

DEMOKRACIA DHE TË DREJTAT E NJERIUT

# TË NDRYSHOSH NARRATIVËN PËR GRATË NË MEDIA

Vështrim i dimensioneve të ndryshme të diskriminimit me bazë gjinore në media

**MA Valbona Sulçe Kolgeci**  
Nëntor 2020



Përmirësim i mjedisit të punës së gazetarëve, duke respektuar të drejtat e punës dhe duke fuqizuar gratë dhe vajzat për të patur pozita drejtuese në media.



Vetërregullimi i medias nëpërmjet fuqizimit të organizatave të gazetareve dhe grave në media për të ndërtuar plane strategjike me qëllim përmirësimin e raportimit gjinor.



Forcimi i rregullave për operatorët audiovizivë për dukurinë e diskriminimit gjinor dhe seksizmit në media shoqëruar me edukimin mediatik të audiencave.



# Përmbajtja

<b>1</b>	<b>PËRMBLEDHJE</b> .....	5
<b>2</b>	<b>MEDIA NË SHQIPËRI - VËSHTRIM I PËRGJITHSHËM</b> .....	6
<b>3</b>	<b>PROBLEME SPECIFIKE GJINORE PËR GAZETARET</b> .....	8
3.1	Ngacmimi seksual në vendin e punës.....	8
3.2	Gjuhë fyese/degraduese.....	9
3.3	Paga më të ulëta.....	9
3.4	Përfshirja nga pozicionet drejtuese .....	10
<b>4</b>	<b>NARRATIVA GJINORE NË MEDIA- ÇËSHTJE TË PORTRETIZIMIT GJINOR</b> .....	12
4.1	Përfaqësimi i ulët i grave dhe vajzave në panele televizive.....	12
4.2	Gratë si viktima dhe jo si figura të forta .....	13
4.3	Gjuha e urrejtjes/mizogjenia.....	13
<b>5</b>	<b>NISMA EKZISTUESE</b> .....	15
5.1	UN Women Media Forum.....	15
5.2	Forum i gazetareve femra profesioniste të Shqipërisë.....	15
5.3	AWA- Shoqata e Gruas Shqiptare në Audiovizual .....	15
<b>6.</b>	<b>REKOMANDIME</b> .....	16
	<b>REFERENCA</b> .....	18



## 1

# PËRMBLEDHJE

Ky punim synon të ofrojë një vështrim të dimensioneve të ndryshme të diskriminimit me bazë gjinore në median shqiptare dhe të paraqesë disa propozime për zgjidhje.

Çështja e portretizimit të ndershëm gjinor në media nga njëra anë dhe specifikat e diskriminimit gjinor në tregun e medias për profesionistët gra dhe vajza nga ana tjetër, janë të lidhura ngushtë me njëra tjetrën. Një mjedis pune që diskriminon në bazë gjinie profesionistët e vet, nuk ka gjasa që të prodhojë produkte mediatike të lira nga paragjykimi dhe diskriminimi. Studime në rang global kanë provuar se kultura thelbësisht mashkullore e redaksive, është pengesë për një portretizim të balancuar të grave në lajme. Disa raporte akademike dhe të industrisë së medias, tregojnë se standardet kulturore të anuara nga burrat dhe profesioni, mbizotërojnë në redaksi dhe përqafohen si nga burrat ashtu dhe nga gratë gazetare, duke bërë që identiteti profesional të mbivendoset mbi identitetin gjinor. Kjo është arsyeja pse edhe në redaksi me shumicë gra reportere, nuk kemi një raportim më të mirë gjinor.

Për vite me radhë, çështja e seksizmit në media dhe raportimit jo profesional të çështjeve me bazë gjinore, sidomos dhunës në familje dhe trafikimit të grave dhe vajzave, ka qenë një shqetësim i studimeve, edhe pse të pakta në këtë fushë. Janë bërë përpjekje të shumta, kryesisht nëpërmjet trajnimeve të gazetarëve, për të përmirësuar raportimin në media të diskriminimit gjinor. Megjithatë rezultatet kanë qenë të pakta dhe të ngadalta, pasi niveli drejtues i medias- redaktorë, kryeredaktorë, drejtor informacioni, jo vetëm nuk ka qenë i përfshirë, po as ka dëshmuar vullnet se kërkon ta përmirësojë raportimin. Redaksitë në Shqipëri nuk kanë parime editoriale të shkruara, përveç RTSH-së, dhe Kodi i Etikës së Gazetarit nuk zbatohet.

Nga ana tjetër, përqëndrimi i përpjekjeve formuese vetëm në nivelin e gazetarëve, ka lënë jashtë segmente të tërë të programacionit mediatik, sidomos në televizione, si programet talk show apo programe autor, të cilat kanë një rol të rëndësishëm në përforcimin e stereotipeve të dëmshme gjinore. Shkolla shqiptare e gazetarisë,

por as në Akademinë e Arteve apo shkollat e filmit, ku formohen gjeneratat e reja të profesionistëve të medias, nuk ka një kurrikul të konsoliduar për raportimin me ndjeshmëri gjinore. Në fushën e kuadrit ligjor, Autoriteti i Medias Audiovizive në cilësinë e trupës rregullatore, nuk e ka shumë të qartë dhe as nuk ka kapacitetet për të monitoruar situatën në këtë fushë, duke lënë shteg për abuzime të vazhdueshme të portretizimit seksist të vajzave dhe grave edhe në fushën e reklamave. Gratë dhe vajzat në media, megjithëse përbëjnë mbi 60 përqind të forcës së punës të gazetarëve, p.sh. nuk ia kanë dalë të imponohen si grup interesi brenda sektorit, për shkak të strukturave të dobëta sindikaliste në përgjithësi dhe asaj gjinore në veçanti.

Kjo situatë dëshmon mungesën e politikave të mirëfillta për të adresuar një çështje kaq delikate dhe me rëndësi në ligjërimin publik. Përvoja e deritashme dhe modelet nga vendet e zhvilluara sugjerojnë për një qasje të mirëmenëduar, të koordinuar dhe sidomos të qëllimshme, të të gjithë aktorëve të medias për të ndryshuar narrativën mbi gratë dhe vajzat në media.

## 3 GJËRA QË DUHEN BËRË

Përmirësim i mjedisit të punës së gazetarëve, duke monitoruar zbatimin e Kodit të Punës, ligjit për mbrojtjen nga diskriminimi dhe pajisja me politika të qarta kundër diskriminimit dhe ngacmimit seksual.

Fuqizimi i grave dhe vajzave si drejtuese në media. Askush nuk mundet të ndikojë politikat editoriale apo përmbajtjen e mediave përveç drejtuesve. Sa më shumë gra në drejtim në media aq më mirë. Gjithashtu, nevojitet një frymë e re drejtimi dhe menaxhimi, ku barazia gjinore nuk është shtojcë, por pjesë thelbësore e zhvillimit të organizatës.

Fuqizimi i organizatave të gazetarëve dhe grave në media për të ndërtuar plane strategjike me qëllim përmirësimin e raportimit gjinor. Ndryshime në Kodin e Etikës ku të përfshihet seksizmi si shkelje etike dhe forcim i rregullave për operatorët audiovizivë për dukurinë e diskriminimit gjinor dhe seksizmit në media.

## 2

## MEDIA NË SHQIPËRI - VËSHTRIM I PËRGJITHSHËM

Peizazhi mediatik shqiptar është mjaft dinamik dhe i pasur në numra, megjithëse shifrat nuk transformohen medoemos në pasuri dhe shumëllojshmëri në përmbajtje. Megjithëse shtypi i shkruar duket qartë se është në rënie, duke pasqyruar edhe prirjet botërore, ka akoma në qarkullim 18 gazeta të përditshme për një popullsi me më pak se tre milionë banorë. Situata financiare e mediave audiovizive duket të jetë disi më e mirë se ajo e shtypit të shkruar, por edhe raporti i numrit të radiove dhe televizioneve për banorë është i lartë. Sipas Autoritetit të Mediave Audiovizive, aktualisht ka 51 stacione radioje lokale; katër stacione radio komunitetesh, që i shërbejnë bashkësive më të mëdha fetare në vend; dy stacione radio private kombëtare; si dhe radioja publike me katër degë të saj në rrethe. Po kështu, ka 45 stacione televizioneve lokale, 87 televizione kablllore, pesë platforma kombëtare digjitale me programet e tyre respektive, si dhe platforma digjitale e Radio Televizionit Publik me 12 kanalet e saj.

