

Marrdhënia Gjykatë – Media

Si të dilet nga vetë-izolimi?

Si të thyhet heshtja?

“Dyert e kësaj gjykatë duhet të jenë të hapura për publikun dhe median”

Henrieta Fore,
Administratore e USAID,
Drejtoresh e Asistencës së Jashtme të
SHBA

Pikat e trajtesës:

- Konstatimi i gjendjes aktuale në marrdhënien Media-Gjyqësor, vështrim mbi panoramën aktuale.
- Disa nga shkaqet që diktojnë marrdhënien e Media – Gjyqësor, kuptimi dhe shpjegimi i tyre
- Tre Rekomandime për hapjen e Gjyqësorit ndaj Medias dhe anasjelltas, dalja nga vetë-izolimi dhe stabilizimi i komunikimit.

ANKETA

- vetëm 10 % e të anketuarve njihnin se cili ishte roli i KLD-së, por të gjithë njihnin se çfarë ishte Parlamenti dhe Qeveria.
- vetëm 2% e të intervistuarve kishin degjuar të fitej për Konferencën Gjyqësore.
- 79 % e të anketuarve mendonin se përfaqësuesit e Gjyqësorit nuk kanë profil publik.
- vetëm 3 % e tyre arritën të listonin 3 emra gjyqtarësh (në kontrast të thellë me 93 % të të anketuarve që arrinin të rendisnin pa probleme 10 emra politikanësh).
- 28% dinë të paktën 1 emër gjyqtari.
- vetëm 1% dinë emrin e kryetarit të gjykatës së rrethit.
- vetëm 5 % dinin emrin e nënkryetarit të KLD-së,
- vetëm 5% dinin emrin e kryetarit të Gjykatës së Lartë

FREKUENCA

- departamentet dhe redaksitë e informacionit nëpër televizionin transmetojnë mesatarisht 10 % ose 0.9 kronika nga gjyqësori brenda një edicioni qëndror lajmesh dhe këto të transmetuara vetëm pas mesit të minutazhit që i lihet në dispozicion edicioneve informative (zakonisht 30 minuta).

KONTRAST

- edicionet qëndrore të lajmeve në televizionet kryesore i kushtojnë 68 për qind të kohës së tyre, ose thënë ndryshe, rreth 6 kronika lajmesh në një edicion, Kuvendit, Qeverisë, partive, pra politikës në tërësi.

Frekuenca e programeve per gjyqesorin ne media

- 0 debate televizive të cilat kanë në focus gjyqesorin dhe përfaqësuesit e tij.
- Numri i produksioneve të tjera, si fjala vjen, *judiciary reality show* apo *court tv* është gjithashtu 0.

2. Njohja dhe shpjegimi I shkaqeve

- a) Gjuha e skandalit dhe gjuha e formalitetit (Ligjerimi dikromatik dhe monokromatik)

Njohja dhe shpjegimi I shkaqeve

- Ndryshe nga ligjerimi politik në media, të cilin Habermas e definon edhe si ligjerim dikromatik, pra bardhe e zi, ligjerimi i përfaqësuesve të Gjyqësorit është një ligjerim monokromatik. Avokati, prokurori, gjyqtari apo juristi tentojnë të jenë sa më të formalizuar në ligjerimin e tyre. Ata vetë janë skeptikë ndaj bashkëbiseduesit të tyre nëse ky nuk e mbështet ligjerimin e tij në kodet përkatëse. Pyetja se "në cilin kod e mbështesni këtë pohim" merret e mirëqënë në këtë lloj ligjerimi, i cili për shkak të natyrës formale që ka norma juridike tingëllon në media i thatë, monoton dhe tepër teknik. Ai është njëngjyrësh, monokromatik.

