

ÇËSHTJET GJINORE NË MEDIA



ANALIZË E PËMBAJTJES
SEKSISTE NË MEDIA

2021



Financuar nga
Bashkimi Evropian

 **RESILIENCE**
Civil Society for Media Free of Hate and Discrimination



Ky botim u realizua me mbështetjen financiare të Bashkimit European. Përmbajtja e tij është përgjegjësia e vetme e Rrjeti "Barazi në Vendimmarrje" dhe jo domosdoshmërisht pasqyron opinionin e Bashkimit European.

Tiranë, 2021

Ky raport është një përmbledhje e monitorimit të medias realizuar nga Rrjeti "Barazi në Vendimmarrje" si pjesë e nismës "Fuqizojmë gratë dhe vajzat kundër seksizmit në media" për të promovuar dhe nxitur raportimin e ndjeshëm gjinor si dhe barazinë gjinore në media.

Përgatitur nga:

Geldona Metaj

Edlira Çepani

Raquel Hernandez Pena

Analiza e të dhënave: Uendi Hiso

PASQYRA E LËNDËS

Hyrje

Karakteristikat e përgjithshme të metodologjisë3

Kuptimi i termave.....5

Gjetjet kryesore.....7

I. Pjesëmarrja e burrave dhe e grave në emisionet televizive.....10

Fokusi i historive.....13

Koha televizive.....14

II. Perspektiva nga e cila tregohet historia

Përmbajtjen e historive të trajtuara.....21

Historitë e padukshme.....23

Dhuna me bazë gjinore.....26

Gratë në politikë dhe në vendimmarrje.....28

Hapa të mëtejshme.....29

Denoncimi i gjuhës seksiste.....31

HYRJE

Hapësira që i dedikohet grave dhe burrave në media ndikon në përmbajtjen e historisë që po trajtohet, po ashtu edhe në pasqyrimin e nevojave dhe perspektivave të grave dhe burrave mbi historinë. Media jo gjithmonë është e ndërgjegjshme dhe e informuar mirë për ndikimin që pjesëmarrja dhe perspektiva e burrave dhe grave në media ka në jetën e përditshme të audiencës. Në të shumtën e rasteve, media zgjedh të ftojë burra ose gra që tregojnë histori të tilla që tërheqin një audiencë femërore apo mashkullore duke u kushtuar pak vëmendje mesazheve dhe modeleve pozitive që duhet të përcillen tek audiencia.

Pabarazitë gjinore që ekzistojnë në shoqëri reflektohen edhe në historitë dhe lajmet që pasqyrohen në media. Kjo vihet re në dy dimensione: në *përmbajtjen e historisë* dhe në *mënyrën se si trajtohen historitë*. Në këtë kontekst, mund të kuptohet nëse histori apo lajme të caktuara kanë në fokus burrat apo gratë, apo kanë histori që nuk transmetojnë tek audiencia kontributin që gratë dhe burrat japin në shoqëri.

Portretizimi i burrave dhe grave në media është i nevojshëm që të jetë një frymëzim profesional dhe etik që duhet të trajtohet me të njejtën korrektësi dhe respekt ndaj të dyja gjinive dhe duke pasur parasysh impaktin që këto histori kanë në jetën e përditshme të audiencës. Gratë kanë më shumë gjasa të paraqiten si viktime apo që kanë nevojë për ndihmë në histori dhe lajme në krahasim me burrat. Dhe në këtë mënyrë duke lënë në hije kontributin që gratë kanë në sfera të ndryshme të jetës.

Ky këndvështrim për gratë është i dukshëm edhe në titujt e historive që trajtohen në emisionet e mëngjesit, mesditës, pasdites dhe të mbrëmjes të formatit Talk Show. Mungesa e pjesëmarrjes së grave dhe e burrave në hapësirat televizive vihet re më shumë në emisionet e formatit Talk Show dhe përgjithësisht në temat që trajtojnë çështjet politike.

Pjesëmarrje më e madhe e grave dhe e vajzave vihet re në emisionet e mëngjesit dhe pasdites, por, gjatë këtyre emisioneve, gratë dhe vajzat janë pjesëmarrëse në bashkëbisedime që kanë në fokus çështje sociale, të kulturës dhe të showbiz, duke i përjashtuar nga histori që kanë në fokus politikën.

Kjo situatë ngre pyetjen se çfarë kuptojmë me “çështje të grave”. Nëse gratë përbëjnë 50.1% dhe burrat 49.9% të popullatës në Shqipëri (INSTAT, 2020), atëherë *përse çështjet që shqetësojnë gjysmën e popullsisë nuk përfshihen në historitë e medias? Përse burrat marrin pjesë më pak se gratë kur diskutohet për histori që konsiderohen me “interes vetëm për gratë” dhe e anasjellta?*

Përgjigjet qëndrojnë në faktin se rolet dhe stereotipet gjinore në shoqëri kanë përcaktuar se cila gjini është më mbizotëruese. Kjo situatë shfaqet në mënyrë të gabuar edhe në historitë që trajtohen në media dhe tek mesazhi që përcjellin tek publiku.

Karakteristikat e përgjithshme të metodologjisë

Ky raport merr në konsideratë një kombinim të metodave për të kuptuar pjesëmarrjen dhe portretizimin e grave dhe burrave në median shqiptare.

Gjetjet e këtij raporti sjellin të dhëna të ndara sipas gjinisë duke analizuar historitë që trajtohen në emisionet televizive të mëngjesit, të mesditës, të pasdites dhe të mbrëmjes në formatin Talk Show.

Gjetjet janë bazuar duke kuptuar se cili është fokusi i historive, perspektivën gjinore për historitë dhe përmbajtjen e diskutimit.



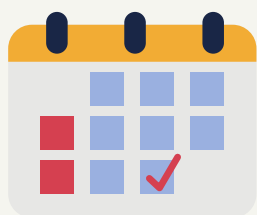
Më konkretisht, karakteristikat e metodologjisë së trajtuara në këtë raport bazohen tek:



- përqindja e grave dhe burrave të ftuar në emisionet televizive të mëngjesit, mesditës, pasdites dhe të mbrëmjes (formati Talk Show).
- përqindja e grave dhe burrave të cituar si burim informacioni dhe/ose opinion dhe që janë në fokus të lajmit apo ngjarjes për temat e diskutuara në emisionet televizive.
- përqindja e grave dhe burrave të ftuar, të intervistuar ose cituar si burim informacioni për tema të ndryshme, si: politikë, ekonomi, sociale, shëndetësi, marrëdhënie ndërkombëtare, art dhe kulturë, edukim dhe sport.
- përqindja e grave dhe burrave që flasin në cilësinë e ekspertëve, politikanëve, profesionistëve të medias dhe si qytetarë.
- përqindja e kohës që u jepet grave dhe burrave në media si të ftuar, si burim informacioni/opinion dhe/ose që janë në fokus të historisë.
- përmbajtja e historive të trajtuara në emisionet televizive të analizuara sipas perspektivës gjinore.
- analizat e përmbajtjes cilësore dhe sasiore janë të kombinuara përgjatë raportit dhe janë përdorur në faza të ndryshme të raportit.

Në këtë raport kategorizimi i disa koncepteve për të kuptuar se në çfarë cilësie ftohen burrat dhe gratë është realizuar si vijon:

- *Profesionistë të medias: Gazetarë dhe opinionistë*
- *Ekspertë: Ekspertë të çështjeve të sigurisë, mirëqënies, ekonomisë, marrëdhënieve ndërkombëtare dhe arsimit.*
- *Politikanë: Përfaqësues të partive politike.*



Për të sjellë të dhëna rreth pjesëmarrjes së grave dhe burrave në media janë monitoruar historitë e trajtuara në media përgjatë muajve maj dhe qershor 2021.

Në raport janë monitoruar :



9

stacione televizive



84

histori të treguara



34

emisione televizive



4095

minuta televizive.

Ky raport synon të sjellë në vëmendje përfaqësimin e burrave dhe grave në median shqiptare duke analizuar histori, të cilat media ka nevojë që t'i shohë nëpërmjet lenteve gjinore dhe gjithashtu ofron një mundësi për të nxjerrë në pah shembuj të përpjekjeve për arritjen e barazisë gjinore.

KUPTIMI I TERMAVE

BARAZI GJINORE

është pjesëmarrja e barabartë e grave dhe burrave në të gjithat fushat e jetës, pozita e barabartë midis tyre, mundësi e shanse të barabarta, për të gëzuar të drejtat dhe për të përmbushur detyrimet në shoqëri, duke përfituar në mënyrë të barabartë nga arritjet e zhvillimit të shoqërisë.

Përkatësi gjinore janë mundësitë dhe atributet shoqërore, të lidhura me të qenit grua apo burrë, si dhe marrëdhëniet ndërmjet tyre.

INTEGRIM GJINOR

është procesi që zhvillohet midis grave dhe burrave, si një proces që nuk i përket vetëm njërës gjini si grup i veçuar, por shoqërisë në tërësi. Si i tillë, integrimi gjinor është rruga për arritjen e barazisë gjinore në shoqëri, nëpërmjet përfshirjes së perspektivës së secilës nga gjinitë në të gjitha proceset ligjvënëse, politikëbërëse, planifikuese, zbatuese e monitoruese.

GJUHA E DISKRIMINIMIT GJINOR

I referohet fjalëve, frazave dhe/ose veçorive të tjera gjuhësore, që nxisin stereotipet, poshtërojnë ose injorojnë gratë ose burrat. P.sh: Burrat nuk janë të zotë që të kujdesen për fëmijët.

