

# ANALIZË E SHKURTËR POLITIKE, KOSOVË



Konrad  
Adenauer  
Stiftung

## **“Situata e mediave në Kosovë” –Përfaqësimi gjinor–**

Jeta Abazi  
Universiteti i Prishtinës

Maj 2014

[www.kas.de/kosovo](http://www.kas.de/kosovo)

## 1.1 Konteksti i përgjithshëm

Mediet janë burimi kryesor i informimit të qytetarëve dhe duhet të kryejnë funksionin e tyre në mënyrë sa më të saktë, të paanshme, korrekte dhe të drejtë. Në rastin e Kosovës, mediet janë në një gjendje fragjile financiare, shpesh të varura dhe të ndikuara nga pushteti dhe grupet e biznesit, si dhe jo rrallë nën kritika për mungesë të profesionalizmit. Organizata që masin lirinë e shprehjes nëpër botë e rendisin Kosovën në pozita të ulëta. Raporti i fundit i organizatës "Freedom House", me seli në Uashington, ka renditur Kosovën në vendin e nëntëdhjetë e tetë. Poshtë kësaj pozite si vende me liri të pjesshme janë shtetet si Bosnja dhe Hercegovina, Nigeria, Bangladeshi, Kina dhe në fund të listës gjendet Koreja e Veriut<sup>1</sup>. Reporterët Pa-kufij, të krijuar në Francë në vitin 1995, në raportin e tyre për vitin 2014 e rendisin Kosovën në vendin tetëdhjetë nga njëqind e tetëdhjetë vende<sup>2</sup>.

Në Kosovë mediet përballen me vështirësi në marrjen e informatave prej Qeverisë dhe institucioneve publike, shoqëruar me dështimin e Qeverisë për të zgjedhur një zëdhënës që nga viti 2010<sup>3</sup>. Me një ambient të vështirësuar për gazetarë, çështja e respektimit gjinor mund të tingëllojë si luks krahas problemeve me të cilat ballafaqohen mediet, por respektimi i barazisë gjinore është një element

fundamental i medieve profesionale. Institucionet e krijimit të opinionit publik duhet të respektojnë dhe të trajtojnë seriozisht aspektin gjinor të funksionimit të tyre sepse kjo ndikon në respektimin dhe trajtimin e të drejtave të njeriut, të drejta këto që janë garantuara me kushtetutën e vendit.

Gratë në Kosovë zyrtarisht gëzojnë të drejtat ligjore njëjtë sikurse burrat, mirëpo për shkak të një ambienti relativisht tradicional përballen me presion social dhe me diskriminim. Këtij diskriminimi nuk i ikin as mediet.

Në Kosovë, burimi kryesor i informimit mbetet televizioni, por gazetat konsiderohen si burime më të besueshme të informimit. Kësisoj, kjo analizë e shkurtër do të sjellë rezultatet e nxjerra nga monitorimi i tri gazetave ditore në Kosovë, për të dhënë një vlerësim sa më të saktë dhe më origjinal sa i përket mënyrës së raportimit të gazetave dhe përfaqësimit gjinor. Nga data 5 mars 2014 deri më 15 mars 2014 janë monitoruar tri gazeta të ndryshme ditore. Meqë qëllimi i analizës ka qenë aspekti gjinor, gazetat përdoren vetëm si mostra dhe nuk do të përmenden emrat e tyre (përgjatë analizës do të përmenden vetëm si **gazeta numër 1**, **gazeta numër 2** dhe **gazeta numër 3**).

<sup>1</sup> Raporti i organizatës Freedom House për vitin 2014, qasur më 1 Maj 2014, linku: [freedomhouse.org](http://freedomhouse.org).

<sup>2</sup> Raporti i organizatës Repoters Without Borders, marrë nga ueb faqja zyrtare, qasur më 10 maj 2014, linku: [rsf.org](http://rsf.org).

<sup>3</sup> Raporti i Departamenti të Shtetit Amerikan për vitin 2013, qasur më 27 shkurt 2014, linku: [state.gov](http://state.gov).