Njohja dhe shpjegimi I shkaqeve

- b) Kostot e produksioneve televizive
- c) Burimeve Njërzore të kualifikuara për të mbuluar mediatikisht Gjyqësorin
- d) Përvoja a mangët në transparencën e Gjyqësorit dhe në Informimin e publikut
- e) Infrastruktura e gjykatave

3 Rekomandime për hapjen e Gjyqësorit ndaj Medias dhe anasjelltas

OBJEKTIVA REALISTE

PYETJE PER ZGJIDHJE

- Si mundet që Media, duke ekspozuar atë që ndodh brenda sallës së gjyqit me profesionalizëm, të mund të promovojë transparencën në gjykimin e çështjes dhe nëpërmjet kësaj të mund të zgjojë më shumë sens përgjegjshmërie tek gjyqtarët?
- A mundet që, në pamundësi për të patur një juri me qytetarë brenda sallës së gjyqit, të tentojnë ta prodhojnë këtë juri në formën e një mase të gjerë audience mediatike?
- Si mund ta thyejmë anonimatrin e gjyqtarëve në raport me publikun?
- Kur në perceptimin e publikut gjyqësori shikohet si një pushtet i korruptuar, atëherë a mund të themi se ka ardhur koha që gjyqtarët ta bindin publikun e gjerë për të kundërtën. A mundet që ndërmjetësues (medium) i këtij procesi të jetë ai që është "by definition" është përcjellës i të vërtetës tek opinioni publik?
- Cili është kuadri ligjor dhe hapësirat ligjore të cilat do të mundësonin hapjen e gjyqësorit më shumë ndaj publikut, pa komprometuar procedurën dhe privacinë e personit?

REKOMANDIMI I

Një botim integral i cili mund ti përngjasojë nje protokollit apo manuali që te percaktoje qarte:

1. informacionin qe media ka te drejte te marre dhe t'i ekspozoje publikur nga brenda gjykatave
2. Informacionin qe gjykata ka te detyrim te jape apo te drejte te mos e ekspozoje ndaj publikut

Rekomandimi II

- Fillimi I produksioneve televizive qe kane ne fokus Gjyqesorin

Rekomandimi III:

1. Atashimi prane gjykatave i grupeve te perbashketa Kancelar-Gazetar, qe mblidhen mbi baze periodike

Prezantimi për Lirinë e Medias

Projekti Index Albania
ACER

Freedom House

Raporti i Freedom House publikohet
çdo vit në fund të muajit prill

Vendet ndahen në:

- Vende me media të Lirë
- Vende me Media Pjesërisht të Lirë
- Vende me media Jo të Lirë

Shkalla e Vlerësimit

- Shkalla e vlerësimit është nga 0 në 100
ku:
- 0 është shumë mirë
- 100 është shumë keq

Shqipëria për vitin 2007 mori 50 pikë

- **Statusi:** Media Pjesërisht e Lirë
- Gjendet 20 pikë larg zonës së
Medias së Lirë
- Vetëm 10 pikë na ndajnë nga
zona e Medias Jo të Lirë

Shkaqet

- Media e ndarë në mbështetës të
Maxhorancës dhe Mbështetës të Opozitës
- Media e varur financiarisht nga grupe
kompanish me interesa publike
- Treg reklamash i përqendruar në tre-katër
reklamues të mëdhenj
- Gazetarë që ushtrojnë auto-censurën

Shkaqet (VJIM)

- Gazetarë që nuk e kanë të sigurt vendin e punës
- Gazetarë që nuk njohin dhe nuk shfrytëzojnë të drejtat e tyre ligjore
- Gazetat dhe televizionet nuk kanë transparencë mbi pronësinë dhe financimin. Asnjëra prej tyre nuk ka publikuar asnjëherë bilancin e vet

Burimi: Freedom House

Konkluzionet e ACER

1. Media vuan si të gjitha bizneset e tjera nga mungesa e ndarjes së pronësisë nga menaxhimi i biznesit
2. Media vuan kontrollin e politikës në jetën ekonomike të vendit, eg. Monopoli ligjor i autoriteteve shtetërore në lejet për sektorin e ndërtimit
3. Ekzistenca e monopoleve/oligopoleve ligjore në sektorët strategjik

Konkluzionet e ACER (VJIM)

4. Ekzistenca e reklamës për të të mbyllur gojën dhe jo e reklamës si mjet marketingu
5. Lidhja e fortë mes suksesit ekonomik dhe mbështetjes politike
6. Tradita e pranimi të medias nga ana e lexuesve si zëdhënëse e pushtetit

Konkluzionet e ACER (VJIM)

7. Subvencionimi direkt ose indirekt nga ana e institucioneve shtetërore të mediave të ndryshme eg. Televizioni Publik Shqiptar
8. Ekzistenca e KKRT-së si institucion produkt i politikës