjim ku njerëzit janë të lirë të ndryshojnë qeveritë, por ende nuk mund të ndryshojnë politikën. Roli i medias shqiptare në këtë aspekt ka mangësitë e veta.

Shoqëria shqiptare mbetet një shoqëri e politizuar dhe e polarizuar. Temat e lidhura me politikën mbizotërojnë në debatin në media. për rrjedhojë, edhe grupet e marginalizuara në këtë tablo të përgjithshme të medias mbeten në margjina, me përjashtim të rasteve kur vetë figurat politike u kushtojnë rëndësi, gjë që automatikisht sjell dhe interesin e medias. Në të njëjtën linjë mendimi, edhe raportimet më spontane të mediave për grupet e marginalizuara shpesh nisen nga aktivitete të shoqatave të ndryshme, ku pasqyrohen përgjithësisht me korrektësi rezultatet dhe përfundimet, por këto informacione nuk arrijnë të bëhen një shtysë që gazetarët të vazhdojnë të raportojnë për fenomenin apo grupin me të cilin merret studimi. Të kufizuar nga mundësitë e burimeve njerëzore dhe nga ngarkesa e punës, si dhe nga mungesa e profesionalizmit ndonjëherë, raportimi i lajmit dhe jo i fenomenit

³ Denis McQuail, “Teoria e Komunikimit Masiv,” f. 142.

duket se do të jetë tipar dallues i medias shqiptare ende për një kohë të gjatë.

Një pasqyrim më profesional i grupeve të marginalizuara do ta përmirësonte debatin në vend dhe do ta orientonte këtë debat drejt problemeve të vërteta me të cilat përballet shoqëria. Si e ka cilësuar dhe Noah Webster: “Gazetarët nuk janë vetëm përçues të atyre që i quajmë lajme; janë instrumente të përbashkëta të marrëdhënieve shoqërore, ndërmjet të cilëve Qytetarët e kësaj Republike të madhe diskutojnë dhe debatojnë vazhdimisht me njëri-tjetrin lidhur me çështje të interesit publik.”⁴

5. Rekomandimet për përmirësimin e raportimit të grupeve të marginalizuara

Është e qartë që cilësia e raportimit në median shqiptare është përmirësuar mjaft me kalimin e viteve dhe fitimin e një përvoje më të madhe. Megjithatë, fusha të tilla si raportimi i grupeve të marginalizuara kanë ende mjaft vend për përmirësim.

⁴ Noah Webster, cituar në Bill Kovach & Tom Rosenstiel, “Elementët e gazetarisë,” f. 198.

Rekomandimet e ofruara këtu kanë për qëllim të ofrojnë disa alternativa apo hapa që mediat dhe aktorë të tjerë mund të ndërmarrin për të përmirësuar situatën. Megjithatë, kjo listë padyshim që nuk është përfundimtare dhe mund të pasurohet vazhdimisht nga vetë mediat. Edhe pse është e qartë që media shqiptare duhet të zgjidhë çështje të tjera që mbajnë peng ose ndikojnë në cilësinë e raportimit, si marrëdhëniet e punës, tregu i medias, pavarësia editoriale, etj., orientimi më i madh nga interesi publik është padyshim një përparësi në panoramën e medias.

Edhe pse janë bërë mjaft përpjekje për të përkufizuar thelbin e gazetarisë, megjithë evoluimin e këtij profesioni, thelbi mbetet i njëjtë. Në një përpjekje për të kodifikuar pritshmëritë publike për gazetarinë, Committee of Concerned Journalists, pas këshillimesh dhe debatesh publike që zgjatën tre vjet, ra dakord në këto parime si baza për punën e gazetarisë⁵:

1. Detyrimi i parë i gazetarisë është kundrejt së vërtetës.
2. Në radhë të parë gazetaria duhet të tregohet e ndershme ndaj qytetarëve.
3. Thelbi i gazetarisë është rregulli i verifikimit.
4. Gazetarët duhet të ruajnë pavarësinë nga për të cilët raportojnë
5. Gazetarët duhet të luajnë rolin e organit të pavarur të kontrollit të shtetit.
6. Gazetaria duhet të krijojë një forum për kritikën dhe kompromisin publik.
7. Gazetarët duhet ta bëjnë interesante dhe të spikatur atë që është e rëndësishme.

8. Gazetarët duhet ta mbajnë informacionin në përpjestimet e duhura dhe ta bëjnë atë sa më të plotë.
9. Gazetarët kanë një detyrim ndaj ndërgjegjes së tyre.