Ndërkohë ka patur edhe një rritje të dukshme të mediave online, veçanërisht gjatë këtyre viteve të fundit. Meqë mediat në internet nuk e kanë të detyrueshme që të regjistrohen, nuk ka informacion mbi numrin e saktë të tyre, por Unioni i Gazetarëve Shqiptarë llogarit se ka rreth 800 media shqiptare online. Shtimi i mediave në internet është nxitur nga zhvillimet teknologjike, si dhe nga përmirësimi i aksesit në internet në vend. Sipas të dhënave nga Statistika të Internetit nëpër Botë, niveli i depërtimit të internetit arriti në 73.5% për qind në qershor të vitit 2019,<sup>1</sup> ndërsa të dhënat nga Enti Rregullator Kombëtar i Komunikacioneve Elektronike tregojnë se në tremujorin e tretë të vitit 2019, numri i përdoruesve aktivë të aksesit broadband në Internet nga rrjetet celulare në T4, ishte rreth 1.7 milionë. Po kështu, përdorimi i mediave sociale është rritur ndjeshëm, ku Facebook është rrjeti social më i përdorur me 1.4 milionë përdorues<sup>2</sup>.

Këto statistika, si dhe fakti që nuk ka asnjë pengesë për

përdorimin e mediave të çfarëdo lloji në vend, flasin qartë për një shumëllojshmëri alternativash për publikun në zgjedhjen e organeve të medias.

Lidhur me konsumin e medias tek shqiptarët, një anketë e vitit 2019 realizuar nga INSTAT me 16 mijë persona<sup>3</sup>, tregoi se televizioni është media dominuese: 91% e grave dhe 88% e burrave shikojnë televizor të paktën një herë në javë. "Lajmet, telenovelat dhe debatet politike janë një mjet i rëndësishëm për kalimin e kohës nga shqiptarët. Burime të tjera informacioni janë gazetatat (17% e grave dhe 25% e burrave lexojnë gazeta të paktën një herë në javë) dhe radio (15% e grave dhe 30% e burrave dëgjojnë radio të paktën një herë në javë). Vetëm 8% e femrave dhe 10% e meshkujve nuk janë të ekspozuar ndaj asnjë prej tre mediave tradicionale." Gjithashtu, anketa doli në përfundimin se përdorimi i internetit është shumë i përhapur dhe meshkujt e përdorin më shumë se femrat (84% kundrejt 73%).

Një tjetër raport<sup>4</sup> thotë se televizioni është edhe mediumi më i besuar, ndjekur nga radio, gazetatat, mediat online, mediat sociale, por audienca e televizionit karakterizohet nga persona më pak të arsimuar dhe më të vjetër në moshë.

Përsa i takon pronësisë në mediat audiovizive, tregu konsiderohet me përqendrim të lartë në duar të 4 kompanive familjare, të cilat kanë në pronësi jo vetëm media të tjera si p.sh. gazeta, media online, shtëpi botuese, shtëpi regjistrimi muzikor, prodhim reklamash, por edhe biznese të rëndësishme në fushën e ndërtimit, prodhimit të birrës, arsimit të lartë, shëndetësisë, etj. Këto lidhje i bëjnë kompanitë mediatike shumë të varura

1 <https://www.internetworldstats.com/stats4.htm#europe>

2 <https://www.internetworldstats.com/europa2.htm#al>

3 <https://www.monitor.al/anketimi-i-instat-nentë-nga-dh-jetë-shqiptarë-janë-të-ekspozuar-ndaj-mediave/>

4 <http://www.institutemedia.org/ep-content/uploads/2020/01/Imazhi-i-Medias-te-publiku-dhe-media-trust-ne-Shqiperi.pdf>

nga tenderat e qeverisë, duke minuar pavarësinë e tyre. Një tjetër karakteristikë e tregut të mediave në Shqipëri, është numri i madh i televizioneve informative të formatit 24/7. Më shumë se 7 stacione televizive janë të këtij formati, ndërsa televizionet gjeneraliste i kushtojnë një hapësirë të madhe të programacionit të tyre, bisedave në studio, të tipit talk show. Kontrolli politik mbi agjencitë e lajmeve, organet mediatike dhe shpërndarjen e rrjeteve, konsiderohet gjithashtu i lartë.

Që prej rrëzimit të diktaturës në vitin 1991, Shqipëria është kategorizuar vazhdimisht si një vend pjesërisht i lirë në renditjen e përvitshme që bëjnë organizata të mbrojtjes së të drejtave dhe lirive të njeriut.<sup>5</sup> Sektori mediatik i vendit ka njohur zhvillime të vullshme me kah ngjithës përpara i takon teknologjisë dhe mjeteve të punës. Shifra e punonjësve të medias ka ardhur duke u shtuar vazhdimisht edhe me hapjen e një numri të madh mediash online, duke krijuar idenë e një tregu pluralist mediatik. Megjithatë problemet e vazhdueshme në marrëdhëniet e punës për gazetarët, si p.sh. mosformalizimi i marrëdhënieve të punës ose/ dhe moszbatimi i kontratave, shpërblimi financiar dhe

faktorë të tjerë që lidhen me të, respektimi i kushteve të punës, largime të padrejta nga puna, siguria në punë për shkak të kërcënimeve për shkak të detyrës, etj., e kanë gërryer këtë mjedis duke sjellë largime të gazetarëve nga profesioni. Për herë të parë, në vitin 2019, kemi rënien e numrit të punonjësve të medias, nga 6200 në 5900 vetë. Arsyeja kryesore lidhet me mbylljen e disa mediave, por edhe me largimet e gazetarëve nga profesioni për shkak të pakënaqësive me kushtet e punës. Raportohen shkurtime të redaksive dhe paralajmërohen mbyllje të mediave lokale, si rezultat i procesit të dixhitalizimit<sup>67</sup>. Gjithashtu disa studime<sup>8</sup> gjatë viteve 2018-2019, kanë treguar se punësimi në sektorin e medias vazhdon të mbetet problematik, për shkak të mungesës së kontratave formale të punës, vonesës së rrogave dhe pagave të ulëta. Situata e pandemisë së koronavirusit që vazhdon prej marsit 2020, ka sjellë vështirësi të shtuara për mediat në Shqipëri, të cilat kanë shkurtuar më tej numrin e punonjësve duke pakësuar dhe numrin e programeve që transmetojnë. Mediat nuk ishin përfituese të paketës së ndihmës për biznesin nga qeveria për periudhën e parë të pandemisë.

5 [https://freedomhouse.org/sites/default/files/feb2019\\_fh\\_fitë\\_2019\\_Report\\_Forëeb-compressed.pdf](https://freedomhouse.org/sites/default/files/feb2019_fh_fitë_2019_Report_Forëeb-compressed.pdf)

6 [http://www.osfa.al/sites/default/files/peizash\\_i\\_medias\\_online.pdf](http://www.osfa.al/sites/default/files/peizash_i_medias_online.pdf)

7 [reporter.al/kostot-e-dixhitalizimit-mbyllin-televizionet-lokale/](http://reporter.al/kostot-e-dixhitalizimit-mbyllin-televizionet-lokale/)

8 <https://idracompany.com/files/ALB-Studimi%20mbi%20hendekun%20e%20aft%C3%ABsive%20n%C3%AB%20media.pdf>