GJUHË SEKSISTE

Çdo shprehje, term ose fjalë e bazuar në idenë se disa persona, më së shumti gratë, janë inferiorë për shkak të seksit/gjinisë të tyre. P.sh: Gratë fitojnë më pak para sepse janë më pak inteligjente.

GJUHË "E VERBËR"

Çdo shprehje që e bën një gjini të padukshme dhe të lënë pas dore. Kjo situatë ndodh kur ne përdorim për gjininë një term të përgjithshëm.
Gjuha asnjëanëse gjinore: Gjuhë që nuk i drejtohet në mënyrë specifike një gjinie, pa asnjë referencë për gratë dhe burrat.

DISKRIMINIM PËR SHKAK TË GJINISË

Është çdo dallim, përjashtim ose kufizim mbi baza gjinore, që ka për qëllim ose për pasojë dëmtimin dhe mosnjohjen në mënyrë të barabartë, nga secila gjini, të të drejtave të njeriut dhe lirive të parashikuara në Kushtetutë dhe në ligje, në fushat politike, ekonomike, shoqërore, kulturore dhe civile.

PËRFAQËSIM I BARABARTË GJINOR

Përfaqësimi i secilës prej gjinive në institucione, në nivel drejtues, organe të emëruara, parti politike, media, etj.

ROLET GJINORE

U referohen normave shoqërore dhe atyre të sjelljes që në një kulturë specifike konsiderohen të jenë shoqërisht të përshtatshme për individët e një gjinie të caktuar. Rolet gjinore shpesh përcaktojnë përgjegjësitë tradicionale dhe detyrat e caktuara për burrat, gratë, djemtë dhe vajzat, si p.sh: ndarjen gjinore në punë. Rolet specifike gjinore shpesh kushtëzohen nga struktura e ekonomisë familjare, aksesit në burime, ndikimet specifike të ekonomisë globale, konfliktet apo fatkeqësitë. Rolet gjinore mund të evoluojnë me kalimin e kohës, në veçanti nëpërmjet fuqizimit të gruas dhe transformimit të maskulinitetit .

STEREOTIPET GJINORE

Janë përgjithësime që lidhen me atributet gjinore, dallimet dhe rolet e grave dhe burrave. Stereotipet gjinore përdoren për të justifikuar diskriminimin gjinor dhe mund të pasqyrohen dhe të përforcohen nga teoritë tradicionale dhe moderne, ligjet dhe praktikatat institucionale.

DHUNA ME BAZË GJINORE

Çdo veprim që sjell si pasojë, ose ka gjasa të sjellë si pasojë lëndimin apo vuajtjen fizike, seksuale, psikologjike ose ekonomike për shkak të dallimeve mashkull/femër, ose për shkak të gjinisë që dëshiron të jetë një person. Dhuna, zakonisht, i referohet grave dhe vajzave, por përfshin edhe dhunën ndaj LGBTI+. Kjo dhunë mund të përfshijë kërcënime, detyrim me forcë, privim lirie, privim nga e drejta për të punuar dhe për të fituar të ardhura, përdhunimin, përndjekjen, përgjimin dhe forma të tjera të ngacmimit në sferën publike apo jetën private.

NDJESHMËRIA GJINORE

Angazhimi për të njohur pabarazitë shoqërore ndërmjet burrave dhe grave, me qëllim që t'u përgjigjen nevojave dhe përparësive të grave dhe burrave. Si rrjedhojë, gratë dhe burrat duhet të përfshihen në konsultime për praktikatat e mediave.

FUQIZIM

Një proces kolektiv dhe individual i grave dhe burrave që marrin në duar kontrollin e jetës së tyre, caktojnë programet e tyre, fitojnë aftësi e shprehi, ndërtojnë vetëbesim, zgjidhin probleme dhe zhvillojnë aftësinë për t'u mbështetur në forcat e veta.

NDARJE SIPAS GJINISË OSE TË DHËNA TË NDARA SIPAS GJINISË

Të dhënat që klasifikohen dhe krahasohen në bazë të gjinisë, duke bërë ndarjen e informacionit për burrat dhe për gratë.

GJETJET KRYESORE

Pjesëmarrja e grave është më e ulët në krahasim me pjesëmarrjen e burrave në hapësirat televizive në emisionet e formatit Talk Show dhe në përgjithësi në temat që trajtojnë çështjet politike.

Pjesëmarrja e lartë e burrave në emisionet Talk Show tregon qartë tendencën e medias për të përmbushur pritshmërinë e publikut që gratë flasin më pak për tema që konsiderohen të rëndësishme (çështjet politike, ekonomike dhe sociale).

Në çështjet e politikës ka një diferencë të dukshme midis pjesëmarrjes më të lartë të burrave në emisionet Talk Show në krahasim me gratë.

Në emisionet Talk Show ka një pjesëmarrje të lartë të burrave që ftohen të flasin në rolin e ekspertëve në krahasim me gratë e ftuara.

Gratë dhe vajzat e ftuara janë numerikisht më të pranishme në emisionet e pasdites dhe ftohen të flasin në pozicionin e ekspertes pak më shumë se sa ekspertët burra.

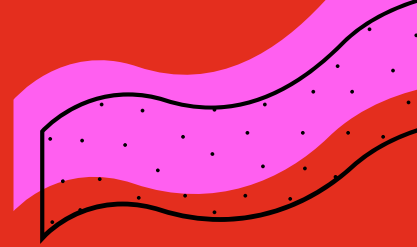
Në emisionet e pasdites ka një pjesëmarrje më të lartë të grave, qoftë në kohën që kanë në dispozicion për të folur, ashtu edhe në histori të cilat japin vetëm perspektivën e grave dhe vajzave dhe që përsëri përforcojnë në mënyrë të gabuar stereotipet gjinore që gratë flasin kryesisht për edukim, art & kulturë dhe showbiz.

Në emisionet e mëngjesit ka një pjesëmarrje më të lartë të burrave në krahasim me gratë dhe si rrjedhojë koha televizive për të diskutuar është më e lartë për burrat.

Pjesëmarrje më e madhe e grave dhe e vajzave vihet re në emisionet e mëngjesit dhe pasdites, por gjatë këtyre emisioneve gratë dhe vajzat janë pjesëmarrëse në bashkëbisedime që kanë në fokus çështje sociale, të kulturës dhe të showbiz, duke i përjashtuar nga histori që kanë në fokus politikën.



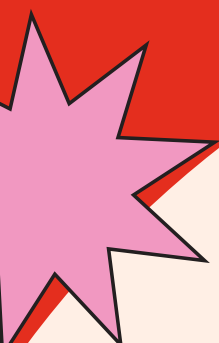
- Gratë në historitë e trajtuara në emisionet e mëngjesit dhe të pasdites në përgjithësi portretizohen si shtëpiake, që kujdesen për mbarëvajtjen e familjes, që janë në kërkim të vëmendjes seksuale apo statusin e tyre civil.
- Në emisionet e pasdites ka një pjesëmarrje më të lartë të grave, qoftë në kohën që kanë në dispozicion për të folur, ashtu edhe në histori të cilat japin vetëm perspektivën e grave dhe vajzave dhe që përsëri përforcojnë në mënyrë të gabuar stereotipet gjinore që gratë flasin kryesisht për edukim, art & kulturë dhe showbiz.
- Në emisionet e mëngjesit ka një pjesëmarrje më të lartë të burrave në krahasim me gratë dhe si rrjedhojë koha televizive për të diskutuar është më e lartë për burrat.
- Pjesëmarrja më e madhe e grave dhe e vajzave vihet re në emisionet e mëngjesit dhe pasdites, por gjatë këtyre emisioneve gratë dhe vajzat janë pjesëmarrëse në bashkëbisedime që kanë në fokus çështje sociale, të kulturës dhe të showbiz, duke i përjashtuar nga histori që kanë në fokus politikën.
- Në emisionet e mëngjesit gratë kanë hapësirë më të madhe në çështjet kulturore dhe artit kundrejt pjesëmarrjes të burrave.
- Ka një mungesë të theksuar të historive të grave dhe burrave që thyejnë stereotipet dhe rolet tradicionale gjinore në shoqëri. Po ashtu, edhe disa kategori të grave dhe vajzave janë edhe më pak të dukshme në media, si përshembull gratë e moshuara apo gratë dhe vajzat që u përkasin pakicave etnike.
- Historitë mbi dhunën në familje në media ka gjasa të trajtohen në mënyrë që të angazhojnë audiencën që dëgjojnë për “raste të bujshme” dhe japin pak kontekst ose ndjeshmëri ndaj të mbijetuarve të dhunës.



