

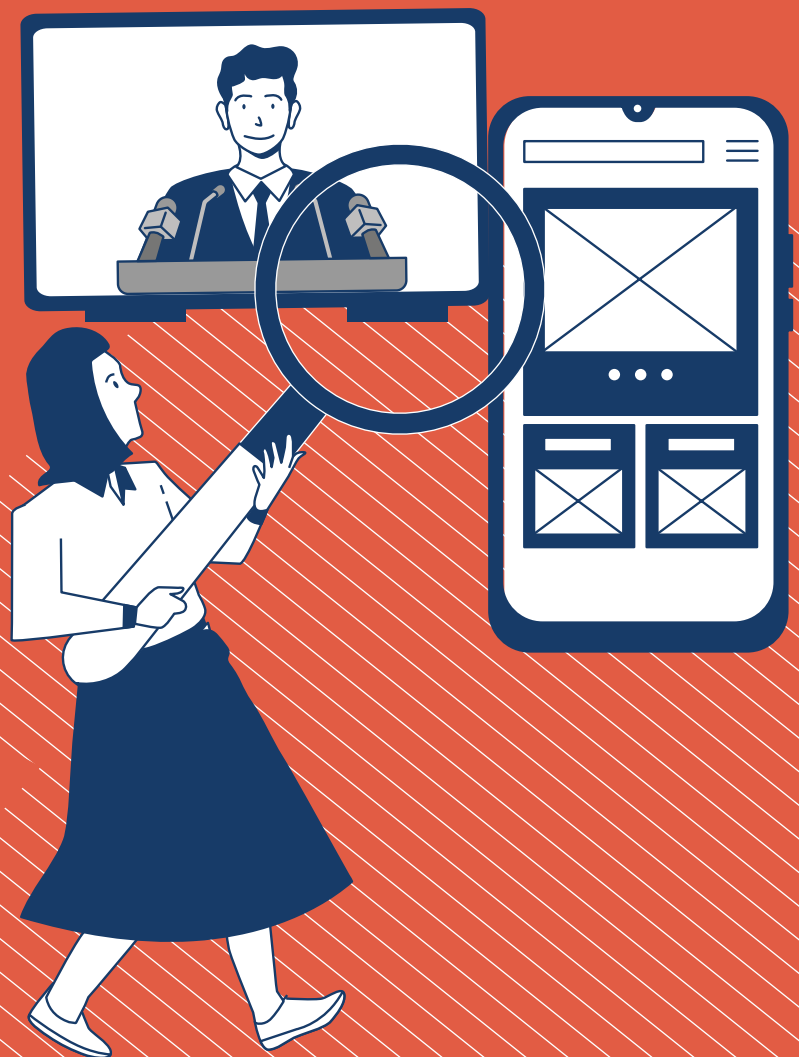


Demokracia në Veprim
Demokratija na Delu
Democracy in Action

RAPORTI I MONITORIMIT TË MEDIAVE GJATË FUSHATËS ZGJEDHORE

Zgjedhjet e Parakohshme
për Kuvendin e Kosovës

14 shkurt, 2021



Mars, 2021

Raporti Përfundimtar i
Vëzhgimit të Zgjedhjeve:
Zgjedhjet e Parakohshme
për Kuvendin e Kosovës

Raporti i Monitorimit
të Fushatës Zgjedhore:
Zgjedhjet e Parakohshme
për Kuvendin e Kosovës

**Raporti i Monitorimit
të Mediave Gjatë
Fushatës Zgjedhore:
Zgjedhjet e
Parakohshme
për Kuvendin e
Kosovës**

Copyright ©2021 . Demokracia në Veprim (DnV).

Publikimi i këtij raporti është bërë i mundur me mbështetjen e Ambasadës Gjermane në Kosovë, Agjencisë së Shteteve të Bashkuara për Zhvillim Ndërkombëtar (USAID) dhe Ambasadës së Zvicrës në Kosovë.

Opinionet, të gjeturat dhe rekomandimet e shprehura në këtë raport janë përgjegjësi e Demokracisë në Veprim dhe jo domosdoshmërisht paraqesin pikëpamjet e donatorit.

Demokracia në Veprim

Rruga "Bajram Kelmendi" nr. 239

10 000 Prishtinë, Kosovë

Tel: +383 (0) 38 248 038

www.demokracianeveprim.org

Përmbajtja

Përmbledhje Ekzekutive	7
Metodologjia	9
Korniza Ligjore për mediat gjatë zgjedhjeve	11
Të dhënat e përgjithshme nga monitorimi	13
Gjetjet individuale për televizione	19
Radio Televizioni i Kosovës	19
Kronika zgjedhore dhe debatet televizive	19
Spotet reklamuese në RTK	22
KohaVizion(KTV)	23
Kronika zgjedhore dhe debatet televizive	23
Spotet reklamuese në KTV	26
RADIO TELEVISIONI 21	27
Kronika zgjedhore dhe debatet televizive	27
Spotet reklamuese në RTV21	30
Televizioni T7	31
Kronika zgjedhore dhe debatet televizive	31
Spotet reklamuese në T7	34
Kanal 10	35
Kronika zgjedhore dhe debatet televizive	35
Spotet reklamuese në Kanal 10	38
Klan Kosova	39
Kronika zgjedhore dhe debatet televizive	39
Spotet reklamuese në Klan Kosova	42
Televizioni Dukagjini	43
Kronika zgjedhore dhe debatet televizive	43
Spotet reklamuese në TV Dukagjini	46
RTK 2	47
Kronikat zgjedhore dhe debatet televizive	47
Spotet reklamuese në RTK2	48
TV PULSI	49
Kronika zgjedhore dhe debatet televizive	49
Spotet reklamuese në TV PULS	50

Monitorimi i “livestream” nga faqet e facebook-ut të portaleve	51
Gjetjet nga monitorimi i faqeve zyrtare të facebook-ut të subjekteve politike	52
Monitorimi i profileve të subjekteve politike dhe kandidatët e tyre për kryeministër në Facebook	52
Lëvizja Vetëvendosje	56
Albin Kurti	57
Partia Demokratike e Kosovës	58
Enver Hoxhaj	59
Lidhja Demokratike e Kosovës	60
Avdullah Hoti	61
Aleanca për Ardhmërinë e Kosovës	62
Ramush Haradinaj	63
Nisma Socialdemokrate	64
Komisioni i Pavarur i Mediave gjatë zgjedhjeve	65
Rekomandimet	68

Përmbledhje Ekzekutive

Vendimi i Gjykatës Kushtetuese me 21 dhjetor 2020 përmes së cilit thuhej se Qeveria e Kosovës, e udhëhequr nga Avdullah Hoti ishte zgjedhur në mënyrë jo kushtetuese, bëri që vendi të shkoj në zgjedhje të jashtëzakonshme, të cilat u mbajtën me 14 shkurt 2021.

Gjatë dhjetë ditëve sa zyrtarisht zgjati fushata zgjedhore (3 - 12 shkurt 2021), koalicioni i organizatave për vëzhgim të zgjedhjeve, Demokracia në Veprim (DnV) ka monitoruar mbulueshmërinë e aktiviteteve të subjekteve politike të certifikuar në paraqitjet e tyre në televizionet nacionale (kronikat zgjedhore dhe spotet reklamuese, tubimet e transmetuara drejtpërdrejtë), paraqitjet e drejtpërdrejta (livestream) nga portalet. Në këto zgjedhje, DnV ka përdorur platformën SentiOne për të monitoruar faqet zyrtare të subjekteve politike dhe kandidatëve të tyre për kryeministër në Facebook. Për herë të parë, DnV ka monitoruar edhe debatet politike në mediat tradicionale, jashtë kornizave të fushatës zgjedhore zyrtare dhe atë duke filluar nga data 13 janar deri me 12 shkurt 2021.

Ligji për Zgjedhjet e Përgjithshme në Kosovë kërkon që mediat të sigurojnë mbulim korrekt dhe të drejtë për të gjitha subjektet politike gjatë fushatës zyrtare zgjedhore.

Pikat reklamuese me pagesë lejohen vetëm gjatë periudhës zyrtare të fushatës zgjedhore dhe kohëzgjatja e spoteve politike duhet të mos kaloj dy minuta.

Gjetjet kryesore nga monitorimi i televizioneve, "livestream" nga portalet e lajmeve, si dhe nga faqet e facebook-ut janë si më poshtë:

- Në televizionet e monitoruara, të cilat transmetojnë në gjuhën shqipe, kanë dominuar subjektet e

mëdha politike të cilat kanë pasur hapësirë qoftë në kronikë zgjedhore apo edhe në debate televizive. Ndërsa në mediumet televizive në gjuhën serbe në masë më të madhe janë transmetuar aktivitetet e Listës Serbe si subjekti më i madh, pasuar nga subjektet tjera të monitoriteteve;

- Edhe në këto zgjedhje janë evidentuar spote reklamuese në televizione, për të cilat ka munguar informacioni nëse kanë qenë të sponsorizuara. Janë evidentuar gjithsej 60 spote reklamuese të cilave nuk iu ka figuruar nëse janë të sponsorizuara. 58 nga to janë transmetuar në televizionin publik RTK, prej të cilave 20 ishin për PDK, 10 për NISMA, 19 për LDK, dhe 4 për AAK, dy për subjektin FJALA, një për KDTP, një për PREBK. Ndërkaq T7 dhe Klan Kosova kishin transmetuar nga një spot reklamues të LDK-së;
- Pothuajse të gjitha tubimet e subjekteve politike të transmetuara drejtpërdrejtë nga televizionet kanë përmbajtur të dhëna për sponsorizuesit e tyre për dallim të disave që nuk e kanë pasur të specifikuar këtë gjë;
- Hapësira mediale është karakterizuar me diskrepancë të theksuar midis kandidatëve burra dhe atyre gra. Përveç Vjosa Osmani nga subjekti politik LVV, grave tjera kandidate nga subjektet tjera u është dhënë hapësirë minimale;
- Platforma Facebook është shfrytëzuar në masë të konsiderueshme nga subjektet politike për shpalljen e aktiviteteve zgjedhore. Gjithsej 1437 postime janë plasuar nga të gjitha subjektet politike, ndërsa vetëm 6 prej tyre kanë pasur përmbajtje që lidhet me pandeminë Covid-19;

- Komisioni i Pavarur i Mediave gjatë këtyre zgjedhjeve ka shqiptuar vërejtje për 5 televizione, për shkeljet e bëra nga to para fillimit zyrtarë të fushatës;
- Shkelje ligjore nga ana e televizioneve kishte edhe gjatë periudhës zyrtare të fushatës zgjedhore, ku KPM kishte shqiptuar dënime me vlerë nga 2000 euro deri në 7500 euro për 8 televizione. Ato janë gjobitur për shkak se kanë shkelur nenin 12 paragrafi 1, Neni 15 i Rregullores së KPM-së 2017/07, neni 31, paragrafi 4 i Ligjit të KPM-së, 04/L-44, Neni 49 paragrafi 6 i Ligjit për Zgjedhjet nr. 03/L-073;
- Janë evidentuar 60 spote reklamuese të subjekteve politike të cilat janë më të gjata se dy (2) minuta, e që janë transmetuar në gjashtë televizione, gjë e cila është në kundërshtim me nenin 49, paragrafi 1, të Ligjit për Zgjedhje;
- Është rritur numri i mediave si atyre online poashtu edhe televizioneve;
- Televizionet kanë zgjeruar skemat programore kushtuar zgjedhjeve në krahasim me zgjedhjet e kaluara;
- Situata me pandeminë ka imponuar që subjektet politike t'i shfrytëzojnë mediat tradicionale si dhe rrjetete sociale për të zhvilluar fushatë zgjedhore;
- Gjatë këtyre zgjedhjeve, hapësirë me e madhe mediale iu është dhënë analistëve dhe përfaqësuesve të subjekteve politike, por që kjo hapësirë nuk ka sjellë përmbajtje ose debat të mirëfilltë për programe politike;
- Nuk ka pasur përballje në asnjë nga debatet televizive mes kandidatëve për kryeministër.

Demokracia në Veprim (DnV) ka monitoruar mbulueshmërinë e aktiviteteve të subjekteve politike të certifikuara në paraqitjet e tyre në televizionet nacionale (kronikat zgjedhore dhe spotet reklamuese, tubimet e transmetuara drejtpërdrejtë), paraqitjet e drejtpërdrejta (livestream) nga portalet.

Metodologjia

Monitorimi i mediave, përkatësisht hapësirës mediale që ato u japin subjekteve politike në fushatë është një element i rëndësishëm i misionit të DnV-së. Për këtë qëllim janë angazhuar 10 monitorues të cilët kanë përcjellë nga afër kanalet televizive nacionale, portalet online dhe profilet e subjekteve politike dhe liderëve politik në Facebook. Për më tepër, janë monitoruar edhe vendimet e Këshillit të Pavarur të Mediave. Për herë të parë rrjetet sociale janë monitoruar përmes softuerit të licencuar 'SentiOne'. Përmes këtij softueri janë monitoruar rrjetet sociale të faqeve zyrtare të subjekteve politike si dhe të kandidatëve për kryeministër si dhe liderëve të subjekteve. Rrjetet sociale të monitoruara kanë përfshirë vetëm rrjetin social 'Facebook' për shkak të aktivitetit të ulët të tyre në rrjetet tjera sociale. NDI Kosova në bashkëpunim me NDI Serbia kanë qenë tejet bashkëpunues si para ashtu edhe gjatë procesit të monitorimit të mediave. Ato kanë organizuar edhe dy trajnime për të ndarë metodologjinë e përdorur gjatë monitorimit të mediave gjatë fushatës zgjedhore në Serbi si dhe për të ndihmuar rreth përdorimit të softuerit SentiOne.

Monitorimi i mediave tradicionale dhe sociale gjatë fushatës është bërë në këto fusha:

- Sa kanë pasur hapësirë kandidatë/et e subjekteve politike në media;
- Sa kanë pasur mediat hapësire dedikuar për zgjedhje në aspektin informativ;
- Sa kanë pasur hapësirë mediat dedikuar spoteve reklamuese dhe transmetimet e drejtpërdrejta të tubimeve të subjekteve politike;
- Sa kanë shkuar portalet në formatin 'Livestream', të cilat janë transmetuar përmes facebook-ut;
- Janë monitoruar faqet zyrtare të facebook-ut të subjekteve politike si dhe
- Janë monitoruar faqet zyrtare të facebook-ut të kandidatëve për kryeministër.