## 3

## PROBLEME SPECIFIKE GJINORE PËR GAZETARET

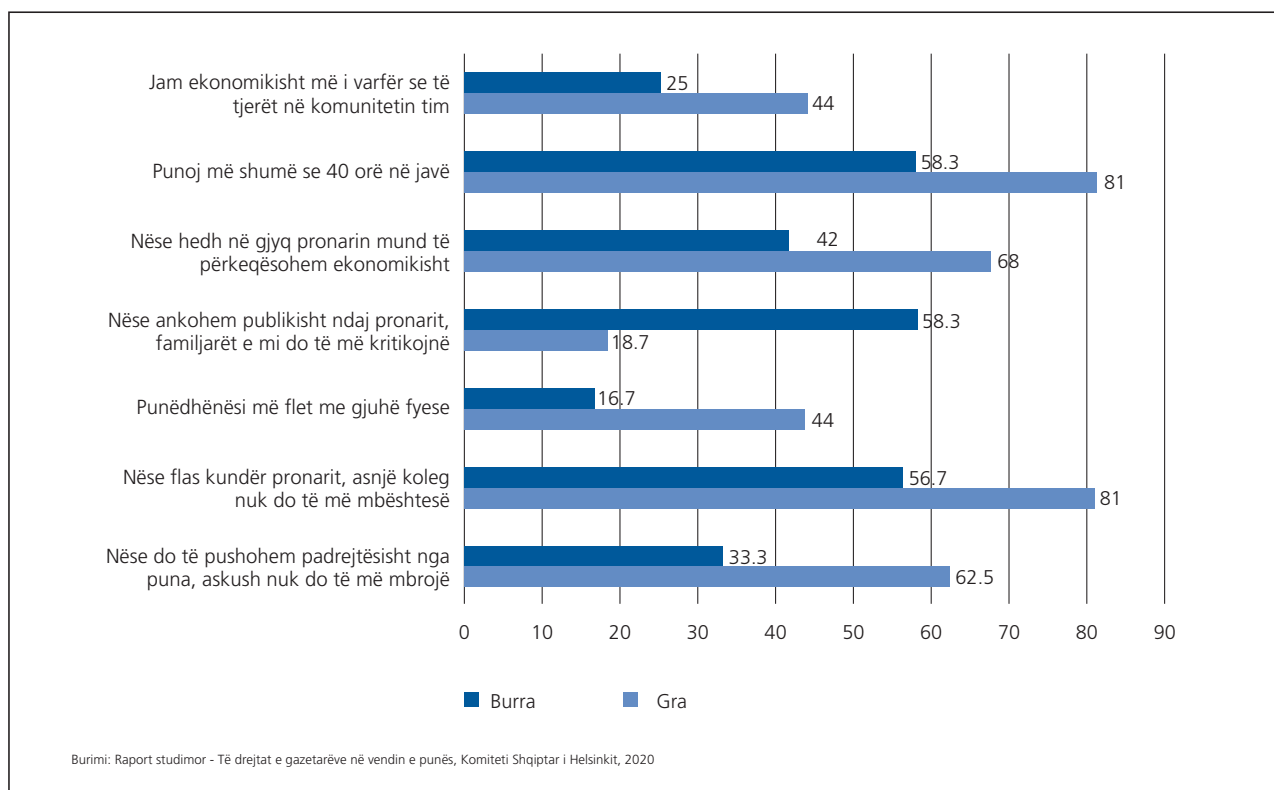
Studimet kanë nxjerrë në pah se gjinia luan rol në shkeljen e të drejtave të punës së gazetarëve. Kështu, në studimin e fundit cilësor në një analizë krahasimore në bazë të gjinisë, është vërejtur se ndaj grave dhe vajzave gazetare shpesh kryhet një numër më i lartë shkeljesh, krahasuar me kolegët e tyre burra.

### 3.1 NGACMIMI SEKSUAL NË VENDIN E PUNËS

Gratë janë shpesh viktimat të ngacmimit seksual në ambientin e punës, çka ndodh edhe sepse kryesisht punëdhënësit janë burra, të cilët shfrytëzojnë pushtetin e tyre. Kur u pyetën për

Grafiku 1:

**Opinionet e gazetarëve kundrejt gazetarëve lidhur me disa nga këto çështje.**



Në morinë e problemeve në mjedisin e punës për gazetarët, vërehen disa specifika për gazetarët që kanë të bëjnë me:

- Ngacmimi seksual në vendin e punës
- Gjuhë degraduese/fyese ndaj gazetarëve
- Paga më të ulëta
- Përrjashtim nga pozicionet drejtuese

këtë temë, 25 % e gazetarëve të anketuara, u shprehën se ndihen nën tryzni prej eporëve burra. Ndërkohë 31% e tyre u shprehën se njohin raste ku kolegët e tyre janë ngacmuar seksualisht në ambientet e punës.

Edhe pse nuk e pranojnë me zë të lartë, mungesa e politikave të qarta kundër diskriminimit gjinor dhe



ngacmimit seksual në kompanitë mediatike, flet për një mosdëshirë dhe vullnet nga ana e tyre për ta trajtuar seriozisht problemin. Ligji për mbrojtjen nga diskriminimi, detyron çdo sipërmarrje të ketë politika kundër diskriminimit dhe hallka të raportimit të incidenteve, por kompanitë shqipare të mediave shquhen për një organizim vertikal të monopolizuar të punës, që zbret nga pronari tek punonjësi, duke u lënë pak rol drejtorive të burimeve njerëzore, të cilat janë ende në konsolidim e sipër.

Edhe fakti që lëvizja *Me too* pati një jehonë të vakët në Shqipëri, tregon se ngacmimi seksual në Shqipëri mbetet një temë tabu në përgjithësi dhe sektori i medias nuk përbën përjashtim. Vetëm tre programe televizive u organizuan asokohe për të folur për këtë çështje dhe sërish shembujt u dhanë dhe u kërkuan në sektorin e kinemasë, për analogji me Hollivudin, pa guxuar të hapet diskutimi për sektorin e medias. Edhe vetë Unioni i Gazetarëve, si organizata më e madhe për mbrojtjen e të drejtave të gazetarëve në vend, nuk e pranon se ngacmimi seksual është një problem në vendin e punës, duke pohuar se këto janë raste sporadike dhe minimale.

### 3.2 GJUHË FYESE/DEGRADUESE

Gjuha fyese dhe degraduese në mjedisin e punës, është raportuar gjithashtu si një problem më i madh për gazetarët sesa për kolegët e tyre burra dhe djem. 44% e gazetarëve të anketuara u shprehën se punëdhënësi iu flet në gjuhë fyese. Ndërkohë, vetëm 16.7% e gazetarëve të anketuar raportuan të njëjtën gjë. Gjithashtu, duhet theksuar se gratë përjetojnë më keq shkeljet që iu bëhen gazetarëve, pavarësisht gjinisë. Për shembull oraret e zgjatura, apo puna në orët e vona, shpesh kanë një peshë më të madhe për gratë, në ato raste kur atyre iu duhet të përmbushin pritshmëritë familjare të një shoqërie me mentalitet patriarkal, që e inkurajon rolin e gruas si përgjegjëse për punët e shtëpisë.

Gjuha fyese/degraduese është vërejtur ndaj gazetarëve edhe në komunikimin publik. Kreu i qeverisë Edi Rama është kritikuar për intimidimin e gazetarëve në debate dhe në raste të veçanta, kjo ka rënduar mbi gazetarët, duke vënë theksin në role të tjera të tyre, si p.sh. nëna. Në një emision të disa viteve më parë, ai iu drejtua znj Ilva Tare me pretendimin se nuk ishte përgatitur siç duhej, pasi ishte bërë prej pak kohësh nënë dhe si e tillë kishte qenë e zënë.<sup>9</sup> Ose krahasimet e pavend lidhur me personazhe të botës së krimit në filma (znj Eni Vasili) apo etiketimi si "të paditura" rreth çështjeve që trajtoreshin (znj Klodiana Lala<sup>10</sup>). Në një rast tjetër, kryetari i Akademisë së Shkencave Skënder Gjinushi, ftoi gazetarën të "qetësohej" pas pyetjes që ajo i bëri për rizgjedhjen

e tij në krye të detyrës<sup>11</sup>. E gjithë kjo klimë degraduese ndaj grave në përgjithësi, ngre krye edhe në debatet mes figurave publike, si p.sh. mes aktorit Julian Deda dhe gazetares Mira Kazhani<sup>12</sup>, apo në debatin midis analistit Frrak Çupit dhe gazetares Sonila Meço<sup>13</sup>.

Nëpërmjet këtij trajtimi të gazetarëve në debatet publike, u jepet një sinjal aspak i dobishëm trolsave të internetit, të cilët komentojnë pa etikë dhe me sulme të gjuhës së urrejtjes ndaj çdo gazetares që përfshihet në debat. Në ndonjë rast, kjo gjuhë urrejtjeje manifestohet edhe me sulme në publik, siç ishte rasti i gazetares Klodiana Lala, e cila u sulmua verbalisht nga përkrasësit e ish ministrit të brendshëm Saimir Tahiri, jashtë mjedisëve të Kuvendit të Shqipërisë, gjatë kohës që po e intervistonte këtë të fundit për procesin e hapur nga Prokuroria për përfshirje në trafikun e drogës.