 **PJESËMARRJA E BURRAVE DHE
E GRAVE NË EMISIONET
TELEVIZIVE**

 **FOKUSI I HISTORIVE**

 **KOHA TELEVIZIVE**



EMISIONET E MËNGJESIT

Pjesëmarrja e burrave dhe e grave në emisionet e mëngjesit

Për emisionet e mëngjesit janë monitoruar në total:



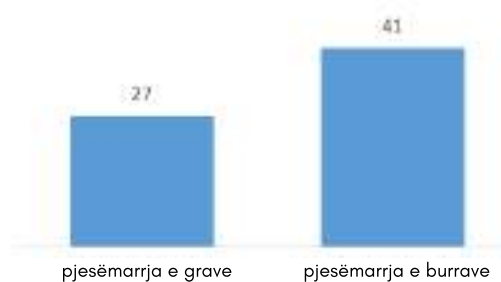
20 histori



në 3 emisione televizive

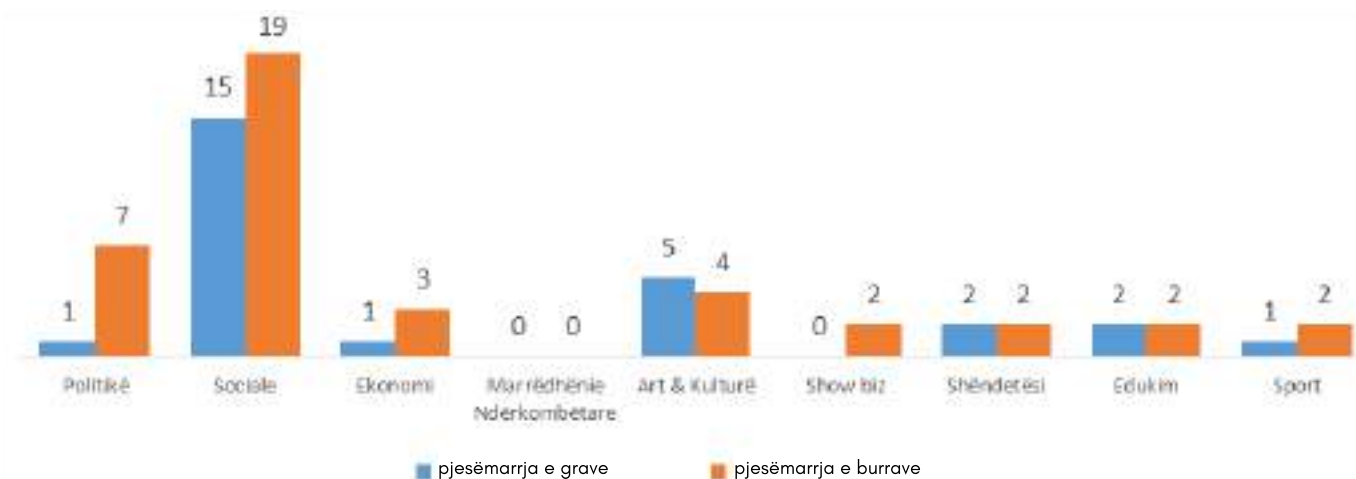


gjatë periudhës maj-qershor 2021



Si edhe mund të vihet re gjatë emisioneve të mëngjesit pjesëmarrja e burrave (n=27) është më e lartë në krahasim me pjesëmarrjen e grave (n=41) duke kundërshtuar perceptimin që grave dhe vajzave u jepet më shumë kohë televizive në emisionet e mëngjesit.

Po ashtu, edhe pjesëmarrja e grave dhe e burrave në emisionet e mëngjesit vihet re që ka diferenca domethënëse kur i analizojmë sipas tematikave. Në emisionet e mëngjesit pjesëmarrja e burrave (n=19) është më e lartë se pjesëmarrja e grave (n=15) për çështjet sociale. Diferenca e madhe në pjesëmarrjen e grave dhe e burrave në emisionet e mëngjesit vihet re në histori që trajtojnë çështjet politike, gratë (n=1) dhe burrat (n=7).



Gjithashtu, edhe në diskutimin për çështjet ekonomike gratë janë më pak të ftuara në krahasim me burrat dhe në të njejtën panoramë vihet re edhe pjesëmarrja e grave dhe e burrave në diskutimin për sportin. Gratë kanë pjesëmarrje më të madhe për të diskutuar për çështjet kulturore dhe artit kundrejt pjesëmarrjes që kanë burrat e ftuar.

EMISIONET E PASDITES

Pjesëmarrja e burrave dhe e grave në emisionet e pasdites

Për emisionet e pasdites janë monitoruar në total:



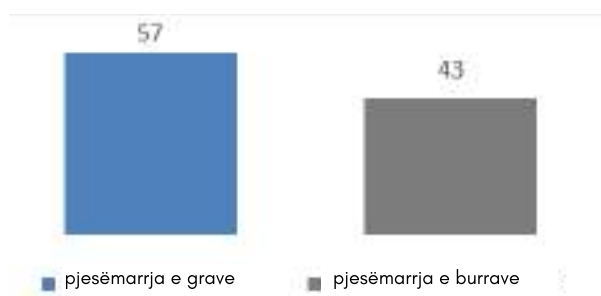
37 histori



në 2 emisione televizive

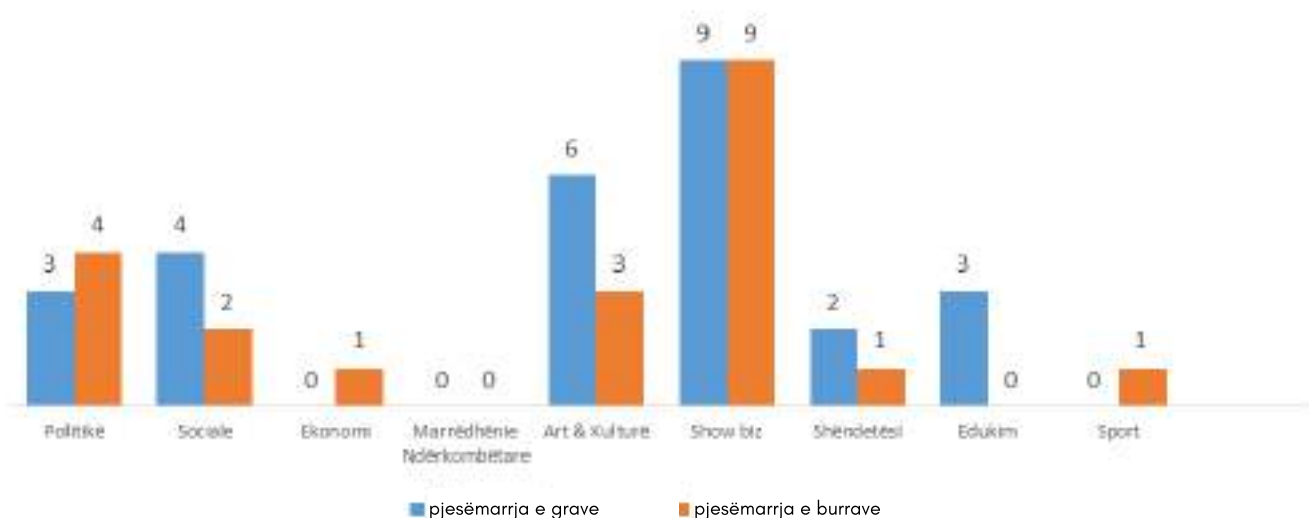


gjatë periudhës maj-qershor 2021



Në emisionet e pasdites vihet re një pjesëmarrje më e madhe e grave dhe vajzave (n=57) në krahasim me burrat dhe djemtë (n=43).

Pjesëmarrja e grave në diskutimet për çështjet politike është pak më e lartë në krahasim me pjesëmarrjen tyre në emisionet e mëngjesit, por, mbetet më e ulët përkundrejt pjesëmarrjes së burrave.



Në mënyrë të ngjashme, si edhe me emisionet e mëngjesit, gratë janë të ftuara më shumë për të diskutuar për artin & kulturën, çështjet sociale, edukimin dhe kanë pjesëmarrje të barabartë me burrat kur trajtohen histori të showbiz.

Nga ana tjetër, burrat ftohen më shumë se gratë për të diskutuar për sportin dhe ekonominë.

EMISIONET TALK SHOW

Pjesëmarrja e burrave dhe e grave në emisionet e Talk Show

Për emisionet Talk Show janë monitoruar në total:



27 histori



në 4 emisione televizive



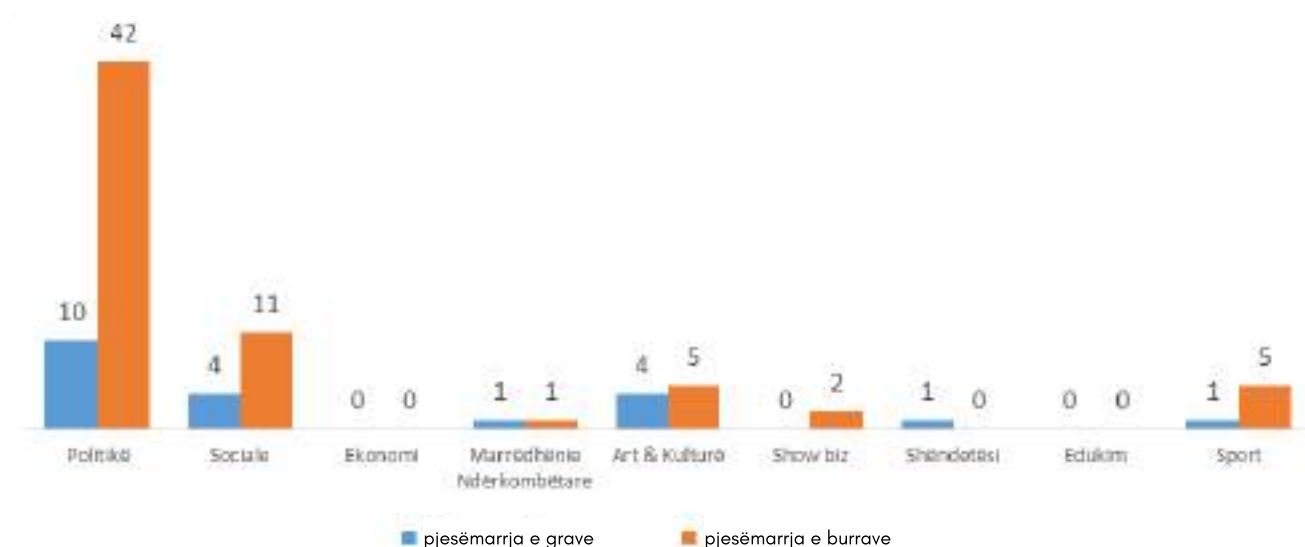
gjatë periudhës maj-qershor 2021



Në kontrast të dukshëm, pjesëmarrja e grave është më e ulët (n=21) në emisionet e formatit Talk Show në krahasim me burrat (n=66).

