

qua



Republika e Kosovës
Republika Kosova - Republic of Kosovo
Qeveria - Vlada - Government

ZYRA E KRYEMINISTRIT / OFFICE OF THE PRIME MINISTER / URED PREMIJERA

**AGJENCIA PËR BARAZI GJINORE
AGENCIJA ZA RAVNOPRAVNOST POLOVA
AGENCY OF GENDER EQUALITY**

Prezantimi i Grave në Mediat e Shkruara 2010-2011

perku
per te luajt
duke pas'



Republika e Kosovës
Republika Kosova-Republic of Kosovo
Qeveria - Vlada - Government

ZYRA E KRYEMINISTRIT / OFFICE OF THE PRIME MINISTER / URED PREMIJERA
AGJENCIA PËR BARAZI GJINORE / AGENCIJA ZA RAVNOPRAVNOST POLOVA / AGENCY FOR
GENDER EQUALITY

[PREZANTIMI I GRAVE NË MEDIAT E SHKRUARA]
2010-2011

*“Ata që përdorin në mënyrë profesionale median janë formues të
shoqërisë.*

Ata mund ta bëjnë një shoqëri vulgare.

Mund ta bëjnë më të dhunshme.

Apo, mund të ngritin shoqërinë në një nivel më të lartë”.

Dhjetor, 2012
Prishtinë

Ky hulumtimi është realizar nga MDA “Management Development Associates”

Hulumtimi mund te gjendet gjithashtu ne web faqen e Agjencise për Barazi Gjinore
<http://abgj.rks-gov.net>

Përbajtja

Shkurtesat	5
Lista e figurave	6
Përmbledhje ekzekutive.....	8
Hyrje.....	11
Pse mediat kanë rëndësi?	13
Çfarë duhet bërë?	13
Korniza ligjore	15
Metodologjia.....	18
Të gjeturat kryesore të hulumtimit.....	20
Grave apo burrave - Kujt i kushtohet më shumë hapësirë?	20
Prezantimi i grave dhe i burrave sipas temave përkatëse	21
Zëri i Grave dhe i burrave në mediat e shkruara	22
Prezantimi i grave në mediat e shkruara	23
Prezantimi i grave në mediat e shkruara sipas gazetave	24
Prezantimi i grave sipas temave përkatëse.....	25
Gratë në politikë	26
Preokupimet e grave në temat politike	28
Prezantimi i gruas në kronikën e zezë.....	30
Prezantimi i gruas në sport	31
Prezantimi i grave në media në Ditën Ndërkombëtare të Gruas.....	33
Prezantimi i gruas në temat sociale	35
Prezantimi i grave në shëndetësi	37

Prezntimi i grave në ekonomi	41
Preokupimet e grave në temat ekonomike	42
Gratë në Temat e Kulturës.....	43
Barazia gjinore- Çfarë raportojnë mediat?	48
Studime rasti.....	50
Shembulli 1: Më pak femra të trafikuara në Kosovë?	51
Shembulli 2: Paragjykimet e viktimave përmes fotografive.	51
Shembulli 3: “Prangosen katër trafikues të qenieve njerëzore”	52
Shembulli 4: Artikulli me titull “ Inxhet” në parlament!	53
Shembulli 5: Artikulli me titull ““ Atifete dhe Ilir: Mos na bëni horë!	54
Shembulli 6: “ Presidenti “Kazanovë”, zonja e parë ruse”,.....	55
Shembulli 7: Artikulli me titull “ Bëhet me djalë pas 14 viteve”.....	56
Shembulli 8: Shpallja me titull “ Sërish me Djalë”	57
Rastet pozitive.....	58
Klinton: Përparmi i gruas, përparim i njerëzimit.....	58
Zero tolerancë ndaj dhunës në familje	59
Konkluzionet	60
Rekomandimet.....	63
Referencat.....	65

Shkurtesat

ABGJ	Agjencia për Barazi Gjinore
CEDAË	Konventa për Eliminimin e të Gjithë Formave të Diskriminimit ndaj Gruas
GGD	Grupi i Grave Deputete
KPM	Këshilli i Pavarur për Media
PKBGJ	Plani i Kosovës për Barazi Gjinore
PVPE	Plani i Veprimit për Partneritet Evropian
RRGGK	Rrjeti i Grupeve të Grave të Kosovës
ZKM	Zyra e Kryeministrat

Listë e figurave

Figura 1: Prezantimi grave dhe i burrave në mediat e shtypura	21
Figura 2: Prezantimi i grave dhe i burrave sipas temave përkatëse.....	22
Figura 3: Gratë dhe burrat si burime të informacionit.....	23
Figura 4: Analiza e artikujve sipas Gazetave ditore	25
Figura 5: Temat kryesore ku prezantohen gratë.....	26
Figura 6: Hapësira e ofruar për gratë në pozita vendimarrëse.....	27
Figura 7: Prezantimi i grave politikane në ballinat e gazetave.....	28
Figura 8: Preokupimet e grave në temat politike.....	29
Figura 9: Prezantimi i grave në kronikën e zezë.....	30
Figura 10: Prezantimi i grave në kronikën e zezë/urbane -rurale	31
Figura 11: Sportistet kosovare më të prezantuara në media.....	32
Figura 12: Hapësira e ofruar për sportistet kosovare	32
Figura 13: Hapësira e ofruar për sportistet në ballinat e gazetave	33
Figura 14: Hapësira e ofruar grave në Ditën Ndërkombëtare të Gruas.....	34
Figura 15: Artikujt e gazetave në temat sociale	35
Figura 16: Preokupimet e grave në temat sociale	36
Figura 17: Citimi i grave në temat sociale në krahasim me burrat.....	37
Figure 18 Preokupimet e grave në shëndetësi	38

Figure 19 Mesazhet e grave në fushën e shëndetësisë	39
Figure 20 Citimet e grave dhe burrave në fushën e shëndetësisë.....	39
Figure 21 Burimet e informacioneve në fushën e shëndetësisë	40
Figure 22 Hapësira e ofruar për gratë në temat ekonomike	42
Figure 23 Preokupimet e grave në temat ekonomike	43
Figure 24 Forma e prezantimit të grave në artikujt e kulturës.....	44
Figure 25 Prezentimi i grave në kulturë.....	45
Figure 26 Prezentimi vizuel i grave në fushën e kulturës	46
Figure 27 Prezantimi i grave në ballinë.....	46
Figura 28: Artikujt në kontribut të barazisë gjinore.....	48
Figura 29: Mesazhet e grave në artikujt për barazi gjinore	49
Figura 30: Adresimi i barazisë gjinore në media varësisht nga grupet	50

Përbledhje ekzekutive

Studimi mbi “**Prezantimin e grave në mediat e shkruara në Kosovë**” është vlerësimi i realizuar bazuar në të dhëna dhe informata të mbledhura përmes monitorimit dhe analizës së artikujve, ku janë prezantuar gratë, për periudhën 2010-2011 në nëntë gazetat e shtypit kosovarë.¹

Ky studim ka për qëllim edhe përbushjen e objektivave të parapara në Programin e Kosovës për Barazi Gjinore (PBGJ), në Planin e Vepritit për Partneritet Evropian (PVPE), si dhe Ligjin për Barazi Gjinore, të cilat përcaktojnë qartë detyrimet për institucionet publike, por edhe ato institucionale, mandati i të cilave përkon me media dhe që kanë në fokus arritjen e barazisë gjinore.

Përmirësimi i imazhit të grave në media është një objektiv strategjik, i cili ka për qëllim që të promovojojë gra të suksesshme nëpërmjet mediave, por njëkohësisht edhe të përbys stereotipat gjinorë nëpërmjet politikave të institucioneve dhe produkteve mediatike.²

Qëllimi i këtij studimi është që të ofrojë një analizë dhe raport të bazuar në hulumtimin e mediave të shkruara në Kosovë, gjatë periudhës 2010-2011, në lidhje më portretizimin e gruas në media, që do të shërbente në arritjen e synimeve për promovimin e grave dhe çështjeve gjinore në politikë, vendimmarrje, fuqizim ekonomik.

¹ Gazetat: Koha Ditore, Kosova Sot, Gazeta Express, Zëri, Info Press, Lajm Tribuna Shqiptare, Epoka e Re, Bota Sot.

² Programin e Kosovës për Barazi Gjinore

Gjithashtu, synim i këtij reporti është që të kontribuojë në sigurimin e hapësirës adekuate në mediat e shkruara për gratë që angazhohen në politike dhe vendimmarrje, si dhe të përmirësojë në përgjithësi imazhin e grave në mediat e shkruara në Kosovë.

Përmes këtij hulumtime, ofrohen të dhëna të reja sa i përket trendëve të prezantimit të gruas më media. Sipas rezultateve preliminare vihet re se:

- ❖ Prezantimi i burrave, në raport me gratë, është dukshëm shumë më i lartë - ku burrat dominojnë në shumicën e artikujve në gazetat e analizuara, apo në 63 për qind të rasteve.
- ❖ Artikujt ku gratë janë protagonistë, zënë **vetëm 10%** të hapësirës, ndërsa artikujt ku të dyja gjinitë janë prezent - përbëjnë 25 pér qind të hapësirës.
- ❖ Burrat dominojnë në shumicën e temave, madje me një diferencë të lartë, përvëç në temat e Shoë-biz-it, ku dominon prezantimi i gruas, e që në krahasim me burrat është dukshëm më i lartë, apo zënë vend në 55 %.
- ❖ Prezantimi dhe hapësira që u është dhënë burrave në fushën e politikës, në krahasim me hapësirën që u është dhënë grave në po këtë fushë, është dukshëm jo e barabartë. Gratë janë paraqitur vetëm në 5.4 pér qind të hapësirës në politikë, krahasuar me meshkujt që përbëjnë afro 73 pér qind të rasteve.
- ❖ Edhe tek temat sociale, diferenca është shumë evidente, ku prezantimi i gruas është në 13 pér qind të hapësirës, ndërsa burrat në afro 49 pér qind të hapësirës. Edhe në fushën e kulturës dominojnë burrat, me afér 55 pér qind, ndërsa femrat me vetëm 5.4 pér qind.
- ❖ Sporti, është po ashtu fusha ku dominimi i meshkujve është jashtëzakonisht më i lartë, në krahasim me gratë, apo me afro 96 pér qind të rasteve në favor të burrave.
- ❖ Bazuar në monitorimin e gazetave, burrat janë cituar në mbi 70 pér qind të rasteve, ndërsa në vetëm 10 pér qind të rasteve janë cituar gratë. Pjesa tjetër, ku në po të njëjtin artikull janë cituar edhe burrat edhe gratë, përbën afro 19 pér qind të rasteve.
- ❖ Gjatë monitorimit të artikujve ku kanë qenë prezent femrat mbi 47 pér qind, kanë qenë të shkruara nga vetë Redaksia e gazetës, ndërsa dallimet gjinore të autorëve të shkrimit janë shumë të vogla.

- ❖ Gazetat Kosova Sot , Bota Sot, Koha Ditore dhe Gazeta Express kanë pasur numrin më të madh të artikujve ku janë prezantuar gratë, ndërsa Tribuna Shqiptare, Epoka e Re dhe Info Press kanë një përqindje më të ulët të artikujve ku prezantohen gratë gjatë periudhës 2010-2011.
- ❖ Bazuar në materialin e analizuar, një përqindje e mirë brenda artikujve, ku janë prezantuar gratë, janë tek temat politike apo në mbi 22 për qind të artikujve; duke vazhduar me temat në fushën e kulturës (13 %), sociale (8.2%) dhe Shoë-biz/Argëtim (8.0%).
- ❖ Rezultatet tregojnë se vëmendja më e madhe e mediave ka qenë tek politikanet femra, ku brenda tyre është Presidentja e Kosovës, Znj. Atifete Jahjaga, e cila ka zënë hapësirën me afro 35 pér qind. Pas Presidentes së Kosovës, hapësira e kushtuar ka qenë pér Sekretaren Amerikane, Znj. Hillary Clinton (17.3%), ndërsa me 16.7 pér qind është prezantuar Kryenegociatorja, Znj. Edita Tahiri. Gjithashtu, hapësirë të konsiderueshme zënë edhe dy Ministret e Republikës së Kosovës, Znj. Vlora Çitaku (10%) dhe Znj. Mimoza Kusari-Lila (8 %), si dhe Znj. Angela Merkel (7.3) dhe Baronesha Catherin Ashton (6%).
- ❖ Gratë politikane në pozitat vendimmarrëse, vëmendja e mediave pér t'i paraqitur në ballina të gazetave është më e vogël (30 %) në krahasim me prezantim në shkrimet brenda gazetës.
- ❖ Temat me të cilat gratë janë prezantuar më së shumti në fushën e politikës kanë pasur të bëjnë me: marrëdhëniet ndërkombëtare (31 %), integrime evropiane (15%), negociatat (14%), apel pér mbështetje të proceseve në Kosovë (12%), temat ekonomike (8%), barazi gjinore (3%) etj.
- ❖ Në rubrikën e ‘kronikës së zezë’ gratë më së shumti janë paraqitur në gazeta si viktima të dhunës në familje, apo në mbi 42 % të rasteve, më pas vjen tentim vrasja (22%), si dhe raportimi i vetëvrasjeve të grave në Kosovë (13%)
- ❖ Në fushën e sportit, prezantimi i grave është bërë më së shumti përmes promovimit të sportisteve femra (55.8%) dhe të të arriturave dhe sukseseve të tyre, si dhe përmes raportimit pér pjesëmarrjen e tyre në gara (32.6%).

Hyrje

Padyshim se fuqia e mediave në mbarë botën është jashtëzakonisht e madhe dhe është një ndër shtyllat kryesore të një shoqërie, e cila ka ndikim në krijimin dhe ndryshimin e bindjeve, perceptimeve dhe në zhvillimin e një shoqërie në përgjithësi.

Si e tillë, media mund të luaj një rol pozitiv në përmirësimin e imazhit të gruas, në thyerjen e stereotipave gjinore si dhe të përdorë ndikimin dhe kontributin e saj në arritjen e barazisë gjinore.

Media është ajo që pasqyron dhe formëson mendimin e opinionit publik, ajo që ndërton apo shemb paragjykimet, varësisht nga roli që luan, që fabrikon apo shkatërron stereotipat negative. Fuqinë e medias e njohim të gjithë, media është mesazhi dhe lajmëtari. Ndikimi i saj është në politikë, në debatin kombëtar, por mbi të gjitha - në jetën dhe emocionet e njerëzve që e konsumojnë atë.³

Media, luan një rol të rëndësishëm në shoqëri. Ato raportojnë mbi ngjarjet aktuale, jepin kornizat për interpretim, mobilizimin e qytetarëve në lidhje me çështje të ndryshme, riprodhimin e kulturës dhe të vlerave dominuese të një shoqërie. Si të tilla, mediat mund të janë një aktor i rëndësishëm në promovimin e barazisë gjinore, si brenda ambientit të punës (në aspektin e punësimit dhe promovimit të grave në të gjitha nivelet) dhe në

³ Alma Lama, "Për një përfaqësim cilësor në media", Grupi i Grave Deputete, Buletini Nr. 2, Shkurt 2012, Prishtinë, Fq. 2.

përfaqësimin e grave dhe të burrave (në aspektin e portretizimit të drejtë të gjinisë, si dhe përdorimit të drejtë të gjuhës gjinore).⁴

Qëllimi i këtij studimi është që të ndihmojë në ofrimin e një pasqyre me reale, të bazuar në hulumtim kuantitativ dhe kualitativ, mbi atë se sa iu kushtohet hapësirë grave ne mediat e shkruara; cilat nga mediat e shkruara ofrojnë qasje me gjithëpërfshtirëse për gratë; të identifikojë shembuj të paragjykimeve dhe stereotipave gjinore në prezantimin e grave në mediat e shkruara në Kosovë.

Analizimi i prezantimit vizual ,varësisht nga temat dhe paraqitja e tyre në kontekstin pozitiv apo negativ, është gjithashtu qëllim i këtij studimi, por edhe një analizë mbi kontributin e vetë gazetarëve në ofrimin e hapësirës për gratë në media të shkruara.