### 3.3 PAGA MË TË ULËTA

Çështja e pagesave të ulëta është një problematikë që shoqëron sektorin e medias prej vitësh, pavarësisht gjinisë. Gazetarët ankohen se nuk paguhet në nivelin e punës së tyre, madje në rrethe, kjo pagesë bie edhe nën minimumin jetik ndonjëherë. Në këtë kuadër, çështja e pagave të pabarabarta për shkak të gjinisë, shoqërohet me një polemikë të vazhdueshme, pasi palët nuk bien dakord se dukuria ekziston. Sipas studimit të fundit mbi "Të drejtat e gazetarëve në vendin e punës, KSHH, 2020", vetëm 3.33% e të anketuarve mendojnë se burrat paguhet më shumë se gratë, kundrejt 30% që thonë se paguhet njëllë. Megjithatë 81% e gazetarëve shprehen se punojnë më shumë se 40 orë në javë, ato raportojnë të jenë më keq ekonomikisht se sa gazetarët burra. Kjo situatë ekonomike, i pengon gazetarët që t'i rifitojnë të drejtat e tyre gjyqësisht, sidomos në kushtet e një informaliteti të lartë të punës për shkak të mungesës së kontratave. Kështu, 68% e gazetarëve të anketuara shprehen se nëse do të padisin punëdhënësin, situata e tyre ekonomike mund të përqeshohet edhe më tepër. Menaxherët e mediave nuk e pranojnë që një gjë e tillë ndodh në institucionet e tyre.

Çështja e pagave më të ulëta për gratë, reflektohet edhe në pagesën e lejes së lindjes, e cila në shumë raste nuk iu garantohet e plotë gazetarëve. Edhe në rastet kur punëdhënësi ua njeh lejen e lindjes, duke qenë se rroga e tyre nuk deklarohet e plotë, shpërblimi që ato marrin është shumë më i vogël seç duhet të ishte, nëse punëdhënësi nuk do shkelte ligjin.

9 <https://politiko.al/ske-faj-qe-sje-pergatitur-ilva-tare-flet-per-ndodhinë-me-edi-ramën>

10 <https://opinion.al/tjetër-përplasje-rama-lala-ku-fiket-kjo-gazetarja-nuk-mund-të-gënjesh/>

11 <https://shqiptarja.com/lajm/i-sapozgjedhur-kryetar-gjinushi-i-kthehet-gazetares-je-shumë-e-eksituar-shko-mjekohu>

12 <https://sot.com.al/aktualitet/gazetaruce-e-deshtuar-gjej-një-burrë-plas-sherri-mes-jul-dedes-dhe-mira-kazhanit-mesa>

13 <https://exit.al/këshilli-shqiptar-i-medias-dënon-sulmet-e-frrok-çupit-ndaj-sonila-meços/>

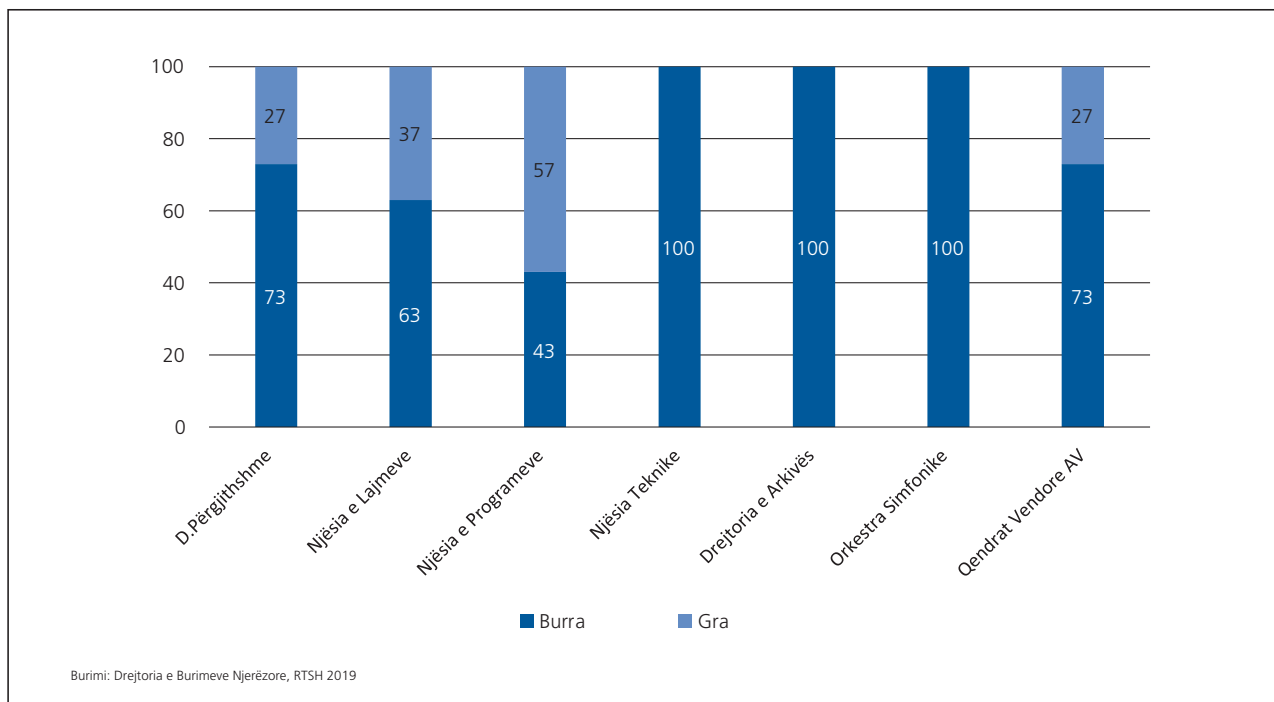
### 3.4 PËRJASHTIMI NGA POZICIONET DREJTUESE

Në vitin 2017, Shqipëria u rendit poshtë mesatares së vendeve të BE-së në Indeksin e Barazisë Gjinore në fushën e pushtetit social të grave, që mat përfaqësimin në organet e bordeve organizative të kërkimeve shkencore,

medias dhe sportive kryesore. Si shembull u soll fakti se përfaqësimi i grave në Këshillin Drejtues të RTSH-së, ishte vetëm 9.1 % krahasuar me 36% që është në vendet e BE-së. Situata vazhdon të mbetet e tillë edhe në vitin 2020, madje është përkeqësuar, pasi në rinovimin e Këshillit Drejtues, Parlamenti votoi në shumicë absolute burra duke e çuar në zero kuotën e grave në këtë Këshill. Kjo

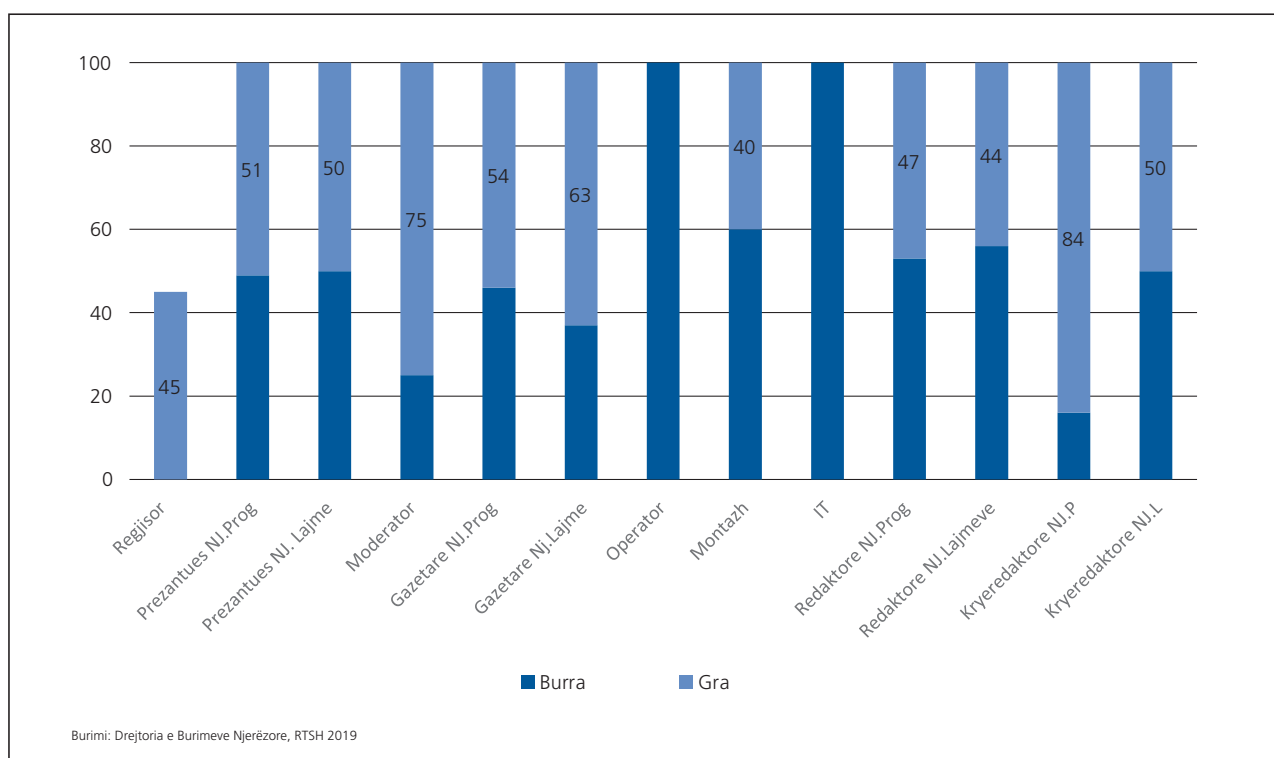
Grafiku 2:

**Gratë në pozicione drejtuese RTSH %**



Grafiku 3:

**Përbërja gjinore në sektorët e krijimtarisë RTSH %**



gjë ndodhi edhe pas thirrjeve të vazhdueshme të bëra nga organizatat e grave, si Gruaja Shqiptare në Audiovizual, AWA për respektim të ligjit të barazisë gjinore dhe ndryshim të dispozitave në Ligjin për Mediat Audiovizive.

Kupola drejtuese e RTSH-së gjithashtu është e përbërë në shumicë absolute nga burra - drejtori i përgjithshëm, zv/drejtori, drejtori i njësisë së lajmeve, drejtori i njësisë së programeve dhe drejtori i njësisë teknike. Shifra të tjera të pozicioneve në departamente, tregojnë po ashtu për mbizotërim të burrave.

Në sektorin privat të medias, e cila mban dhe peshën e luanit në pikëpamje të peshës së tregut mediatik, gazetaret vërejnë diskriminim në caktimin e pozicioneve të punës, ndërsa për burrat/djemtë, kjo gjë justifikohet.

*«Ka diskriminim gjinor, e shoh te pjesa e drejtuesve, kryeredaktorëve dhe drejtues mediash. Nuk e di pse*

*mendojnë që vetëm burrat e bëjnë këtë pozicion, ka dhe burra të aftë, nuk them, por edhe zonja. »*

(Gazetare, media vizive)

*«Unë di një rast që një gazetë kërkonte një reporter vetëm djalë, sepse vajza do martohet dhe do ketë detyrime. Në televizion i preferojnë më shumë djemtë, po vajzat punojnë më shumë, por paguhen më pak. Reporteret e reja çohen më së shumti në vende të vështira se janë më të shkathëta, kemi vajza shumë të mira dhe kemi djem që janë me të mefshtë dhe megjithatë mbështetja ndaj djemve, është më e madhe.»*

(Gazetar, media vizive)

Kryeredaktorët janë në një masë absolute burra, me përjashtim të Euronews Albania, ashtu si edhe autorët e programeve më të ndjekur talk show, ku kemi sërish vetëm dy gra (znj Eni Vasili dhe program i saj Open dhe znj Sonila Meço me programin e saj Tempora).

## 4

## NARRATIVA GJINORE NË MEDIA- ÇËSHTJE TË PORTRETIZIMIT GJINOR

Sipas Indeksit të Normave Sociale Gjinore të UNDP-së 2020, 91% e burrave dhe 86% e grave në 75 vende të botës që përfaqësojnë 85% të popullsisë, ka të paktën një paragjykim ndaj grave.

Mediat kanë një rol qendror për përfaqësimin e grave në shoqëri, nëpërmjet mënyrave të raportimit dhe pasqyrimin të rolit dhe jetës së tyre. Gratë gjithashtu përbëjnë të paktën gjysmën e audiencës potenciale të çdo media të zakonshme. Një media e pavarur, e lirë dhe efektive, ofron një platformë unike për të angazhuar qytetarët me idenë e arritjes dhe ruajtjes së një balance të barabartë gjinore brenda shoqërisë. Faktet e medias shqiptare provojnë se mediat mund të jenë si faktor negativ, ashtu edhe pozitiv: ato mund të jenë ose përcues të diskriminimit gjinor, duke paraqitur imazhe stereotipike dhe sensacionale të grave, ose mund të ofrojnë një mbulim të balancuar që fuqizon gratë, duke ekspozuar rastet e pabarazisë gjinore.

Natyrisht, gazetarët nuk mund të mbahen përgjegjësit e vetëm për gjallimin e pabarazisë gjinore. Gazetarët janë vetëm një pjesë e industrisë mediatike, që na përcjell imazhe të deformuara ose klishe të gruas dhe burrit, përfshirë reklamat, filmat artistikë, showbiz-i, programet zbavitëse, etj. Por, si informues dhe mbikëqyrës të jetës sonë publike, gazetarët kanë një rol të rëndësishëm në ndryshimin e gjendjes dhe përmirësimin e raportimit me perspektivë gjinore. Ndaj nëse gazetarët/gazetaret do të kuptojnë dhe do të binden për rëndësinë e pasqyrimin të drejtë gjinor në raportimet e tyre, do të kemi pasqyrimet mediatike më të mira që sfidojnë stereotipet. Do t'i mbrojnë më mirë argumentet e tyre për shkrimet që duhet të bëhen, për rrjedhojë do të kemi më pak tituj sensacionalë të vendosur nga redaktorët, më pak kryetituj të vendosur nga kryeredaktorët e kështu me rradhë.

Gazetarët janë një hallkë kyçe në zinxhirin e madh të medias dhe mund të jenë një faktor ndryshimi në mediat ku ata punojnë, pasi nëse përqafojnë këtë stil raportimi, ata mund të ndikojnë edhe në sektorët e tjerë, si në reklama dhe emisione zbavitëse.

Në përgjithësi, nuk mund të thuhet se mediat shqiptare kanë përbushur rolin e tyre në ngritjen e vetëdijes dhe raportimit të çështjeve gjinore në mënyrë të kënaqshme. Megjithatë nga viti në vit ka patur progres në përmirësimin e raportimit për çështje të barazisë gjinore, sërish ai mbetet i pamjaftueshëm për të ofruar një model të qëndrueshëm për t'u ndjekur.

Në këtë kontekst, disa analiza të diskutit të prodhuar nga mediat mbi portretizimin e grave në shoqëri dhe krahasimi me atë të meshkujve, kanë zbuluar se tre janë problemet themelore:

### 4.1 PËRFAQËSIMI I ULËT I GRAVE DHE VAJZAVE NË LAJME DHE PANELE TELEVIZIVË

Studimi i fundit tregoi se në emisionet televizive, rreth 73% e të ftuarve janë burra, ndërsa vetëm 27% e tyre janë gra. Studimi i realizuar nga organizata Pro-LGBT në bashkëpunim me ambasadën gjermane në Shqipëri, monitoroi 109 emisione televizive dhe 293 artikuj të medias së shkruar në periudhën mars-gusht 2020. Më herët, studime të tjera kanë konfirmuar të njëjtën prirje. Është shtuar larmia e profesioneve, ndërkohë që figura fikse e gazetares ka shërbyer për të mbyllur hendekun e madh me gjininë tjetër. Në përgjithësi, figura e gruas në programet talk show të aktualitetit, është në dimensionin profesional, jo e lidhur me persona të tjerë ose role gjinore tradicionale. Rrallë ftohen në statusin e nënës, motrës, bashkëshortes së dikujt. Këtu bëjnë përjashtim emisionet sportive, ku gruaja shihet më së shumti në rolin e tretë, si objekt seksual.