Në çështjet e politikës ka një diferencë të dukshme midis pjesëmarrjes së burrave (n=42) dhe grave (n=10) në emisionet Talk Show.

Gjithashtu, ka një mbizotërim të pjesëmarrjes së burrave kundrejt grave në tema sociale, art&kulturë, showbiz dhe sportit.

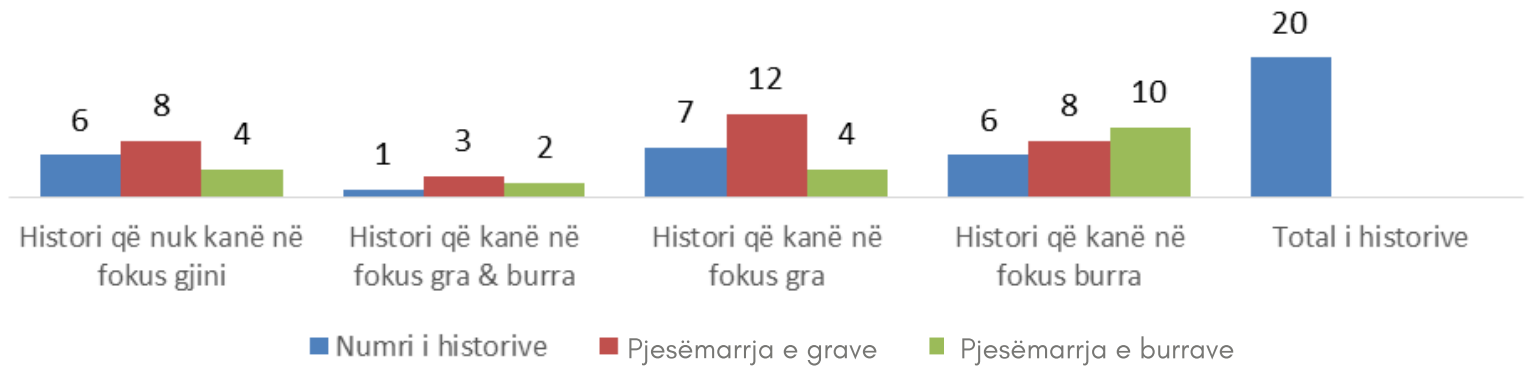


FOKUSI I HISTORIVE

Perspektiva nga e cila tregohet historia

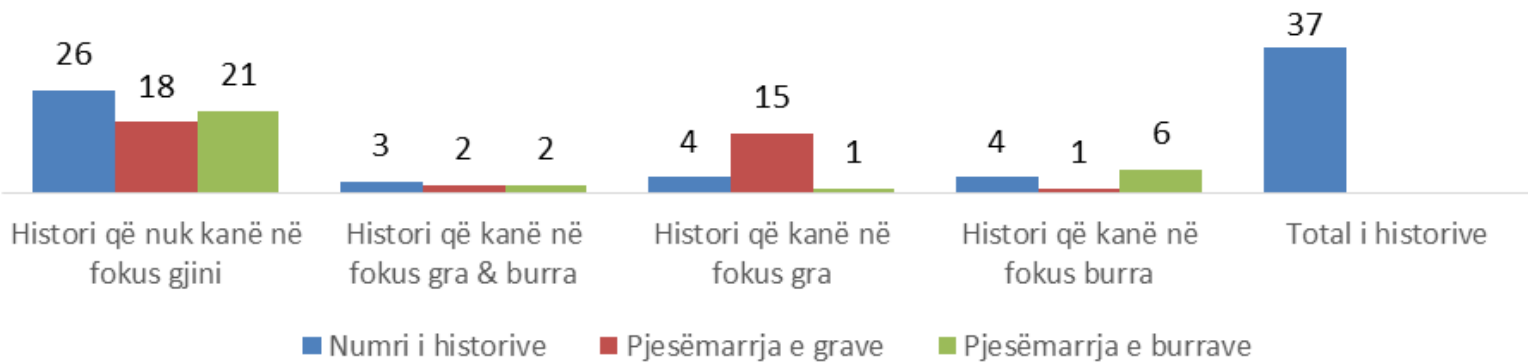
EMISIONET E MËNGJESIT

Në emisionet e mëngjesit mund të vihet re se, nga **20 histori të monitoruara** ka një ekuilibër të historive që kanë në fokus të tyre burrat dhe gratë. Por, pjesëmarrja e burrave dhe e grave është në varësi të gjinisë, që është në fokus të historisë dhe përkatësisht, gratë marrin pjesë më shumë në historitë që kanë në fokus gratë dhe burrat marrin pjesë më shumë në histori që kanë në fokus burrat.



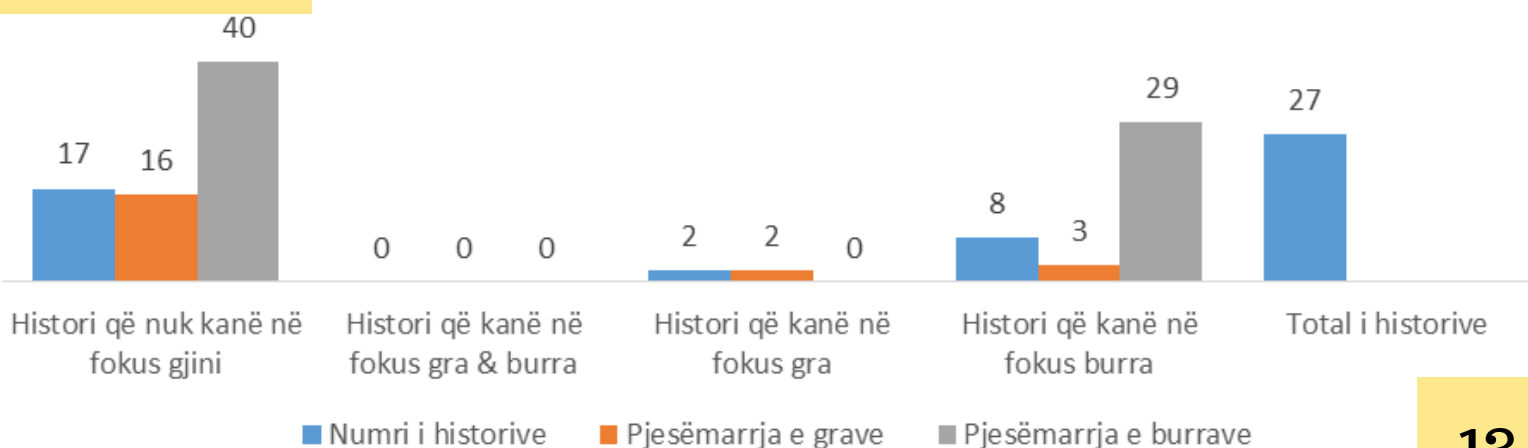
Një pjesëmarrje e ngjashme paraqitet edhe në **37 historitë e monitoruara** në emisionet e pasdites, në të cilat gratë kanë gjasa të ftohen që të flasin për histori që kanë në fokus gra dhe burrat kanë gjasa të marrin pjesë në histori që kanë në fokus burra.

EMISIONET E PASDITES



EMISIONET TALK SHOW

Në emisionet Talk Show pjesëmarrja e grave dhe burrave mbetet e njëjtë kur monitorojmë pjesëmarrjen e tyre sipas gjinisë që është në fokus të **27 historive**. Por, në emisionet e Talk Show gratë kanë prani të konsiderueshme më të ulët në krahasim me burrat në të gjitha historitë e trajtuara. Numri i pjesëmarrjes së burrave është më i lartë në histori që kanë në fokus burra dhe histori që trajtojnë kryesisht çështjet politike, ekonomike dhe sociale.