Periudha e monitorimit

Monitorimi ka përfshirë dy periudha kohore, para dhe gjatë fushatës zgjedhore zyrtare.

Monitorimi i debateve televizive dhe rrjeteve sociale ka filluar nga data 13 janar deri me 13 shkurt 2021. Ndërkaq monitorimi i kronikave zgjedhore, spoteve televizive, livestream nga portalet është bërë gjatë periudhës zyrtare të fushatës zgjedhore 3 deri me 13 shkurt 2021.

Periudha ditore e monitorimit për televizione, në kronika zgjedhore dhe spote reklamuese ka qenë 17:00 – 00:00, ndërkaq për debatet televizive ka qenë nga ora 20:00 – 00:00, kohë e cila njihet si "prime time" ku shikueshmëria është më e lartë. Periudha e monitorimit të faqeve zyrtare të subjekteve politike dhe kandidatëve për kryeministër në facebook dhe livestream nga portalet ka qenë 24 orë.

1. Televizionet e monitoruara

Gjatë fushatës elektorale janë monitoruar shtatë kanale televizive në gjuhën shqipe si dhe dy kanale televizive në gjuhën serbe. Kriteret për përzgjedhjen e televizioneve për t'u monitoruar gjatë kësaj fushate zgjedhore kanë qenë shikueshmëria dhe shtrirja e tyre në tërë territorin e Kosovës. Televizionet e përzgjedhura kanë qenë:

- Televizioni Publik RTK 1 në gjuhën shqipe dhe RTK 2 në gjuhën serbe;
- Televizionet private si: KTV, RTV 21, Klan Kosova, TV Dukagjini, T7, Kanal 10 si dhe TV PULS në gjuhën serbe.

Tek televizionet janë monitoruar: (a) kronikat zgjedhore; (b) debatet televizive dhe c) spotet elektorale dhe transmetimet e drejtpërdrejta nga tubimet e subjekteve politike.

a) Për të pasur një monitorim më të mirë, në ato raste kur është matur mbulueshmëria në kronika zgjedhore, janë përdorur dy lloje të matjeve: (1) mbulueshmëria në bazë të minutave të kronikës dhe (2) mbulueshmëria në bazë të sekondave gjatë të cilëve kanë folur kandidatët për kryeministër dhe kandidatët/et për deputetë. Prandaj kjo na jep dy shifra të ndryshme. E njëjta përsëritet tek matja nga aspekti gjinor ku me rastin e matjes brenda subjekteve politike, të mbulueshmërisë kohore të paraqitjes së grave, marrim rezultate të ndryshme, varësisht se çka matet. Rezultatet në matjet e mbulueshmërisë vetëm kur kanë qenë të përfshira gratë kanë qenë të ndryshme nga rezultatet kur i kemi matur minutat se sa kanë folur gratë në krahasim me burrat brenda subjekteve. Prandaj, për lexuesin është shumë me rëndësi ta kuptojë metodologjinë e matjeve në mënyrë që të dhënat mos të nxjerrën jashtë kontekstit. Gjithashtu, kësaj radhe është monitoruar edhe konotacioni në kronikat zgjedhore.

b). Monitoruesit gjatë kësaj faze janë përqendruar tek monitorimi i debateve të zhvilluara gjatë periudhës së raportimit. Debatet janë monitoruar si para fushatës zgjedhore gjithashtu edhe përgjatë 10 ditëve zyrtare të fushatës zgjedhore (13 janar - 12 shkurt). Qëllimi i monitorimit të debateve televizive ishte identifikimi i hapësirës së dhënë në televizionet e monitoruara përgjatë debateve televizive për subjektet politike apo kandidatët për deputet. Çështjet kryesore kanë të bëjnë me (1) a kanë qenë debatet politike apo jo, cila ka qenë tematika kryesore e debateve, (2) a kanë qenë debatet vetëm me analistë apo ka pas edhe përfaqësues të subjekteve politike apo kandidat për deputet, (3) nëse po, nga cilat subjekt politike kanë qenë këta pjesëmarrës, (4) nga cila gjini kanë qenë pjesëmarrësit nëpër debate, (5) kush kanë qenë pjesëmarrësit nga subjektet politike dhe kush kanë qenë analistët, (6) cilat kanë qenë parregullsitë kryesore gjatë zhvillimit të debatit si dhe (7) a kanë shkelur ndonjë nga televizionet e monitoruara Ligjin për Zgjedhje.

c) Spotet televizive dhe hapësirat e sponsorizuara nga subjektet politike kanë qenë pjesë e monitorimit gjatë periudhës zyrtare të fushatës zgjedhore, kjo për fak-

tin se subjektet nuk e kanë pasur të lejuar reklamimin jashtë kësaj periudhe.

2. Portalet e monitoruara:

Duke e konsideruar trendin e rrjeteve sociale dhe përdorimin e tyre nga portalet, si dhe duke u bazuar në monitorimin e mediave gjatë fushatave elektorale të viteve të kaluara, kemi arritur në përfundim se monitorimi i portaleve (shih faqeve të facebook-ut të portaleve) është i domosdoshëm, pasi që të njëjtat, si rezultat i numrit të madh të përcjellësve gjatë fushatave elektorale, transmetojnë tubime të subjekteve politike përmes transmetimit "live".

Gjatë kësaj fushate portalet e monitoruara kanë qenë: Gazeta Express/T7, Telegrafi, Koha.net, Gazeta Blic, In-sajderi, Indeksonline, Kosovapress, Kanal 10.

3. Facebook-u zyrtarë i subjekteve politike dhe kandidatëve për kryeministër

Rrjetet Sociale janë monitoruar përmes softuerit të licencuar 'Senti One'. Përmes Senti One janë monitoruar rrjetet sociale të faqeve zyrtare të subjekteve politike si dhe të kandidatëve për kryeministër apo në mungesë të kandidatëve për kryeministër të liderëve të subjekteve politike. Rrjetet sociale të monitoruara kanë përfshirë vetëm platformën 'Facebook' për shkak të aktiviteteve të ulëta në rrjetet tjera sociale.

Analiza e monitorimit është e përqendruar tek aktiviteti që kanë pasur subjektet politike dhe kandidatët e tyre për kryeministër në rrjete sociale, 'reach' që kanë pasur gjatë periudhës së monitorimit si dhe rëndësia kështuar ndaj pandemisë COVID-19 si dhe sa i kanë përfshirë kandidatet gra nga radhët e subjekteve të tyre. Në monitorim poashtu përfshihen pjesët tekstuale të postimeve të akterëve të mësipërm, përmbajtja e fotografive nuk është analizuar nga Senti One.

Periudha e monitorimit nga SentiOne ka përfshirë datat 13 janar - 13 shkurt 2021.

Korniza Ligjore për mediat gjatë zgjedhjeve

Liria e shprehjes dhe liria e mediave përbejnë pjesën më të rëndësishme të mozaikut të demokracisë, në kuptim të zhvillimit të shoqërisë drejt pranimit të ideve dhe pikëpamjeve të kundërta, si dhe drejt informimit pa censurë.

Rrjedhimisht, Kushtetuta e Republikës së Kosovës e garanton lirinë e shprehjes dhe lirinë e mediave në nenin 42 të saj, duke krijuar kështu një bazament të fuqishëm për mbrojtjen e këtyre të drejtave. Kësisoj, institucionet e Republikës së Kosovës, në pajtim me Kushtetutën, garantojnë këtë të drejtë nëpërmjet mbrojtjes gjyqësore.

Përveç Kushtetutës, organi ligjvënës ka sjellë edhe një varg ligjesh dhe aktesh nënligjore që e rregullojnë sferën e mediave. Kësisoj, *Ligji për Komisionin e Pavarur të Mediave*, i cili është miratuar në mars të vitit 2012, ka për qëllim përcaktimin e kompetencave të Komisionit të Pavarur të Mediave (në tekstin e mëtejshëm: KPM) me qëllim të promovimit të zhvillimit të një tregu të shëndoshë të shërbimeve mediale audio-vizuale, që u shërben të gjithë qytetarëve të Republikës së Kosovës.¹

Sipas nenit 3 të këtij ligji, KPM-ja është organ i pavarur i cili është kompetent për rregullimin, menaxhimin dhe mbikëqyrjen e spektrit të frekuencave të transmetimit. KPM-ja rregullon të drejtat, detyrimet si dhe përgjegjësitë e personave fizik dhe juridik të cilët ofrojnë shërbimet mediale audio dhe audiovizuale

Në nenin 9 të këtij ligji, përkatësisht në paragrafin 1 të tij, thuhet se: *“Politika e transmetimit e përcaktuar nga KPM-ja duhet të jetë në përputhje me standardet e pranuar ndërkombëtare të transmetimit dhe të të drejtave të njeriut, legjislacionin përkatës të BE-se e në veçanti me Direktivën e Komisionit Evropian AVMS duke respektuar plotësisht demokracinë dhe sundimin e ligjit si dhe mbrojtjen e lirisë së shprehjes”.*

KPM në vitin 2016 ka miratuar *Kodin e Etikës për Ofruesit e Shërbimeve Mediale*² e, që ka për qëllim përcaktimin e rregullave për ofruesit e këtyre shërbimeve. Hyrja në fuqi e këtij kodi ka shfuqizuar *Kodin e Sjelljes për Shërbimet Mediale Audiovizuale*.

Në nenin 6 të këtij kodi, përkatësisht në paragrafin 2 të tij, thuhet se ofruesit e shërbimeve mediale duhet të sigurojnë një medium të balancuar të çështjeve me interes publik dhe çështjeve të kundërthënies politike dhe të sigurojnë një paraqitje pluralistike të pikëpamjeve, pa asnjë privilegj për ndonjë subjekt politike, këndvështrim politik, për ndonjë grup apo individ.

Paragrafi 9 i nenit 6 të këtij kodi gjithashtu përcakton se asnjë politikan nuk mund të angazhohet si moderator lajmesh, intervistues ose reporter në ndonjë program të lajmeve.

Ndërkaq në paragrafin 7 të nenit 9 të këtij kodi thuhet se nuk lejohet përdorimi dhe prezenca e fëmijëve nëpër spotet e ndryshme promovuese të subjekteve politike.

¹ Ligji Nr. 04/L-44 për Komisionin e Pavarur të Mediave, Gazeta Zyrtare e Republikës së Kosovës, 2012.

² Kodi i Etikës për Ofruesit e Shërbimeve Mediale, Komisioni i Pavarur për Media, 2016.

Në Kreun e VIII të Ligjit (NR. 03/L-073) për Zgjedhjet e Përgjithshme³, të miratuar në qershor të vitit 2008, është rregulluar çështja e mediave gjatë fushatës zgjedhore. Në nenin 48 të këtij ligji thuhet “të gjitha mediat sigurojnë se të gjitha subjektet politike të certifikuar përfaqësohen në mënyrë të drejtë dhe të paanshme në emisionet gjatë fushatës së zgjedhjeve, dhe të gjitha mediat transmetuese u sigurojnë të gjitha subjekteve politike të certifikuar qasje të drejtë dhe të paanshme në programet me diskutime politike dhe debate”.

Neni 49 i Ligjit për Zgjedhjet e Përgjithshme ka paraparë rregullat e përgjithshme për reklamim politik në radio dhe televizion. Sipas këtij neni, pikat reklamuese politike nuk mund të jenë më të gjata se dy (2) minuta (120 sekonda) dhe se nga transmetuesit të cilët vendosin të emetojnë reklamim politik me pagesë kërkohet që gjatë periudhës së fushatës t’i ofrojnë një sasi minimale minutash të kohës për emetim pa pagesë secilit subjekt politik të certifikuar.

Ndalimi i përfshirjes në media rregullohet me nenin 52 të këtij ligji. Sipas këtij neni, asnjë person ose medium nuk transmeton ose publikon çfarëdo materiali që i takon aktivitetit të fushatës gjatë periudhës që fillon njëzetekatër (24) orë para hapjes së vendotimeve, deri në mbylljen zyrtare të vendotimeve.

Të gjitha mediat sigurojnë se të gjitha subjektet politike të certifikuar përfaqësohen në mënyrë të drejtë dhe të paanshme në emisionet gjatë fushatës së zgjedhjeve, dhe të gjitha mediat transmetuese u sigurojnë të gjitha subjekteve politike të certifikuar qasje të drejtë dhe të paanshme në programet me diskutime politike dhe debate

3 Ligji Nr. 03/L-073 për Zgjedhjet e Përgjithshme në Republikën e Kosovës, Gazeta Zyrtare e Republikës së Kosovës, 2008.

Të dhënat e përgjithshme nga monitorimi

Televizionet

Debatet dhe kronikat zgjedhore

Gjetjet tregojnë që më së shumti mbulueshmëri tek televizionet në kronika zgjedhore ka pasur Lidhja

Demokratike e Kosovës me 238 minuta, ndjekur nga Aleanca për Ardhmërinë e Kosovës me 228 minuta, Lëvizja Vetëvendosje me 223 minuta, NISMA me 211 minuta, Partia Demokratike e Kosovës me 209 minuta, Lista Serbe me 57 minuta dhe subjektet tjera me 94 minuta.