Studimet kuantitative për mediet janë të pakta në Kosovë dhe për studiuesit kjo mungesë është sfiduese. Në kuadër të ligjit për Barazi Gjinore, është i themeluar Plani i Qeverisë për Barazi Gjinore dhe në kuadër të këtij plani Agjencia për Barazi Gjinore obligohet që të realizojë hulumtime në fushën e medieve. Deri tash në ueb faqen e këtij institucioni është vetëm një hulumtim për mediet, i cili është bërë për vitet 2010-2011, në të cilin janë analizuar gazetat ditore për të parë prezantimin e grave në mediet e shtypura<sup>4</sup>.

Monitorimi në analizën tonë për përfaqësimin gjinor në gazetat ditore do t'i përgjigjet këtyre pyetjeve:

- *Sa hapësirë iu jepet grave në gazetat ditore?*
- *Si paraqiten gratë në artikujt e gazetave ditore?*
- *Në cilat rubrika dhe zhanre gazetare paraqiten gratë më së shpeshti?*

## 1.2 Historik i medieve në Kosovë

Tregu i medieve në Kosovë numëron njëzet e një televizione dhe tetëdhjetë e tre radiostacione të cilët ofrojnë programet e tyre vetëm përmes rrjetit kabllor. Në bazë të gjuhës transmetuese, dallohen radio dhe TV stacionet në gjuhën shqipe, serbe, boshnjake dhe turke<sup>5</sup>.

<sup>4</sup> Prezantimi i Grave në media të shkruara, viti 2012, marrë nga Agjencia për Barazi Gjinore, qasur me 12 prill 2014, linku: [abgj.rks-gov.net](http://abgj.rks-gov.net).

<sup>5</sup> Shënim shtesë: Sipas KPM-së janë katërbëdhjetë stacione në gjuhën shqipe, pesë TV stacione në gjuhën serbe dhe një TV stacion në gjuhën turke. Nga tetëdhjetë e tre radio stacione dy janë publike, ndërsa dyzet e pesë radio stacione transmetojnë në gjuhën shqipe, njëzetepesë në gjuhën serbe dhe tri në gjuhën boshnjake.

Është vetëm një transmetues publik - Radiotelevizioni i Kosovës (RTK) i cili ka tri kanale televizive dhe dy radiostacione (në gjuhën shqipe dhe serbe) të cilat janë pjesë e RTK-së<sup>6</sup>. Sa i përket televizioneve private të cilat kanë mbulueshmëri kombëtare, është televizioni Koha Vision (KTV) dhe Televizioni 21 (TV21). Dy transmetues privat, Klan Kosova dhe Rrokum TV mund të shikohen nëpërmes rrjetit kabllor nëpër tërë vendin.

Tregu i medieve të shtypura numëron tetë gazeta ditore: Koha Ditore, Kosova Sot, Zëri, Tribuna, Epoka e Re, Lajm, Bota Sot, Bota Press. Në mars 2013, një gazetë ditore është shndërruar në gazetë elektronike (Gazeta Express). Në fakt, numri i gazetave apo portaleve elektronike është në rritje të vazhdueshme. Sa i përket tirazhit të gazetave, vetë gazetat nganjëherë e zbulojnë tirazhin e tyre, por kjo informatë nuk gjendet nga ndonjë trup i pavarur dhe nuk gjendet as në ueb faqet e tyre zyrtare. Për mediet e shtypura nuk ka ndonjë rregullator shtetëror që është vetëm për atë lloj të medieve, por në vend të kësaj, një numër i gazetave janë bashkuar për të themeluar Këshillin për Medie të Shkruara<sup>7</sup>. Shërbimet audio-vizuele monitorohen nga Komisioni i Pavarur për Media, anëtarët e së cilit zgjidhen nga Kuvendi i Kosovës. Mirëpo, ky organ kaq i rëndësishëm për medie është kritikuar për ndikim politik dhe mungesë të transparencës së vendimeve gjatë zgjedhjeve të fundit komunale.

<sup>6</sup> Raporti vjetër i punës së KPM-së për vitin 2013 drejtuar Kuvendit të Kosovës, qasur më 1 dhjetor 2014, linku: [kpm-ks.org](http://kpm-ks.org).

<sup>7</sup> Raporti final i Misionit Ndërkombëtar -ENEMO për zgjedhjet lokale në Kosovë 2013, dërguar medieve më 4 mars 2014.