Ndonëse programet mediatike u jepin hapësirë promovimit të imazhit të gruas, ende ekziston nevoja për shumëlojshmërinë e temave që trajtohen në programet televizive dhe në faqet e medias së shtypur. Ka ende nevojë të bëhet më shumë për cilësinë e prezantimit të çështjeve, ngjarjeve dhe individëve; ka nevojë për një reflektim të problemeve të gruas në zonën rurale apo në zonat urbane periferike; ka nevojë për pasqyrimin e sukseseve sado të vogla, që mund të nxisin nisma dhe përpjekje që mund të krijojnë mbështetje nga mbarë shoqëria.

Përfundimisht, është më se e qartë që roli që luajnë mediat në trajtimin problemeve sociale, me fokus në çështjet gjinore, është jetik për përforcimin e pozitës dhe të imazhit të gruas në shoqërinë tonë.”⁵

Monitorimi i prezantimit të gruas dhe identifikimi i strategjive, me qëllim të sfidimit të stereotipave gjinore në media, është një synim i cili duhet të përcillet në vazhdimësi. Është një pajtueshmëri në mes shumë grupave se nocionet dominuese rrith gjinisë, si në lidhje

⁴ White, A., 2009, ‘Getting the Balance Right: Gender Equality in Journalism’, International Federation of Journalists, Brussels

⁵<http://abgi.rksgov.net/LajmetAdmin/tabid/81/articleType/ArticleVieë/articleId/51/language/sq-AL/Sot-u-mbaite-tryeza-Roli-i-Medieve-ne-Trajtimin-e-Ceshtjeve-Gjinore-e-organizuar-nga-Agjencia-per-Barazi-Gjinore.aspx>

me racën apo kombësinë, si dhe faktorë të tjerë të dallimeve ndërmjet njerëzve, janë shumë të varura nga vetë mediat, pasi që procesi i përfaqësimit është në qendër të vetë mediave.

Pse mediat kanë rëndësi?

Mediat dhe ndikimi i tyre mbetet një prej fushave më sfiduese në angazhimin drejt arritjes së barazisë gjinore. Sfida kryesore mbetet ndryshimi i mentalitetit, i krijuar me shekuj në dallimet dhe diskriminimet gjinore, të ndikuara po ashtu nga tradita, kultura apo religjioni.

Mediat kanë një rol të madh në "çlirimin e mendjes", por jo rrallë ato kanë qenë pjesë e problemit më shumë se sa e zgjidhjes, kjo për arsyе se mediat i kanë përcaktuar vetës një rol të 'mbikëqyrësit' të shoqërisë, por nuk e pranon me lehtësi të 'mbikëqyret'.

Çfarë duhet bërë?

Përkundër vendosjes së bazës ligjore për arritjen e barazisë gjinore, dhe në këtë mënyrë shtytjen e Qeverisë për zbatimin e saj, shumë gra ende ndihen të pafuqishme në ndikimin e tyre në raport me mediat, për të përmirësuar paraqitjen e gruas dhe rolit të saj.

Por, mediat duke qenë se janë një mënyrë pasqyrë e shoqërisë, atëherë përpjekjet për përmirësimet në këtë fushë dhe ngritjen e profesionalizimit dhe kontributit të tyre në drejtimin e arritjes së barazisë gjinore është i pashmangshëm. Duke qenë se në shumicën e sferave të jetës, meshkuj janë vendimmarrës dhe kanë më shumë fuqi, atëherë ajo reflektohet edhe në raport me median.

Po që se mediat janë serioze në prezantimin e grave, dhënen e hapësirës për të dëgjuar zërin e tyre, për ti promovuar, atëherë duhet të shkohet një hap më tutje. Nuk mjaftojnë vetëm disa faqe me artikuj për gratë. Sfida është më shumë se si shkruhen artikujt, titujt dhe çfarë ato reflektojnë si dhe kujt i merret mendimi apo prononcimi për çështje të

ndryshme. Për më shumë, roli i tyre ka më shumë të bëjë me qasjen, prezantimin, pjesëmarrjen, gjuhën dhe interpretimin.⁶

Shumë sociologë, psikologë dhe aktivistë të të drejtave të grave në mbarë botën, por edhe në Kosovë, kanë ngritur zërin për përmirësimin e imazhit të gruas në media, por edhe për nevojën për vetë ngritjen e kontributit të vet mediave në arritjen e barazisë gjinore dhe përmirësimin e rolit të gruas në shoqëri në përgjithësi.

Edhe në Kosovë, përkundër përmirësimit ndër vite, ende ka shqetësime sa i përket prezantimit të grave dhe rolit të saj në media, por sidomos edhe hapësirës që atyre iu kushtohet.

Roli i gruas në shoqëri ka ndryshuar nëpërmjet përpjekjeve të vazhdueshme të grupeve feministë gjatë dekadës së fundit dhe disa prej këtyre ndryshimeve reflektohen edhe në televizion, film ose portrete të tjera mediatike të gruas. Në të njëjtën kohë, është evidente që progresi i portretizimit të gruas në media në arritjen e barazisë gjinore nuk është në nivel të kënaqshëm.

Kur mediat prezantojnë tema, ngjarje, situata, ato ua atribuojnë ato shkrime personave dhe grupeve të caktuara. Mirëpo, edhe pse mediat kanë një rol të rëndësishëm për të sfiduar stereotipat gjinore, fatkeqësisht media vetë ka qenë shpesh pjesë e problemit, në vend se të ishte pjesë e zgjidhjes.

Të gjithë “*ata që përdorin në mënyrë profesionale median janë formues të shoqërisë. Ata mund ta bëjnë një shoqëri vulgare. Mund ta bëjnë më të dhunshme. Apo, mund të ngritin atë në një nivel më të lartë*”. Dhe kjo e fundit do të duhej të ishte misioni i medieve, sidomos në vendet si Kosova, ku pabarazia është e pranishme në shumë fusha.

⁶ Everjoyce Win, “Missed Opportunities, An Analysis of Newspapers Coverage of Gender Issues and Women in Zimbabwe, January-December 2000.

Korniza ligjore

Përkundër avancimeve dhe demokratizimit të shoqërisë viteve të fundit, gratë vazhdojë të ballafaqohen me polarizimin tradicional të roleve gjinore, të fuqizuara nga stereotipa dominuese gjinorë.

Megjithatë, në dekadën e fundit në Kosovë, janë bërë përmirësime të dukshme sa i përket legjisacionit, i cili ka për qëllim avancimin e pozitës së gruas në shoqëri, por edhe arritjen dhe sigurimin e barazisë gjinore.

Në vitin 2008, Qeveria e Republikës së Kosovës, me Vendimin Nr. 7/17, ka miratuar: Programin e Kosovës për Barazi Gjinore (PKBGJ), i cili vendim i obligon institucionet e Republikës së Kosovës për zbatimin e tij.

Me miratimin e PKBGJ-së, Qeveria e Kosovës ka përbush obligimin nga Neni 4.4 i Ligjit për Barazi Gjinore, obligimet e dala nga PVPE, respektivisht **pika 39** (Të definohen dhe të adaptohen programet e Qeverisë për promovimin e të drejtave të gruas në Kosovë) dhe **pika 116** (Të zbatohet ligji për barazi gjinore. Të sigurohet mbizotërimi i të drejtave të gruas në të gjitha politikat dhe legjisacionin ekzistues).

Po ashtu, vlen të theksohet se me këtë veprim, Qeveria e Republikës së Kosovës ka përbushur një nga objektivat e parapara në "Synimet e Mileniumit – MDG- të", Rezolutë kjo e nënshkruar nga Parlamenti i Kosovës, respektivisht veprimin III të MDG - PROMOVIMI I BARAZISË GJINORE DHE FUQIZIMI I FEMRËS. Synimet e Mileniumit –MDG-të

dhe Konventa CEDAË kanë shërbyer si dokument bazë për hartimin e PKBGJ-së dhe objektivave të parapara në këtë program⁷

Kushtetuta e Republikës së Kosovës⁸, garanton dhe promovon parimet e barazisë gjinore që janë të pranuara edhe ndërkombe tarisht, por edhe ndalon çdo formë të diskriminimit, përfshirë edhe diskriminimin në baza gjinore.

Ligji për Barazi Gjinore⁹, i cili në veçanti synon të mbrohet, trajtohet dhe vendoset barazia ndërmjet gjinive, si vlerë themelore e zhvillimit demokratik të shoqërisë së Kosovës, me mundësi të barabarta për pjesëmarrje të femrave dhe meshkujve dhe për kontributin e tyre në zhvillimin politik, ekonomik, social, kulturor dhe në të gjitha fushat e jetës shoqërore. Ligji përcakton një sërë masash ligjore për arritjen e barazisë së plotë të femrave dhe meshkujve në shoqëri, të cilat jepin përparësi specifike, në mënyrë që pjesëtarëve të gjinisë së caktuar t'u mundësohet qasje e barabartë në të gjitha fushat e jetës.

Roli i medias është i paraparë po ashtu me Ligjin për Barazi Gjinore, i cili parashev se me “anë të politikave programore, të gjitha mediat (media e shkruara, media audio-vizuale, media elektronike) duhet të ndikojnë në kultivimin e vetëdijes së përgjithësime për barazinë e femrave dhe meshkujve: duke organizuar emisione edukativo-arsimore, duke siguruar mundësi për paraqitje dhe pjesëmarrje të barabartë të femrave dhe të meshkujve, duke promovuar rolin e barabartë të femrave dhe meshkujve në shoqëri, si dhe duke siguruar informacione të sakta dhe të plota mbi barazinë gjinore.

Gjithashtu, publikimi i materialeve dhe informatave mbi baza të diskriminimit gjinor, si dhe paraqitja e çdo individi në mënyrë ofenduese, nënçmuese apo poshtëruese, për sa i përket gjinisë dhe orientimit seksual është e ndaluar, bazuar në Ligjin për Barazi Gjinore.

⁷ www.abgj-ks.org

⁸ Kushtetuta e Republikës së Kosovës, http://assembly-kosova.org/common/docs/Kushtetuta_sh.pdf

⁹ Ligji për Barazi Gjinore, Nr. 2004/2, http://assembly-kosova.org/common/docs/ligjet/2004_2_al.pdf

Përkundër ekzistimit të kornizës ligjore, shoqëria jonë vazhdon të përballet me sfida në rrugën drejt forcimit të barazisë gjinore dhe se roli i medias dhe aktivizimi i tyre në këtë aspekt - është dhe mbetet më se i nevojshëm.

Metodologja

Monitorimi i prezantimit të grave në mediat e shkruara në Kosovë, me qëllim të identifikimit të sfidave, por edhe të kontributit të mediave në përmbushjen e misionit të obligimeve ligjore të tyre, është bërë bazuar në metodologjinë e kombinuar, me metodat kuantitative dhe kualitative, si dhe bazuar në praktikat e pranuara ndërkombëtarisht mbi hulumtimet.

Nisur nga qëllimet dhe synimet e projektit, ekipi hulumtues ka analizuar materialet e arkivuara të shtypit ditor nga Agjencia për Barazi Gjinore, për periudhën kohore 2010-2011.

Fillimisht, ekipi hulumtues ka bërë një analizë të literaturës relevante mbi mediat dhe rolin e saj në arritjen e barazisë gjinore dhe thyerjen e stereotipave për gratë.

Me pas, bazuar në Termat e Referencës, është krijuar Databazë në Paketën Statistikore për Shkencat Shoqërore (SPSS), ku janë futur të dhënat nga artikujt e arkivuar, duke mundësuar analizën deskriptive dhe krahasimore për disa fusha kryesore, si:

- ❖ **Analizë mbi prezantimin e femrave në mediat e shkruara, të ndara sipas gazetave** - me qëllim që të identifikojen gazetat, të cilat ofrojnë më shumë hapësirë për prezantimin e femrave.
- ❖ **Analizë mbi raportimin e mediave nga ana e gazetarëve** - me qëllim që të analizohet nëse ka ndërlidhje të shkrimit të artikujve, bazuar në gjininë e vet autorit të krimtit.
- ❖ **Analizimi i artikujve bazuar në temat** – që do të shërbente në përgjigjen e një pyetjeje shumë të rëndësishme se në çfarë mënyre është i prezantuar roli i femrës: p.sh.: në temat sociale, politike, argëtim, reklamë etj

- ❖ **Analiza e paraqitjes së prezantimit vizual** - që të identifikohen format e prezantimit të femrave në aspektin vizual, e që ndikon jashtëzakonisht shumë në krijimin e stereotipave pozitivë apo negativë.

Duke vlerësuar si shumë të rëndësishme edhe mënyrën se sa hapësirë iu ofrohet grave, krahasuar me hapësirën që iu ofrohet burrave, ekipi hulumtues ka monitoruar edhe tre gazeta brenda periudhës 10 deri më 14 nëntor 2012.

Kjo është bërë me qëllim që të analizohet prezenca/mos prezenca e një gjinie, që tregon se sa media kontribuon në relacionet dhe besimet e një shoqërie dhe se kush është prezent ose jo - ndërlidhet edhe me stereotipa të krijuara nga vetë mediat.

Për më shumë, për t'i ofruar shembuj më konkret lexuesit, është kryer edhe analiza më e thellë e artikuve të selektuar si studime rasti, në tema të ndryshme, me qëllim të identifikimit të formave të prezantimit të grave në mediat e shkruara, duke përfshirë aspektet pozitive dhe negative, paragjykimet apo stereotipat gjinore. Nga materiali i arkivuara janë përzgjedhur gjithsej 10 artikuj: 8 studime rasti – negative dhe 2 studime rasti - pozitive.

Të gjeturat kryesore të hulumtimit

Grave apo burrave - Kujt i kushtohet më shumë hapësirë?

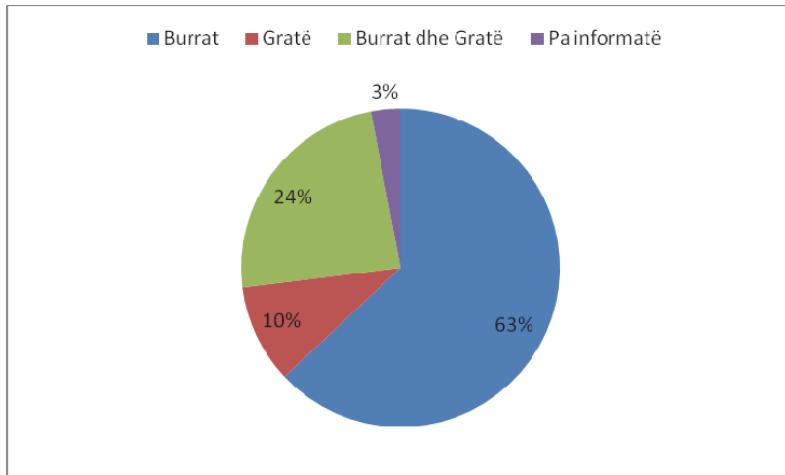
Analiza e artikujve në tre gazetat ditore në Kosovë¹⁰, për një periudhë 5 ditore, ka mundësuar që të krahasohet qasja e mediave në raport me përfshirjen e grave dhe të burrave në shkrimet e gazetave.

Rezultatet tregojnë shumë qartë se prezantimi i burrave, në raport me gratë, është dukshëm shumë më i lartë - ku burrat dominojnë në shumicën e artikujve në gazeta, apo në 63 për qind të rasteve, ndërsa artikujt ku të dyja gjinitë janë prezent në artikujt e gazetave, përbëjnë 25 për qind.

Por, rezultatet janë shqetësuese për faktin se mediat janë ende larg për të arritur barazinë në prezantimin e grave, në raport me burrat, ngase artikujt ku gratë janë prezente, si protagonistë në artikuj, zënë **vetëm 10%** të hapësirës në gjithë artikujt, në tre gazetat ditore.