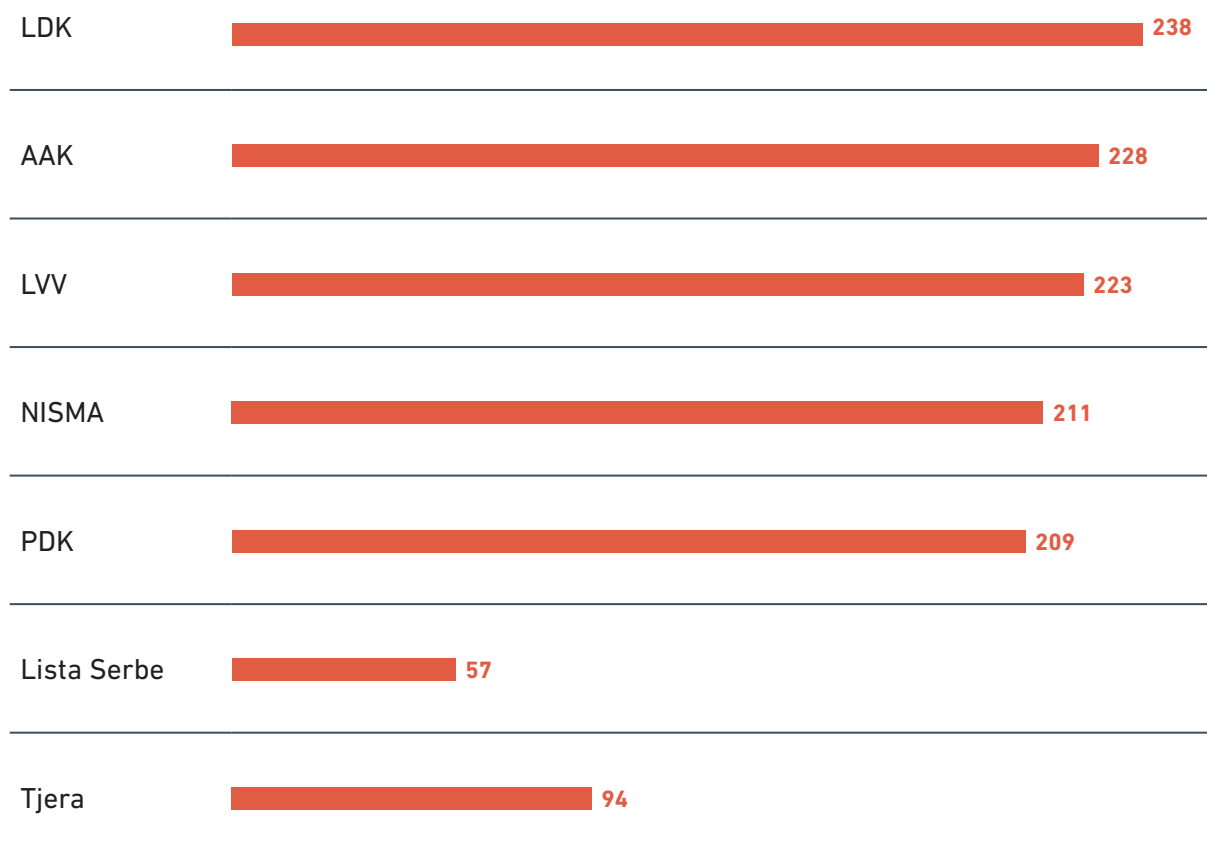


FIG. 1 Koha në minuta për secilin subjekt dhe koalicion në kronika zgjedhore

Kur kemi bërë matjen e hapësirës kohore gjatë së cilës është shfaqur zëri i deputetëve dhe zëri i liderit (kandidatit/es për kryeministër) renditja ndryshon nga totali i minutave për subjekt. AAK del e para me 94 minuta kushtuar liderit dhe vetëm 19 minuta janë për deputetët e këtij subjekti. NISMA është e dyta me 86 minuta për liderin dhe vetëm 26 minuta për kandidatët për depu-

tetët e NISMA-së. LDK është e treta me 75 minuta për liderin dhe 23 minuta për kandidatët për deputetë. E katërta në radhë është PDK me 74 minuta për liderin dhe 12 për deputetët. LVV ka 63 minuta për liderin e tyre dhe 29 minuta për kandidatët për deputet dhe subjektet tjera me 60 minuta për liderit dhe 24 për kandidatët për deputet.

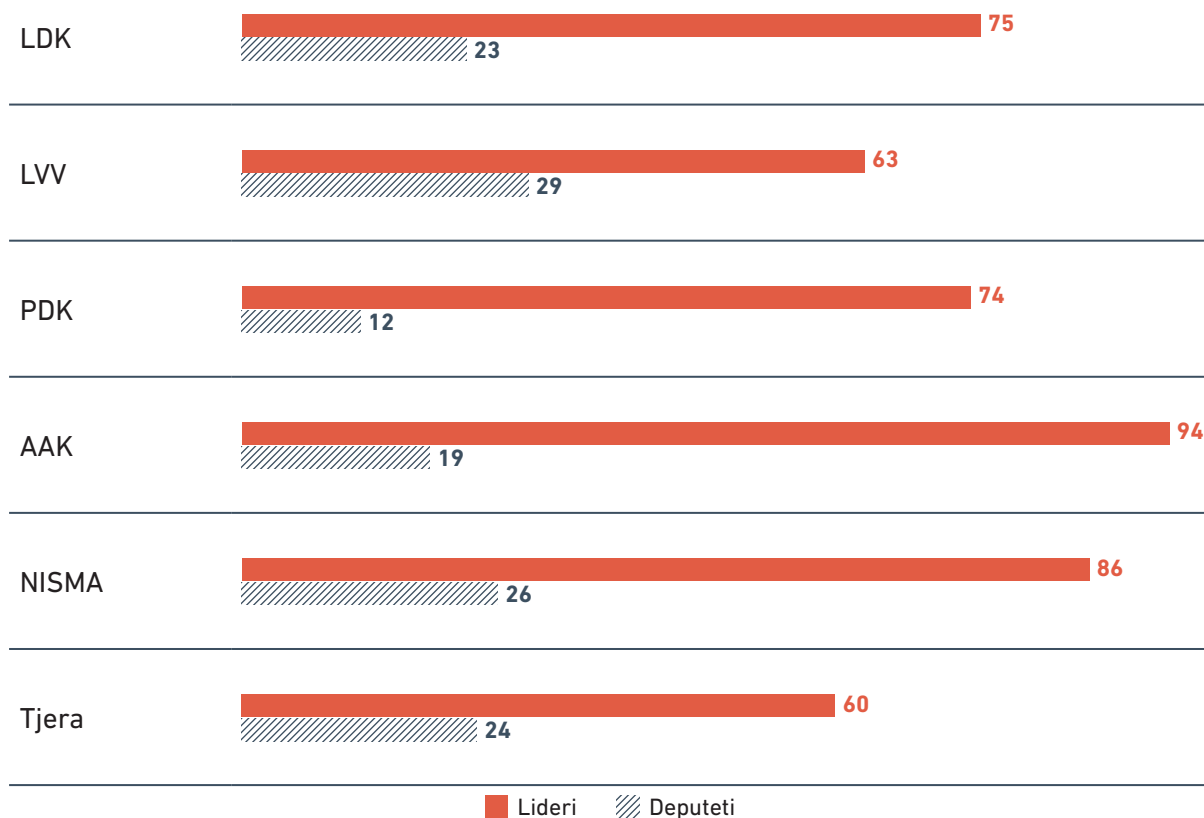


FIG. 2 Lideri/ja vs Kandidati/ja për deputet/e

Aspekti gjinor gjatë fushatës parazgjedhore

Në monitorim të fushatës i është kushtuar rëndësi edhe aspektit gjinor. Të dhënat kanë treguar që ekziston një mungesë e madhe e përfaqësimit të barabartë për kandidatë dhe kandidate në fushatë. Në matjen e bërë për kronika zgjedhore, minutat që kanë pasur gratë kandidate në kronika janë vetëm 7% në krahasim me 93% për burra. Në debatet televizive të monitoruara

nga data 13 janar deri me datë 12 shkurt, përqindja e grave kandidate në debatet televizive është vetëm 20 %, ndërkaq në spote reklamuese përqindja grave është 16 %.

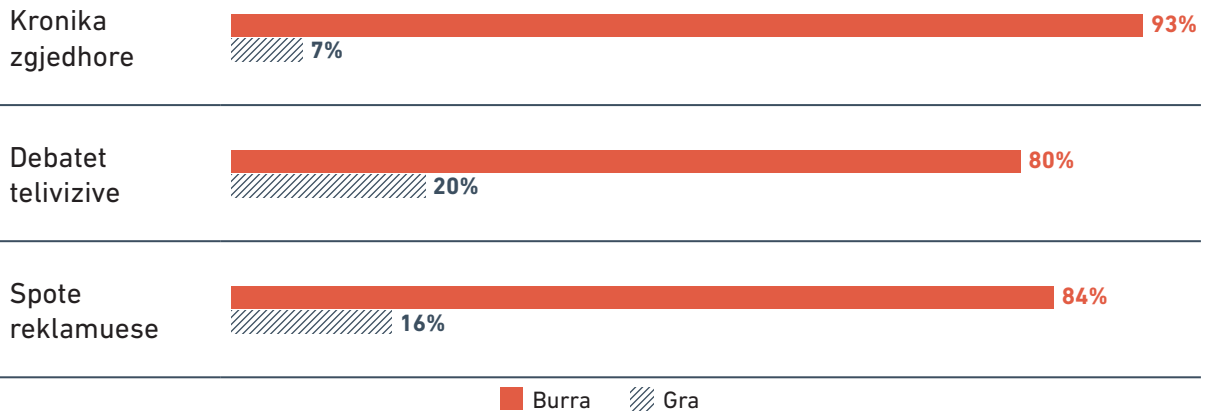


FIG. 3 Përfaqësimi gjinor në kronikat zgjedhore, debate televizive dhe spote reklamuese

Të dhënat e përgjithshme nga monitorimi i debateve

Debatet televizive të monitoruara nga data 13 janar -12 shkurt 2021, tregojnë se nga 328 debate ku kanë marrë pjesë subjektet politike kanë qenë të përfaqësuar me gjithsej 517 kandidatë.

Nga to, 57 debate ishin në televizionin T7, 56 emisione të debatit u zhvilluan në televizionin publik RTK1, 55 në TV Dukagjini, 51 në Kanal 10, 46 në Klan Kosova, 37 emisione në KTV si dhe 26 në RTV 21. Të dhënat për dy televizionet Serbe (RTK 2 dhe TV PULS) paraqesin vetëm 3 debate të zhvilluara ne RTK 2.

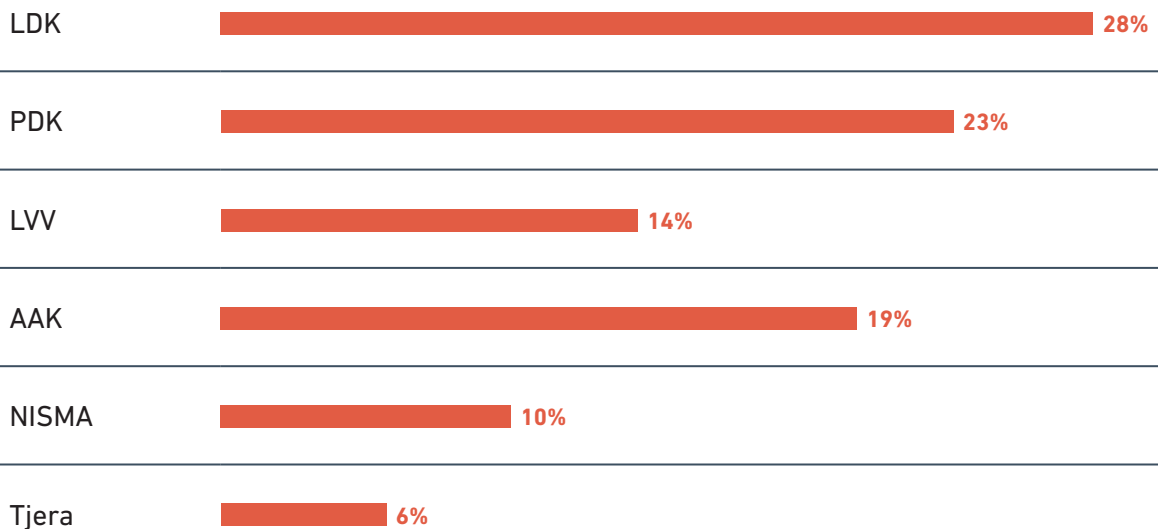


FIG. 4 Përfaqësimi i subjekteve politike në debate televizive nga data 13 janar - 12 shkurt 2021

Të dhënat e përgjithshme për spote reklamuese

Të dhënat tregojnë se më së shumti spote televizive ka transmetuar AAK me gjithsej 489.

Gjatë këtyre zgjedhjeve janë evidentuar gjithsej 60 spote reklamuese të cilave nuk iu ka figuruar nëse kanë qenë të sponsorizuara. 58 spote janë transmetuar në RTK 1, prej të cilave 20 ishin për PDK, 10 për NISMA, 19 për LDK, dhe 4 për AAK, dy për subjektin politik FJALA, një për KDTP, një për PREBK. Ndërkaq për LDK ishin edhe dy spote tjera

të pasponsorizuara njëra në T7 dhe një në Klan Kosova.

Poashtu janë evidentuar 60 spote reklamuese të subjekteve politike të cilat janë më të gjata se dy (2) minuta, e që janë transmetuar në gjashtë televizione, gjë e cila është në kundërshtim me nenin 49, paragrafi 1, të Ligjit për Zgjedhje. RTK ka transmetuar 12 spote reklamuese të PDK, KTV ka transmetuar 1 spot të PDK, Kanal 10 ka transmetuar 10 spote të PDK-së, 9 të LDK-së, dhe 1 të AAK-së, T7 ka transmetuar 1 spot të LDK, TV Dukagjini ka transmetuar 12 spote të LVV, TVPULS ka transmetuar 8 spote të UZ-AH.