KPM ka dështuar që të ushtrojë përgjegjësinë e vet ligjore për mbikëqyrjen e punës së medieve dhe për shqyrtimin dhe marrjen e vendimit lidhur me ankesat që kanë të bëjnë me mediet<sup>8</sup>.

Edhe disa grupime dhe organizata të tjera të cilat thirren në emër të mbrojtjes së gazetarëve dhe medieve nuk kanë arritur t'i shmangen ndikimit politik apo edhe të jenë funksionale. Asociacioni i Gazetarëve Profesionist të Kosovës (AGPK) është përballur me probleme të ndryshme.

Një shënim i rëndësishëm për lexuesit e kësaj analize: mediet në Kosovë kanë gazetarë të cilët provojnë dhe e kryejnë punën në mënyrë profesionale, ndonëse mbesin nën hijen e problemeve të medimeve të tyre.

### 1.3 Aspekti gjinor

Mënyra se si paraqiten gratë nga mediet në Kosovë nuk përbën fokus të analizës dhe kritikës së vazhdueshme, ndonëse iniciativat e fundme të disa individëve dhe organizatave kanë treguar që ekziston një lloj shprese që qytetarët nuk do të qëndrojnë të heshtur kur gratë diskriminohen dhe nuk paraqiten drejtë në publik dhe në medie.

Kampanja reaguese rreth reklamave të një kompanie për pije, detyroi një kompani private në Prishtinë t'i heq reklamën provokuese të cilat e vendosnin gruan në një pozitë shumë

diskriminuese<sup>9</sup>. Ndërsa, mund të duket si një hap shumë i vogël drejt një ndryshimi të mundshëm qenësor, kjo mund t'ju kujtojë reagimin e shumë vjenezëve në vitin 2007 të cilët nuk kishin lejuar që në tabelat informuese nëpër tramvajet e qytetit të ishin vetëm modelet femra për ulëset që janë të rezervuara për invalidë, pleq të moshuar dhe prind me fëmijë. Në vend të kësaj, ata kishin insistuar që modeli i prindit që në dorë mban një fëmijë të jetë një burrë dhe ashtu ka mbetur edhe sot<sup>10</sup>.

Gratë në Kosovë janë të diskriminuara për shkak të disa faktorëve, traditës, gjendjes ekonomike, edukimit të qytetarëve (burra dhe gra), sundimit të ligjit dhe institucioneve të dobëta të drejtësisë. Papunësia është shumë më e lartë për gratë se sa për burrat, 40% krahasuar me 28%<sup>11</sup>. Sipas Agjencisë për Regjistrimin e Bizneseve vetëm 5% e bizneseve të regjistruara në Kosova janë të udhëhequra nga gratë<sup>12</sup>. Ndërsa, nga 22 ambasadorë të cilët përfaqësojnë politikën e jashtme të Kosovës vetëm 5 janë gra, në kabinetin qeveritar janë dy gra (ishin tri), një zëvendëskryeministre dhe një ministre. Megjithatë, në kuadër të sistemit zgjedhor ekziston kuota gjinore prej 30% për Kuvend dhe presidentja e vendit është grua.

<sup>8</sup> Raporti përfundimtar i Misionit të Bashkimit Evropian për Vëzhgimin e Zgjedhjeve, janar 2014, marrë nga ueb faqja zyrtare e këtij institucioni, [eueom.eu](http://eueom.eu).

<sup>9</sup> Për më tepër lexo artikullin me titull "Reklama e "Schweppes-it" Më e Hidhët se Shija", qasur më 17 prill 2014, linku: [gazetajn.com](http://gazetajn.com).

<sup>10</sup> Për më tepër lexo artikullin në gjuhën gjermane, qasur më 15 prill 2014, linku: [genderblog.de](http://genderblog.de).

<sup>11</sup> Agjencia e Statistikave të Kosovës, Rezultatet e Anketës së fuqisë punëtore në Kosovë 2012, qasur me 2 prill 2014, linku: <http://ask.rks-gov.net>

<sup>12</sup> Raporti i Departamenti të Shtetit Amerikan për vitin 2013, qasur më 27 shkurt 2014, linku: [state.gov](http://state.gov).