¹⁰ Koha Ditore, Kosova Sot, Gazeta Express

Figura 1: Prezantimi grave dhe i burrave në mediat e shtypura



Prezantimi i grave dhe i burrave sipas temave përkatëse

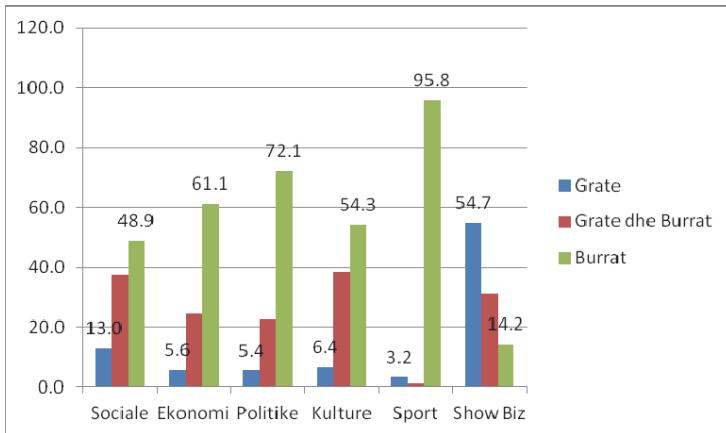
Analiza e temave të artikujve dhe prezantimi i grave dhe i burrave në fushat përkatëse, është bërë me qëllim të identifikimit të roleve gjinore dhe ndërlidhjes me temat përkatëse. Krahasimi midis grupeve gjinore, të prezantuara në tema të ndryshme brenda gazetave, tregon shumë qartë se burrat dominojnë në shumicën e temave, madje me një diferencë të lartë, përvèç në temat e Shoëbiz-it, ku dominon prezantimi i gruas, në krahasim me burrat.

Prezantimi dhe hapësira që u është dhënë burrave në fushën e politikës, në krahasim me hapësirën që u është dhënë grave në po këtë fushë, janë dukshëm të pabarabarta. I Gratë janë paraqitur vetëm në 5.4 për qind të hapësirës, krahasuar me meshkujt që përbëjnë afro 73 për qind të rasteve.

Edhe tek temat sociale, diferenca është shumë evidente, ku prezantimi i gruas është në 13 për qind të hapësirës, ndërsa burrat në afro 49 për qind të hapësirës. Edhe në fushën e kulturës dominojnë burrat me afër 55 për qind, ndërsa femrat me vetëm 5.4 për qind.

Sporti, është po ashtu fusha ku dominimi i meshkujve është jashtëzakonisht më i lartë, në krahasim me gratë, apo me afro 96 për qind të rasteve.

Figura 2: Prezantimi i grave dhe i burrave sipas temave përkatëse



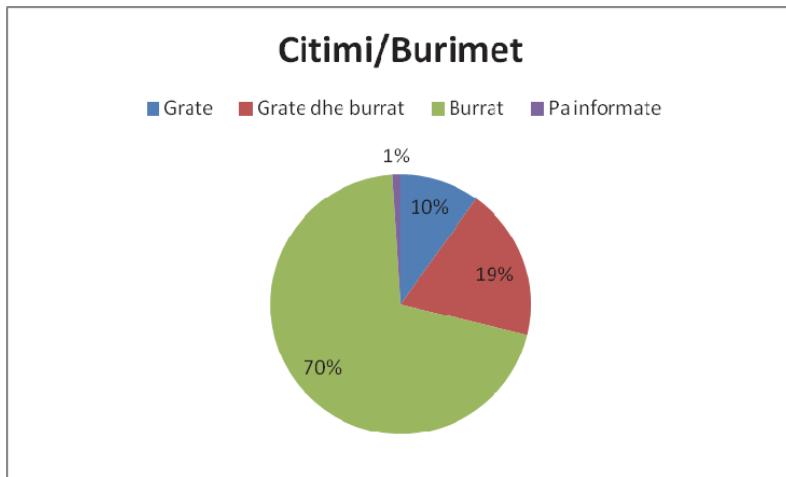
Zëri i Grave dhe i burrave në mediat e shkruara

Citimet/Burimet janë një tjetër aspekt i analizuar me qëllim të identifikimit të hapësirës që mediat u japin burrave dhe grave.

Rezultatet tregojnë qartë se burrat kanë qasje më shumë në mediat e shkruara në Kosovë dhe se më shumë dëgjohet dhe prezantohet në media 'zëri i burrave', që në një mënyrë është një indikator se kush ka përparësi, kush konsiderohet më relevant dhe më kompetent për t'u dekluaruar për çështje të caktuara.

Bazuar në monitorimin e gazetave, burrat janë cituar në mbi 70 për qind të rasteve, ndërsa në vetëm 10 për qind të rasteve janë cituar gratë. Pjesa tjeter, ku në po të njëjtin artikull janë cituar edhe burrat edhe gratë, përbën afro 19 për qind të rasteve.

Figura 3: Gratë dhe burrat si burime të informacionit



Prezantimi i grave në mediat e shkruara

Ky kapitull ofron rezultatet e nxjerra nga analizimi i materialit të arkivuar nga ABGJ dhe ku analiza shërben për të identifikuar se sa janë mediat e shkruara në Kosovë demokratike, etike, gjithëpërfshirëse dhe pjesëmarrëse nga perspektiva gjinore.

Një pjesë shumë e rëndësishme në monitorimin e mediave të shkruara ka qenë edhe analizimi i artikujve, bazuar edhe në autoren/autorin e shkrimeve, ku janë prezantuar gratë. Ndonëse ndikimi i vet femrave në mbulimin e disa çështjeve me rëndësi për promovimin e barazisë gjinore ka qenë një ndikim global, si pjesë e ndryshimeve dhe zhvillimit të shoqërisë, kjo s'do të thotë që gjinia medoemos luan rol në prezencën ose jo të femrave në media.

Tabela 1: Analiza e artikujve sipas gjinisë së autorit/es së artikullit

Gjinia e autorit	në përqindje %
Redaksia	47.6
Pa informatë	19.8
Burrë	13.5
Grua	11
Mungojnë të dhënrat	8.1
Totali	100

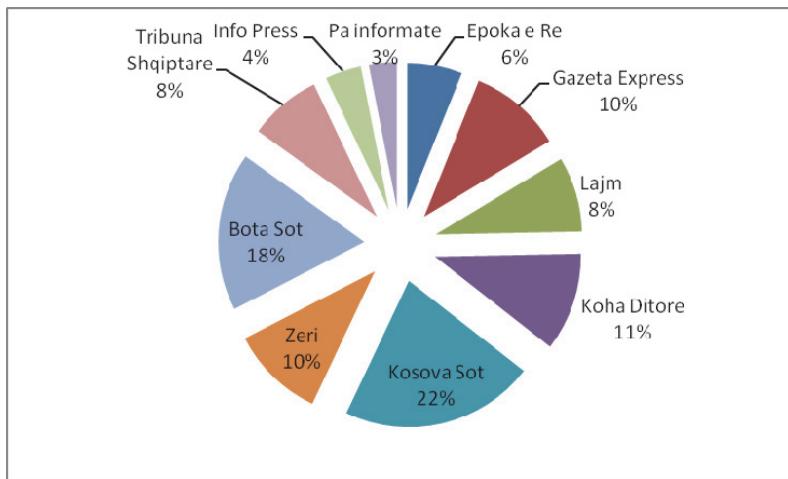
Bazuar në mediat e analizuara, shumica e artikujve, apo mbi 47 për qind, kanë qenë të shkruara nga vet Redaksitë e gazetës, ndërsa dallimet gjinore të autorëve të shkrimit janë shumë të vogla. Redaksitë më së shumti janë përqëndruar në temat politike, ku edhe materialet e analizuara i përkasin më shumë kësaj kategorie. Por, edhe në fushat tjera të analizuara në këtë studim (sport, kulturë, sociale, ekonomi etj) janë redaksitë që në mbi 40% të artikujve në secilën temë, janë autorë të shkrimeve.

Prezantimi i grave në mediat e shkruara sipas gazetave

Analiza mbi prezantimin e grave në mediat e shkruara, të ndara sipas gazetave, është bërë me qëllim që të identifikohen gazetat të cilat ofrojnë më shumë hapësirë për prezantimin e femrave, apo janë më gjithëpërfsirëse.

Gazetat Kosova Sot, Bota Sot, Koha Ditore dhe Gazeta Expres, kanë pasur numrin më të madh të artikujve ku janë prezantuar gratë, ndërsa Tribuna Shqiptare, Epoka e Re dhe Info Press, kanë një përqindje më të ulët të artikujve ku prezantohen gratë.

Figura 4: Analiza e artikujve sipas Gazetave ditore

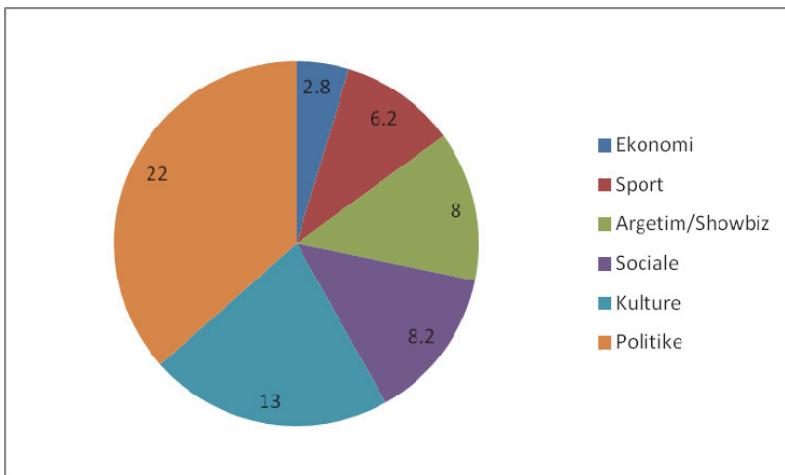


Prezantimi i grave sipas temave përkatëse

Përkundër prezantimit shumë më të ultë të grave në rapport me burrat, ajo çfarë vërehet tek fokusi i mediave, është përqendrimi i tyre në temat që kanë të bëjnë me politikën ditore dhe atë ndërkombëtare.

Bazuar në materialin e analizuar, një përqindje më e madhe e artikujve ku janë prezantuar gratë, janë tek temat politike, apo në mbi 22 për qind të artikujve, duke vazhduar me temat në fushën e kulturës (13 %), sociale (8.2% dhe Shoë-biz/argëtim (8.0%).

Figura 5: Temat kryesore ku prezantohen gratë



Gratë në politikë

Prezantimi i grave në fushën e politikës paraqet fushën ku, bazuar në materialin e analizuar, gratë politikane janë prezantuar më së shumti, apo mbi 22 për qind të gjithë artikujve të analizuar.

Duke u nisur nga ky rezultat, ne kemi shkuar edhe një hap më tutje, për të parë se cilat janë gratë të cilat kanë zënë hapësirën më të madhe brenda temës së politikës në mediat e shkruara në Kosovë. Rezultatet tregojnë se janë gratë politikane, në pozita vendimmarrëse, ato të cilat kanë pasur vëmendjen e medias.

Padyshim se zgjedhja në pozita udhëheqëse egrave në Kosovë, si zgjedhja e Znj. Atifete Jahjaga, Presidente e Kosovës, pastaj Kryenegociatorja dhe Zv. Kryeministrja, Znj. Edita Tahiri, si dhe Ministrja Znj. Mimoza Kusari-Lila e Znj. Vlora Çitaku, kanë ndikuar që vëmendja dhe prezantimi i tyre të jetë më i madh, në krahasim me gratë e tjera në

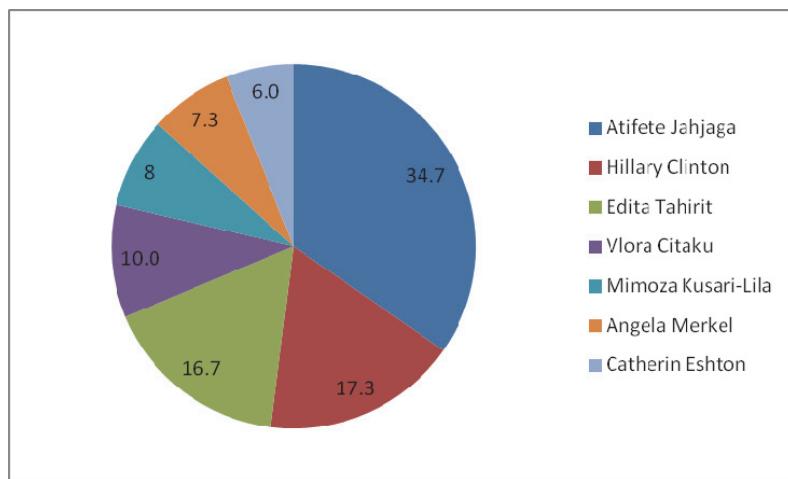
përgjithësi, por edhe në raport me gratë e tjera politikane, qofshin ato deputete të Kuvendit të Republikës së Kosovës, apo aktiviste ose politologe.

Gjithashtu, edhe politikanet femra në nivel ndërkombëtar, kanë zëre një hapësirë mjaft të madhe në median e Kosovës, për shkak të raporteve politike dhe proceseve me rëndësi për Kosovën gjatë viteve 2010-2011, siç është rasti i Sekretares Amerikane të Shtetit. Znj. Hillary Clinton, i Kancelares Gjermane, Znj. Angela Merkel, si dhe Baronesha, Znj. Catherin Ashton.

Megjithatë, rezultatet tregojnë se vëmendja më e madhe tek ky grup i politikaneve femra ka qenë tek Presidentja e Kosovës, Znj. Atfete Jahjaga, apo në 35 për qind të artikujve të analizuar. Pas Presidentes së Kosovës, hapësira e kushtuar ka qenë për Znj. Hillary Clinton (17.3%), ndërsa me 16.7 për qind është prezantuar Znj. Edita Tahiri.

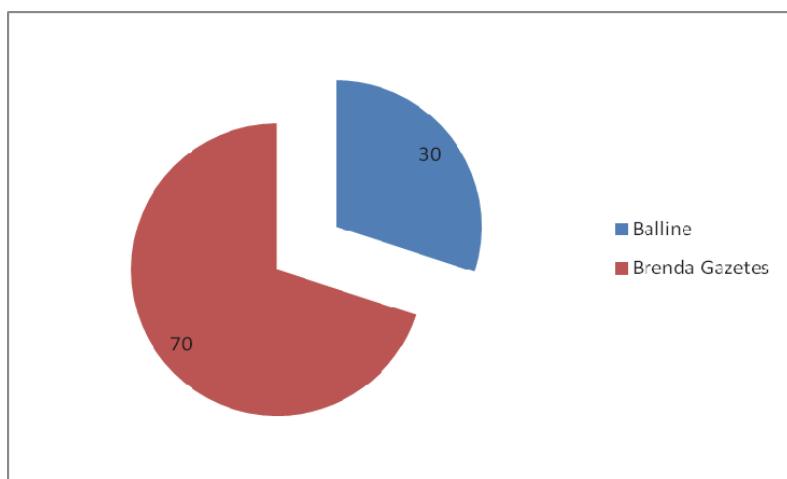
Gjithashtu, hapësirë të konsiderueshme zënë edhe dy Ministret e Republikës së Kosovës, Znj. Vlora Çitaku (10%) dhe Znj. Mimoza Kusari-Lila (8 %), si dhe Znj. Angela Merkel (7.3) dhe Catherin Ashton (6%).

Figura 6: Hapësira e ofruar për gratë në pozita vendimmarrëse



Megjithatë, edhe me gratë politikane në pozitat vendimmarrëse, vëmendja e mediave për t'i paraqitur në ballina të gazetave është me e vogël (30 %), në krahasim me prezantimin në shkrimet brenda gazetës.

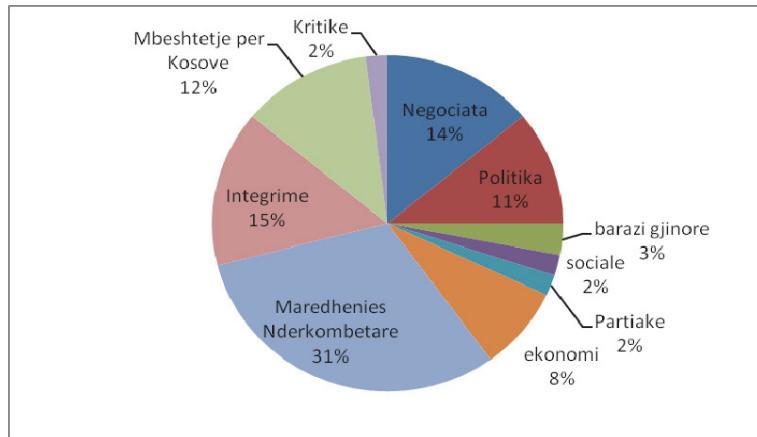
Figura 7: Prezantimi i grave politikane në ballinat e gazetave



Preokupimet e grave në temat politike

Temat me të cilat gratë janë prezantuar më së shumti në fushën e politikës kanë pasur të bëjnë me: marrëdhëniet ndërkombëtare (31 %), integrimet evropiane (15%), negociatat (14%), apel për mbështetje të proceseve në Kosovë (12%), temat ekonomike (8%), barazinë gjinore (3%) etj.