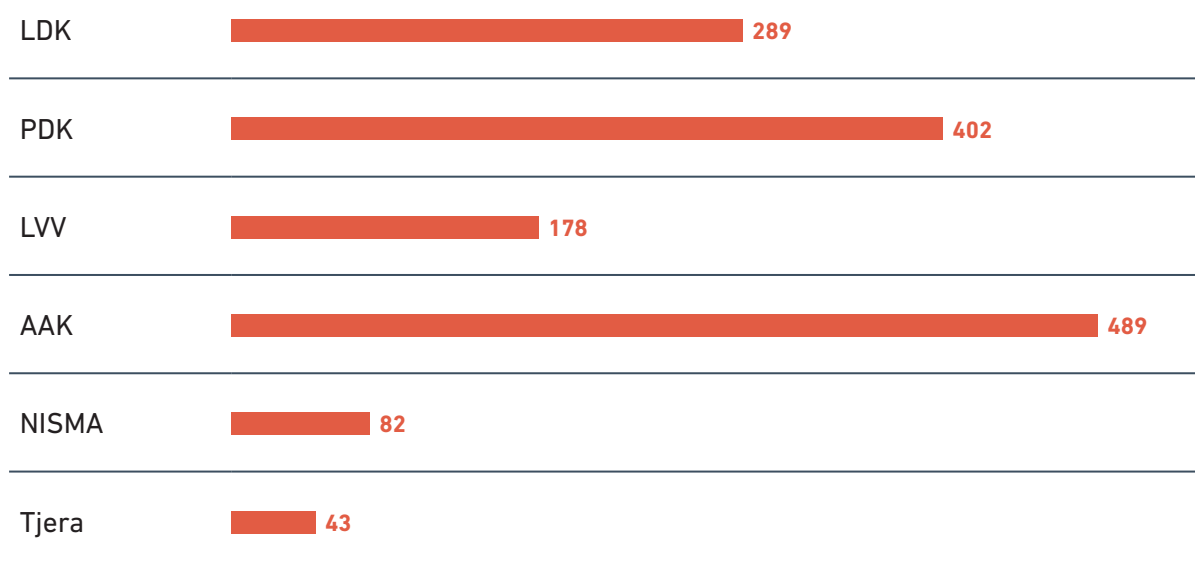


FIG. 5 Minutat e spoteve reklamuese për subjekte politike

Ndërkaq sa i përket spoteve reklamuese për kandidatët dhe për liderët, dominojnë spotet për kandidatë përveç tek AAK-ja dhe Nisma, ku liderët kanë më shumë spote sesa kandidatët tjerë të subjektit politik. Përmes grafikorit të pestë janë ilustruar minutat e spoteve

reklamuese për secilën subjekt të ndara në lider/e dhe kandidat/e. Ajo që vërehet në këtë rast është se Lista Serbe nuk ka pasur spote reklamuese as për liderin dhe as për kandidatët për deputet.

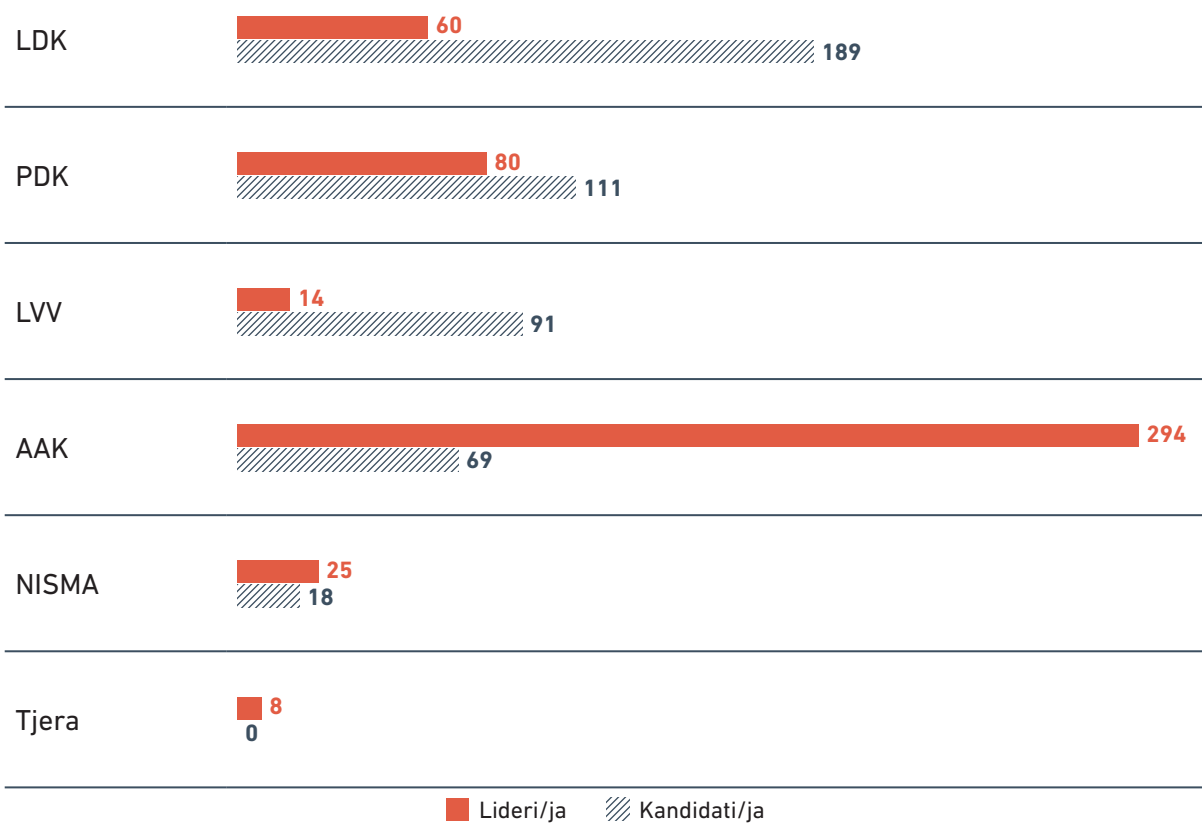


FIG. 6 Krahasimi i minutazhës së spoteve televizive lideri/ja kundrejt kandidatit/es

Livestream nga Portalet

Nga monitorimi i transmetimeve direkte përmes faqeve të Facebook-ut të portaleve (Telegrafi, Gazeta Express, Koha.net, Gazeta Blic, Insjaderi, Indeksonline, Kosovapress, Kanal 10) prin AAK-ja me 1,491 minuta nga pesë portale, duke u pasuar nga LDK me 1,393 minuta nga

gjashtë portale, NISMA me 1,141 nga gjashtë portale, PDK-ja me 1,134 minuta nga gjashtë portale, ndërsa LVV-ja ka vetëm 433 minuta nga vetëm katër portale. Subjektet tjera politike nuk kanë pasur transmetim të drejtpërdrejtë në portale.

Rrjetet Sociale

DnV përmes softuerit SentiOne ka bërë monitorimin e rrjeteve sociale sa i përket postimeve në faqet zyrtare të kandidatëve për kryeministër, ku Albin Kurti ka pasur gjithsej 51 postime, nga to 6 kanë qenë për gratë kandidate, Enver Hoxhaj nga 187 postime vetëm në dy prej tyre ka përmendur gratë kandidate, Avdullah Hoti

nga 295 postime në asnjë prej tyre nuk ka përmendur gratë kandidate, ndërsa Ramush Haradinaj nga 178 në 7 prej tyre ka përmendur gratë kandidate.

Pavarësisht numrit të postimeve ndërveprimet më të shumta nga qytetarët kanë qenë në postimet e Albin Kurtit, kandidat për kryeministër nga LVV.

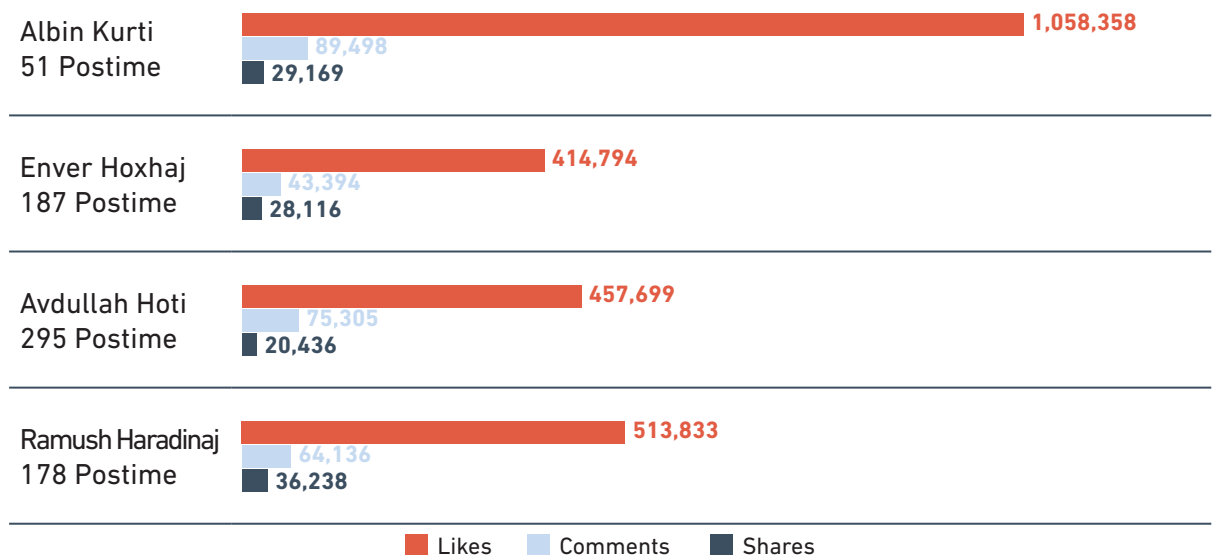


FIG. 7 Monitorimi i rrjeteve sociale të kandidatëve për kryeministër

Gjetjet individuale për televizione

Radio Televizioni i Kosovës

Radio Televizioni i Kosovës gjatë 10 ditëve të fushatës elektorale ka pasur rreth 4 orë kronika zgjedhore dedikuar subjekteve politike dhe 6 orë hapësirë dedikuar për spote televizive dhe transmetime të drejtpërdrejta nga tubimet e subjekteve politike. RTK ka transmetuar për rreth 20 minuta konventën e PDK-së për shëndetësi para fillimit zyrtar të fushatës zgjedhore, gjë e cila është në kundërshtim me nenin 31 të Ligjit mbi Zgjedhjet e Përgjithshme, si dhe me paragrafin 5 të nenit 14 të Rregullores për Komunikimet Komeriale Audiovizuale.

Kronika zgjedhore dhe debatet televizive

Hapësira (minutat) për subjekte politike në kronika zgjedhore, në Radio Televizionin e Kosovës, është përafërsisht e njëjtë për të gjitha subjektet e mëdha. Ashtu siç edhe shihet në grafikonin më poshtë subjektet e vogla dhe ato të minoriteteve nuk janë përfshirë në kronikat zgjedhore në periudhën e monitoruar. Ndërkaq sa i përket debateve televizive në RTK numri i pjesëmarrësve nga subjektet politike është si më poshtë:

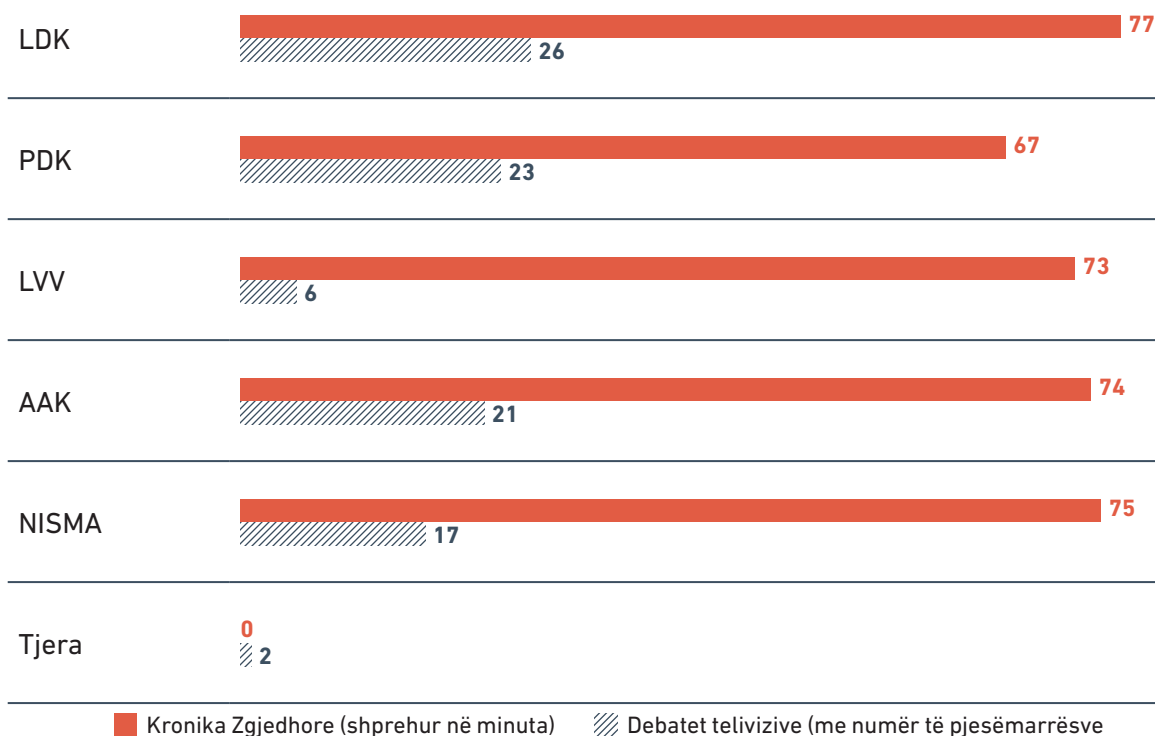


FIG. 8 Hapësira për subjekte politike sa i përket kronikave zgjedhore dhe debateve televizive

Ndërkaq kur është bërë matja e hapësirës kohore në minuta dedikuar për subjekt, në atë se sa iu është dhënë hapësirë në minuta kandidatit për kryeministër/liderit dhe kandidatëve për deputet. Nga grafikoni më poshtë mund të shihet se grave kandidatë për deputete të subjekteve politike nuk iu është dhënë hapësirë në kronika zgjedhore me përjashtim të Vjosa Osmanit nga LVV. Sa i përket konotacionit, në këtë televizion të gjitha kronikat ishin të prezantuara me konotacion neutral.