Sa i përket nivelit lokal, zgjedhjet e fundit kanë dhënë nuanca të tjera diskriminuuese. "Është vlerësuar që gratë kanë luajtur rol të profilit të ulët gjatë zgjedhjeve. Nga 224 kandidatë që kanë garuar për kryetarë të komunave, vetëm nëntë kanë qenë gra dhe vetëm njëra prej tyre është zgjedhur, ajo në Gjakovë"<sup>13</sup>. Në këtë aspekt edhe mediet mund të ndihmojnë ose të rëndojnë situatën. Numri i grave moderatore në televizionet private të cilat udhëheqin debate politike është shumë i vogël, në krahasim me burrat. Mund të jenë më së shumti katër moderatore gra të cilat udhëheqin emisione politike në katër televizionet me shtrirje kombëtare. Vetëm një gazetë ditore udhëheqet nga një grua dhe një gazetë ditore ka një kryeredaktore grua.

Grupi i Grave Deputete kishte reaguar për keq-prezantimin që u kishte bërë atyre njëri nga televizionet private në Kosovë – deri sa raportohej për një tubim të tyre në një edicion të lajmeve ato ishin shoqëruar me një këngë folklorike me tone tallëse. Grupi i Grave Deputete kishte reaguar në medie, mirëpo televizioni në fjalë nuk kishte kërkuar falje, për më tepër pas reagimit të deputeteve të Kuvendit të Kosovës e njëjta gjuhë tallëse ishte përsëritur.<sup>14</sup>

Gazetarët dhe reporterët vijnë nga një mjedis që është i ngarkuar me stereotipa që diskriminojnë gratë dhe në këtë mënyrë ai realitet mund të reflektojë edhe në punën e

tyre.<sup>15</sup> Me një titull provokues "UPS Presidente" që publikuar në portalet informative një fotografi denigruese e presidentes së Kosovës (shtator 2013) për të cilën ishte dashur intervenimi i gjykatës që ta ndalonte publikimin e mëtejme të fotografisë. Të dyja këto raste të denigrimit dhe prezantimit të keq për gratë nuk do të ndodhnin njëjtë edhe për udhëheqësit burra.

#### 1.4. Korniza aktuale ligjore

Republika e Kosovës siguron barazinë gjinore si vlerë themelore për zhvillimin demokratik të shoqërisë, mundësi të barabarta për pjesëmarrje të grave dhe burrave në jetën politike, ekonomike, sociale dhe kulturore.<sup>16</sup> Në kuadër të Ligjit për Barazi Gjinore është e themeluar Agjencia për Barazi Gjinore e cila është përgjegjëse për monitorimin e çështjeve gjinore në të gjitha fushat, ashtu edhe në media. Ajo, përpilon dhe propozon politikën për promovimin e barazisë gjinore dhe mbikëqyr zbatimin e saj.<sup>17</sup> Mirëpo, përveç të një raporti për medie për vitet 2010-2011 nuk ka publikime ose rekomandime të përditësuara për përfaqësimin gjinor të medieve në Kosovë. Komisioni i Pavarur për Media është po ashtu përgjegjës për respektimin e aspektit gjinor, për të gjitha shërbimet audio-vizuele në Kosovë<sup>18</sup>. Këshilli për Media të Shkruara po ashtu e ka nënvizuar ndalimin e përdorimit të

<sup>13</sup> Raporti përfundimtar i Misionit të Bashkimit Evropian për Vëzhgimin e Zgjedhjeve, janar 2014, marrë nga ueb faqja zyrtare e këtij institucioni, eueom.eu.

<sup>14</sup> Komunikatë për medie e Grupit të Grave Deputete, 21 shkurt 2012.

<sup>15</sup> Plani i Qeverisë për Barazi Gjinore, marrë nga ueb faqja e Agjencia për Barazi Gjinore, qasur më 12 prill 2013, linku: abgj.rks-gov.net.

<sup>16</sup> Kushtetuta e Kosovës, marrë nga ueb faqja e Kuvendit të Kosovës, qasur më 2 prill 2014, linku: kpm-ks.org.

<sup>17</sup> Ligji për Barazi Gjinore, marrë nga ueb faqja e Kuvendit të Kosovës, qasur më 12 prill 2014, linku: kuvendikosoves.org.