Ka mungesë të theksuar të grave në debatet politike televizive, me përjashtime të rralla, që përforcojnë stereotipin e përhapur se "politika është punë për burra". Përfshirja e gazetares në programet talk show është një prirje, e cila zbut ndjeshëm mos-ekuilibrin e të ftuarve nga pikëpamja gjinore edhe në tema si ekonomia, siguria, drejtësia. Megjithatë është e rëndësishme që të kuptohet që edhe tema "të rënda" si ekonomia, kanë personalitete

gra dhe vajza, të cilat janë ekonomiste, financiere apo analiste ekonomike që duhet të bëhen të dukshme, pasi deri tani edhe për ekonominë flasin në shumicë burrat.

Seksualizimi i figurës së gruas përmes moderatorëve të emisioneve sportive, është shumë i pranishëm në televizionet shqiptare. Mungon një debat i mirëfilltë profesional lidhur me këtë temë.

Është vënë re që kur autorët e programeve janë gra dhe vajza, ka një vëmendje të shtuar ndaj problematikës së barazisë gjinore. Aurora Sulçe, producente në A2 CNN p.sh., e ka deklaruar qëllimin e saj për tu dhënë hapësirë grave sipërmarrëse në programin e saj.

## 4.2 GRATË SI VIKTIMA DHE JO SI FIGURA TË FORTA

Përqëndrimi i lajmeve tek kronika e zezë dhe politika, ka sjellë nga ana tjetër edhe mbizotërimin e figurave gra dhe vajza në pozicionin e viktimës. Kjo është një prirje globale pasi në shekullin e fundit gratë edhe pse janë përfaqësuar në median e lajmeve në raportin 1 me 5, ato gjenden më së shumti në histori krimi/dhune dhe personazhe VIP. Gratë janë shumë më pak të pranishme në lajmet politike. Ka pak profile/portrete grash në pozita të forta si drejtuese p.sh., police, ushtarake, ekonomiste, sipërmarrëse, gjë që përforcon idenë e statusit inferior të gruas në shoqëri. Televizionet i mëshojnë më shumë grave si nëna, amvisa, apo bashkëshorte, të dhëna pas modës, bukurisë dhe pamjes së jashtme. Kjo është një narrativë e shtrembëruar e realitetit pasi merret vetëm me sipërfaqen dhe atë që shkon keq, duke mos i lejuar gratë dhe vajzat në anën tjetër që të shohin modele pozitive të cilave duan tu ngjajnë. Një aksiomë e njohur thotë se ti nuk mund të bëhesh diçka që nuk e sheh.

Modelet e deformuara të gruas dhe vajzës në ekrane sidomos, po edhe në portale, të cilat janë kthyer në revista gati pornografike, po e dëmtojnë vetëimazhin e vajzave të reja dhe po i japin frymëmarrje dhunës me bazë gjinore. Është shumë e lehtë të kalohet në dhunë fizike pasi ti ke objektifikuar gruan dhe vajzën në ekrane dhe kulturë. Ndaj nëse duam t'i vëmë fre këtij fenomeni, duhet që të rregullojmë edhe paraqitjen e grave dhe vajzave në media, në respekt të dinjitetit dhe profesionalizimit. Edhe në paraqitjen e rasteve të dhunës, ka disa parametra që duhen zbatuar profesionalisht, të cilat gjenden në një botim të UNESCO-s, përkthyer edhe në shqip, "Treguesit me ndjeshmëri gjinore në media".

Analiza e kronikave për dhunën ndaj gruas në mediat shqiptare, tregon se ajo nuk përmbush standardet e kërkuara për këtë lloj teme lajmi, sepse mungon informacioni kontekstual dhe statistikat për ta paraqitur dhunën gjinore si një problem shoqëror më shumë sesa një problem individual ose tragjedi personale; mungojnë përfshirja e informacioneve lokale që ofrojnë mbështetje dhe shërbime për personat e prekur nga dhuna gjinore;

historitë për dhunë me bazë gjinore zënë vendin e parë vetëm kur ato përfundojnë me humbjen e jetës, çka tregon prirjen për t'i konsideruar histori të tilla si kronikë e zezë apo reality show, më shumë sesa si kronikë problemore/ sociale.

Në median televizive shqiptare, mbizotëron mbulimi sensacionalist i dhunës ndaj gruas, pa kontekst dhe thellim në shkaqet dhe politikat. Dhuna me baza gjinore, vazhdon të trajtohet si çështje e kronikës së zezë, jo si problem social.

Pabarazia gjinore nuk zë vend në temat lajmore. Mungon perspektiva gjinore në trajtimin e lajmeve nga të gjitha fushat.

Organizatat e shoqërisë civile, janë të shqetësuara për narrativën që rrethon gratë, viktimat të dhunës në Shqipëri. Më shumë se një herë, ato u kanë bërë thirrje gazetarëve të respektojnë normat profesionale të raportimit, duke mos ekspozuar personin, por dukurinë. "Shprehim shqetësim dhe indinjatë për rastet abuzive të njëpasnjëshme të përsëritura, të publikuara në median online të cilat nxisin gjuhën e urrejtjes dhe dhunën bazuar në gjini, shkelin Kodin e Etikës dhe të drejtën e privatësisë, duke publikuar dhe identifikuar lehtësisht viktimën, pa marrë parasysh ndikimin e përmasave të ngjarjes në mirëqenien e saj," thuhej në një deklaratë për shtyp nga organizata "Gruaja tek Gruaja", pas ngjarjes makabre të përdhunimit të një të miture nga roja i shkollës në maj të këtij viti .

Disa përpjekje për të futur konceptet e gazetarisë konstruktive apo të gazetarisë me bazë zgjidhjen, janë ende embrionale dhe shumë të vështira për të arritur mjediset reale të gazetarisë, ku veprojnë ende praktikatat e jetra sensacionaliste dhe me shkelje etike.

## 4.3 GJUHA E URREJTJES/MIZOGJENIA

I njëjti monitorim 5-mujor i mediave televizive dhe atyre online në Shqipëri, zbuloi se gjuha e urrejtjes dhe e diskriminimit vazhdon të jetë e gjithëpërfhapur dhe shënjestron më së shumti gratë dhe komunitetet e marginalizuara. "Gratë përbëjnë grupin më të madh të prekur nga gjuha e urrejtjes/seksizmit/diskriminimit, ku në 68.9% të artikujve gazetareskë apo emisioneve, janë identifikuar raste të përdorimit të gjuhës së urrejtjes ndaj grave", thuhet në raport.

Gjuha e urrejtjes përkufizohet si gjuhë e cila mbulon të gjitha format e shprehjes të cilat shpërndajnë, nxisin, promovojnë, apo justifikojnë urrejtjen racore, ksenofobinë, anti-semitizmin, apo format e tjera të urrejtjes bazuar në intolerancë.

Monitorimi tregon se kategoritë më të targetuara në Shqipëri janë gratë, të ndjekura nga komuniteti Rom dhe Egjiptian, komuniteti LGBT, komunitetet fetare si edhe personat me aftësi të kufizuara.

Një debat i ditëve të fundit midis analistit Frrok Çupi dhe ish deputetes Grida Duma, ka ndezur edhe një herë diskutimet lidhur me rolin e medias në nxitjen e gjuhës mizogjene apo parandalimin e saj nëpërmjet rregullave më të forta, ndërhyrjeve të moderatorëve, deri dhe bojkotit të personave që përdorin gjuhë mizogjene në ekrane.

Gjuha e urrejtjes ndaj grave është më shumë e pranishme

në seksionin e komenteve në mediat online, për shkak të mungesës së filtrave redaksionalë dhe mungesës së stafit të nevojshëm për këto seksione. Në shënjestër janë kryesisht politikanet dhe vajzat apo gratë e showbizit. Një nismë e ish deputetes Majlida Bregu për një projektligj që dënonte gjuhën e urrejtjes online ndaj grave, mbeti e papërfunduar.

## 5

## NISMA EKZISTUESE

Ndër vite, janë bërë përpjekje për të adresuar çështjen e diskriminimit gjinor në media nëpërmjet nismave të ndryshme. Qëllimi i tyre ka qenë formësimi i një vetëdijeje gjinore brenda medias për të sheshuar diskriminimin dhe përmirësuar portretizimin e grave në mediat shqiptare. Duke parë trajektoren e tyre, mund të nxjerrim disa përfundime mbi atë se çfarë mund të bëhet më mirë në të ardhmen për të parë më shumë rezultate.