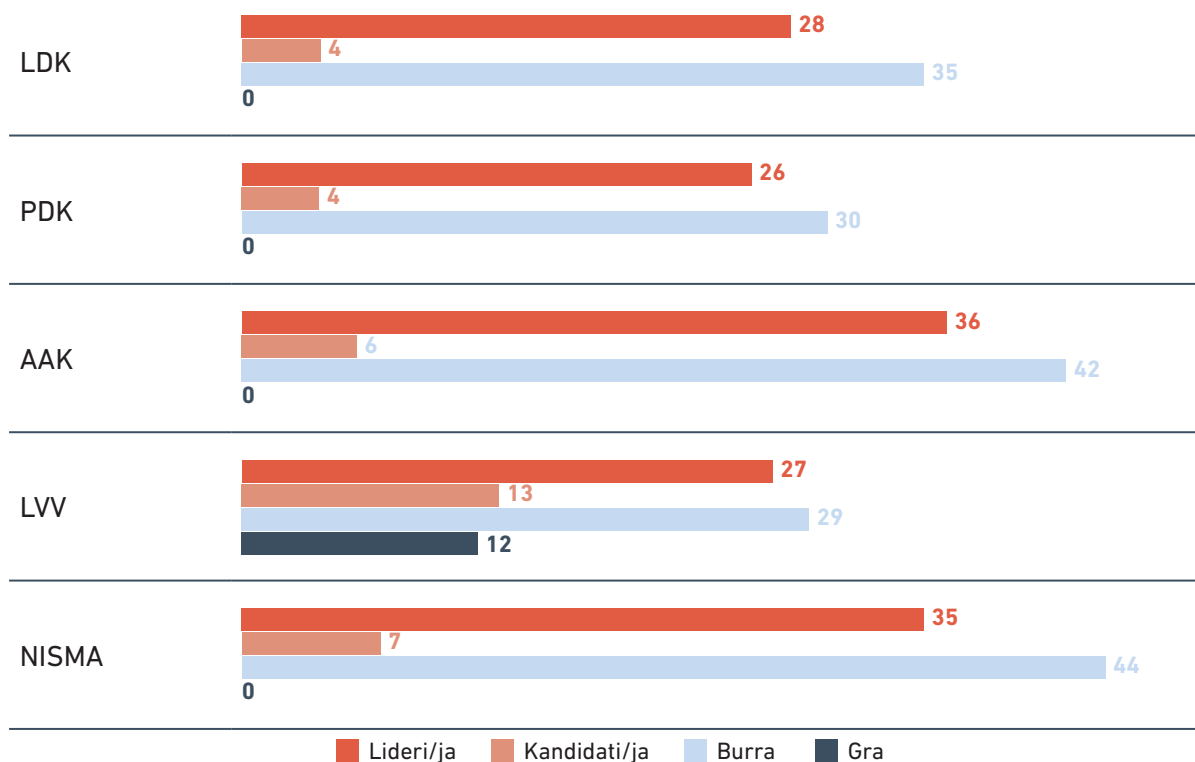


FIG. 9 Hapësira në minuta për liderin vs kandidatin si dhe kandidatët burra vs gra

Televizioni publik RTK përgjatë periudhës raportuese, kishte gjithsej 56 emisione të debateve televizive. Prej tyre 15 emisione ishin për prezantimin e një subjekti apo kandidati, 16 ishin debate vetëm me analistë, 13 ishin debate me shumë subjekte apo kandidatë si dhe 15 emisione ishin të kategorisë tjetër.

Nga 56 emisione pjesëmarrës ishin 95 kandidatët, prej të cilëve 79 ishin kandidatë burra dhe vetëm 19 gra. Në grafikoni më poshtë ilustron ndarja e pjesëmarrësve sipas gjinisë bazuar në subjektet politike pjesëmarrëse.

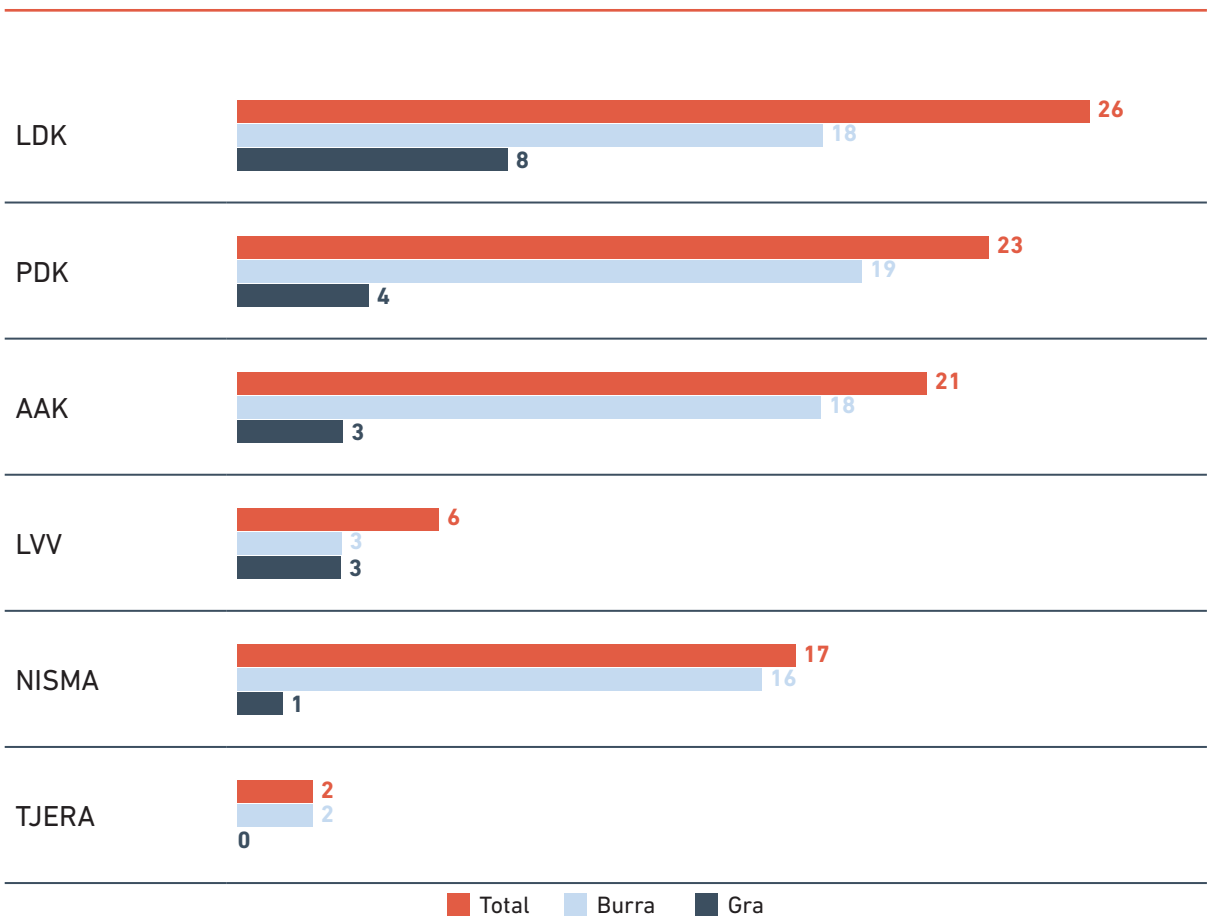


FIG. 10 Numri i pjesëmarrësve të subjekteve politike në debatet në RTK si dhe numri i kandidatëve gra dhe burra

Në debatet e zhvilluara në emisionet televizive, ishin gjithsej 97 pjesëmarrës në rolin e analistëve pavarësisht që një numër i madh i tyre përsëriteshin në shumë prej debateve televizive.

Nga 56 emisione të debatit të zhvilluar përgjatë periudhës monitoruese 47 ishin debate zgjedhore. Në 14 debate, u prezantuan plotësisht apo pjesërisht programe të subjekteve politike.

Spotet reklamuese në RTK

Të dhënat nga monitorimi tregojnë se RTK ka transmetuar 58 spote reklamuese në të cilat nuk figuron nëse janë të sponsorizuara. Nga 58 spote 20 prej tyre ishin për PDK, 10 për NISMA, 19 për LDK, dhe 4 për AAK, dy për subjektin politik FJALA, një për KDTP, një për PREBK. Sa i përket numrit më të madh të spoteve të transmetuara në RTK prin AAK me 95 minuta spote.

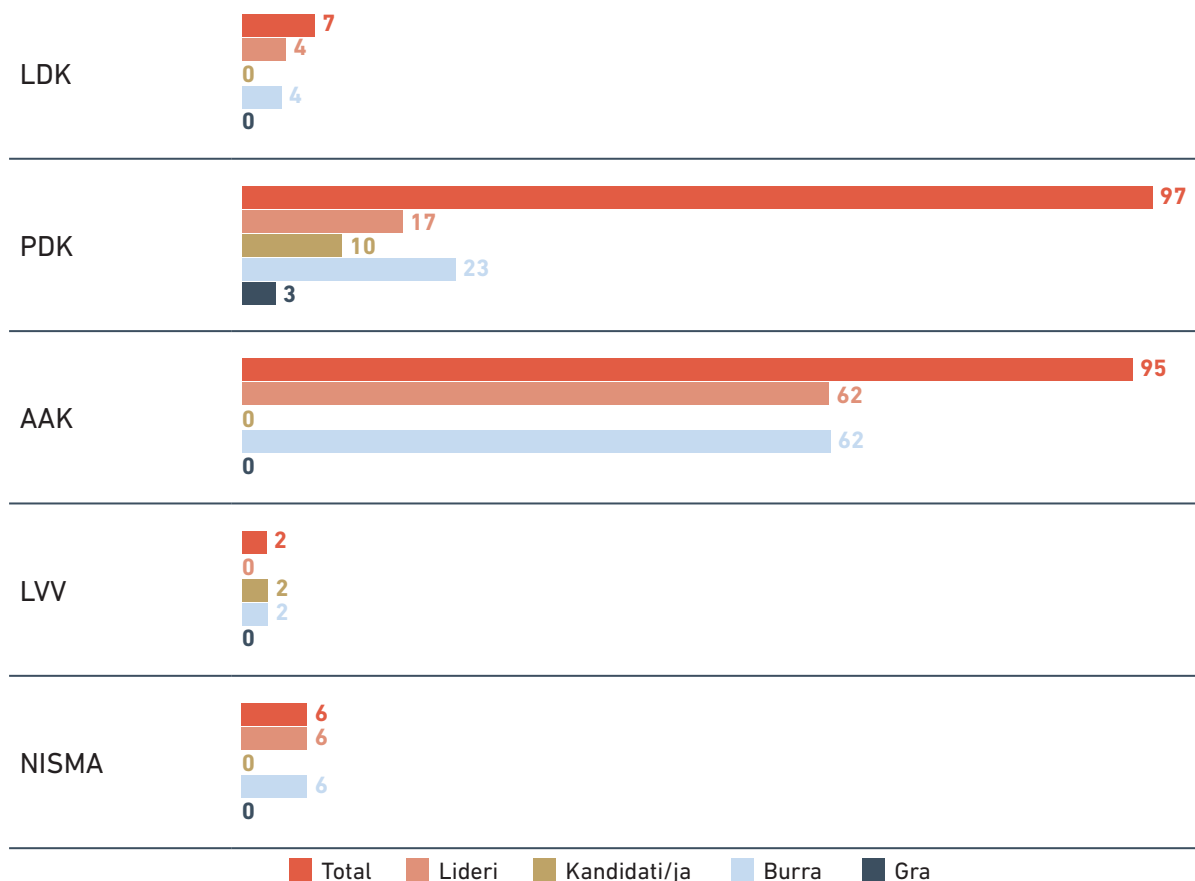


FIG. 11 Minutazha e spoteve për subjekte politike të ndara në lider vs kandidat si dhe gra vs burra

RTK ka transmetuar edhe tubimet zgjedhore, ku vlen të theksohet transmetimi i 7 tubimeve të PDK-së me 159 minuta. Gjithashtu RTK ka transmetuar edhe Konventën e PDK-së për shëndetësi, duke mos përmbytur ndonjë shënim për sponsorizim me datë 22 janar, pra ende pa filluar zyrtarisht fushata zgjedhore.

KohaVizion(KTV)

Televizioni KohaVizion ka pasur në total rreth 2 orë kronikë zgjedhore, afër 2 orë spote reklamuese dhe 4 orë tubime të transmetuara drejtpërdrejtë.

Kronika zgjedhore dhe debatet televizive

Sa i përket hapësirës për subjekte politike në kronika zgjedhore, në KohaVizion prin LDK me 25 minuta, e pasuar nga AAK me 23 minuta, LVV 21 minuta, PDK me 17, Nisma me 15 dhe subjektet tjera me 2 minuta.

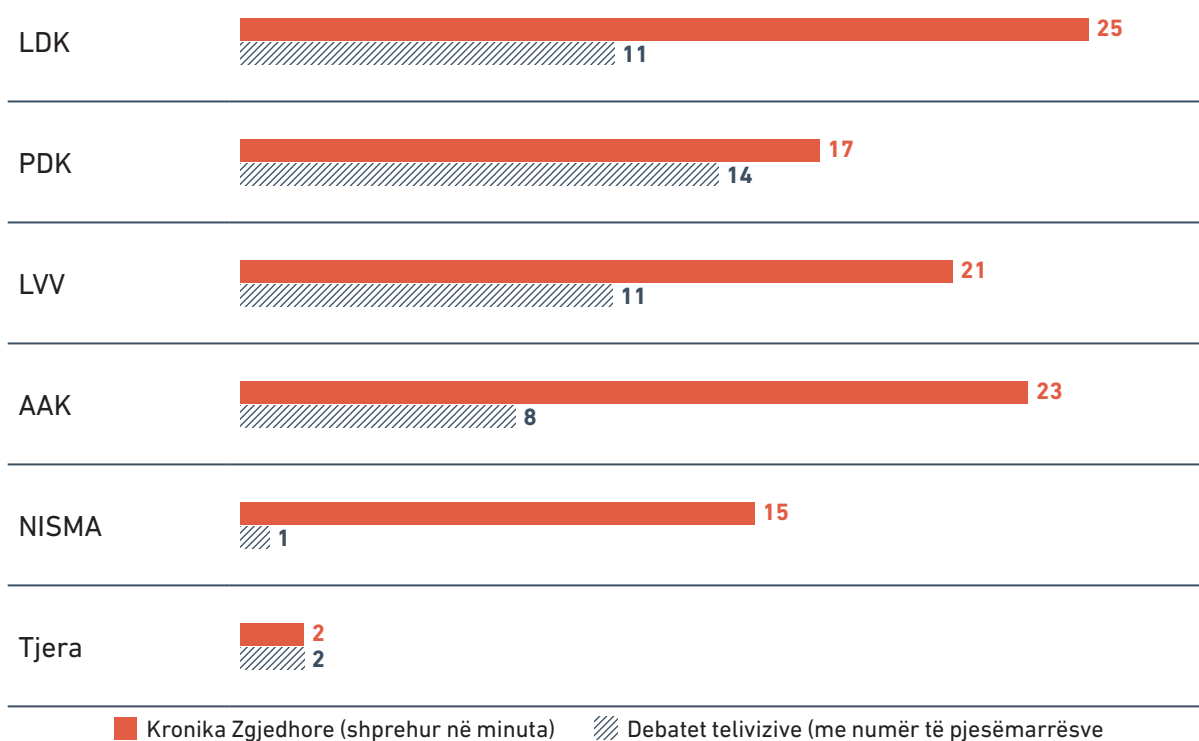


FIG. 12 Hapësira për subjekte politike sa i përket kronikave zgjedhore dhe debateve televizive

Sa i përket konotacionit të kronikave zgjedhore të monitoruara në KTV të gjitha kanë qenë me konotacion neutral të prezantimit.