<sup>18</sup> Ligji për KPM-në, marrë nga ueb faqja zyrtare e KPM-së, qasur më 12 prill 2014, linku: kpm-ks.org

gjuhës së urrejtjes dhe trajtimit me paragjykim të një individi në baza gjinore<sup>19</sup>.

### 1.5. Paraqitja e grave në gazetatat ditore

Nga shumë ndikime në atë se si i shohim burrat dhe gratë, mediet janë më depërtueset dhe ndër më të fuqishmet.<sup>20</sup> Rastet kur mediet pasqyrojnë gratë vetëm si seks simbole, me foto provokuese dhe gjysmë të zhveshura janë të shpeshta, e posaçërisht në gazetarinë argëtuese dhe në gazetarinë reklamuese. Në medie, dikush që është duke u përkujdesur për fëmijën është pothuajse përherë gruaja dhe jo babai.<sup>21</sup> Po ashtu, tendenca që gratë të paraqiten duke folur për lidhjet dhe raportet e tyre me burra është e shpeshtë. Mediet krijojnë disa kategori të grave. Kategoria “nënë, grua, e dashur”, “e hollë, e trashë, e vjetër e re”, “objekte të seksit” etj. Kështu, në kategorinë e grave si nënë, grua apo e dashura e një burri, në artikujt e gazetave paraqiten për shkak të raportit që kanë me fëmijë dhe burrin apo si e dashura e një personi të rëndësishëm. Në kategorinë e dytë, të cilën e krijojnë mediet kur diskutohet për peshën dhe moshën e tyre, paraqiten aktore apo modele të suksesshme dhe për to diskutohet moshë, si arrijnë të jenë të reja në dukje, si arrijnë të mbajnë linja të dobëta, etj. Kategoria e tretë është e qartë.

<sup>19</sup> Këshilli për Medie të Shkuara, Kodi i Medieve të Shtypura të Kosovës, qasur më 15 mars 2014, linku: [presscouncil-ks.org](http://presscouncil-ks.org).

<sup>20</sup> Artikulli: Ndikimi i medias në vëzhgime gjinore, Departamenti i Komunikimit, Universiteti i Karolinës së Veriut, shkruar nga Julia T. Wood, 1994, qasur më 20 janar 2014, linku: [esathigh.org](http://esathigh.org).

<sup>21</sup> Po aty.

Për shkak që mediet kanë pushtuar jetën tonë, mënyra se si përfaqësohet aspekti gjinor mund të shtrembërojë pamjen se si e shohim ne veten dhe si i shohim burrat dhe gratë.<sup>22</sup>

Në bazë të monitorimit tonë që ka zgjatur për dhjetë ditë, është vërejtur që në faqet e para dhe në rubrikat për tema të rëndësishme si politike, ekonomike, arsim, shëndetësi, drejtësi, sport dhe kulturë, gratë janë më pak të prezantuara, ndërsa në reklama dhe në rubrikat argëtuese apo të njohura si show biz janë të tejprezantuara dhe të zhveshura po ashtu. Ndonëse kjo mund të bëhet për t'i joshur lexuesit dhe për të shtuar numrin e tyre, duhet rikujtuar se përveç të funksionit të informimit mediet kryejnë edhe funksionin e edukimit të qytetarëve.

Ekziston një tendencë e medieve që kur ka gra si burime informacione brenda tekstit, atëherë citohet ose intervistohet vetëm një grua.

Trajtimi i kësaj tendence është i ngjashëm me testin *Bechtel* i cili zbatohet nga kinematë në Suedi për të identifikuar format e diskriminimit gjinor në filma. Për të kaluar këtë test, filmi duhet të ketë të paktën dy personazhe gra të cilat flasin me njëra-tjetrën mirëpo biseda e tyre nuk duhet të jetë për një burrë. Indikatorët që ata kanë caktuar kanë sjellë përgjigje që filmat kanë shumë rrallë role kur dy gra bisedojnë me njëra-tjetrën dhe nëse ato bisedojnë, atëherë tema është për burrat. Duke u paraqitur gratë në numër të vogël, duken më të vetmuara dhe më pak të përkrahura nga gratë e tjera. Prandaj, e motivuar nga ky test, gazetatat i kemi analizuar edhe për të parë se sa gra mund të jenë

<sup>22</sup> Po aty.