Figura 8: Preokupimet e grave në temat politike



Mediat e shkruara në Kosovë, kanë ofruar hapësirë edhe për gratë poltikane, për të shprehur qëndrimet e tyre brenda partiave apo qëndrimet e tyre për lëvizjën nga një parti në tjetrën, siç është rasti i dy ish-deputeteve nga Aleanca Kosova e Re (AKR) të cilat kanë shprehur qëndrimet e tyre edhe në media për arsyet e kalimit nga

AKR në Lidhjen Demokratike të Kosovës.

Zërat kritik i grave brenda vetë partisë së tyre nuk janë edhe aq prezent në Kosovë e as nuk prezantohen në media.

Por, kur janë vetë gratë politikane që ngrenë zërin e tyre brenda partisë, mediat ofrojnë hapësirë e duhur, si rasti me qëndrimet e Deputetës nga rradhët e Lëvizjes Vetëvendosje Znj. Alma Lama, e

Deputetja e AKR-së kalon në LDK

Preprint, 25 tetor
Deputetja e Aleanca Kosova e Re në Kosovën e Kosovës, Rita Hajzera, ka ndjekur shembullin e kolegës së saj, Njomza Ermini, pasi të hënën ka lënë paravet me zërat e tij në Lidhjen Demokratike të Kosovës. Hajzera, të hënës "nëpër çdo zemrë", dha ka trezuar se përmirëjetjet e AKR-vetëm izikishit ishten, se zemrët kishte në LDK-së "një përshtati për unazitjet tuaj konfirmuese", o ashtu se undë dhe familia ne kemi kontribuar që nga themelimi i kësaj partie dhe ni e tutje angazhimi i më përtirk do të jetë në LDK, zioni i LDK-së përmirëse pavarese e calues realizuar. I lejohet që nuk në vendim tonë do të jetësotvet me DK-në, por vetëm atëherë kur ky subjekt do të jetë i ri i querësjes "në vend", ka thënë ajo para mediave, aq rjen publike të këtij kalimi nga njëra parti, në tëjetën lërkaj shefi i grupit parlamentar të LDK-së, Ismet qirri, e ka vlerësuar si prurje të fuqishme kalimin e zjerajt nga AKR-ja në LDK. Ai ka thënë se Hajzera, ilia njëkohësisht është edhe anëtarë e Kryesisë së Përgjegjësisë, që përfshin edhe qasjen e



cila përmes një interviste në gazetën ditore, ka shprehur edhe disa nga qëndrimet e saj ndryshe nga anëtarët tjerë të Lëvizjes, sa i përket aktivitetave jashtëinstitucionale, vërejtjeve të saj për demokracinë e brendshme brenda subjektit që ajo i takon, të cilat janë prezantuar në media.

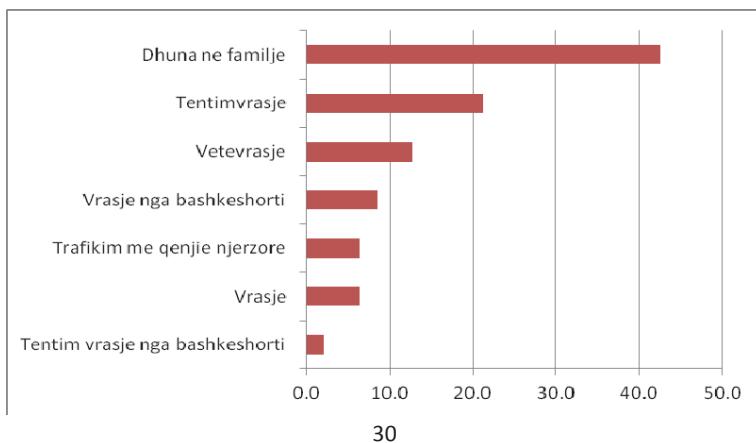
Prezantimi i gruas në kronikën e zezë

Duke qenë se dukuritë, si: dhuna në familje, trafikimi me qenie njerëzore, si dhe format e tjera të krimit, të pranishme në vendin tonë, janë një prej problematikave më të cilat përballet gruaja shqiptare, natyrisht se kjo reflektohet edhe në shkrimet e gazetave ditore në Kosovë.

Rezultatet në këtë pikë tregojnë se mediat, në rubrikën e njojur si 'kronika e zezë', paraqesin krimet apo incidentet e ndodhura në Kosovë, ku shihet qartë se, në të shumtën e rasteve, gruaja është viktimitë e krimit (90 për qind), se sa kryese e krimit.

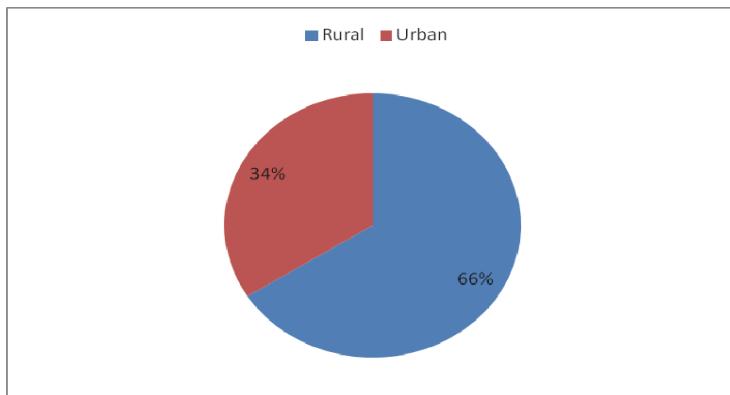
Gratë më së shumti janë paraqitur në gazeta si viktima të dhunës në familje, apo në mbi 42 për qind të artikujve në rubrikën 'kronika e zezë', më pas vjen tentim vrasje (22%), si dhe raportimi i vetëvrasjeve të grave në Kosovë (13%)

Figura 9: Prezantimi i grave në kronikën e zezë



Pjesa më e madhe e rasteve të raportuara nga mediat në sektorin e kronikës së zezë, janë: gratë nga viset rurale, të prezantuara si viktima të formave të ndryshme të krimít, apo në 69 për qind të rasteve, të prezantuara në media.

Figura 10: Prezantimi i grave në kronikën e zezë/urbane -rurale

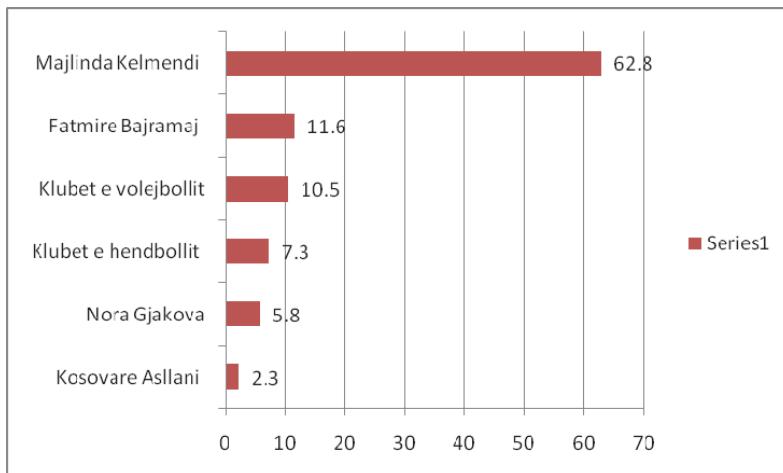


Prezantimi i gruas në sport

Vëmendja e mediave të shkruara për prezantimin, promovimin apo raportimin mbi sportin, ku gratë dhe vajzat kanë qenë prezantë, zë vend me 6.2 për qind të artikujve të analizuar në fushën e sportit.

Xhudistja e njohur kosovare, Majlinda Kelmendi dhe futbollistja shqiptare, Fatmire Bajramaj, janë dy sportistet të cilat janë paraqitur më së shumti në artikujt e sportit, ku është shkruar për sukseset ve tyre të arritura gjatë pjesëmarrjes në gara, apo në lojëra në nivel ndërkombëtar.

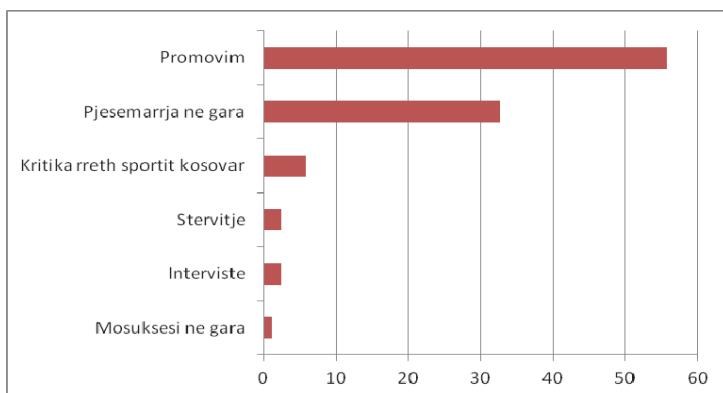
Figura 11: Sportistet kosovare më të prezantuara në media



Vlen të theksohet se prezantimi i grave në fushën e sportit, nga aspekti vizual, ka qenë në afro 70 për qind të rasteve në mënyrë pozitive, që nënkupton se artikulli është përcjellë me fotografi që përkojnë me shkrimin; që do të thotë fotografi nga garat, gjatë stërvitjeve etj.

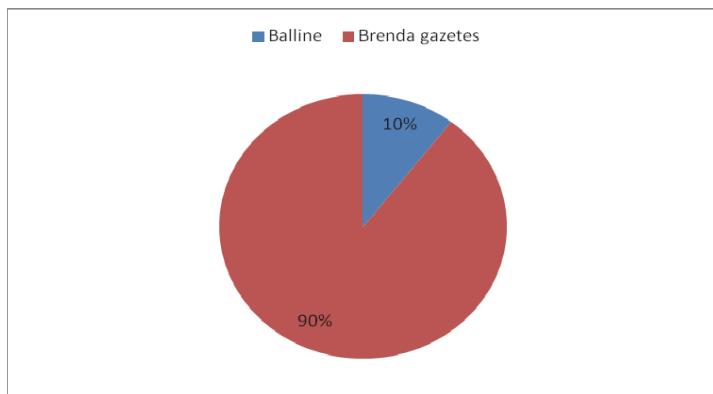
Prezantimi i grave brenda fushës së sportit është bërë më së shumti përmes promovimit të sportisteve femra (55.8%) dhe të arriturave e sukseseve të tyre, si dhe përmes raportimit për pjesëmarrjen e tyre në gara (32.6%).

Figura 12: Hapësira e ofruar për sportistet kosovare



Sportistet janë cituar kryesisht gjatë raportimit të ndeshjeve apo garave të zhvilluara dhe rastet e arritjes së sukseseve të tyre. Por, trendi i njëjtë është edhe tek temat e sportit, ku grave sportiste, në mediat e shkruara në Kosovë, u lihet hapësirë në ballinat e gazetave në vetëm 10 përqind të rasteve.

Figura 13: Hapësira e ofruar për sportistet në ballinat e gazetave

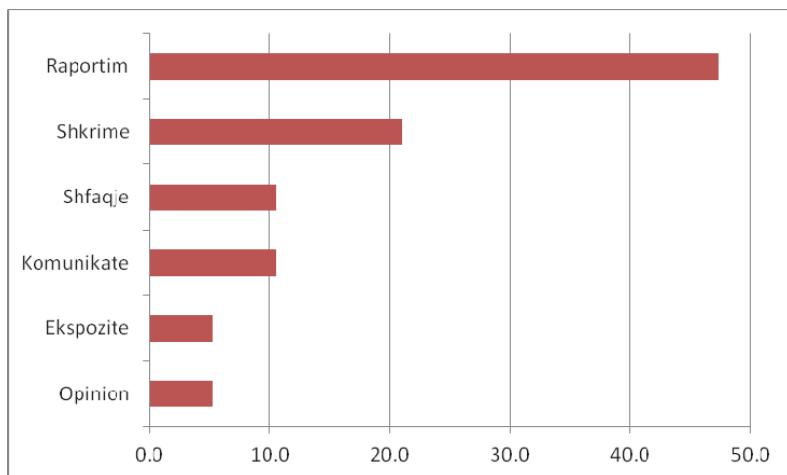


Prezantimi i grave në media në Ditën Ndërkombëtare të Gruas

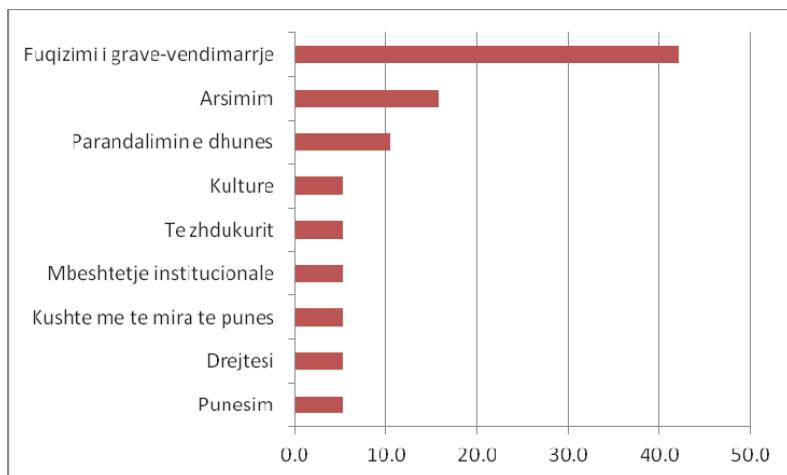
Bazuar në materialin e analizuar, ne kemi shikuar edhe se si mediat kanë mbuluar, apo çfarë hapësire i kanë dhënë prezantimit te grave në Ditën Ndërkombëtare të Gruas. Natyrisht, hapësira në media është e nxitur varësisht nga aktivitetet e ndodhura gjatë Ditës Ndërkombëtare të Gruas dhe ajo është reflektuar në media.

Pjesa më e madhe ka të bëjë me raportimin e mediave mbi tryezat e organizuara për 8 Mars, apo në 47 përqind të rasteve, pastaj shkrime të ndryshme me temë 8 Marsin (21 %), raportimi mbi organizimin e shfaqjeve, të ekspozitave, por edhe komunikatat e ndryshme, të lëshuara kryesisht nga OJQ-të, janë prezantuar në media.

Figura 14: Hapësira e ofruar grave në Ditën Ndërkombëtare të Gruas



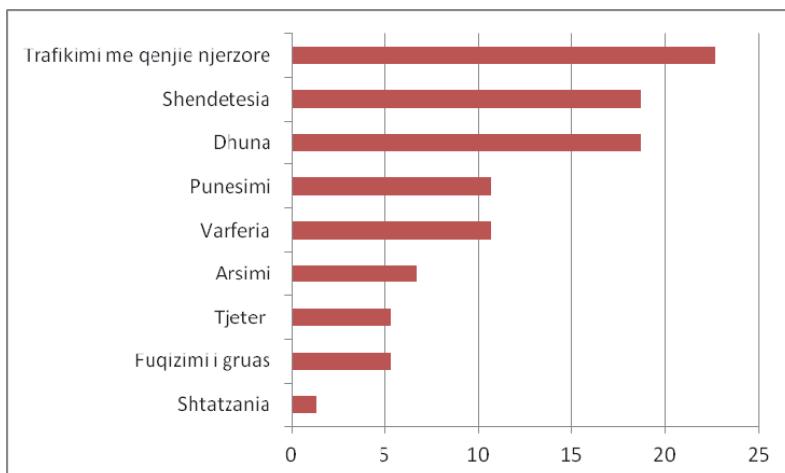
Mesazhet e drejtuara në Ditën Ndërkombëtare të Gruas, e të prezantuara nga mediat, në të shumtën e rasteve, apo në 43 për qind kanë pasur të bëjnë me fuqizimin e grave në vendimmarrje, në përmirësimin e saj në arsim (16 %), parandalim të dhunës (11 %) etj.