Ndërkaq kur është bërë matja e hapësirës kohore në minuta dedikuar për subjekt, nënkupton se sa iu është dhënë hapësirë në minuta kandidatit për kryeministër/liderit dhe kandidatëve për deputet. Nga grafikoni më poshtë mund të shihet se edhe në KTV grave kandidatet për deputete të subjekteve politike nuk iu është dhënë hapësirë në kronika zgjedhore me përjashtim të Vjosa Osmanit nga LVV.

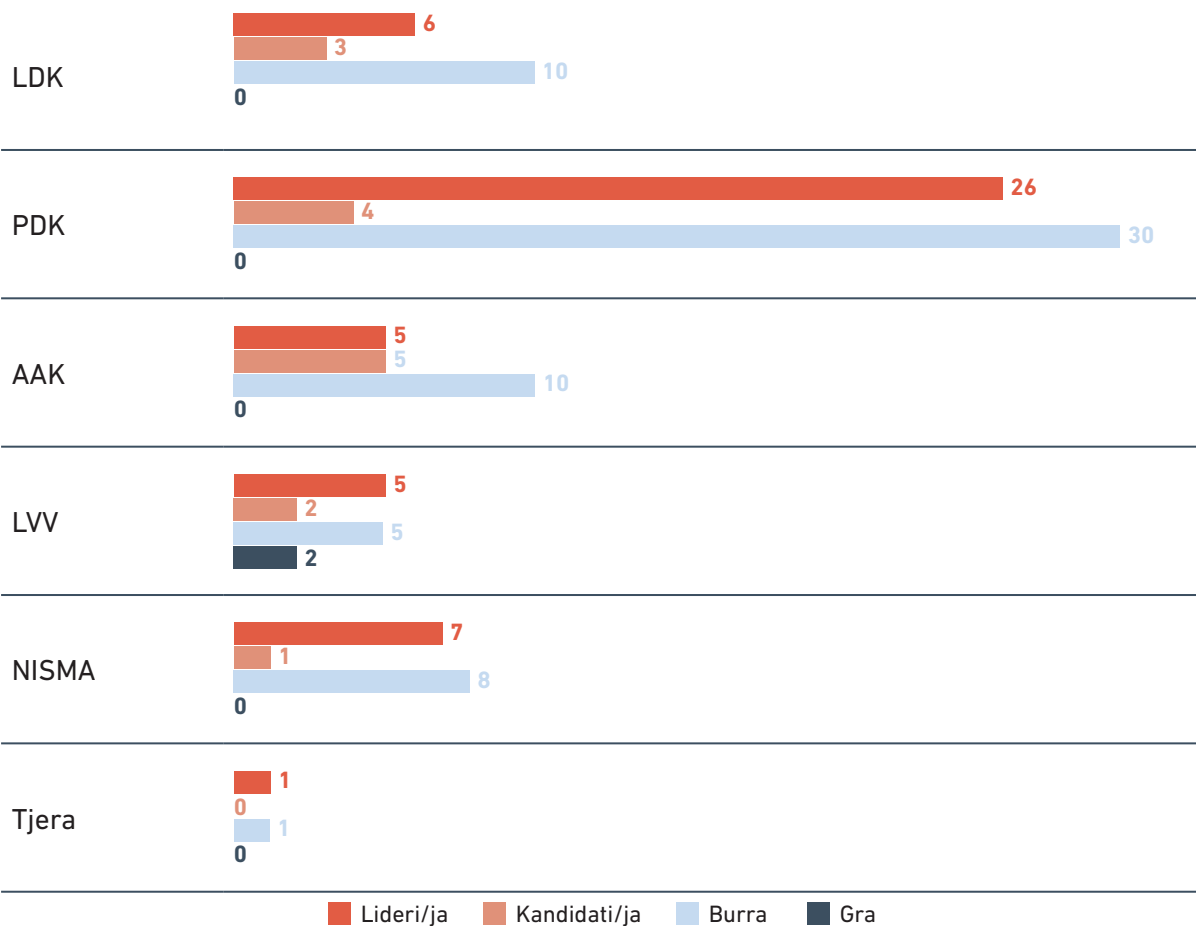


FIG. 13 Hapësira në minuta gjatë kronikave zgjedhore për liderin vs kandidatin si dhe kandidatët burra vs gra

KTV përgjatë periudhës raportuese, kishte gjithsej 37 emisione të debateve televizive. Emisionet e monitoruara përgjatë periudhës raportuese ishin 'Interaktiv' dhe 'Desku'. Prej këtyre emisioneve 21 ishin për prezantimin e një subjekti apo kandidati, 6 ishin debate vetëm me analistë, 2 ishin duele televizive mes dy subjekteve politike apo kandidatëve, 4 debat me shume subjekte apo kandidatë si dhe 4 emisione të kategorisë tjetër.

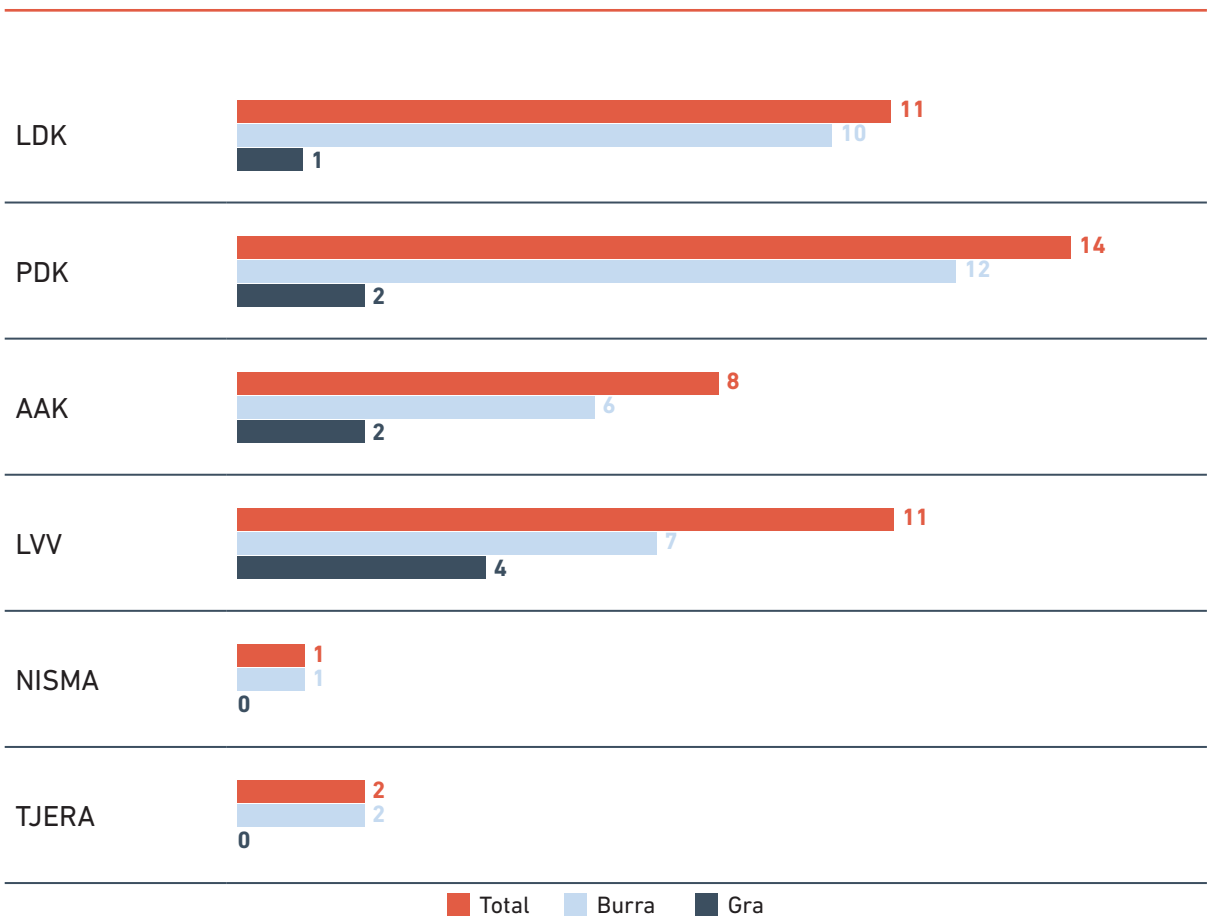


FIG. 14 Numri i pjesëmarrësve të subjekteve politike në debate në KTV si dhe numri i kandidatëve gra dhe burra

Në debatet e zhvilluara në emisionet televizive ishin gjithsej 17 pjesëmarrës në rolin e analistëve.

Shumica e emisioneve të debateve televizive ishin emisione zgjedhore si dhe programet e subjekteve politike u prezantuan plotësisht apo pjesërisht në 28 raste.

Spotet reklamuese në KTV

Të dhënat nga monitorimi tregojnë se KTV ka transmetuar në total 87 minuta spote reklamuese dhe 247 minuta nga tubimet e subjekteve politike. Subjektet politike të cilat nuk kanë pasur spote reklamuese në KTV janë LDK dhe Nisma.

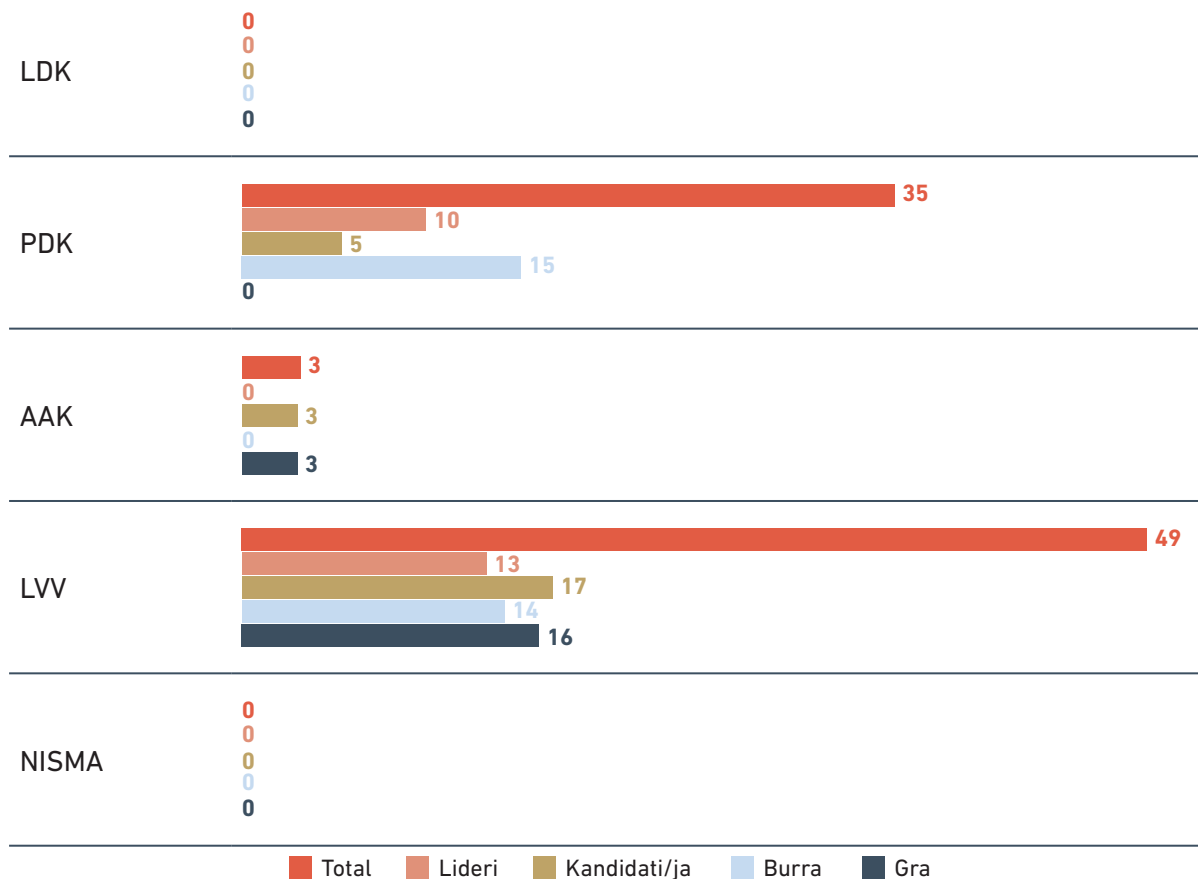


FIG. 15 Minutazha e spoteve për subjekte politike të ndarë në lider vs kandidat si dhe gra vs burra

KTV ka transmetuar edhe tubimet zgjedhore të subjekteve politike ku PDK ka pasur transmetim 239 minuta ndërkaq LVV vetëm 8 minuta.