### 5.1 UN WOMEN MEDIA FORUM

Në vitin 2012, UN Women në Shqipëri themeloi Forumin e Mediave të Grave, në kuadër të fushatës së 16 ditëve kundër dhunës me bazë gjinore. Ideja ishte që mediat e drejtuara nga gratë, kryesisht revista, programe dhe portale, të angazhoheshin me mesazhe kundër dhunës ndaj grave. Gjatë atij viti, këto programe vendosën logon e fushatës në kopertinat e tyre si dhe publikuan mesazhe kundër dhunës në familje. Me kalimin e kohës, Forumi u riorganizua për të mbështetur gazetarët e kronikës në përmirësimin e raportimit të trafikimit të grave dhe vajzave. Në vitin 2019, Forumi iu kushtua forcimit të kapaciteteve të gazetarëve që shkruajnë për dhunën ndaj grave dhe në veçanti dhunës seksuale me një seri seminaresh, ku morën pjesë si të ftuar lektorë të së drejtës, përfaqësues të institucioneve që janë pjesë e mekanizmit të referimit të dhunës në familje, organizatave që ofrojnë shërbime për të mbijetuarat e dhunës në familje, gazetarë ndërkombëtarë, etj.

Gjithashtu UN Women ndihmoi Unionin e Gazetarëve të forconte kapacitetet e veta për raportimin me perspektivë gjinore, duke ofruar ekspertizë nga UNESCO dhe duke propozuar krijimin e një grupi të barazisë gjinore brenda

Unionit, i cili nuk u zhvillua më tej pas përfundimit të projektit më 2012.

### 5.2 FORUMI I GAZETAREVE FEMRA PROFESIONISTE TË SHQIPËRISË

I themeluar në vitin 2015 nga gazetarja Eni Vasili, si një përgjigje ndaj mjedisit seksist të medias shqiptare, Forumi ka patur disa aktivitete të cilat lidhen kryesisht me monitorimin dhe raportimin e dhunës ndaj fëmijëve dhe grave. Forumi ka publikuar një deklaratë për marrjen e masave në shtëpinë e fëmijës në Shkodër dhe më pas i ka bërë jehonë librit të Eni Vasilit, "Unë kam vrarë" me mbështetjen e AMSHC. Aktiviteti i fundit publikuar në Facebook daton vitin 2017 dhe ka të bëjë me monitorimin e medias vizive lidhur me raportimin e tematikave gjinore.

### 5.3 AWA- SHOQATA E GRUAS SHQIPTARE NË AUDIOVIZUAL

Është një organizatë e themeluar në vitin 2018 nga figura të njohura të botës së audiovizualit përfshirë televizionin, kinemanë dhe multimedian. Misioni i organizatës është ngushtimi i pabarazisë gjinore në media nëpërmjet forcimit dhe/ose ndryshimit të kuadrit ligjor dhe rritja e kapaciteteve të grave krijuese në audiovizual për më shumë pjesëmarrje cilësore. Gjithashtu edukimi mediatik i audiencave, sidomos për sa i takon seksizmit në media, është një tjetër objektivi i organizatës që është kurorëzuar me ciklin e parë të forumeve të hapura me studentët e universiteteve në periudhën maj-nëntor 2020. Organizata ka një plan strategjik 3 vjeçar të hartuar me mbështetjen e ekspertëve vendas dhe po shtyn përpara një propozim ligjor për përfshirjen e luftës ndaj seksizmit në media në ligjin përkatës, që do t'i paraqitet Kuvendit në dhjetor 2020.

## 6

## REKOMANDIME

Lufta për barazi gjinore në sektorin e medias, po njihet rritje kudo në botë. Sidomos pas lëvizjes *Me too* në Hollivud, vihen re përpjekje nga industria për të rregulluar balancën në sektorin mediatik dhe ka një ndërgjegjësim më të madh të trupave rregullatore për këtë çështje. Vende si Franca apo Belgjika, e kanë ndaluar seksizmin në reklamat outdoor, ndërsa operatorë të fuqishëm si BBC, kanë ndërmarrë projekte ambicioze si 50:50 për të ngushtuar hendekun gjinor në ekran dhe jashtë tij. Në Itali, vepron rrjeti i gazetareve GIULIA dhe brenda Urdhrit të Gazetarëve Italianë, funksionon Komisioni për Mundësi të Barabarta. Në Zvicër, Austri, Gjermani, Spanjë, televizionet publike kanë krijuar Departamente për Mundësi të Barabarta që “vigjëlojnë” mbi politikat e rekrutimit mbi baza të barazisë gjinore dhe zbatimit të kushteve të punës së punonjësve, burra dhe gra. Edhe në Azi, vende si Japonia apo India, po krijojnë modele të fuqizimit të grave në media nëpërmjet mediave miqësore me to, ose mediave vetëm për gratë.

**Në fakt, të gjitha përpjekjet dëshmojnë se lufta për barazi gjinore në media, ka sukses vetëm kur ajo është e qëllimshme.** Pra, kur vetë mjedisi mediatik merr përgjegjësinë për të rregulluar këtë balancë dhe jep shembullin e vet me politika të dedikuara për të ngushtuar diferencat gjinore. Kjo është një aksiomë që vërtetohet lehtësisht edhe në mjedisin shqiptar, pasi nëpërmjet situatës së paraqitur më lart, u pa sesi përpjekjet nga jashtë për të rregulluar pabarazinë gjinore në formë trajnimesh sporadike dhe nga faktorë jashtëmediatikë, nuk kanë qenë të suksesshme në masën që të shihet një ndryshim konkret dhe i prekshëm në këtë drejtim. Madje vitet e fundit, mund të themi se është shtuar seksizmi në media dhe figura e gazetareve është dëmtuar më tej nga ligjërimi joetik i qeveritarëve, zyrtarëve apo njerëz të tjerë me pushtet. Kjo tregon se rruga që duhet ndjekur për të arritur një ndryshim të qëndrueshëm, kalon së pari nëpërmjet vetë mediave si sipërmarrje të përgjegjshme, respektimit të të drejtave të parashikuara nga Kodi i Punës, që do të garantonte një mjedis të lirë nga diskriminimi dhe paragjykimimi për gratë dhe vajzat dhe përparim në karrierë sipas meritës. Si?

## 1 PËRMIRËSIMI I MJEDISIT TË PUNËS

Në vend që të ndryshojmë gratë dhe vajzat duke i

detyruar t'i përshtaten një mjedisi që shkel të drejtat e tyre themelore, le të përpiqemi të ndryshojmë mjedisin e punës, duke zbatuar legjislacionin në fuqi dhe duke shtuar incentivat për kompanitë që kanë politika të qarta të barazisë gjinore. Inspektorati i Punës duhet të kryejë kontrole më të detajuara të kushteve të punës, përfshirë dhe diskriminimin gjinor, duke lënë detyra të qarta për zbatim. Duhet përfshirë redaktorët, kryeredaktorët dhe autorët e programeve në media, në trajnime për barazinë gjinore. Mediat duhen nxitur/ndihmuar, të krijojnë një plan të barazisë gjinore që synon të ngushtojë hendekun midis gazetareve dhe gazetareve apo autorëve të programeve. AMA duhet të vendosë kushte më të rrepta për licencat e operatorëve audiovizivë duke kaluar në një trajnim të detyrueshëm rreth seksizmit në media.