KOHA TELEVIZIVE

EMISIONET E MËNGJESIT

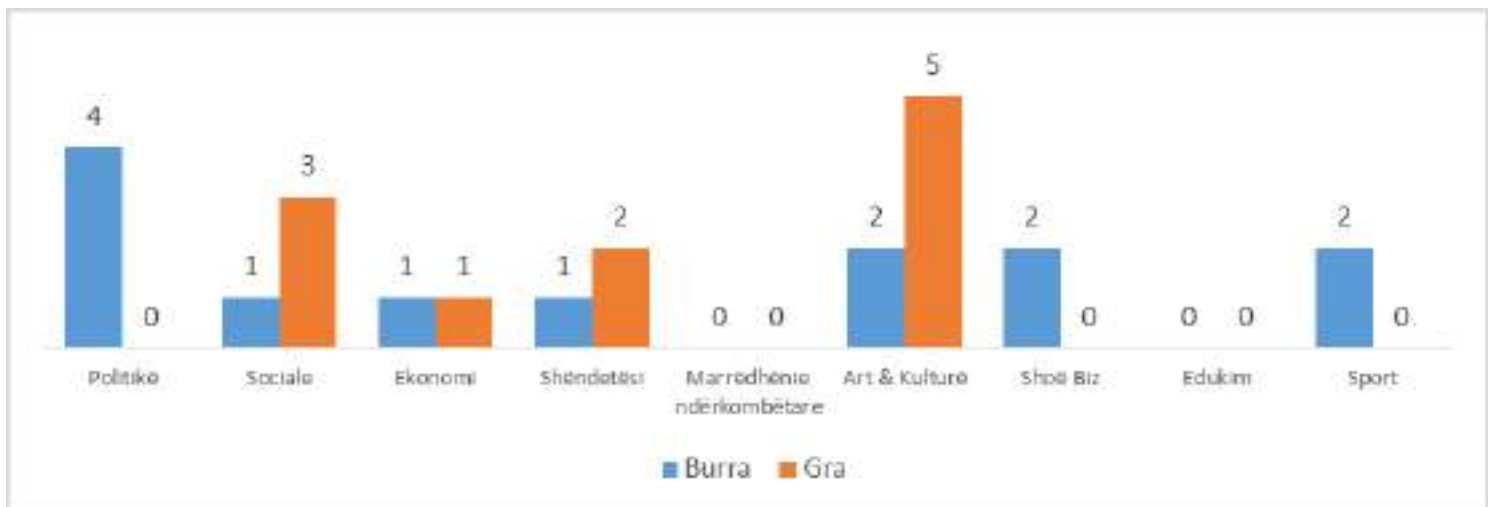
Në emisionet e mëngjesit ka një pjesëmarrje më të lartë të burrave në krahasim me gratë dhe si rrjedhojë koha televizive për të diskutuar është më e lartë për burrat.



Nga 37 histori të monitoruara gjatë emisionit të mëngjesit, në **11 histori janë të pranishme vetëm gra të ftuara** dhe në **13 histori janë vetëm burra të ftuar**.

Trajtimi i historive vetëm nga perspektiva e një gjinie përforcon më tej stereotipet gjinore mbi rolet që gratë dhe burrat kanë në shoqëri.

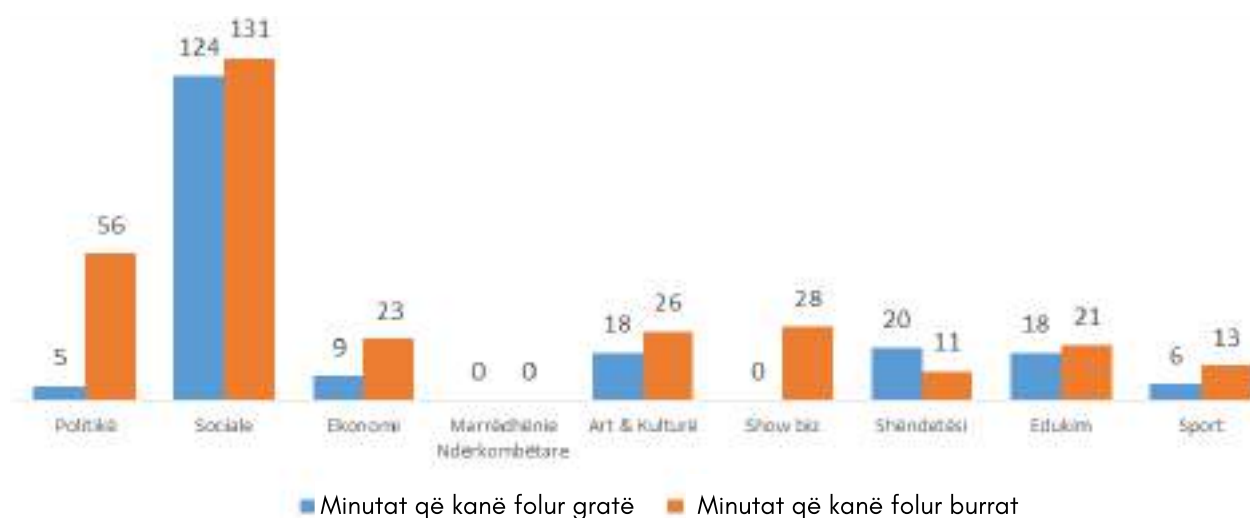
Një ndarje kaq e thellë gjinore në trajtimin e historive sjell tek publiku vetëm perspektivën e grave ose vetëm perspektivën e burrave duke përmbushur atë që media mendon që kërkohet nga audienca. Kjo mënyrë e trajtimit të historive vetëm nga perspektiva e një gjinie përforcon më tej stereotipet gjinore mbi rolet që gratë dhe burrat kanë në shoqëri.



Mungesa e grave që ftohen për të folur si eksperte është e dukshme në emisionet e mëngjesit.

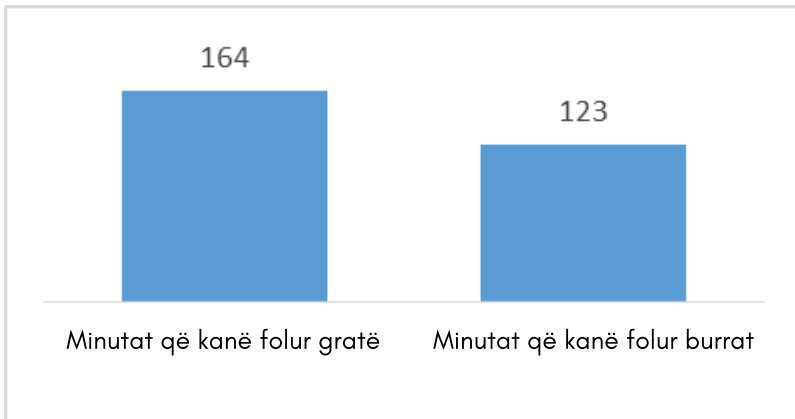


Në disa histori për të cilat është kërkuar mendimi i qytetarëve, nga 7 gra të intervistuar, 2 prej tyre flasin në rolin e prindit. Ndërsa, burrat janë pyetur si qytetarë të thjeshtë.



Burrat e ftuar në emisionet e mëngjesit kanë më shumë kohë televizive për të folur për histori që kanë në fokus çështje sociale dhe politike në krahasim me kohën televizive që kanë gratë. Gratë e ftuara flasin më shumë se burrat e ftuar vetëm në histori që kanë në fokus shëndetësinë, ndërsa burrat kanë më shumë minuta në dispozicion në të gjitha temat e tjera, përfshirë ekonomi, showbiz, edukim dhe sport.

EMISIONET E PASDITES



Në kontrast me emisionet e mëngjesit gratë kanë kohë televizive më të madhe në krahasim me burrat e ftuar, edhe pse me një diferencë të vogël.

Gjithashtu, në emisionet e pasdites nuk ka një ekulibër midis historive në të cilat ftohen të flasin vetëm gratë apo vetëm burrat. Në emisionet e pasdites janë trajtuar 9 histori duke dhënë perspektivën e vetëm njërës prej gjinive, përkatësisht në 2 histori janë ftuar që të flasin vetëm burrat dhe në 7 histori janë ftuar që të diskutojnë vetëm gratë.

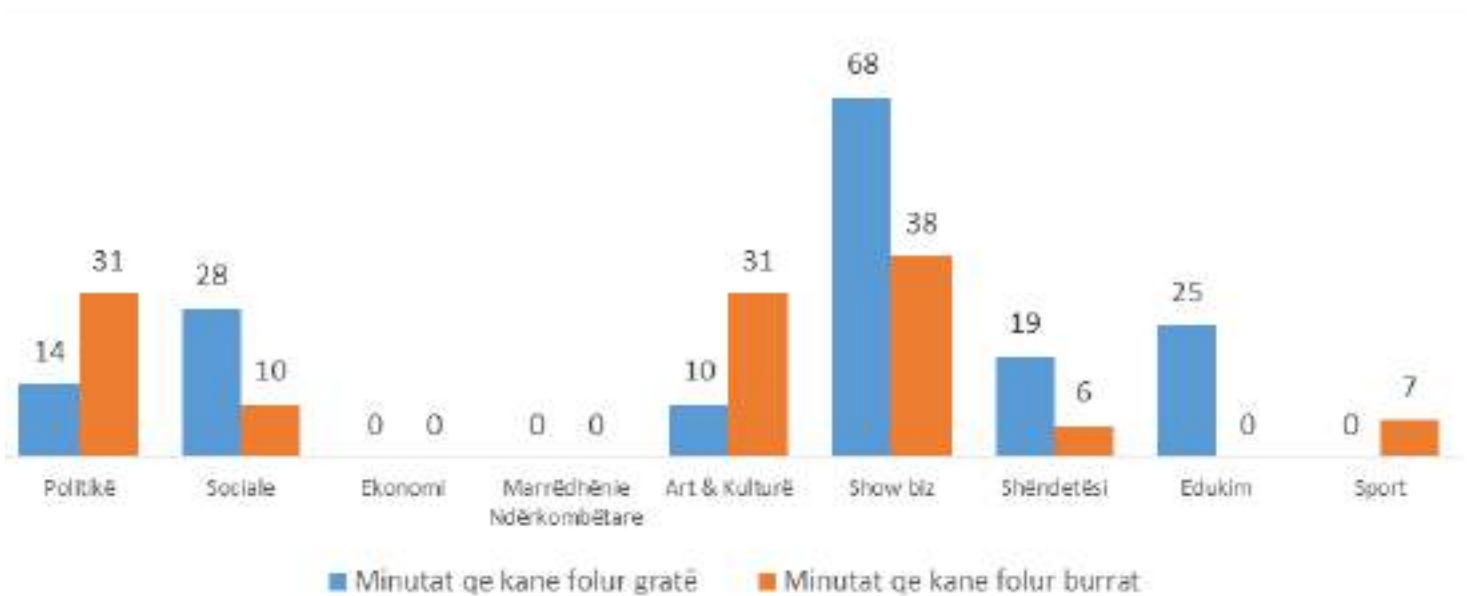


Siç edhe mund të vihet re ka një pjesëmarrje më të lartë të grave, qoftë në kohën që kanë në dispozicion për të folur, ashtu edhe në histori të cilat japin vetëm perspektivën e grave dhe vajzave dhe që përsëri përforcojnë në mënyrë të gabuar stereotipet gjinore që gratë flasin kryesisht për edukim, art & kulturë dhe showbiz.