RADIO TELEVISIONI 21

Radio Televizioni 21 në total kishte mbi 2 orë kronikë zgjedhore, rreth 3 orë spote reklamuese dhe rreth 4 orë tubime të transmetuara drejtpërdrejtë. RTV 21 me datën 22.01.2021 ka transmetuar për rreth 20 minuta Konventën e Partisë Demokratike të Kosovës (PDK) për shëndetësi, mirëpo pa përmbajtur ndonjë shënim për sponsorizim, gjë e cila është në kundërshtim me nenin 31 të Ligjit mbi Zgjedhjet e Përgjithshme, si dhe me paragrafin 5 të nenit 14 të Rregullores për Komunikimet Komerciale Audiovizuale, ku thuhet "subjektet politike dhe koalicionet nuk do të jenë sponsorë të programeve audio-vizuale përveç gjatë kohës së promovimit zgjedhor, në pajtim me një akt të veçantë", si dhe me paragrafin 6 të nenit 14 të kësaj rregulloreje, ku thuhet "ndalohet reklamimi i subjekteve politike, koalicioneve dhe anëtarëve të pavarur të organeve përfaqësuese, përveç gjatë kohës së promovimit zgjedhor në pajtim me një akt të veçantë".

Kronika zgjedhore dhe debatet televizive

Hapësirë në kronikat zgjedhore për subjekte politike në RTV21 kishin AAK me 27 minuta, LDK dhe NISMA me 26 minuta, PDK me 25 minuta dhe LVV 23 minuta. Subjektet e vogla dhe ato të minoriteteve nuk kanë pasur hapësirë në kronika zgjedhore gjatë periudhës së monitoruar. Përderisa në debate ka pasur pjesëmarrje nga këto subjekt.

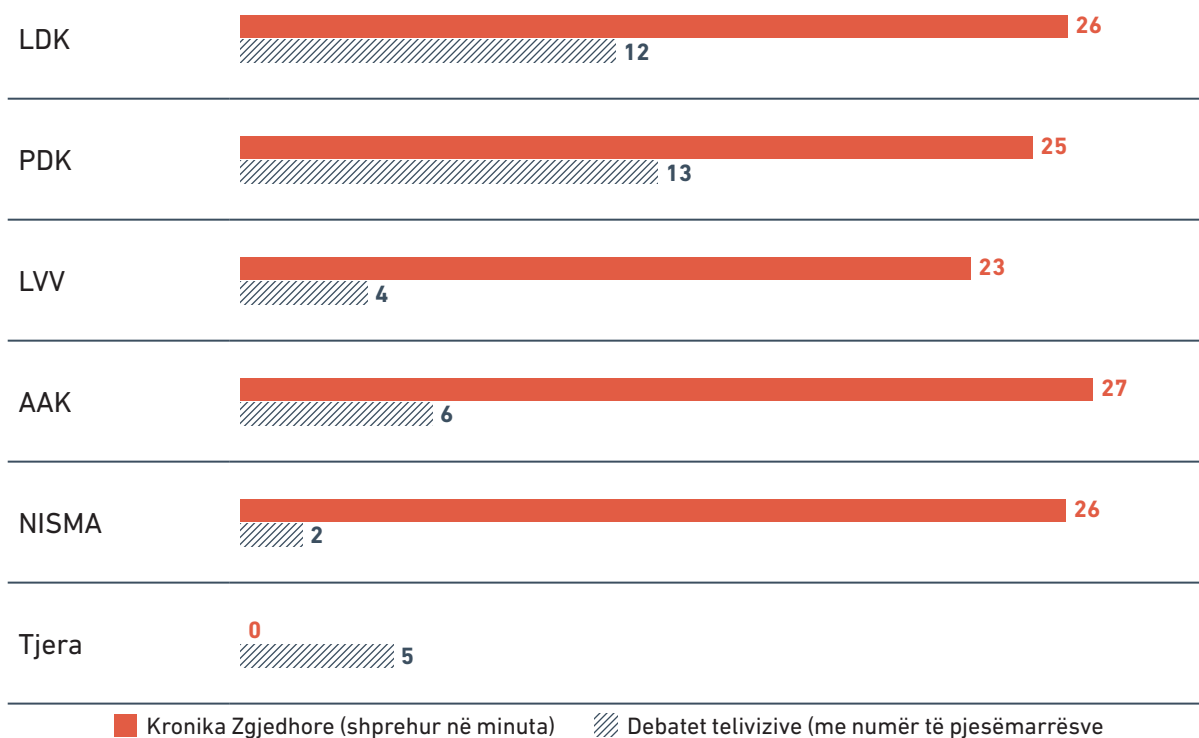


FIG. 16 Hapësira për subjekte politike sa i përket kronikave zgjedhore dhe debateve televizive

Edhe në RTV21 të gjitha kronikat zgjedhore kanë qenë me konotacion neutral të prezantimit. Ndërkaq kur është bërë matja e hapësirës kohore në minuta dedikuar për subjekte, në atë se sa iu është dhënë hapësirë në minuta kandidatit për kryeministër/liderit dhe kandidatëve për deputet, nga grafikoni më poshtë shohim se edhe në RTV21 grave kandidate për deputete të subjekteve politike nuk iu është dhënë hapësirë në kronika zgjedhore me përjashtim të Vjosa Osmanit nga LVV.

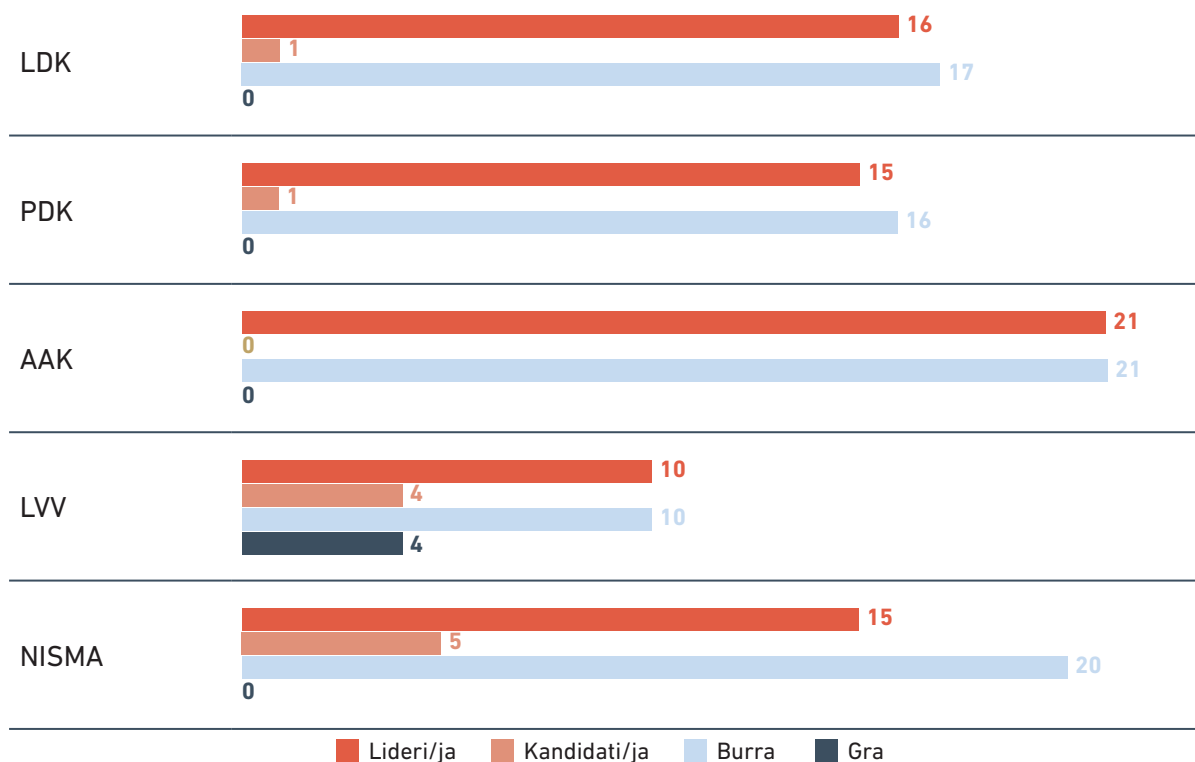


FIG. 17 Hapësira në minuta gjatë kronikave zgjedhore për liderin vs kandidatin si dhe kandidatët burra vs gra

Televizioni RTV21 përgjatë periudhës raportuese 13 janar-12 shkurt 2021, kishte gjithsej 26 emisione të debateve televizive. Emisionet e monitoruara përgjatë periudhës raportuese ishin 'Click` si dhe emisioni 'Debat Zgjedhor'. Prej këtyre emisioneve 2 ishin emisione për prezantimin e një subjekti apo kandidati, 4 ishin debate vetëm me analistë, 4 ishin duele televizive mes dy subjekteve politike apo kandidatëve, 4 debat me shumë subjekte apo kandidatë si dhe 12 emisione të kategorisë tjetër.

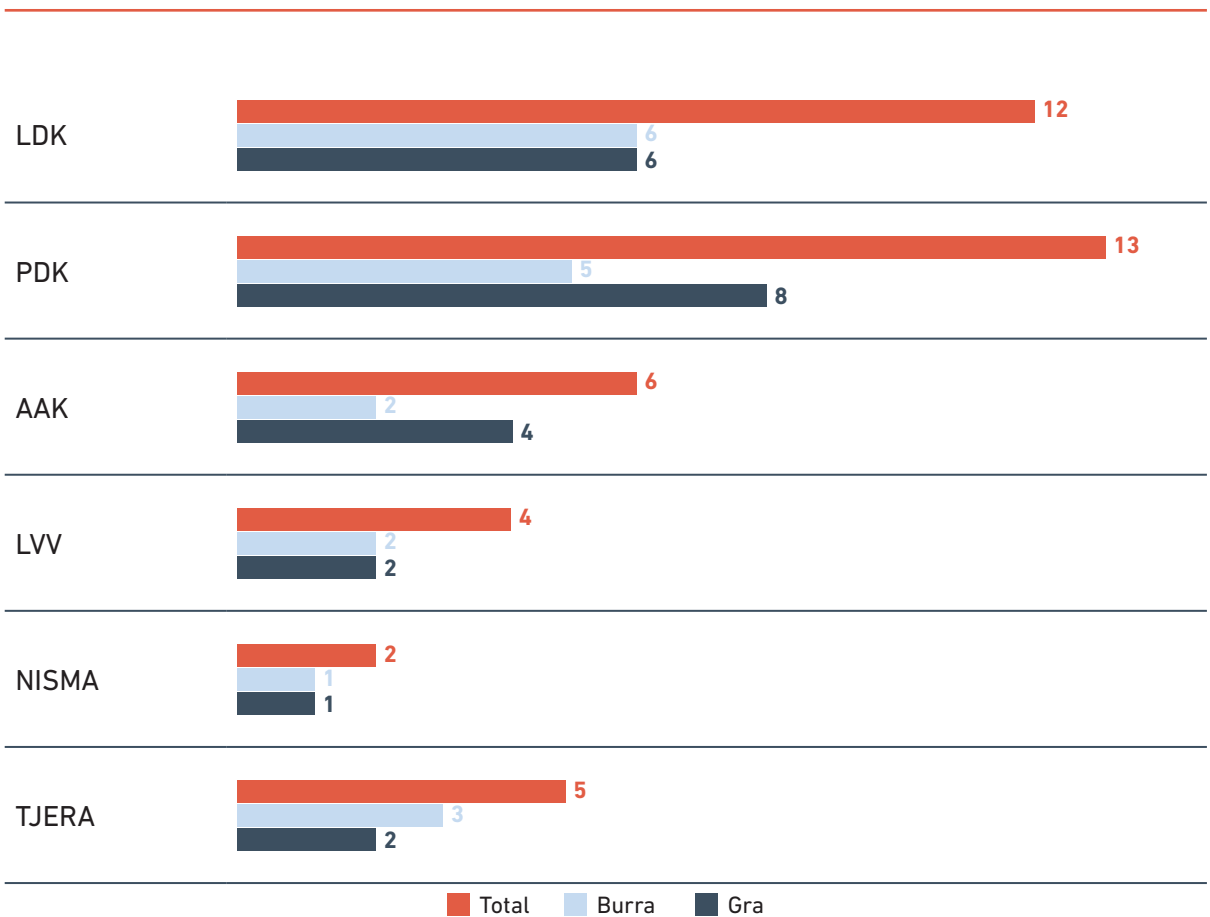


FIG. 18 Numri i pjesëmarrësve të subjekteve politike në debate në RTV 21 si dhe numri i kandidatëve gra dhe burra

Në debatet e zhvilluara në emisionet televizive, ishin gjithsej 9 pjesëmarrës në rolin e analistëve.

Shumica e emisioneve të debateve televizive ishin emisione zgjedhore si dhe programet e subjekteve politike u prezantuan plotësisht apo pjesërisht në 28 raste.

Spotet reklamuese në RTV21

Të dhënat nga monitorimi tregojnë se RTV21 ka transmetuar në total 155 minuta spote reklamuese dhe 237 minuta nga tubimet e subjekteve politike. Subjektet politike të cilat nuk kanë pasur spote reklamuese në RTV 21 janë LVV dhe Nisma.