Prezantimi i gruas në temat sociale

Në hapësirën e temave me përbajtje sociale, ku janë prezantuar gratë, nga artikujt e analizuar shihet se shqetësimi për to mbeten problemet që prekin gratë, si: trafikimi me qenie njerëzore (23%), shëndetësia (19%), dhuna në përgjithësi (19%), varfëria (11%), pabarazia në punësim (10%), arsimi (7%) etj

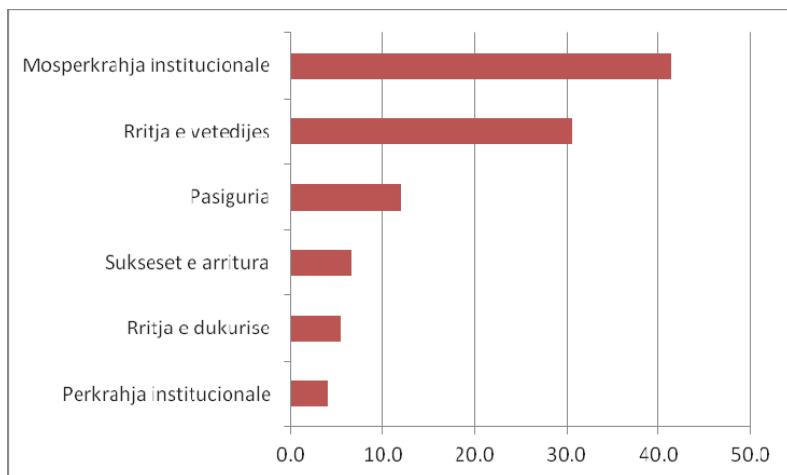
Figura 15: Artikujt e gazetave në temat sociale



Preokupimet e grave për temat e lartcekura, kryesisht, kanë të bëjnë me kritikat që ato adresojnë për mospërkrahje nga institucione për përmirësimin e pozitës së gruas (42%), pastaj shqetësimin e tyre për rritjen e dukurive negative që prekin gratë (5.3).

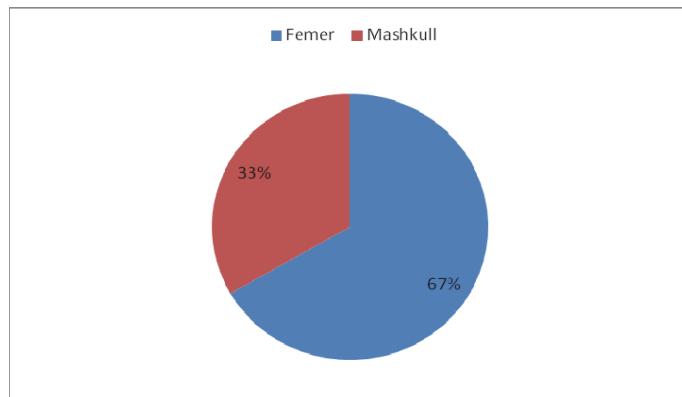
Mirëpo, në artikujt me temat sociale, gratë kanë folur edhe për rëndësinë e rritjes së vetëdijes së shoqërisë për dukuritë negative (31%), për rëndësinë e arritjes së barazisë gjinore në punësim, arsim, për sukseset e arritura si rezultatet i punës së grave, si dhe për nevojën e përkrahjes institucionale për gratë dhe vajzat në Kosovë.

Figura 16: Preokupimet e grave në temat sociale



Megjithatë, analiza në përbajtje të artikujve, sjell prapë një trend negativ, sa i përket paraqitjes së grave si burime të para të informacionit, profesionisteve në temat sociale etj., pasi që përqindja ku ato janë burime primare - nuk është edhe aq e lartë 67 për qind). Meshkujt, për shkak të pozicioneve që mbajnë në institucionet përkatëse (si në Polici, në Qendra për Punë Sociale etj.), bëjnë që edhe në temat ku flitet kryesisht për gratë dhe preokupimet e tyre sociale, të intervistohen burrat në 33 për qind të rasteve si: sociologë, psikologë etj.

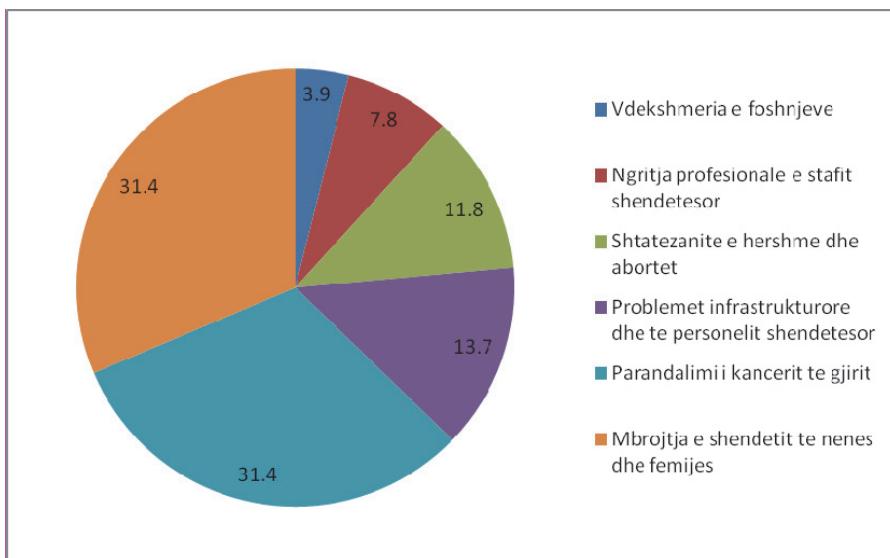
Figura 17: Citimi i grave në temat sociale në krahasim me burrat



Prezantimi i grave në shëndetësi

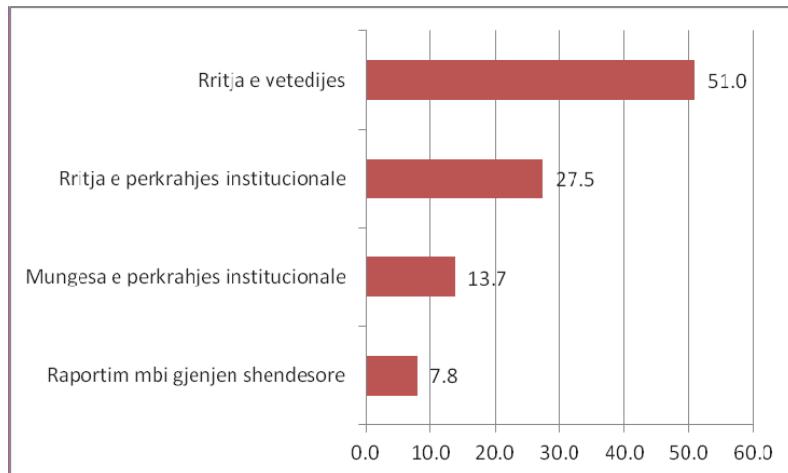
Analiza e artikujve të shëndetësisë brenda fushës sociale përmbjnë 8 përqind të artikujve. Rezultatet e artikujve të shëndetësisë, të analizuar në mediat e shkruara në Kosovë, tregojnë se preokupimet dhe problemet e trajtuarat të paraqitura më shumë kanë të bëjnë me: artikuj në lidhje me parandalimin e kancerit të gjirit (31.4%), si dhe mbrojtja e shëndetit të nënës dhe fëmijës (34%), pastaj shtatëzanitë e hershme dhe abortet (12%), etj.

Figure 18 Preokupimet e grave në shëndetësi



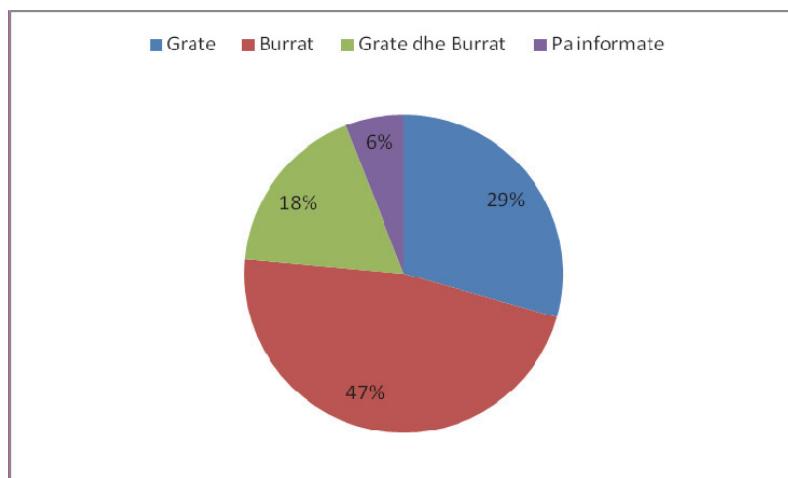
Kryesisht brenda këtyre artikujve, mesazhet e drejtuara të prezantuara në media kanë të bëjnë me apelin për rritjen e vetëdijës për problemet shëndetësore, apeli për rritjen e përkrahjes institucionale në fushën e shëndetësisë, kritika rreth mungesës së përkrahjes institucionale, por edhe raportime të përgjithshme mbi gjendjen në fushën e shëndetësisë.

Figure 19 Mesazhet e grave në fushën e shëndetësisë



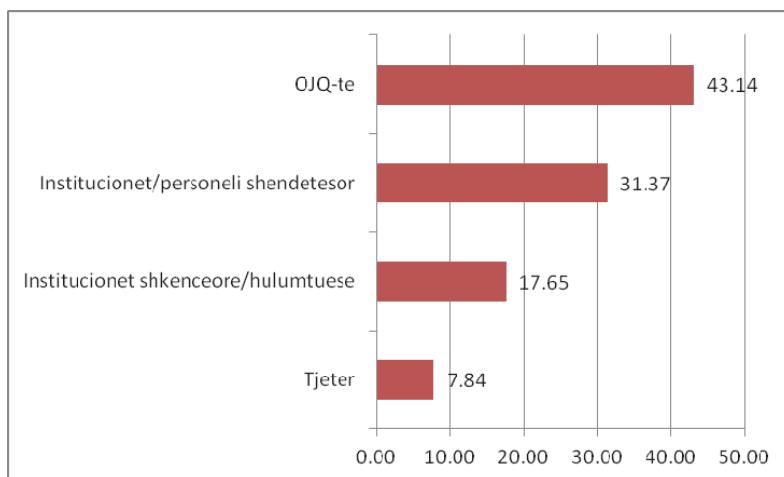
Si në shumicën e temave, edhe në fushën e shëndetësisë, burrat janë ata të cilëve u jepet më shumë hapësirë për të shprehur mendimin e tyre (kryesisht mjek, sociologë etj) sesa gratë profesioniste.

Figure 20 Citimet e grave dhe burrave në fushën e shëndetësisë



Gjithashtu rezultatet tregojnë se janë OJQ-të dhe Institucionet apo personeli shëndetësor ata të cilën ngrejnë më shumë zërin, për të prezantuar problemet apo dhënë këshillat në fushën e shëndetësisë. Gjithashtu, si burime të prezantuara në mediat e shkruara, janë edhe shkrime që u referohen burimeve nga institucionet shkencore dhe hulumtuese.

Figure 21 Burimet e informacioneve në fushën e shëndetësisë



Prezntimi i grave në ekonomi

Rezultatet e nxjerra nga analiza e materialeve te arkivuara, tregonjë shumë qartë se prezantimi i grave në fushën e ekonomis, paraqet fushën ku gratë janë prezantuar shumë pak, apo në 2,8 % të të gjithë artikujve të analizuar për këtë studim. Ky rezultat tregon se në temat ekonomike, gruaja nuk e merr hapësirën e duhur për të shprehur qëndrimet dhe pikëpamjet e veta.

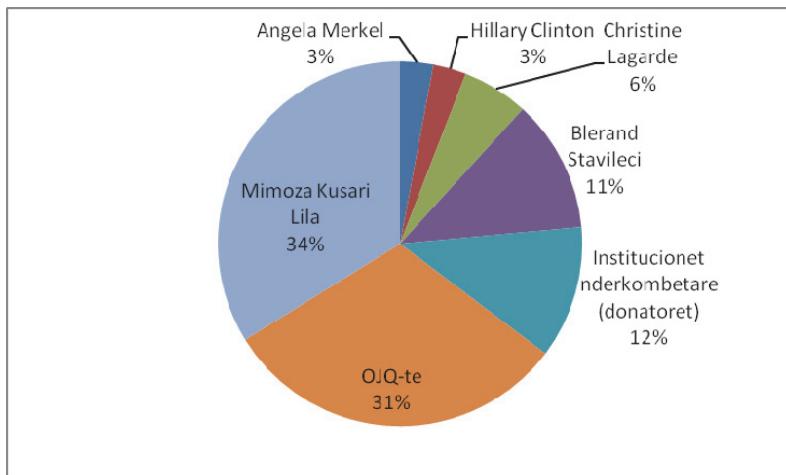
Brenda artikujve që kanë të bëjnë me fushën e ekonomisë, janë analizuar artikujt për të parë se kujt i është dhënë hapësirë më shumë dhe shihet qartë se, janë figurat politike ato që marrin vëmëndjen e mediave edhe kur flitet për fushën e ekonomisë, fuqizimit ekonomik të grave apo edhe sfidave në fushën ekonomike për gratë.

Përkundër se ka artikuj edhe për sukseset e arritura nga vetë gratë në fushën e ekonomisë, megjithatë ajo çfarë vërëhet është se mendimi profesional, në fushën e ekonomisë, më shumë u kërkohet burrave.

Rezultatet tregonjë se vëmendja më e madhe edhe në artikujt brenda fushës ekonomike ka qenë për : Znj. Mimoza Kusari-Lila (34 %), OJQ-të e grave (31 %), institucionet ndërkombëtare dhe donatorët (12 %) etj .



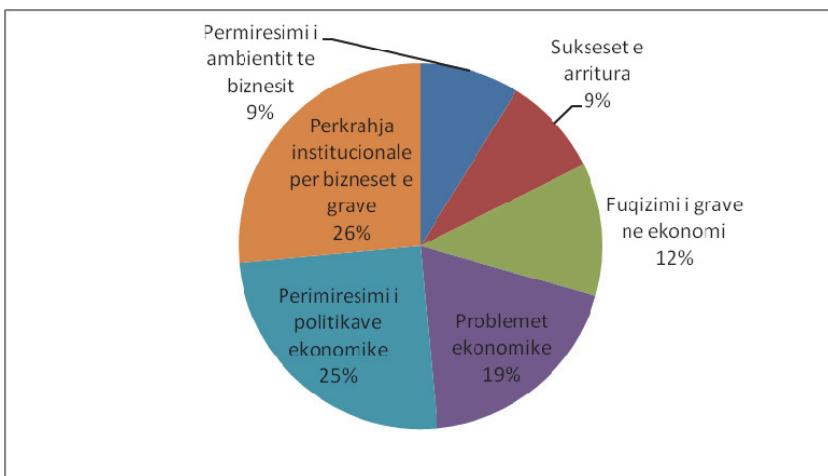
Figure 22 Hapësira e ofruar për gratë në temat ekonomike



Preokupimet e grave në temat ekonomike

Temat, me të cilat gratë janë prezantuar më së shumti në fushën e ekonimisë në mediat e shkruara, janë të përqëndruara në: kërkesat dhe rapotimin mbi përkrahjen institucionale për bizneset e grave (26%), përmirësimin e politikave ekonomike (25%), shkrime mbi problemet ekonomike(19%), fuqizimin e grave në fushën e ekonimisë (12%), prezentimi i sukseseve të arritura të grave fushën e ekonimisë (8%) dhe përmirësimin i ambientit të biznesit në përgjithësi (8%).