Këto parime bazë e shprehin më së miri thelbin e asaj që duhet të jetë gazetaria. Për këtë arsye, këto parime të thjeshta, por themelore për këtë profesion, nuk mund të mos përfshiheshin si një kujtesë e dobishme për përmirësimin e raportimit të çështjeve sociale.

Përveç këtyre parimeve bazë, të cilat vlejnë për çdo fushë të gazetarisë në fakt, duke pasur parasysh edhe rezultatet kryesore të monitorimit të grupeve vulnerabël në media, edhe sugjerimet e mëposhtme mund të merren parasysh nga media, por jo vetëm nga ajo, por edhe nga aktorë të tjerë:

5.a. Kur është e mundur, të shkohet përtej lajmit dhe të bëhen raportime më të thella ose panorama që vëzhgojnë një dukuri. Vetëm kështu mund të përmirësohet boshllëku që ekziston mes pasqyrimin të lajmit apo ngjarjes dhe krijimit të një panorame më të plotë për publikun për çështje me rëndësi publike. Për më tepër, kjo është një mundësi që shtypi i shkruar të zhvillojë dhe të shfrytëzojë mundësinë për të pasuruar anën e tij analitike, sidomos në konkurrencë me televizionin, i cili duket se ka një epërsi të qartë në raportimin e lajmit.

5.b Të krijohen sektorë të mirëpërcaktuara brenda redaksive, ku rregulli kryesor është profilizimi i gazetarëve. Në këtë mënyrë mund të krijohet mundësia për një raportim më të mirëinformuar, më të plotë dhe më të thellë të secilës prej temave me rëndësi sociale.

⁵ Bill Kovach & Tom Rosenstiel, “Elementët e gazetarisë.”

5.c Në varësi të profilizimit të gazetarëve, organizata jo-qeveritare, vetë redaksitë, apo organizma të tjera, të krijojnë mundësitë për trajnime të herëpashershme për temën e mbuluar nga gazetari. Vetëm në këtë mënyrë do të përmirësohet vetë kuptimi i temës nga gazetari, e për pasojë edhe cilësia e raportimit do të jetë më e mirë.

5.d Përfaqësimi sa më i gjerë i aktorëve dhe zërave të përfshirë në një ngjarje, lajm, apo fenomen, të jetë një përparësi për gazetarët. Vetëm në këtë mënyrë do të pasurohen burimet e informacionit në raportimin e çështjeve sociale dhe do të kemi një debat publik në media që do të jetë më i plotë, më i ndershëm dhe më përfaqësues.

5.e Të bëhet kujdes i veçantë me detajet dhe informacionin e dhënë, që të shmangen si banalizimi i fenomenit, ashtu edhe lëndimi i panevojshëm i personave të përmendur në artikull. Parja me më maturi apo skepticizëm e një ngjarjeje, personi të përshkruar, apo fjale të përdorur do të përmirësonte mbulimin etik, por edhe profesional të çështjeve sociale.

5.f Të krijohen mundësitë për funksionimin efikas të zyrave të informacionit pranë institucioneve zyrtare. Një funksionim më i mirë i ligjit për të drejtën e informimit për dokumentet zyrtare do të lehtësonte punën e gazetarëve, do të përmirësonte debatin publik dhe do të rriste edhe transparencën e institucioneve qeveritare.

5.g Organizatat jo-qeveritare dhe aktorë të tjerë të rëndësishëm të kenë një bashkëpunim dhe komunikim më të mirë dhe sistematik

me median, në mënyrë që edhe pikëmapjet alternative të bëhen pjesë e debatit publik. Vendosje kontaktesh të rregullta dhe takime të herëpashershme me gazetarët për probleme apo çështje të caktuara që mbulon ky sektor do të ndihmonin në një informacion më të plotë për mediat dhe si pasojë dhe për publikun.

5.h Takime, konferenca, apo forume të herëpashershme profesionale në nivel redaksie, mediash, apo edhe me bashkëpunimin e aktorëve të tjerë ose publikut, për të diskutuar mënyra si të përmirësohet raportimi i çështjeve sociale, do të ishin të dobishme për këtë qëllim, por edhe për një vetë-ekzaminim të medias.

5.i Krijimi i forumeve të hapura në media për publikun, ku mund të bëhen sugjerime dhe vërejtje për pasqyrimin e çështjeve sociale, gjithashtu do të ishte një provë ose udhëzim për cilësinë e raportimit në media.

5.j Vendosja e një praktike pune ku gazetarët e një fushe të caktuar informohen herë pas here për ecurinë dhe hapat e reformave të caktuara nga autoritetet përgjegjëse, sepse vetëm kështu mund të shmangen keqkuptimet, raportimi sensacional apo tendencioz dhe mund të ketë një informim të saktë e të rregullt të publikut për çështje me shumë rëndësi.