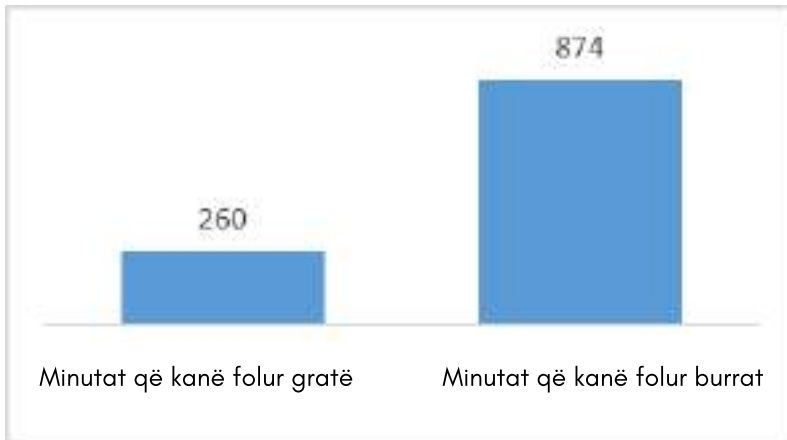
Ndërsa, gratë dhe vajzat e ftuara janë numerikisht më të pranishme në emisionet e pasdites, ato ftohen të flasin në pozicionin e ekspertes pak më shumë se sa ekspertët burra, përkatësisht 16 gra janë ftuar si eksperte dhe 13 burra janë ftuar si ekspertë.

Në mënyrë të ngjashme edhe me formatet e tjera televizive, burrat e ftuar kanë më shumë kohë televizive për të diskutuar për çështje lidhur me politikën dhe në emisionet e pasdites burrat diskutojnë më shumë rreth temave të artit & kulturës.



Ndërsa, gratë e ftuara diskutojnë më shumë për histori që kanë në fokus çështjet sociale, showbiz dhe të edukimit.

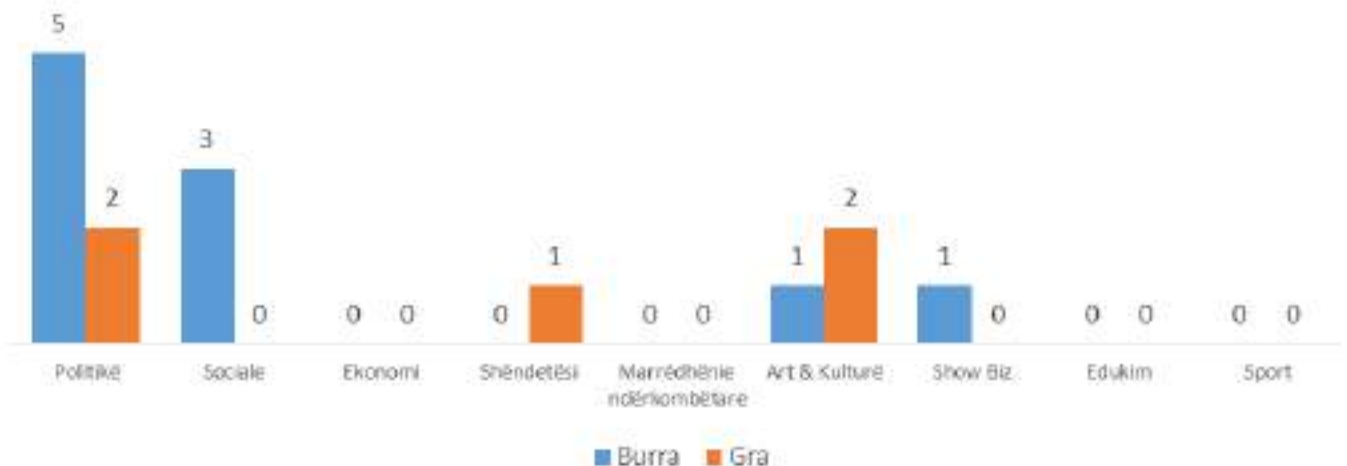
EMISIONET TALK SHOW



Në emisionet e pasdites vihet re që pjesëmarrja e burrave dhe koha që ata kanë në dispozicion për të diskutuar është në mënyrë të konsiderueshme më e lartë se koha që kanë në dispozicion gratë e ftuara.

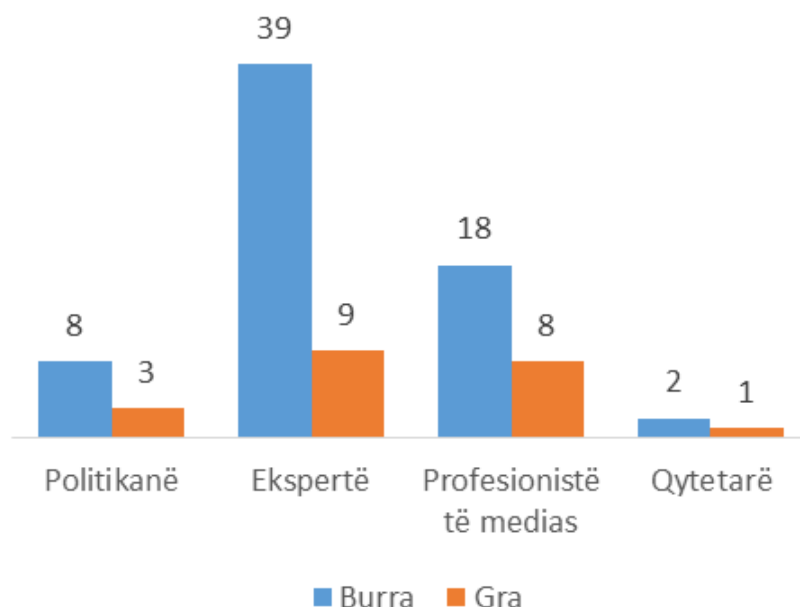
Duke patur parasysh që në emisionet e formatit Talk Show trajtohen kryesisht tema të rëndësishme, pjesëmarrja e lartë e burrave tregon qartë tendencën e medias për të përmbushur pritshmërinë e publikut që gratë flasin më pak për tema që konsiderohen të rëndësishme.

Gjithashtu, në 11 histori të trajtuara në emisionet Talk Show, në **10 histori kanë pasur vetëm praninë e burrave** dhe në **5 emisione ka pasur vetëm praninë e grave**. Kjo ndarje gjinore vihet re në mënyrë të dukshme në histori që kanë në fokus çështje politike në të cilat kanë një mungesë të theksuar të grave të ftuara për të diskutuar për politikën, përkatësisht **në 5 histori të trajtuara për të diskutuar për politikën nuk ka të ftuar asnjë grua**. Nga ana tjetër, 3 historitë që kanë në fokus çështjet sociale trajtohen në mënyrë ekskluzive vetëm me praninë e grave duke përforcuar përsëri stereotipet gjinore që burrat ftohen që të diskutojnë për politikë dhe gratë ftohen që të diskutojnë për temat sociale.

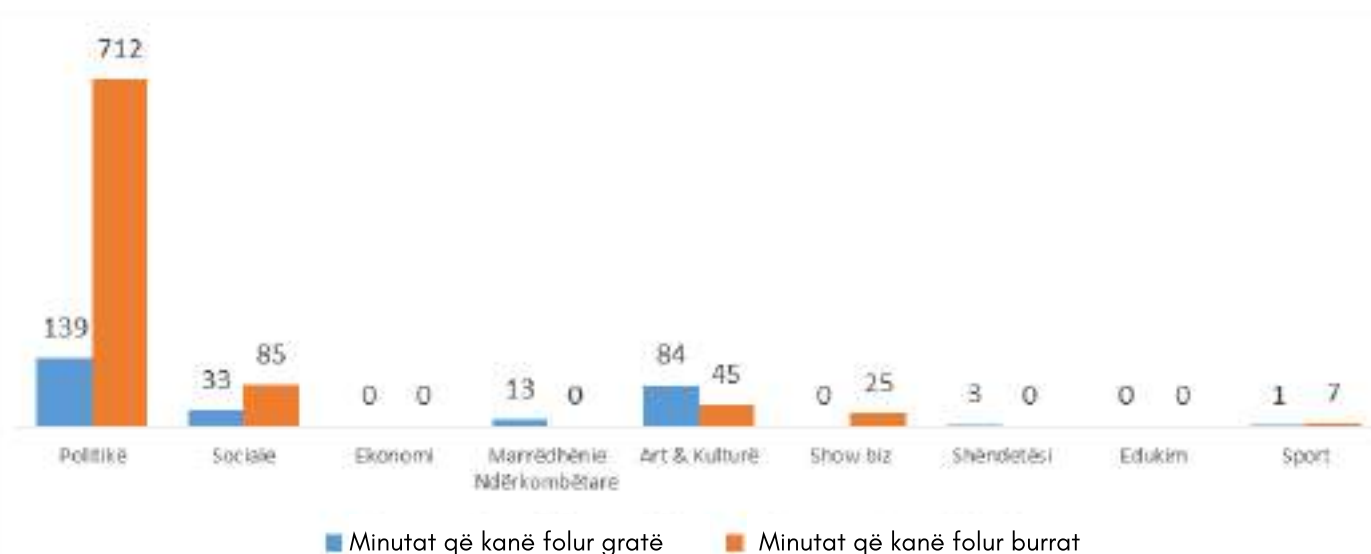


Profili i grave dhe i burrave të ftuar

Në emisionet talk show ka një pjesëmarrje të dukshme të burrave që ftohen të flasin në rolin e ekspertëve në krahasim me gratë e ftuara. Në të njëjtën kohë burrat ftohen të diskutojnë më shumë se gratë edhe si politikanë dhe profesionistë të medias.