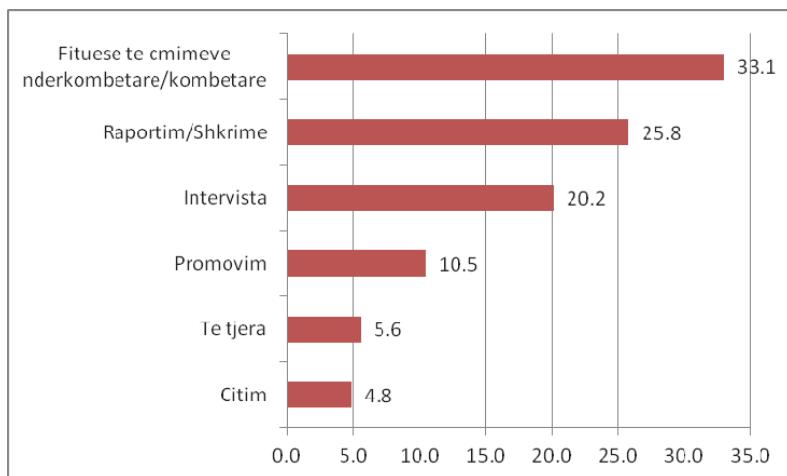
Figure 23 Preokupimet e grave në temat ekonomike



Gratë në Temat e Kulturës

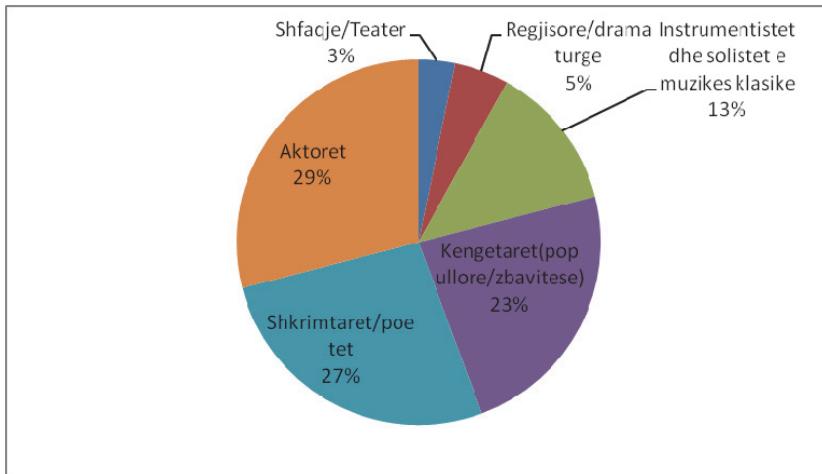
Bazuar në analizimin e materialit të arkivuar, hapësira e cila ju kushtohet grave në fushën e cultures, përbën 13 përqind të hapësirës. Prezantimi i grave në kulturë, në mediat e shkruara, është paraqitur përmes shkrimeve (26%) , intervistave (20.2%), citimeve (5%), promvimeve të ndryshme (librave, shfaqjeve) (11%) si dhe shkrimeve për sukseset e arritura në fitimin e çmimeve ndërkombëtare apo kombëtare (33%).

Figure 24 Forma e prezantimit të grave në artikujt e kulturës



Brenda grupeve të ndryshme të profesionisteve në fushën e kulturës, në materialin e analizuar, hapësira më e madhe i është ofruar aktoreve (29%) (shqiptare dhe atyre ndërkombëtare), shkrimtareve dhe poeteve (27%), pastaj këngëtareve të muzikës zbavitëse apo popullore (23%), të instrumentisteve të muzikës klasikeve apo solisteve (13%), ndërsa më pak hapësirë në raport me profesionet tjera në fushën e kultures, i është kushtuar regjisoreve dhe dramaturgëve (me vetëm 5%).

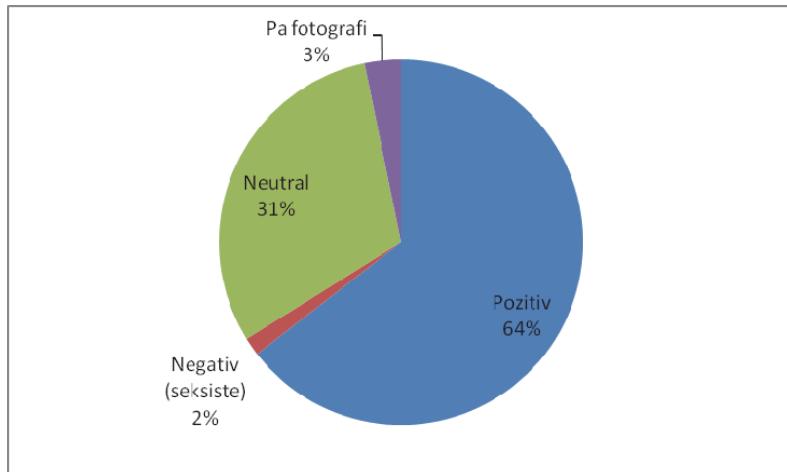
Figure 25 Prezentimi i grave në kulturë



Vlënë të theksohet, se një vëmendje të posaçme dhe një prezantim dinjitoz në fushën e cultures, i është kushtuar personaliteteve dhe sukseseve apo promovimit të punës së tyre për : Sopranën Inva Mula, Nexhmije Pagarushën, Pianisten Lule Elezi, Aktoren Arta Dobroshi e Gresa Pallaska si aktoren me origjinë Shqiptare Eliza Dushku.

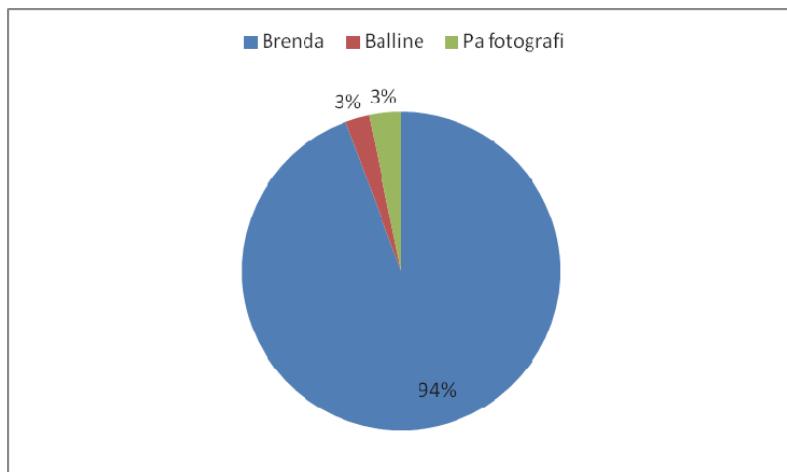
Por, ajo çfarë është e rëndësishme në fushën e kulturës, është poashtu prezantimi vizual. Edhe pse rreth në 64 përqind të artikujve, gruaja është paraqitur në mënyrë pozitive, që nënkopon se forografia përputhet me artikullin dhe është bërë gjatë shfaqjes, aktrimit etj., një përqindje prej 31% janë vlersuar si neutrale, sepse gratë zakonisht janë prezantuar vetëm përmes portreteve (fytyrës) të tyre.

Figure 26 Prezentimi vizuel i grave në fushën e kulturës



Megjithatë, duhet të theksohet, se edhe pse në përqindje shumë të vogël (rreth 2%), këngëtaret janë ato të cilat zakonisht paraqiten në foto më seksiste. Natyrisht, këtu nuk mund të fajësohen mediat, sepse zakonisht fotografi të tillë vendosen në pajtueshmëri me këngëtaret, mirëpo ajo çfarë është shqetësuese është se mu këto fotografi zënë vend në ballinë e gazetave.

Figure 27 Prezantimi i grave në ballinë



Fotografitë pozitive dhe negative në fushën e kulturës

Lule Elezi,
sérish në Vjenë



Pianistja Lule
Elezli, do tē
paraqitet sēriš nē
skenēn austriake
nē Vjenē, kēsaj
radhe pēr tē
ekzekutuar veprat
e reja tē kompozi-
torit romantik,
Frederik Shopen

Dianistja Lule Elezi eshtë bërë emri i nderaur i botës së muzikës serioze në isovë dhe jashtë saj, primtaria e kësaj pianiste dyshim se i ka sjellë nder e pekt vendit tonë. Lulja eshtë basadore e denje e vendit nënën e botës së muzikës. Nuk me këtë ajo për "Kosova" eshtë shprehur. "Paraqitja e Festivalin Ndërkombëtar 'hopin' në Vjenë e mbajtur muajin gusht të këtij viti me iin e 200 e-vjetorit e lindjes së Ispozitorit romantik Shopen u vlerësua ca e zgjedhur ishte e vjetra dhjetor u këtë koncept luaj përshtatje së Shqipërisë veprat kreative hasim me luajtur jetën e mëparshme viti. Kjo është e shtatë vjetor i Vjenë", thonë Q. THAQI.

vlerësua shumë lart nga audiencia e zgjedhur vjeneze, e cila nuk ishte e vogël, kështu që më 4 dhjetor unë do të marr pjesë në këtë koncert përmbylliës ku do të luaj përsëri veprat nga opusi kritisës i Shopenit dhe do të jene veprat krejtësisht të reja në krahim me ato veprat që i kam luajtur në 6 paraqitjet e mia të mëparshme në Vjenë brenda një vitit. Kjo do të jetë paraqitja imë e shtatë brenda një vitit në Vjenë⁶, tha pianistja Elezi.



Inva ka arritur majat më të larta të operës botërore

Sopranoja me famé botére
Inva Mula ka korru pérseri
duartrokijet dhe admirimin e
artdashësve kinez, kétë herë
me interpretimin e shkëlqyer
në rolin e Violetës, në operën
"Traviata" të Xuzepë Verdit.
Vénë në skenë nga Teatri Na-
cional i Artit në Pekin, në njé
version krejt të ri, nga Hen-

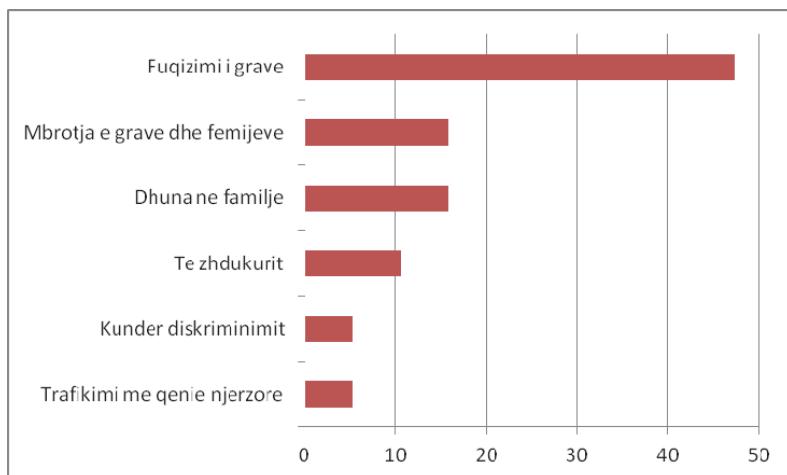
në njé prodhim kinematogra-
fik, ndërsa njé pasqyrë 246 m²
në sfond, siç thotë Inva, pér
herë të parë i ka dhënë mun-
désin që njëkohësisht me
spektatorët, të shikoje edhe
interpretimin e saj, duke kri-
juar njé kontakt më të afërt
me publikun. Por Inva Mula
flet me admirim edhe pér ni-

Barazia gjinore- Çfarë raportojnë mediat?

Natyrisht se në mediat e shkruara në Kosovë hasen edhe artikuj që kanë të bëjnë me barazinë gjinore, duke shtjelluar qoftë problematikën për arritjen e barazisë gjinore, apo sukseset e arritura në këtë fushë.

Analiza e disa artikujve me këtë përbajtje nxjerr rezultatet e prezantuara më poshtë, ku shihet qartë se në afér 50% për qind të rasteve, artikujt kanë të bëjnë me apelin për fuqizimin e rolit te gruas, apo rëndësinë për mbrojtjen e grave dhe të fëmijëve (18%), luftimin e dhunës në familje(18%) etj.

Figura 28: Artikujt në kontribut të barazisë gjinore

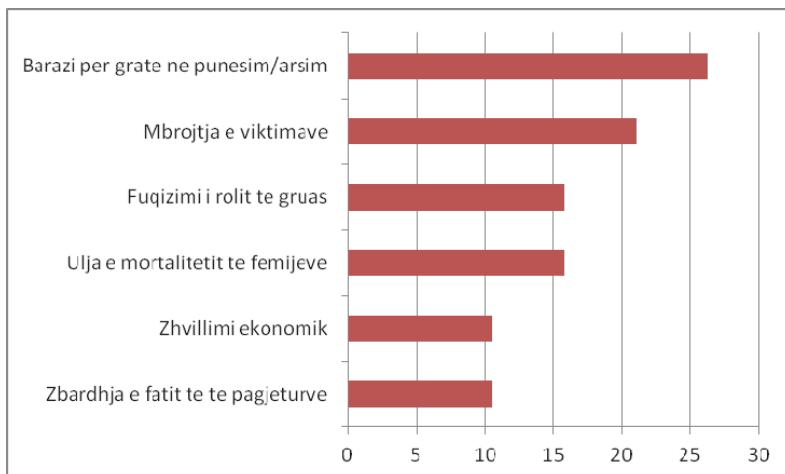


Por, prania e këtyre temave në mediat e shkruara në Kosovë, vjen se rezultat i angazhimit të vet shoqërisë në këtë fushë dhe mediat vetëm se raportojnë mbi këto aktivitete. Nga artikujt e analizuar, shumica e tyre kanë qenë raportim nga tryezat e mbajtura mbi këto tema (52 për qind), raport mbi aktivitetet e ndryshme (22 për qind), konferencat (16 për

qind), por edhe përmes letrave të hapura (10 përqind), të drejtuara kryesisht nga OJQ-të drejt institucioneve.

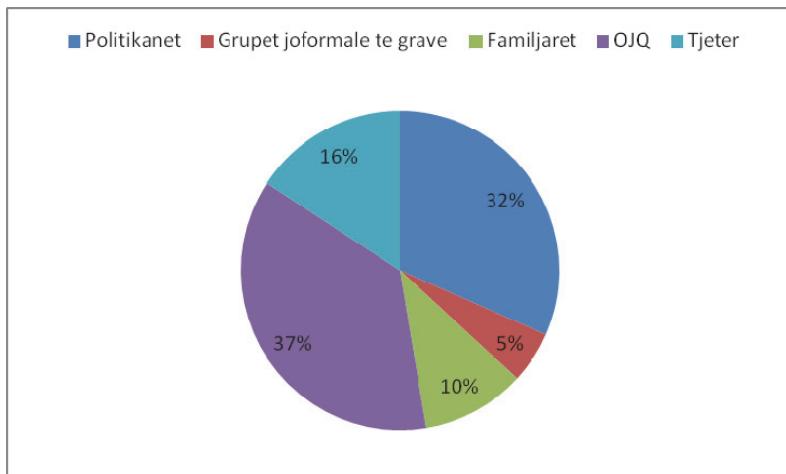
Mesazhet e grave, drejtuar institucioneve në fushën e barazisë gjinore, kanë të bëjnë kryesisht me apelin për barazi gjinore për gratë në punësim/arsim (mbi 25%), për mbrojtjen e viktimate (21%) dhe fuqizimin e rolit të gruas në përgjithësi (16%). Gjithashtu, mesazhet e drejtuara dhe prezantuara në media kanë të bëjnë edhe me apelin për uljen e mortalitetit të fëmijëve, për rëndësinë e zhvillimit ekonomik dhe ndikimit të saj në pozitën e gruas ne shoqëri, si dhe për zbardhje e fatit të të pagjeturve, si një brengë e vazhdueshme e shoqërisë.

Figura 29: Mesazhet e grave në artikujt për barazi gjinore



Bazuar në artikujt e analizuar, OJQ-të e grave (37%) dhe gratë politikane (32%), si deputetet, politikanet në pozita vendimmarrëse, janë kryesisht ato të cilat përmes aktiviteteve të tyre adresojnë problematikën e pabarazisë gjinore. Mesazhet tjera të paraqitura në media, vijnë edhe nga aktivitetet e grupeve joformale të grave, si dhe nga vetë familjarët, siç është rasti me zbardhjen e fatit të të pagjeturve në Kosovë.