brenda një artikulli apo një fotografie në gazetë. Në ballinë e **gazetës numër 1**, gratë janë paraqitur vetëm 6 herë nga dhjetë ditë aq sa ka zgjatur monitorimi, në politikë 9 herë, në arsim janë paraqitur 11 herë, në temat kombëtare për vendin 17 herë, në rubrikat e opinioneve 4 herë, në sport 3 herë, marketing 9 herë, kulturë 15 herë, në fjalëkryqe 6 herë, ndërsa në rubrikat e show bizit janë paraqitur më së shumti, gjithsej 35 herë. Si seks simbole janë paraqitur 21%, në rolin e nënës apo gruas 14%, është diskutuar për trashësinë, moshën apo peshën e tyre në 7% të teksteve të kësaj gazete. Gazeta **numër 1**, pra, ka paraqitur një grua si seks simbol (këngëtare, modele apo aktore), që shumë pak merret me sport, është e mbyllur vetëm si fotografi në fjalëkryqe dhe ndonëse deklarohet për temat e vendit ajo rrallë komenton i komenton ngjarjet.

Kështu në **gazetën numër 1**, brenda teksteve dhe fotografive, në 82% të artikujve që përmbajnë një grua është vetëm një grua, në 13% janë dy gra dhe më shumë se dy gra janë në 5%. Kur prezantohen gratë në gazeta, 23% janë vetëm me fotografi, 43% janë fotografi dhe tekst, ndërsa vetëm tekst janë të paraqitura 32%. Kjo shërben për të parë nëse ato kanë rol në artikull apo shërbejnë vetëm për pamje. Gazetat na paraqesin pamjet të tipit që gratë shihen duke asistuar, ndërsa burrat janë atë që nënshkruajnë apo paraqiten duke i udhëzuar gratë. Në **gazetën numër 2**, gratë janë paraqitur në ballinë 17 herë, në rubrikën komente janë paraqitur 23 herë, në politikë 19 herë, ekonomi 5 herë, në reklama 44 herë. Një kontrast është mes rubrikës së sportit dhe rubrikës së show bizit. Në sport

paraqiten vetëm 4 herë, kulturë 7 herë dhe më së shumti në rubrikat nga bota e filmit modës dhe muzikës, me nga 2-4 faqe, apo gjithsej 92 herë. Gratë të cilat nuk kanë ndonjë rol tjetër por vetëm si seks objekte janë paraqitur 32% të gazetës, si nënë dhe grua 11%, ndërsa është folur për peshë dhe moshën e grave 12% të rasteve. Zakonisht në gazeta janë rubrika të tipit këshillues, tek të cilat raportohen këshilla për mbajtjen e peshës së duhur për gra dhe këshilla si ato të duken më të reja. Në 91% të rasteve është vetëm një grua në artikull apo foto, dy gra në artikull apo fotografi janë 4% ndërsa më shumë se dy gra janë vetëm 9%. Kështu mediet krijojnë një imazh për gratë, si përçarëse me kolegët e tyre dhe e njëjta nuk ndodh për burrat. Në tekstet e show bizit, mbretërojnë tekste të cilat diskutojnë thashethemet dhe përçarjet që kanë modelet apo këngëtares në mes të veti. Në rastin e kësaj gazete, gratë më shumë kanë qenë të paraqitura me fotografi dhe tekst 55%, me vetëm fotografi 31% dhe vetëm me tekst 12%. **Gazeta numër 2**, e ka krijuar një imazh të një gruaje si seks simbol, e cila komentohet për peshën dhe moshën e saj. Kryesisht është e vetme në deklarata dhe paraqitje, është shpesh në gazetë për të reklamuar, mirëpo është e pranishme me komente. Ndonëse deklarohet në temat për ekonomi ajo është më pak në rubrikat e sportit.