Gratë dhe vajzat janë më pak të ftuara të diskutojnë në emisionet Talk Show në krahasim me burrat për çështje që konsiderohen me rëndësi, përkatësisht për politikën brenda vendit, por ato ftohen që të flasin më shumë në krahasim me burrat për marrëdhëniet ndërkombëtare, artin dhe kulturën. Ndërsa, burrat ftohen kryesisht për të folur për politikën, çështjet sociale, sportin dhe showbiz.



II. PERSPEKTIVA NGA E CILA TREGOHET HISTORIA

PËRMBAJTJA
E HISTORIVE

HISTORI
TË PADUKSHME

DHUNA ME
BAZË GJINORE

GRATË NË
POLITIKË DHE NË
VENDIMMARRJE

PËRMBAJTJA E HISTORIVE

Stereotipet gjinore janë të dukshme në media në historitë dhe lajmet që raportohen nga gazetarët. Në rastin e emisioneve të monitoruara, stereotipet tradicionale gjinore janë të pranishme në mënyrën se si raportohet një histori apo një lajm. Në të shumtën e rasteve, gratë portretizohen si shtëpiake, që kujdesen për mbarëvajtjen e familjes, që janë në kërkim të vëmendjes seksuale apo statusi i tyre civil vendoset në fokus të bashkëbisedimit. Në një nga emisionet e pasditës të monitoruara, titulli i historisë që trajtohej tregonte se si “një vajzë do të mbetet pa martuar për shkak të dashurisë që kishte për kafshët”. Edhe pse historia që tregohet nga vetë vajza nxit diskutim edhe më të gjerë rreth dashurisë dhe kujdesit për kafshët, në ekran shfaqen dy çështje kryesore:


“Ka 10 mace, shoqëria i thotë: do mbetesh pa martuar.”

“A është e vështirë që partneri të pranojë të bashkëjetojë edhe me 10 mace?”

Ky këndvështrim i mënyrës se si trajtohet historia theksohet edhe më shumë në titullin që kësaj hapësirë të emisionit i vendoset në Youtube:

**“Ka 10 mace, vajza nga Peja:
Shoqëria më thotë se do mbetem pa martuar.”**





Një shembull i tillë është i prezantuar në emisionin e pasdites ku një këngëtare është e ftuar që të promovojë këngën e saj më të re dhe titulli që shoqëron prezantim në ekran shkruan:

Kleoniki Delijorgji provokon me këngën e re, "Femër fire"

Një shembull tjetër në të cilin vihet re objektivizimi seksual vihet re edhe në një tjetër emision të pasdites në titullin:

"Provokimi i Roza Latit dhe e vërteta e fotove gjysmë nudo që bëri xhiro në rrjet gjatë javës së fundit..."

Ndërkaq, titulli i emisionit i vendosur në youtube: "Po të shisja kasetën e seksit do të isha miliardere". Bashkëbisedimi në këtë histori drejtohet nga prezantuesja me pyetjet: "Do t'i biesh në sy dikujt?!" "Me këto foto tentove të tërheqësh vëmendje..."; "Kur e presim një shtatzani të mundshme?"

Objektivizimi është një formë e raportimit mediatic

që ndikon negativisht në imazhin e burrave dhe të grave.



Kur objektivizmi ka ngjyrimë seksuale jep mesazhin se tiparet seksuale të një personi nuk janë të ndara nga personaliteti dhe mund të përdoren për të prezantuar një identitetet mashkullor ose femëror në të cilin funksioni kryesor është vetëm funksioni seksual.

HISTORI TË PADUKSHME

Intervista që trajtojnë role gjinore që nuk janë në përputhje me normat sociale janë të rralla në media dhe mesazhet që përcillen gjatë emisioneve duhet të promovojnë role që mund të jenë sfiduese për stereotipet tradicionale gjinore që ka shoqëria.

Burrat, gjithashtu, i nënshtrohen stereotipeve në media. Ata, zakonisht, paraqiten me karakteristika të stereotipeve tradicionale gjinore që kanë fuqinë për të kontrolluar dhe për të drejtuar. Në kontrast me cilësitë që u jepen grave, media përpiqet që t'i paraqesë burrat më pak ose aspak në role të kujdesit familjar apo shtëpiak. Portretizime të tilla ka gjasa të ndikojnë në perceptimet në lidhje me atë që shoqëria mund të presë nga burrat dhe gratë, por edhe çfarë burrat dhe gratë presin nga vetja.

Një shembull pozitiv sillet në një nga emisionet e pasdites në të cilin një këngëtar i njohur sjell projektin e ri muzikor dhe në të njëjtën kohë tregon edhe për historinë e tij si baba. Ky shembull sjell në vëmendje që burrat kanë nevojë për hapësirë mediatike për të folur edhe për jetën e tyre personale si prind dhe që hapësira të tilla televizive nuk duhet të jenë në mënyrë ekskluzive vetëm për gratë.

Gjatë bashkëbisedimit në të njëjtën histori, prezantuesja pyet të ftuarin rreth komenteve që njerëzit mund të bëjnë rreth marrëdhënies që do të kenë fëmijët e tij me prindërit: *“Çfarë të kanë thënë [njerëzit]: që ti ke Unën [vajzën] dhe djali do të jetë për mamin?”* Dhe i ftuari përgjigjet se: *“Po, ashtu është se vajzat janë të dashura për babanë [...] unë Unën e du shumë [vazhdon të përshkruajë se cili prej prindërit ka vendosur për emrin e vajzës].* Ndërkaq, prezantuesja thekson se: *“... Kjo është një kënaqësi më shumë për mamanë, vendos ajo [për emrin e djalit]... Ja, që këtu nis marrëdhënia e nënës me djalin.”* Është e rëndësishme që të tregohet kujdes në mënyrën se si trajtohen historitë që sfidojnë stereotipet gjinore.

Në një nga emisionet e mëngjesin, një e moshuar tregon historinë e saj nën titullin *“79 vjeçarja pa burrë dhe pa fëmijë: Gjeta "dashuri" në këtë moshë”* dhe më tej shton se *“...kur je me burrë ke më vlerë, kur je pa burrë je pa vlerë.”*

Bashkëbisedimi, në një emision tjetër të pasdites, fokusohet tek historia e një artisti që theu heshtjen e Covid-19 në Bergamo dhe triumfoi ndaj paragjytimeve, racizmit e jetës së vështirë në shtëpitë e shërbimit social të Italisë. Për të folur rreth kësaj është i ftuar vetë artisti dhe nëna e tij.

Në fund të bashkëbisedimit, fokusi kthehet në statusin e nënës së artistit, në të cilin ai shprehet se: *“Mamanë time e dua shumë dhe mund t'i uroj vetëm gjëra të mira. I uroj të gjejë një shok të mirë që të shijojë muzikën e saj dhe pleqërinë”.* Në vijim të prezantuesja shprehet: *“Një nga urimet më të veçanta që mund të kem dëgjuar, pra një djalë që ka një lidhje të ngushtë me nënën, por aspak egoist për mamanë, do që ajo ta shijoj jetën e saj krahas një burri tjetër.”*

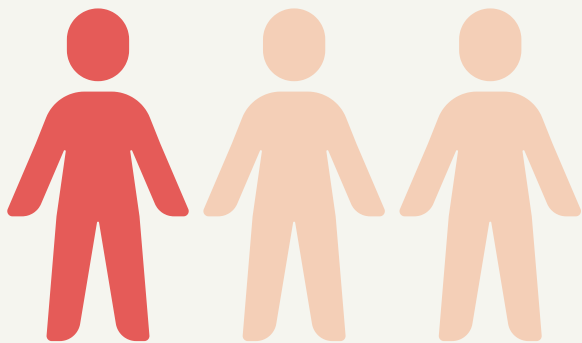
Është me rëndësi që deklarata që përforcojnë stereotipet dhe rolet gjinore gjatë emisioneve të adresohen nga prezantuesit e emisioneve për të dhënë në shoqëri mesazhe që i sfidojnë pritshmëritë e audiencës për rolet tradicionale për burrat dhe gratë.

Të ftuarit jo gjithmonë mund të kenë njohuritë dhe shprehjet për të thyer stereotipet dhe rolet gjinore, por është e nevojshme që prezantuesit të ndërhyjnë dhe të japin mesazhet për të sfiduar stereotipet dhe rolet gjinore.

Gratë dhe vajzat janë më të pak të pranishme si të ftuara në rubrika të caktuara dhe kryesisht në politikë, por në të njëjtën kohë edhe disa histori për gratë dhe të vajzat mungojnë në hapësirat televizive.