Figura 30: Adresimi i barazisë gjinore në media varësisht nga grupet



Studime rasti

Ky kapitull përbën analizën më të thellë të artikujve të selektuar si studime rasti në tema të ndryshme, me qëllim të identifikimit të formave të prezantimit të grave në mediat e shkruara, duke përfshirë aspektet pozitive dhe negative, paragjykimet apo stereotipat gjinore. Nga materiali i arkivuar janë përgjedhur gjithsej 10 artikuj: 8 studime rasti - negative dhe 2 studime rasti - pozitive.

Qëllimi i analizimit më të thellë të artikujve është që të identifikohen dhe të sillen shembuj konkret se si duhet apo nuk duhet të shkruhet për një çështje të caktuar dhe se si mediat mund të kontribuojë në thyerjen e stereotipave, apo në rastin negativ - në forcimin e tyre apo edhe në promovimin e pabarazisë gjinore.

Përveç përmbajtjes së artikujve, janë analizuar edhe fotografitë e artikujve, të cilat ndihmojnë në përmirësimin e imazhit të gruas, apo fotografi që dëmtojnë përpjekjet e vazhdueshme të shumë aktorëve në përmirësimin e prezantimit të grave në media.

Shembulli 1: Më pak femra të trafikuara në Kosovë?

Artikulli me titull "Më pak femra të trafikuara në Kosovë" paraqet një shembull të deformimit dhe raportimit joprofesional dhe jo të drejtë, si dhe më një gjuhë aspak senzitive në aspektin gjinor. Fillimisht, autorja e shkrimit flet për trafikimin si një dukuri në rënien, bazuar në deklarimet e Policisë, por që i vetmi burim i cituar e cilësuar si viktimi është "Rasti i 23 vjeçares, e cila citohet të ketë thënë se "këtë punë e bën me vetë dëshirë dhe se nuk është e detyruar nga askush që ta bëjë më dhunë". Për më keq, autorja e shkrimit vjen tek një konkludim i pabazuar me fakte se "Nuk është i vogël numri i atyre femrave, të cilat me vetë dëshirë e shesin trupin e tyre për të fituar para".



Shembulli 2: Paragjykimet e viktimate përmes fotografive.

Një ndër artikujt e analizuar ka të bëjë me raportimet/shkrimet e gazetareve/gazetarëve lidhur me temën e trafikimit të qenieve njerëzore, të shoqëruara edhe me fotografi diskriminuese dhe paragjykuese. Ajo çfarë vërehet fillimisht, në shumicën e artikujve që shtjellojnë temën e trafikimit, është se gazetarët/gazetaret shpeshherë nuk bëjnë dallime në mes të trafikimit apo



prostitucionit dhe se raportet, më shumë kanë karakter informues, sesa karakter të parandalimit të trafikimit me qenie njerëzore.

Për më shumë, analiza e raportimit të mediave në rastet e trafikimit me qenie njerëzore, tregon qartë se materialet e përdorura, sidomos fotografitë, paragjykojnë gratë si viktima të këtij krimi.

Shumica e artikujve me këtë temë janë të shoqëruara me fotografi, të cilat paraqesin stereotipat e krijuara për gratë, pasi që në shumicën e artikujve fotografitë e prezantuara kryesisht janë gratë në lokale nate, në rrugë, që krijon përshtypjet se ato janë prostituta me vetë dëshirë, e jo viktima të trafikimit. Madje, në artikullin me titull "Policia arreston 19 persona për trafikim me qenie njerëzore dhe prostitucion", viktimat, të cilat janë në mesin e të arrestuarve, referohen si "13 femra nga Serbia", e që paraqet një shembull shumë joprofesional të raportimit, pasi që kështu nuk shfaqet aspak solidaritet me viktimat e trafikimit - e të cilat nuk është rëndësi se nga cili vend vijnë.

Shembulli 3: "Prangosen katër trafikues të qenieve njerëzore"

Edhe fotografia, pjesë e artikullit me titullin "Prangosen katër trafikues të qenieve njerëzore", ku flitet për arrestimin e katër personave të dyshuar si të përfshirë në trafikimin me qenie njerëzore dhe shfrytëzimin e vajzave kosovare për qëllime të shfrytëzimit seksual, është e shoqëruar me një fotografi shumë diskriminuese për femrat. Kjo nuk përkon aspak me natyrën e shkrimit, pasi që në foto mund të shihen disa vajza në ambiente



publike, të cilat nuk kanë të bëjnë aspak me temën e shkrimit. Por, kjo tregon qasjen apo jo seriozitetin e medias kur vendosin foto të cilat nuk përkojnë me temën, por paragjykojnë edhe më shumë gratë.

Shembulli 4: Artikulli me titull “Inxhet” në parlament!

Shpeshherë mediat janë vetë ato të cilat forcojnë stereotipat gjinore, duke përdorur gjuhë jo të drejtë për përshkrimin e një problematike të caktuar dhe në këtë mënyrë, duke ia ‘veshur’ gruas, vetëm për shkak të gjinisë që i takon, mossuksesin ose paaftësinë për të kryer një rol apo punë të caktuar.

Natyrisht se media ka misionin e saj edhe për të kritikuar mospunën e cilitdo grup shoqëror, mirëpo ato duhet të janë të kujdeshme që të mos ia atribuojnë ato përkatësisë gjinore.

“Inxhet” në parlament është titulli i një artikulli i cili kritikon deputetet femra për mungesë të angazhimit për detyrën e dhënë. Kjo qasje është e gabuar për vetë faktin se artikulli nuk diskuton në përgjithësi për mungesën e iniciativës, angazhimit të deputetëve në përgjithësi, por i ndanë deputetet femra si më pasive, madje duke mos bërë as ndonjë përjashtim për ndonjëren prej deputeteve. Gazetarja në këtë rast, edhe kur citon deputetet të cilat nuk pajtohen me këto vlerësimë, i quan ato “disa prej deputetave flasin me fjalor feminist”.

NU PËRSË E DÉPUTETEVE NUK JANË SHUMË AKTIVË

‘Inxhet’ në parlament!

Driton SELLIMI
Prishtina, 24 qershor

Ulesja e Kuvendit te Kosovës një vend të konsiderueshmë i zënë deputetet, që kanë ardhur në institucionin më të lartë të vendit, kryesisht për shkak të privilegjeve që u siguron kundrej 30 përfundit. Por, disa prej deputeteve së bashku me fjalor feminist përfunduan në kohën e kundërshtimit. Po ashtu edhe Donika Kadri-Bibiipi nga AAK-ja thotë se nuk ka edhe mëshkue që nuk u dëgjohet zëri anjelore. “Ne do të vazhdojmë që te punojme po aq sa punonje gjatë gjithë mandatit. Nuk e vlerësoj që femrat te Kuvendi e Kosovës janë paqive, e duhet të nismeni prej asaj që e vlerësojnë te Kuvendit nuk flasin prej tyre, por kjo nuk

do ta marrë fjalës”, - ka thënë deputete Flora Browna. Sipas saj edhe shumë raste nuk shihet puna e tyre, sidomos ne krye te komisioneve që nuk shume janë mejhkuar, sëmundje që shihet deputete marrin pjesë ne seancat vetëm sa përsy e faqe. “Aty shkijnë vetëm te përfshirët që te kalojnë dha jo dñe ofrë do të ndalem. Kuvendi ka edhe shumë mëshkuj që nuk flasin kurrë dhe nuk e di pse femrat duhet të janë ato që përfiten, kjo nuk eshte e drejtë. Gratë janë ato që ka humbur

Gratë e zonja, jashtë Kuvendit!

Ndërsa Driton Selmanaj nga organizata KDI, e cila e monitoron Kuvendin, thotë se shihet qartë se shumë deputete marrin pjesë ne seancat vetëm sa përsy e faqe. “Aty shkijnë vetëm te përfshirët që te kalojnë dha jo dñe ofrë do të ndalem. Kuvendi ka edhe shumë mëshkuj që nuk flasin kurrë dhe nuk e di pse femrat duhet të janë ato që përfiten, kjo nuk eshte e drejtë. Gratë janë ato që ka humbur

vjet dikush që vërret e merr pu nën më seriozitet”, - ka thënë Selmanaj.

Diskutohet për uljen e kuolës për femra

Për shikatë të katapultimit pa mentë të shumë femra-në Kosovë, edhe përfshirë mëndafshi që të ulet kundrej 30 përfundit. Aniteti i Komisionit për Legjislacion në Kuvendin e Kosovës, Behar Selimi, ka thënë se përfshira e uljes së kuotës përfshirë femra-shtetës duke u diskutuar,

Shprehjet si “Inxhet”, apo “Ne këtë parajsë dembelie, e zënë një vend të konsiderueshëm deputetet femra”, si dhe “Gratë e zonja jashtë Kuvendit”, janë cilësime të cilat nuk do të duhej të gjenin vend tek një gazetare/gazetar profesionist, e aq më pak në rastet kur kjo nuk u ndihmon, por i dëmon edhe me tepër përpjekjet e vazhdueshme për arritjen e barazisë gjinore në Kosovë.

Shembulli 5: Artikulli me titull ““ Atifete dhe Ilir: Mos na bëni horë! ””

Dallimet gjinore dhe stereotipat gjinore janë mjaft prezantë në Kosovë. Sa për ilustrim, Presidentja e Kosovës, shpeshherë ka qenë cak i sulmeve nga mediat, madje duke iu referuar ‘gjinisë’. Por, një gjë e tillë nuk është evidente tek artikujt kur kritikohen politikanë burra. Sa për ilustrim, në shkrimin me titull “Atifete dhe Ilir: Mos na bëni horë!”, autori kritikon dy figura politike për paraqitjet e tyre në publik, duke i vlerësuar si të papërgatitur dhe jo të zotët për punën që bëjnë.

Ajo çfarë është interesante në këtë shkrim, është fakti se autor i shkrimit, kur kritikon Presidenten përdorë shprehje si “Presidentja e Kosovës nuk kishte idenë e asaj se çfarë po ndodhë në Samit, kjo gjë shihej që nga qëndrimi i saj në Samit e deri te bartja e çantës e bërë gati si për kanagjej”, por që kritika ndaj Ilir Dedës nuk përfshinë cilësime të tilla si ‘për kanagjej’. Pra, cilësimet “si n’kanagjegj” lexuesit i japin të kuptojnë se Presidentja nuk

**Atifete dhe Ilir:
Mos na bëni horë!**

D y veta turpëruan Kosovën javën që shkoi. Është presidentja e Kosovës, Atifete Jahjaga dhe këshilltari i parë i Ilir Deda. Presidentja - në San e presidentëve të Evropës iu rrore në Varshavë, kurse kësri i parë i saj - në Radio Te- unin e Serbisë në Beograd. Antes Jahjaga iu dha shansi k që vizitën e parë jashtë presidentës ta ketë në një presidentë të Evropës e dha me presidentin më më të globit, Barack Obamë. Një rast ideal që Ko- opte një mesazh komu- tjerkombëtar. Mesazh jo bartja e çantës e bërë gati si për kanaxheq.

Por, presidentja mund të shfa- jësohet se ishte hera e parë dhe se asaj i munjon minimumi i për- vojës politike. Gjithsesi kjo nuk i jep të drejtë që të mos konsulto- het me njerëz që kanë një lloj për- voje në këtë punë.

Debakli i Ilir Dedës në Beograd

Turpi më i madh për Kosovën është debakli që pëson Ilir Deda në duelin televiziv me ministrin e Brendshëm të Serbisë, Ivica Da- çiq. Një pjesë të këtij faji e mban edhe autorin i këtyre rrreshave. Ko-

Asnjë pyetjeje të Daçiqit nuk i dërgjohet dëshmi e asnjë pyetje të ministrorës nuk i përgjigjet. Derisa çiqi e bombardonte me pyetjet, ai nuk arriti t’ia shtrohej edhe një pyetje të vetme. Da-

Përgjigjet “shmeki” mëta mbulonjë mosdijken ndonjë rast, por jo gjithë emisionist

Ilirit i mungonte dëshmi e re për historinë, qoftë shqiptarë serbe. Gjithë mosdijken përpiquej ta mbulonte me pjetjet “shmeki”. Por përgjigjet kë mund të ta mbulonjë mëna ndonjë rast, por jo gjatë

është paraqitur mirë për shkak se është femër (dhe jo pse nuk është në dijeni të protokollit në një takim të caktuar) dhe se ‘gratë’ dinë të përgatiten vetëm për ‘kanagjegje’, e që kjo qasje është jashtëzakonisht e ndikuar nga mentaliteti, pa marrë parasysh nivelin profesional të autorit/es të shkrimit, që janë cilësime banale, madje edhe të mërzitshme, e jo etike.

Shembulli 6: “Presidenti “Kazanovë”, zonja e parë ruse”,

Gjuha e përdorur, shpesh tregon për pabarazinë mes grave dhe burrave në Kosovë, por edhe jo etiken profesionale në etiketimin e individit, bazuar në kombësi. Në artikullin me titull “Presidenti “kazanovë”, zonja e parë ruse”, gjuha e përdorur është fyeze, fillimisht ndaj Znj. Masha Pacolli - bashkëshortes së Z. Behxhet Pacolli, dhe më pas ndaj grave në përgjithësi. Për shembull, kur autori shkruan, Z. Behxhet Bacolli e quan “Biznesmeni Behxhet Pacolli”, apo “Presidenti” por Znj.



Masha cilësohet si ‘gruaja e biznesmenit’ e cila, edhe pse autori shprehet se ajo “Udhëheq Fondacionin Ibrahim Kodra”, megjithatë cilësimet edhe të përkatësisë së kombësisë, si “është Ruse”, “Udhëheq galerinë që gjendet në hotelin e të shoqit” janë shumë larg etikës që gazetari duhet të ketë, me qëllim të mos dëmtimit të imazhit të individit, fyerjen apo në forcimin e pabarazisë gjinore.

Shembulli 7: Artikulli me titull “ Bëhet me djalë pas 14 viteve”

Dallimet gjinore kanë qenë të pranishme që me lindjen e fëmijës. Dihet se në shoqërinë kosovare, lindja e djemve është pritur shumë me gëzim në familje, madje mungesa e një fëmije të gjinisë mashkulllore shpeshherë ka sjellë telashe për gratë: ato janë fajësuar, janë larguar nga shtëpia, familja pa djem është konsideruar si pa trashëgimtar etj.

Por, kur një ndasi e tillë përkrahet edhe nga media, atëherë një gjë e tillë është e patolerueshme, përsye se mediat duhet të ndihmojnë që të çrrënjosin mentalitete të tillë dhe të ndihmojnë në rritjen e vetë ilustrim, kemi analizuar artikullin me

Autori shkruan: "Gruaja e parë i kishte dhuruar njëmbëdhjetë vajza. Njësoj filloi edhe e dyta, me tri (vajza) të tjera. E kur të gjitha shpresat për një trashëgimtar pothuajse ishin shuar, ndodhi ajo që R.K. ishte mrekulli - në moshën 71 vjeçare u bë me djalë".

Pra, autori quan mrekulli lindjen e djalit, duke mos i kushtuar aspak vëmendje se nëpër çka kanë kaluar tre gratë, të cilat ishin lënë për shkak se 'nuk kishin lindë' një djale dhe duke forcuar edhe më shumë mentalitetin se 'djali' është trashëgimtari i familjes. Po aq të



卷之三

GIAALDII - Nofodh mthle kja. R
hep Kastrati nga Ishati Zatra
komunis së Kahoencit, ésa
gjithas me lidhjen e njo dijal
atë pas kahembehdhjeti vajza.

ata q̄ morin veni, nobodij
Spitak Rajonai "Ia Gruži-
ne Gjatose, ne nji prekuđa-
te nekolikostene te mjejkov.
Per, olibe psu nuk pranjući te
fisao, ne shunuo se i embi z
vilišar njegara, mjejkot thone
voté arđija e djalit pos katim
boličnjosti vajzare, osalti nekol-
iko muk do stremi konzent.