## 2 FUQIZIMI I GAZETAREVE SI DREJTUESE

Në vend që të krijojmë një rrjet tjetër të gazetareve, le t'i ndihmojmë gazetaret të bëhen drejtuese në media. Por më shumë sesa trajnime, gazetaret duhen motivuar që të bëhen drejtuese/menaxhere të medias. Ato duhet të kenë një plan të detajuar zhvillimi profesional brenda mediave, e cila i ndihmon të ngjisin shkallët e karrierës. Kjo shkon krah për krah me përmirësimin e mjedisit mediatik. Të gjithë e dimë që vendimet për përmbajtjet mediatike, merren nga redaktorët dhe kryeredaktorët, të cilët janë në shumicë burra. Askush nuk mundet ta ndikojë/ndryshojë narrativën gjinore nëse nuk je redaktor apo kryeredaktor. Kjo është e lidhur me mjedisin e punës, pasi deri tani gratë dhe vajzat kanë refuzuar të marrin këto pozicione pasi nuk janë dakord me modelin ekzistues. Që është, “një kryeredaktor që punon 24 orë, nuk ka një jetë të vetën, që rri në tavolina me pronarë, ha dreka e darka orar pa orar”. Në kushtet kur po kërkohet gjithnjë e më shumë një balancë midis punës dhe familjes, gratë dhe vajzat gjenden të pafavorizuara edhe nga ky model që gjallon në media. Na nevojiten më shumë gra dhe vajza në këto pozicione, por sipas modelit profesional e njerëzor, si ai që ngriti p.sh. Sheryl Sandberg në Facebook. Një punonjëse i kënaqur, është një punonjëse që ka rendiment më të lartë. Çështja e grave në pozita drejtuese nuk është vetëm çështje numrash, por një filozofie drejtimi, e cila merr parasysh integritetin e punonjësit dhe jo të skillavrit. Edhe një drejtues burrë që është i ndërgjegjshëm për ndikimin e politikave të drejta gjinore në vendin e punës,



do të ishte një model i mirë për t'u ndjekur. Siç u tha më lart, ndryshimi mund të vijë vetëm nga persona që kanë një qëllim dhe qëllimi është të bëjmë një mjedis pune më të barabartë. Gratë autore të programeve të tyre mund të japin shembullin të parat për linja editoriale të qarta të programeve që mbulojnë, në momentin që dikush nga të ftuarit bën koment seksist. Përveçse i tërhiqet vëmendja, personi bojkotohet deri në kërkimin e një ndjese publike. Nëse kjo bëhet rutinë, edhe autorët e programeve apo moderatorët do ta ndjekin.

### 3 VETËRREGULLIMI I MEDIAS

Mungesa e Urdhrit të Gazetarëve, bën që komuniteti të mos jetë shumë i organizuar në pikëpamje të profesionalizimit. Një gazetari pa rregulla, është një gazetari çoroditëse. Kodi i Etikës është i pamjaftueshëm për të mbikëqyrur situatën e barazisë gjinore në media, sepse mungojnë dispozitat e qarta për seksizmin dhe diskriminimin gjinor. Gazetaret brenda Unionit mund të organizohen për të shtuar një klauzolë për raportimin e çështjeve gjinore në media, duke qenë se vetërregullimi konsiderohet si rruga më e mirë për shmangien e shkeljeve etike. Duke plotësuar këtë mangësi, ne u heqim justifikimin gazetarëve se ata nuk kanë shkelur asnjë rregull etik, pasi gjithmonë e transferojnë përgjegjësinë te redaktorët dhe kryeredaktorët. Nëse ky do të ishte një rregull i përgjithshëm që do të vinte nga komuniteti i gazetarëve, mundësia për abuzim do të ishte më e vogël. Aleanca për Media Etike është një përpjekje e mirë që

duhet zgjeruar e forcuar me klauzola të qarta për këtë çështje.

Gjithashtu shoqatat e grave në media duhen ndihmuar të kenë një plan të qartë zhvillimi strategjik, të punojnë për të shtuar radhët e tyre dhe të krijojnë nisma me efekt të qëndrueshëm. Bashkëpunimi dhe jo mbivendosja e projekteve, do të sillte vlerë të shtuar në lëvizjen për një barazi gjinore edhe në media.

### 4 RITJIA E VETËDIJES GJINORE MES PROFESIONISTËVE TË MEDIAS DHE PUBLIKUT.

Më shumë gra, nuk kanë sjellë më shumë mbulim të grave në media. E kundërta është e vërtetë - më shumë gra në drejtim, kanë sjellë ndryshim. Më shumë burra me vetëdije të lartë gjinore, kanë sjellë ndryshim. Unioni i Transmetuesve Publik Europian EBU, ka publikuar një udhërrëfyes si t'i bëjmë mjediset tona mediatike më të barabarta. Drejtuesit që e kanë përqafuar këtë rrugëtim kanë treguar se mendësia kryesore që pengon arritjen e barazisë është ajo patriarkale. Shkollat e gazetarisë dhe të medias duhet të fusin në kurrikulën e tyre module të detyrueshme të raportimit me perspektivë gjinore, stereotipeve dhe paragjyqimeve.

Edukimi mediatik i audiencave duhet të jetë një përparësi e AMA-s dhe kompanive mediatike, pasi një publik i fuqizuar mediatikisht, është një parandalim për mesazhet seksiste.

## REFERENCA

Potretizimi gjinor në median audiovizive shqiptare, **ISHM**, 2018

Portretizimi gjinor në media, **ISHM**, 2016

Raport studimor: Të drejtat e gazetarëve në vendin e punës, **KSHH**, 2020

The missing perspective of Women in News, **Luba Kassova**, 2020

Gender Equality and Media, Analytical Report, 2019 data, Gender Equality Commission, Steering Committee on Media and Information Society, **Council of Europe**

**BBC's** Gender Equality Project, <https://www.bbc.co.uk/5050/>

All things being equal, Gender equality guidelines, **EBU**

Albanian Media Landscape Study, **IDRA**, 2019

## MBI AUTOREN

**MA Valbona Sulçe Kolgeci** është gazetare, studiuese e medias dhe komunikimit dhe trajnere. Karrierën si gazetare e filloi në televizionin privat kombëtar Telearbëria në vitin 1998, ku ishte pjesë e ekipit të programit “Kosova luftë apo paqe” që fitoi cmimin e parë si programi televiziv i vitit. Nga viti 2012 deri në 2017 ka mbajtur blogun “Dita e Katërt” tek gazeta shqiptarja.com. Nga viti 2014 deri në 2019 ka qene anetare e Keshillit Drejtues te RTSH-se. Si mësimdhënëse, ka mbuluar për shumë vjet lëndën e Raportimit të Diversitetit në media në Albanian University si dhe është autore e modulit të parë për Raportimin e Trafikimit te Grave dhe Vajzave në Universitetin e Tiranës. Ajo është një nga trajneret e Institutit Shqiptar të Medias për temat e fëmijëve, barazisë gjinore dhe edukimit mediatic.

## IMPRINT

Fondacioni “Friedrich Ebert” | Rr. “Kajo Karafili” Nd. 14,  
Hyrja 2 kati i I | Tiranë | Shqipëri

Pergjegjës:

**Stine Klapper** | Drejtoreshë e Fondacionit “Friedrich Ebert”

Tel: 00355 4 22 509 86

[www.fes-tirana.org](http://www.fes-tirana.org)

Koordinator programi:

**Mariola Qesaraku**

Publikimet e fondacionit Friedrich Ebert nuk mund të përdoren për arsye komerciale pa miratimin me shkrim të FES

## TË NDRYSHOSH NARRATIVËN PËR GRATË NË MEDIA

Vështrim i dimensioneve të ndryshme të diskriminimit me bazë gjinore në media



Ky punim synon të ofrojë një vështrim të dimensioneve të ndryshme të diskriminimit me bazë gjinore në median shqiptare dhe të paraqesë disa propozime për zgjidhje. Analiza e situatës tregon që çështja e portretizimit të ndershëm gjinor në media nga njëra anë dhe specifikat e diskriminimit gjinor në tregun e medias për profesionistët gra dhe vajza nga ana tjetër janë të lidhura ngushtë me njëra tjetrën. Përvoja e deritashme dhe modelet nga vendet e zhvilluara



sugjerojnë që nevojitet një qasje e mirëmenduar, e koordinuar dhe sidomos e qëllimshme, e të gjithë aktorëve të medias për të ndryshuar narrativën mbi gratë dhe vajzat në media.

Ndër fushat ku duhet ndërhyrë me përparësi vecohet: 1. Përmirësim i mjedisit të punës së gazetarëve, duke respektuar të drejtat e punës dhe duke fuqizuar gratë dhe vajzat për të patur pozita drejtuese në media. 2. Vetërregullimi i medias



nëpërmjet fuqizimit të organizatave të gazetareve dhe grave në media për të ndërtuar plane strategjike me qëllim përmirësimin e raportimit gjinor. 3. Rritja e vetëdijes gjinore mes profesionistëve të medias dhe publikut nëpërmjet ndryshimeve në Kodin e Etikës të Gazetarëve ku të përfshihet seksizmi si shkelje etike, forcim i rregullave për operatorët audiovizivë për dukurinë e diskriminimit gjinor dhe seksizmit në media shoqëruar me edukimin mediatik të audiencave.

Për më shumë informacion:

<https://www.fes-tirana.org/al/publikime/>