Gjithashtu, ka një mungesë të theksuar të historive të grave dhe burrave që thyejnë stereotipet dhe rolet tradicionale gjinore në shoqëri. Po ashtu, edhe disa kategori të grave dhe vajzave janë edhe më pak të dukshme në media, si për shembull: gratë e moshuara apo gratë dhe vajzat që u përkasin pakicave etnike.

DHUNA ME BAZË GJINORE



**1 në 3 gra
kanë përjetuar dhunë**

Dhuna ndaj grave dhe dhuna në familje përbën një problematikë komplekse për të cilën 3 në 4 gra apo 75,4% e grave deklarojnë se dhuna ndaj grave në familje është problem i madh në Shqipëri ku 1 në 3 gra, ose 36,6% e grave kanë përjetuar dhunë (INSTAT, 2019).



Dhuna në familje raportohet në emisionet televizive si histori për të ngjallur interes publik duke vendosur në qendër dhe fajësuar viktimën. Trajtimi që i bëhet historive nga ky këndvështrim jep pak hapësirë për të diskutuar për shkeljen që u bëhet të drejtave të grave dhe vajzave. Historitë mbi dhunën në familje në media ka gjasa të trajtohen në mënyrë që të angazhojnë audiencën që dëgjojnë për “raste të bujshme” dhe japin pak kontekst ose ndjeshmëri ndaj të mbijetuarve të dhunës.

Në një nga emisionet e mesditës nën titullin “Divorcohet nga burri se vjehrra dhe kunata e akuzonin për magji” u trajtua historia e një gruaje, e cila nuk mund të takonte fëmijët e saj pas divorcit me bashkëshortin dhe u diskutua dhuna që kishte ndodhur midis pjesëtarëve të familjes.

SI DUHET TË RAPORTOJNË GAZETARËT RASTET E DHUNËS NË FAMILJE?

Roli i gazetarëve dhe profesionistëve të ardhshëm të medias është i rëndësishëm për të ndryshuar perceptimet dhe qëndrimet në lidhje me dhunën me bazë gjinore.

Është thelbësore që mënyrat aktuale të raportimit të përmirësohen duke bërë përzgjedhje të kujdeshme të temave që kanë të bëjnë me dhunën me bazë gjinore dhe më në veçanti me dhunën ndaj grave dhe vajzave.

Duhet të tregohet kujdes për përzgjedhjen e burimeve që japin informacion rreth historisë, përmbajtjen pamore dhe titujt që shoqërojnë përmbajtjen e historisë.

Në rastet kur dhuna në familje nuk është fokusi i historisë, por nëse gjatë bashkëbisedimit ndalin në pah episode të dhunës, gazetarët dhe redaksia duhet të kuptojë që gratë dhe vajzat e kanë të vështirë të flasin për dhunën. Dhe për këtë arsye, bashkëbisedimi kërkon kujdes për të kuptuar se cilat janë burimet përkatëse për historitë rreth dhunës ndaj grave dhe cila është mbrojtja dhe ndihma që u ofrohet viktimave të dhunës sipas legjislacionit aktual.



GRATË NË POLITIKË

DHE NË VENDIMARRJE

Gratë në politikë dhe vendimmarrje janë më pak të përfaqësuara në media në krahasim me burrat në politikë.

Media i kushton më pak hapësirë grave në politikë dhe rrallë herë ato janë protagoniste politike që diskutojnë me gazetarë ose që paraqesin platformën e tyre politike. Në të shumtën e rasteve, media vendos në qendër të historisë politikanët burra.

Kjo situatë mund të vihet re edhe gjatë vëzhgimit të historive në media të realizuara në kuadër të studimit.

Në emisionet e mëngjesit dhe në emisionet e pasdites nuk është ftuar asnjë grua politike dhe ndërsa në emisionet e mbrëmjes së formatit Talk Show ftohen kryesisht më shumë politikanë (burra) në krahasim me politikanet (gra).

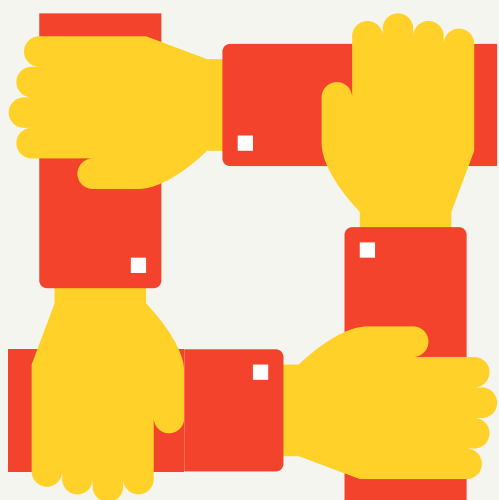
Mediat tradicionale (televizioni, gazetatat dhe radio) përbëjnë ende burimi kryesor i informacionit për jetën politike, ekonomike dhe sociale.

Një media e lirë, e çliruar nga paragjykimet gjinore respekton diversitetin në një shoqëri barazinë midis grave dhe burrave.

Media e ka fuqinë për t'u dhënë qytetarëve njohuri për të marrë vendime të informuara dhe për të marrë pjesë plotësisht në debatet publike duke u kushtuar hapësirë kohore grave dhe burrave në emisionet televizive.

Më shumë
hapësirë
për gratë
politikane në
media.

HAPA TË MËTEJSHME

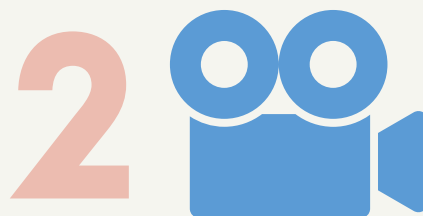


Për të përmirësuar rolin informues dhe edukues të profesionistëve të medias është e rëndësishme që në raportimin e çështjeve gjinore të ndryshohen qëndrimet që krijojnë stereotipe gjinore për burrat dhe gratë. Përmbajtjet e historive nuk duhet të përçojnë mesazhe të diskriminimit gjinor ndaj grave dhe burrave dhe publiku duhet informuar duke prezantuar rolet të reja gjinore të grave dhe burrave në shoqëri.

Në vijim janë disa hapa të mëtejshme për profesionistët e medias.

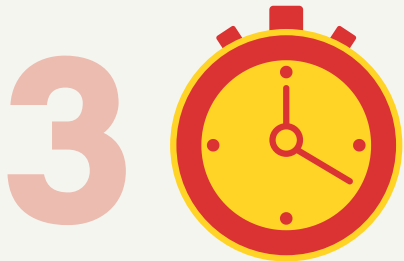


Mbulimi mediatik i historive që kanë në fokus gratë dhe vajzat për të nxitur rritjen e pjesëmarrjes së tyre në median televizive shqiptare.



Ngritja e kapaciteteve të gazetarëve dhe të redaktorëve për çështjet gjinore dhe raportimin e rasteve të ndjeshme, si dhuna me bazë gjinore.

HAPA TË MËTEJSHME



Krijimi i instrumenteve monitorues për të analizuar pjesëmarrjen e grave dhe të burrave në emisionet televizive, si përsëmbull: krijimi i një barometri gjinor në media.



Garantimi për vërtetësinë e lajmit dhe përfshirja e burimeve të ndryshme të informacionit për të parandaluar përdorimin e stereotipeve gjinore në media.



Hartimi dhe zbatimi i Kodit Etik të Brendshëm për të parandaluar përdorimin e gjuhës së urrejtjes për shkak të seksit dhe gjinisë për të luftuar të gjitha format e dhunës ndaj grave dhe vajzave.



Përfshirja e profesionistëve për çështjet gjinore dhe sociale në diskutime për të parandaluar dhe edukuar publikun për të luftuar diskriminimin gjinor në shoqëri.



Informimi dhe edukimi i audiencës për sanksionet e mundshme për shkrimin e komenteve që kanë gjuhë seksiste dhe të urrejtjes në përmbajtje të tyre.

DENONCIMI I GJUHËS SEKSISTE

Çdo person ka të drejtën e njohjes së plotë dhe të gëzojë të drejta dhe liri themelore në mënyrë të barabartë. Media dhe profesionistët e medias duhet të sigurohen që programet e transmetuara të mos përmbajnë mesazhe diskriminuese për audiencën. Është koha për të denoncuar emisionet televizive që përcojnë mesazhe që në përmbajtjen e tyre:

- kanë shkelje të të drejtave të njeriut.
- portretizojnë gratë dhe burrat në kontekste seksuale.
- përdorin gjuhë që nxit dhunën ndaj grave dhe burrave apo ndaj grupeve dhe komuniteteve të ndryshme.
- raportojnë veprimtari apo historitë që krijojnë stereotipe gjinore që dëmtojnë rolin e grave dhe burrave në shoqëri.

Denoncimet për emisionet televizive që kanë gjuhë të urrejtjes apo gjuhë seksiste në përmbajtjen e tyre mund të raportohen në këto adresa online:

Platforma Gjinore - Media 4 Equality:

<http://www.platformagjinore.al/m4e-media-4-equality/>

Autoriteti i Mediave Audiovizive - AMA:

<http://ama.gov.al/contacts/?lang=en>

Këshilli Shqiptar i Medias:

<https://kshm.al/ankesat/>

Komisioneri për Mbrojtjen nga Diskriminimi

<https://www.kmd.al/?lang=en>



www.platformmagjinore.al
www.fuqizimirinor.com



barazinevendimmarrje@gmail.com



Barazi Në Vendimmarrje



Barazi Në Vendimmarrje



@EDM_Network