Digitized by srujanika@gmail.com

njé Ishan
Grua
njembé
filio ed
solli ní
ro. E ku
njé tras
hán hú
plakun
assnjéhs
ar me f
vajza, 7
gínsar
"Jan g
ritet ta
génzuar
do ta k
shiptis
pasur f
me ato
tyre, e
ton mè"
Nga

Raspoljiti, djejeti pre tyre jači se
mrtvaria dana išli filijale. Šimene
pre tyre, i kishin shefneuris
atip ateš dneš sas hešku po
peregrinacija per te festovat lind-
jen i vlasti. E padišahn y
zice so keli džih, perver, hukat,
zice so keli džih, perver, hukat,
zice so keli džih, perver, hukat.
Per mne
slavuni se per vete, muzica e na is-
tak, muzica e na istak, muzica e na is-
tak, "Jem slavuni muzica, qar-
ita." Ija džuroj nija džalo džalil.
Tim, Stepešov se do te kula mo-
mocrat e dve dher tare familijs-
e tij," thoske ajet. Gérimzi dha-
festa e kisaj familije tare
rahevocesce do vatakezdje ed-
ne shüpünti e tyre. Džali i sh-
meprizit, mbusob do te jeter arac-
je gë përvë families, per disa di
me radite ta festoju i tere fah-
ti Zatrig.

pakuptimta janë edhe cilësimet e mjekëve që thonë "se vetë ardhja e djalit pas 14 vajzave, është mrekulli që nuk do koment".

Shembulli 8: Shpallja me titull “ Sërish me Djalë”

I natyrës së njëjtë është edhe Shpallja me titull "Sérish me Djalë", e lëshuar nga një spital e që, edhe pse bëhet për çështje komerciale, ajo i dëmton shumë përpjekjet e shoqërisë sonë për të mos bërë dallime gjinore. Shkrimi flet për gëzimin e një çifti për lindjen e fëmijës - djalë, pas vdekjes së një fëmije më herët - po ashtu gjinisë mashkull. Lindja e fëmijës është mundësuar (sipas shkrimit) me metodën in-vitro. Por, padyshim në gjithë këtë tragedi për humbjen e një fëmije dhe gëzimin për lindjen e fëmijës tjetër, problembjumës së fëmijës së parë e shpërbur birin, vëllanë, por edhe një fëmijë si gjithë të tjerët; ishte pë



Rastet pozitive

Natyrisht se mediat ofrojnë edhe shembuj pozitivë, që kanë për qëllim të përmirësojnë pozitën e gruas në shoqëri, apo të ofrojnë shembuj të suksesit si dhe të ofrojnë mesazhe të fuqishme për rëndësinë e barazisë gjinore. Për shembull, është shumë me rëndësi që gazetaret/gazetarët të dinë të shkëpusim mesazhe të fuqishme për përmirësimin e pozitës së gruas, kur ato vijnë nga gra të suksesshme apo me ndikim, siç është artikulli i prezantuar më poshtë.

Klinton: Përparimi i gruas, pérparim i njerezimit

Mesazhet që adreson Sekretarja Amerikane e Shtetit, Znj. Hillary Clinton, e të prezantuara në mediat tona, janë shumë të fuqishme ku ajo nënviron se "Duhet të deklarojmë njëzëri se pérparimi i gruas është pérparim i njerezimit". Pra, i tërë artikulli nuk ka një gjuhë paragjykuese, por është i téri me mesazhe që



Kryediplomatja i drejtohet opinionit, duke theksuar edhe se "Kur gratë garojnë për poste publike, qeveritë janë më efikase edhe me të ndjeshme ndaj qytetarëve të tyre. Kur gratë

janë të lira të fitojnë jetesën dhe kur nisin biznese të vogla, ato shndërrohen në element kyç të rritjes ekonomike.

Zero tolerancë ndaj dhunës në familje

Artikujt të cilët flasin më një gjuhë sensitive gjinore dhe adresojnë problemet me të cilat përballen gratë në vendin tonë, janë më pozitivë dhe shumë të nevojshëm. Artikulli me titull “Zero

Zero tolerancë ndaj dhunës në familje

Kopriress
Saratinë, 19 tetor

ai i Gjave Deputete dhe Instituti Konstituar Demokratik (NDI) organizuan një tryezë për të diskutuar mbi Ligjin për mbrojtjen e dhunës së familjeve.

Presidentja e Kosovës, Atifete Jahjaga, gjatë një tryezë ku eshtë diskutuar mbi Ligjin për mbrojtjen e dhunës së familjeve, ka theksuar se dhuna në familje duhet të luftohet me veprime konkrete, për ta çrrënjosur nga shoqëria, meqë nuk mund të ketë tolerancë ndaj dhunës kundër gruas dhe fëmijëve.

“Dhuna në familje janë bësë hulumtime, janë harruar ligjë dhe janë zhvilluar aktivitet te mirashme, duhet të bëhet aktoria rreth shumë, meqë ajo është mjaft e prandimë, dhe

faktoqësia është shumë raste e ndryshme që parashikojnë. Nëse së raportuar janë 1 000 den si 1 300 raste e dhunës së familjeve që familiësular trendet e rastev të dhunës janë të rënie, por koi kemi parasysh mentalitetin, fikën për të raportuar dhe së disa raste e shtë pamundësinë për ta rastuar dhunën, kuptohen që ajo është shumë e vlefshme, që dështet përpjekur”, ka thënë që Ndiçës, për përkushtimin e geverit të ka fitor zvërvendoshërytëmimi i dhë ministrin e Drejtësisë, Hajredin Koci i cili ka prematur se rekomandimet e myerrta nga ky takim do të shqyrdheshin me seriozitet nga Qeveria e Kosovës.

Në fund të tryezës u haruan edhe disa rekomandime konkrete për t'u përpjekur në të ardhmen.

tolerancë ndaj dhunës në familje” flet me shifra për dhunën në familje, për problemet dhe frikën e grave për të raportuar rastet, si dhe për përkushtimin e institucioneve për luftimin e kësaj dukurie. Artikulli ofron mesazhe të qarta nga Presidentja e Kosovës, e cila thekson se “Dhuna në familje duhet të luftohet me veprime konkrete, për ta çrrënjosur nga shoqëria, meqë nuk mund të ketë tolerancë ndaj dhunës kundër gruas dhe fëmijëve”. Gjithashtu, artikulli i ofron hapësirë edhe Deputetes Teuta Sahatçija, e cila vë në pah ‘se përkundër trendit në rënie, mentaliteti, frika dhe në disa raste pamundësia për të raportuar dhunën, lë të kuptohet se ajo është shumë më e madhe dhe mjaft e përpjekur’. Pra, artikulli është një raportim korrekt, me mesazhe të qarta, më hapësirën e barabartë të ofruar për gratë, si dhe i mbështetur në statistika të dukurisë së dhunës në familje”.

Konkluzionet

Përkundër përpjekjeve të vazhdueshme të institucioneve dhe shoqërisë në përgjithësi, për përmirësimin e pozitës së gruas dhe arritjen e barazisë gjinore, realiteti është larg asaj çfarë gruaja meriton. Gruaja në Kosovë vazhdon të përballet me pjesëmarrje jo të barabartë në shumë sfera të jetës dhe se, varësisht nga pozita e saj në shoqëri, realiteti i tillë prezantohet edhe në media.

Monitorimi i mediave të shkruara në Kosovë, nxjerr në pah trendët e prezantimi të grave në media, në raport me burrat, por edhe ne raport me hapësirën që iu kushtohet grave në fusha të ndryshme.

E para, gratë janë të nën përfaqësuara në gazetat ditore në Kosovë, përderisa burrat vazhdojnë të dominojnë në mbi 60% të rasteve, gratë të cilat zënë vendin kryesor në media - zënë vetëm 10 për qind të hapësirës.

E dyta, gratë në raport me burrat, janë shumë më pak të prezantuara në tema të rëndësishme si: politike, sociale, kulturore dhe se përparësia që u jepet grave në prezantimin e tyre, në raport me burrat, është në fushën e argëtimit/shoë-bizit .

Kjo praktikë e prezantimit rikonfirmon dominimin e formave që reflektojnë, mbështesin apo edhe rindërtojnë stereotipat ekzistuese, si dhe rolet gjinore të përcaktuara nga vet shoqëria.

E treta, përparësia që u jepet burrave, në raport me gratë, përmes citimit/ prononcimit për çështje të ndryshme, tregon qartë për përparësinë që kanë burrat, në raport me gratë, për t'u shprehur për çështje të ndryshme, edhe pse në shumë fusha, si: në politikë, shëndetësi, ekonomi, biznes etj., ka mjaft gra të suksesshëm apo profesioniste, të cilat mund të jenë burime të informacioneve për shumë sfera.

Një problematike tjeter, që vërehet në monitorimin e gazetave, është edhe hapësira e cila u jepet personave të njëjtë për t'u prononuar për çështje të caktuara, edhe kur bëhet fjalë për opinione profesionale nga ekspertë të ndryshëm, si sociologë, psikologë etj.

Po ashtu, hapësira që iu ofrohet grave në gazetat ditore në Kosovë është më shumë e përqendruar në artikujt brenda gazetave, sesa në ballinat e saj dhe kjo vlen për të gjitha temat, ku gruaja është prezente. Ky studim rikonfirmon se gruaja, në raport me burrat, është shumë më pak e prezantuar dhe se nuk i ofrohet hapësira adekuate, konform angazhimit të saj.

Megjithatë, vlen të theksohet se hapat e mirë që janë bërë në involvimin e grave në politikë dhe zgjedhja e tyre në pozita të rëndësishme shtetërore, me këtë studim e konfirmojnë se gruaja në pozita vendimmarrëse - ndikon në rritjen e vëmendjes së mediave karshi tyre.

Kjo, padyshim se, jo vetëm që ndikon në përfaqësim adekuat, konform angazhimit të grave në politikë, por ndihmon edhe në luftimin e stereotipave gjinorë, si dhe në dhëni e hapësirës dhe shfrytëzimin e këtyre politikaneve për të ofruar mesazhe përfuqizimin e rolit të gruas dhe përmirësimin e pozitës së saj në shoqëri.

Mirëpo, diskriminimi është prezent sa i përket gjuhës jo senzitive, të përdorur në media, përkundër shembujve pozitivë në disa artikuj. Shprehjet, si: 'inxhet', 'si n'kanagjegj', 'djemtë - trashëgimtarët e vetëm të mbiemrit' etj., janë shembuj tipikë të forcimit të paragjykimeve dhe stereotipave përfshirë gratë dhe nuk kanë të bëjnë aspak me respektimin e kodit etik dhe profesionalizimit gazetaresk.

Prezantimi vizual në media, përmes fotografisë si ilustrim - përfshirë mbështetje të një artikulli, përgjithësisht është pozitiv, që do të thotë se fotografia mbështet temën e artikullit dhe se gruaja është e prezantuar në mënyrë jo seksiste apo diskriminuese.

Ndërkaq, rastet e keq prezantimit, të diskriminimit gjinor, megjithatë janë prezantë teknologjikë, që kanë të bëjnë me dukuritë negative, siç është trafikimi me qenieve njerëzorë, apo dhuna në familje. Artikuj të tillë shoqërohen me fotografi që paraqesin gratë nëpër klube natë dhe forma të tjera, të cilat nuk përkijnë me mesazhin e artikullit. Madje, nuk janë të rralla rastet kur flitet përfshirë arrestimin e trafikantëve, kurse fotografitë që shoqërojnë artikullin - janë foto të grave apo vajzave të reja.

Përkundër pranisë së artikujve që kanë për qëllim fuqizimin rolit të gruas dhe përmirësimin e barazisë gjinore, mediat duhet të bëjnë më shumë në veticniciativën e tyre, për të kaluar nga raportimi apo shkrimet nga ngjarjet, tryezat e konferencat e ndryshme, në artikuj që kanë për qëllim të ofrojnë më shumë informata për problematikën e një dukurie, e sidomos për edukimin e opinionit për parandalimin e dukurive negative.

Veçmas mediat duhet të përqendrohen më shumë që të shkruajnë edhe për mundësinë ku mund të raportohet krimi, burimet se ku mund të kërkohet ndihmë apo përkrahje për viktimat e trafikimit.

Një trend pozitiv tek mediat është edhe prezantimi i femrave të suksesshme, sidomos në fushën e sportit. Natyrisht se, në raport me sportistët, sportistet janë dukshëm më pak të prezantuara; megjithatë, vlen të theksohet se prezantimi i sportisteve ka qenë në nivel të duhur sa i përket prezantimit dhe promovimit të suksesit të arritur në fushën sportive. Ky shembull do të duhej të zgjerohej edhe tek fushat e tjera, të cilat mbulohen nga mediat për të ndihmuar në ofrimin e shembujve pozitivë të suksesit të grave në profesionet e tyre.

Rekomandimet

- ❖ Qeveria e Kosovës duhet të sigurojë fonde për hulumtime periodike në lidhje me prezantimin e grave dhe të burrave në media - duhet të sigurohen nga institucionet përkatëse dhe të financohen në vazhdimësi me qëllim që të përcillen trendët e prezantimit të mediave nga aspekti gjinor dhe të përmirësohet prezantimi i gruas në mediat e shkruara.
- ❖ Po ashtu, për shkak të ndikimit shumë të madh që kanë mediat elektronike, duhet të bëhen përpjekje të vazhdueshme për të pasur monitorim të rregullt të mediave dhe hapësirës që iu kushtohet grave, dhe në përgjithësi kontributit që ato japidin në fushën e barazisë gjinore.
- ❖ Qeveria dhe institucionet përkatëse duhet të ofrojnë burime të mjaftueshme për implementimin e programeve që kanë për qëllim sigurimin e qasjes së barabartë të grave në media, në raport me burrat.
- ❖ Institucionet, së bashku me OJQ-të dhe mediat, do të promovojnë debat mbi përgjegjësinë sociale që mbajnë mediat dhe të sigurojnë që të implementohet kodi etik i mediave të shkruara dhe atyre elektronike në Kosovë
- ❖ Mediat duhet të zotohen të promovojnë barazinë gjinore, jo vetëm përmes hapësirës së ofruar për gratë, por që përmes shkrimeve të ndikojnë në përmirësimin e politikave dhe rritjen e presionit karshi institacioneve, për implementimin e praktikave për arritjen e barazisë gjinore
- ❖ Duhet të ofrohen trajnime të specializuara për gazetarë në fushën e raportimit mbi çështjet e ndjeshme, si: trafikimi me qenie njerëzore, dhuna në familje etj., si një pjesë e programeve trajnuese të qëndrueshme.
- ❖ Mediat duhet që, përmes shkrimeve të tyre, të ndikojnë në ndërtimin e vlerave, normave dhe qëndrimeve pozitive për barazinë gjinore dhe në këtë mënyrë të rrisin

vetëdijen e opinionit publik për rëndësinë dhe përfitimet e shoqërisë nga barazia gjinore.

- ❖ Mediat e shkruara në Kosovë duhet të kenë kujdes të veçantë kur raportojnë për fenomene të ndryshme, që preokupojnë gratë, duke mos cenuar privatësinë e tyre.
- ❖ Mediat duhet të luajnë rolin e vet, jo vetëm në informimin e publikut, por edhe në hapësirën e ofruar për gratë, për promovimin e të arriturave dhe të sukseseve, me theks të veçantë tek gratë dhe vajzat nga zonat rurale.
- ❖ Mediat duhet t'u ofrojnë hapësirë më të madhe shkrimeve që ndikojnë në ngritjen e vetëdijes tek femrat e reja për dukuritë negative, me qëllim të parandalimit.

Referencat

Alda Isanović, Medija Centar “Stereotyping: Representation of women in print media in SEE, 2006

Alma Lama, “ Për një përfaqësim cilësor në media”, Grupi i Grave Deputete, Buletini Nr.2, Shkurt 2012, Prishtinë, Fq. 2.

Collen Lowe Morna, Promoting tender equality in and through media, 2002

Everjoyce Win, “Missed Opportunities, An Analysis of Neëspapers Coverage of Gender Issues and Women in Zimbabwe, 2000.

Kushtetuta e Republikës së Kosovës

Ligji për Barazi Gjinore

Programi i Kosovës për Barazi Gjinore

White, A., 2009, ‘Getting the Balance Right: Gender Equality in Journalism’, International Federation of Journalists, Brussels

Zara Volčič, Media, Identity and Gender, 2008