Në ballinë e **gazetës 3**, gratë janë paraqitur 9 herë, në rubrikën sundim i ligjit 2 herë, ekonomi 8 herë, opinione 5 herë, aktualitete 17 herë, reklama 25 herë, në politikë 25 herë, edhe në këtë gazetë ka dominuar paraqitja e grave në show biz gjithsej 58 herë por edhe në

rubrika këshilla për shëndet dhe raporte rreth burrave 100 herë. Ndërsa në rubrikën për kulturë 6 herë dhe për sport vetëm 4 herë. Në këtë gazetë, paraqiten barsoleta të cilat përgjatë monitorimit shumicën e kohës kanë qenë ofenduese për gratë, flisnin për tradhtinë e grave, për moszgjuarsinë dhe si ato kërkojnë "dajak". Barsoletën ofenduese, botuar me 11 mars po e ndaj me lexuesit. "Burri i thotë gruas falënderoje faktin që në pllakë shkruan "e ndaluar që të hidhen mbeturinat ne det", përndryshe do të kisha hedhur kaheër". Në këtë gazetë si objekte seksi gratë janë paraqitur 27%, si grua dhe nënë 23%, ndërsa është folur për peshë dhe moshën e tyre 17%. Në artikujt gazetar kur gratë janë në raportin si nënë dhe si grua ato paraqiten të dobëta, me epitete të tilla "teksta lotët i rridhnin në sy", "sy të mbushur me lot", "ai më mashtronte e unë ia falja, "e luta të mos me braktiste, iu ngjita për këmbë". Në 83% të artikujve dhe fotografive është paraqitur vetëm një grua, dy gra të paraqitura me 11% të rasteve dhe më shumë se dy gra vetëm 7%. Në gazetën **numër 3**, me vetëm fotografi janë paraqitur 15%, me fotografi dhe tekst 62% ndërsa me vetëm tekst 21%. **Gazeta numër 3**, ka krijuar imazhin e një nëne, pastaj një gruajë e cila del në gazetë më shumë si objekt seksi dhe emocionalisht e dobët. Është më së shumti prezente në rubrikat e show bizit, pastaj në politikë dhe më pak në komente dhe në temat për sundim të ligjit dhe sport.

### 1.6. Rekomandime

Për të përmirësuar paraqitjen e grave në gazeta dhe në medie në përgjithësi, kjo analizë

e shkurtë i rekomandon institucioneve përkatëse:

- Të trajtojnë seriozisht aspektin gjinor dhe hapësira në medie të balancohet përball peizazhit të dominuar me burrat;
- Komisionet parlamentare për Medie (etj.) dhe për Barazi Gjinore (etj.) të reagojnë për gjuhën dhe pamjet diskriminuese ndaj grave që mediet përdorin;
- KPM t'i monitorojë më me kujdes shërbimet audio-vizuele dhe t'i praktikojë dënimet për mos respektimin e Kodit të Mirësjelljes;
- Agjencia për Barazi Gjinore të reagojë në rastet e diskriminimit në medie dhe të sjellë hulumtime dhe analiza më të shpeshta për përfaqësimin gjinor në mënyrë që kontribuojë në emancipimin e gruas;
- Këshilli për Media të Shkruara të jetë më i vëmendshëm ndaj përfaqësimit gjinor në gazeta dhe portale;
- Gazetat t'i japin hapësirën e duhur gruas dhe të bëhet balancimi i grave dhe burrave në rubrikat që i vendosin ato si objekte të seksit. Gratë të ftohen më shpesh në rolin e ekspertes dhe duhet të mos përdoret qasja estetike vetëm për gratë;
- Mediet dhe shoqëria civile të diskutojnë dhe reagojnë më shpesh për rastet e diskriminimit dhe pabarazinë e grave në medie dhe publik.



Rreth Autorës:

Jeta Abazi ka magjistruar në Gazetari dhe ka studiuar për Shkencë Politike. Aktualisht është asistente ne Departamentin e Gazetarisë ne Universitetin e Prishtinës "Hasan Prishtina". Abazi, ka fituar bursën për gazetari "Balkan Fellowship for Journalistic Excellence". Ka përvojë në gazetari dhe komunikim me publikun.

**Pikëpamjet e shprehura në këtë dokument janë pikëpamje personale të autorit dhe nuk paraqesin doemos pikëpamjet e fondacionit Konrad-Adenauer-Stiftung.**

Kontakti:

Konrad-Adenauer-Stiftung  
Zyra në Kosovë  
Bulevardi Nëna Terezë 30-3/6  
KO-10000, Prishtinë  
Telefoni +381 (0) 38 229 874  
[Prishtina@kas.de](mailto:Prishtina@kas.de)  
[www.kas.de/kosovo](http://www.kas.de/kosovo)