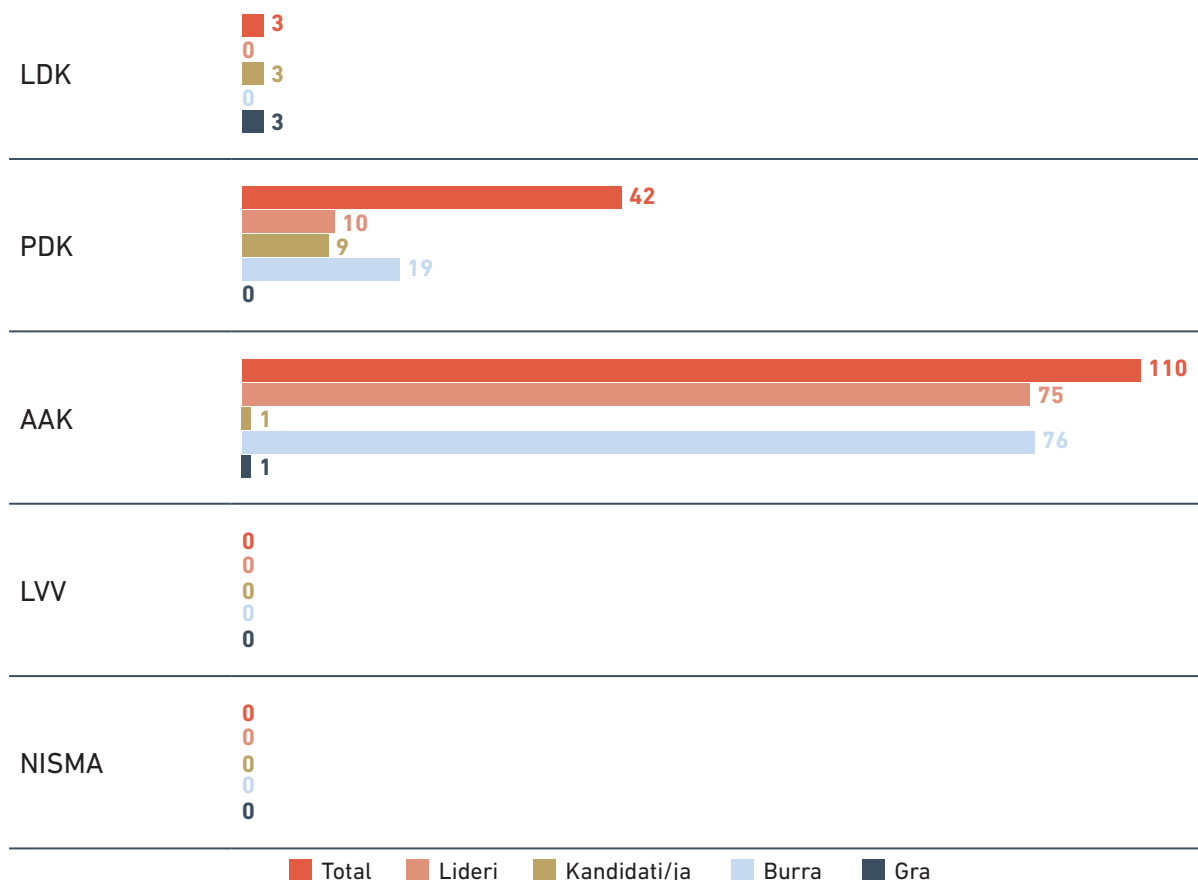


FIG. 19 Minutazha e spoteve për subjekte politike të ndarë në lider vs kandidat si dhe gra vs burra

RTV 21 ka transmetuar edhe tubimet zgjedhore të subjekteve politike ku LDK ka pasur transmetim 152 minuta dhe PDK 85 minuta.

Televizioni T7

Televizioni T7 gjatë fushatës parazgjedhore ka pasur në total 2 orë kronikë zgjedhore, rreth 3 ore spote reklamuese dhe rreth 12 orë tubime të transmetuara drejtpërdrejtë. Televizioni T7 me datën 22.01.2021 ka transmetuar për rreth 20 minuta Konventën e Partisë Demokratike të Kosovës (PDK) për shëndetësi, duke e poshtëshënuar se transmetimi i këtij aktiviteti është hapësirë e sponsorizuar nga PDK.

Kronika zgjedhore dhe debatet televizive

Hapësirë në kronikat zgjedhore për subjekte politike në T7 kanë pasur vetëm subjektet e mëdha. Grafikoni më poshtë tregon minutazhën për subjekte politike në këtë televizion dhe numrin e pjesëmarrësve të subjekteve politike në debatet televizive. Sa i përket konotacionit në kronika zgjedhore në T7 të gjitha ishin me konotacion neutral.

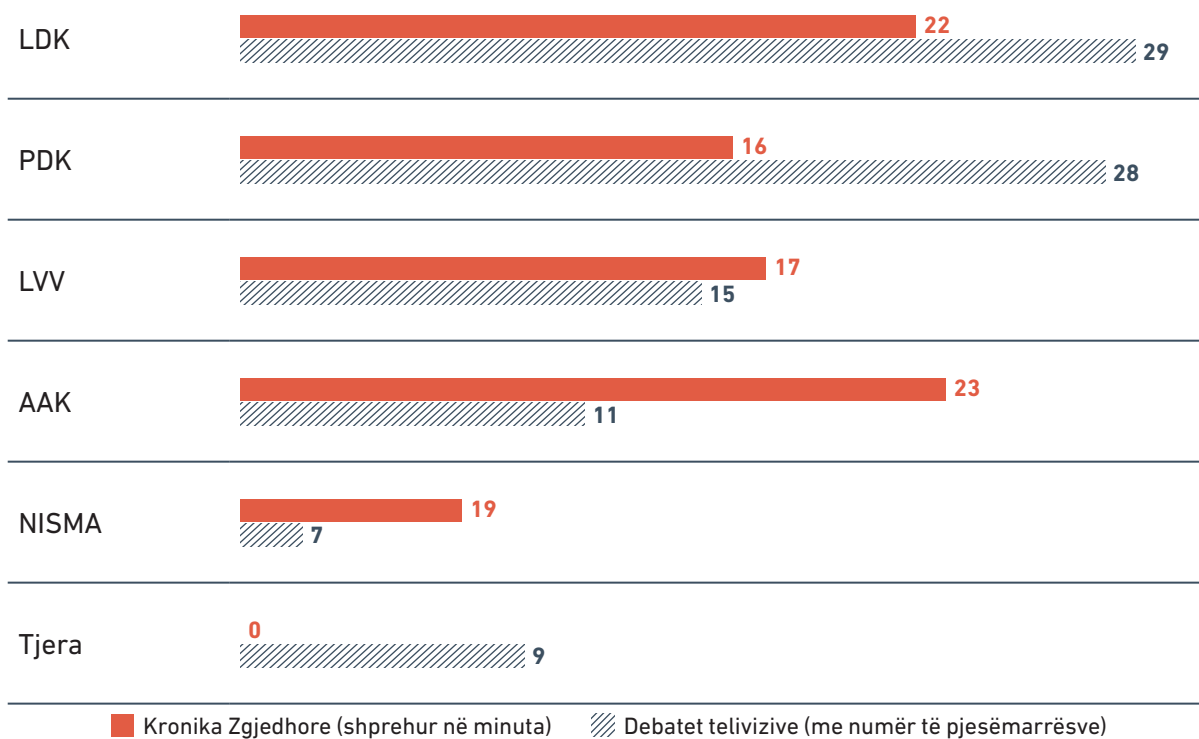


FIG. 20 Hapësira për subjekte politike sa i përket kronikave zgjedhore dhe debateve televizive

Edhe në T7 kur është bërë matja e hapësirës kohore në minuta, se sa iu është dhënë hapësirë kandidatëve gra, siç shihet edhe nga grafikoni i më poshtëm me përjashtim të Vjosa Osmanit nga LVV, kandidatëve tjerë për deputet nuk iu është dhënë hapësirë në kronika zgjedhore.

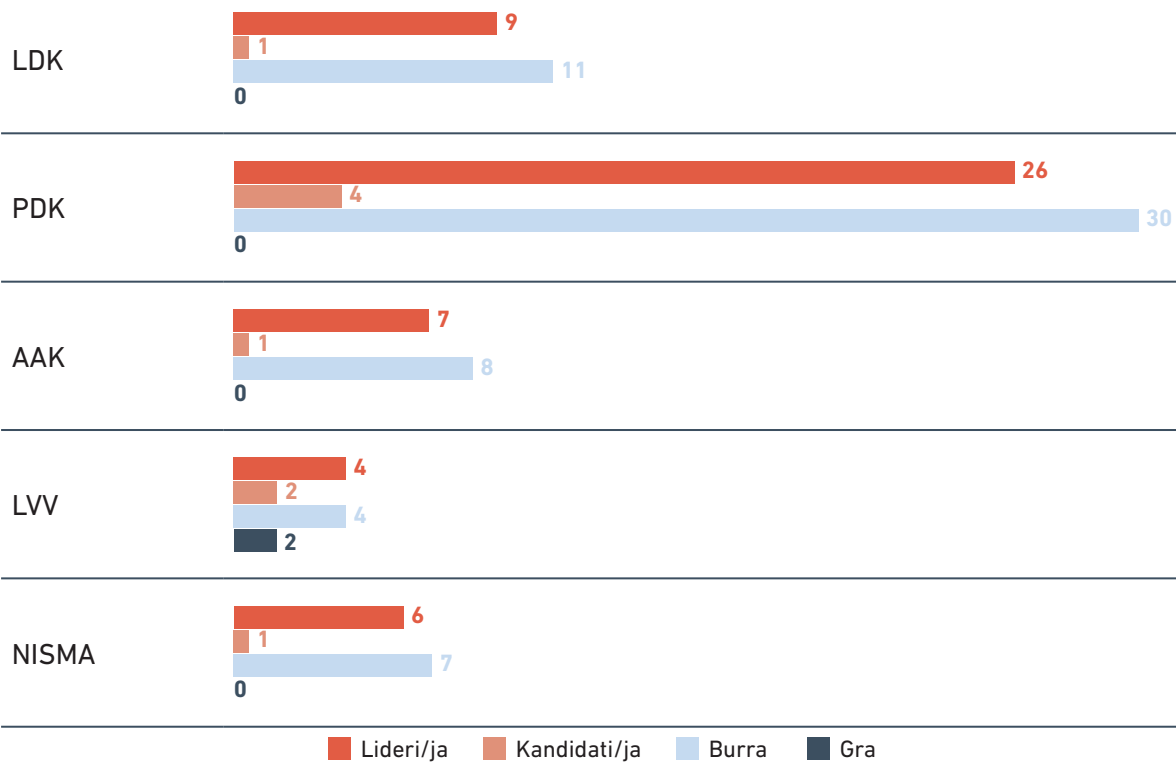


FIG. 21 Hapësira në minuta gjatë kronikave zgjedhore për liderin vs kandidatin si dhe kandidatët burra vs gra

Televizioni T7 ishte televizioni që zë vendin e parë me më së shumti emisione të debateve televizive përgjatë periudhës raportuese, gjithsej 57. Emisionet e monitoruara përgjatë periudhës raportuese ishin emisioni Debati Zgjedhor dhe Pressingu Zgjedhor. Prej emisioneve të zhvilluara 29 ishin emisione për prezantimin e një subjekti apo kandidati, 10 ishin debate vetëm me analistë kurse 18 tjera ishin emisione të kategorisë tjetër.

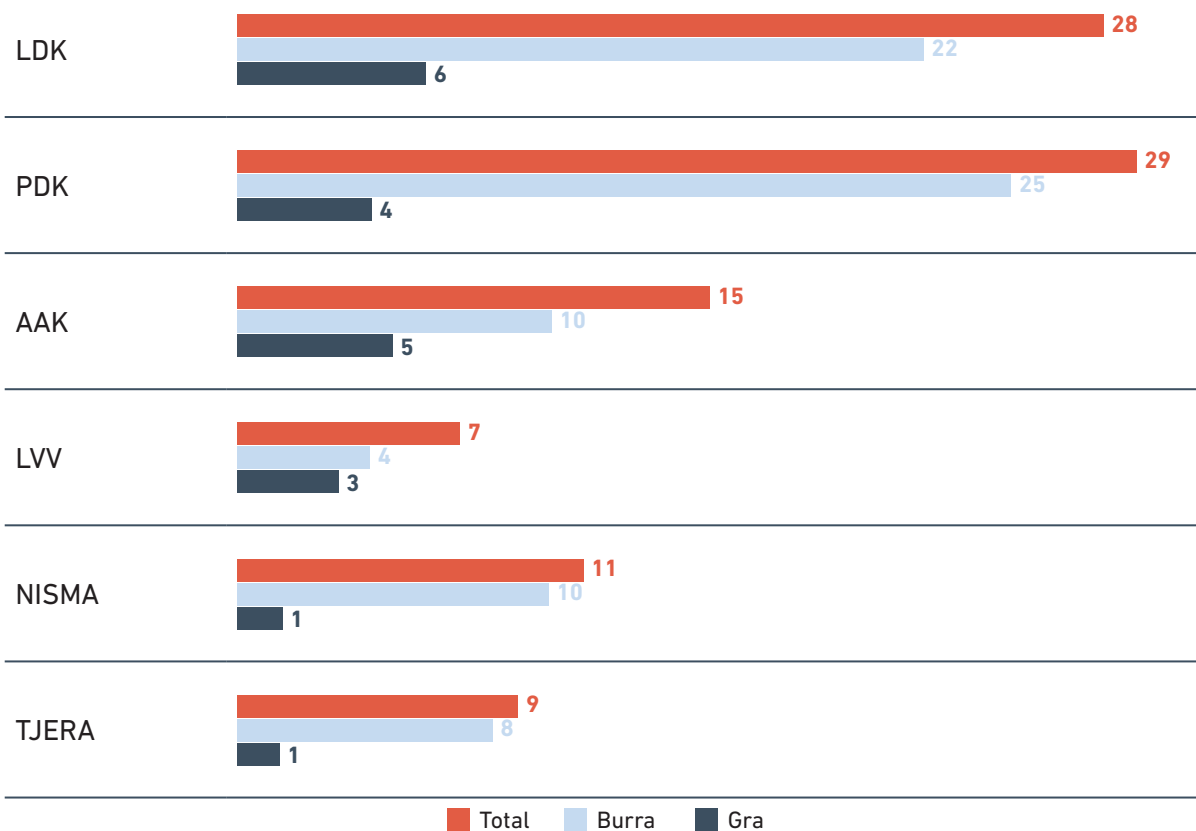


FIG. 22 Numri i pjesëmarrësve të subjekteve politike në debate në T7 si dhe numri i kandidatëve gra dhe burra

Në grafikonin më poshtë ilustrohet ndarja e pjesëmarrësve sipas gjinisë bazuar në subjektet politike pjesëmarrëse. Në debatet e zhvilluara në emisionet televizive, ishin gjithsej 191 pjesëmarrës në rolin e analistëve pavarësisht që një numër i madh i tyre përsëriteshin në shumë prej debateve televizive.

Spotet reklamuese në T7

Të dhënat tregojnë se Televizioni T7 ka transmetuar në total 173 minuta spote reklamuese dhe 729 minuta nga tubimet e subjekteve politike. Ky televizion ka transmetuar një spot të LDK-së të pasponsozorizuar.

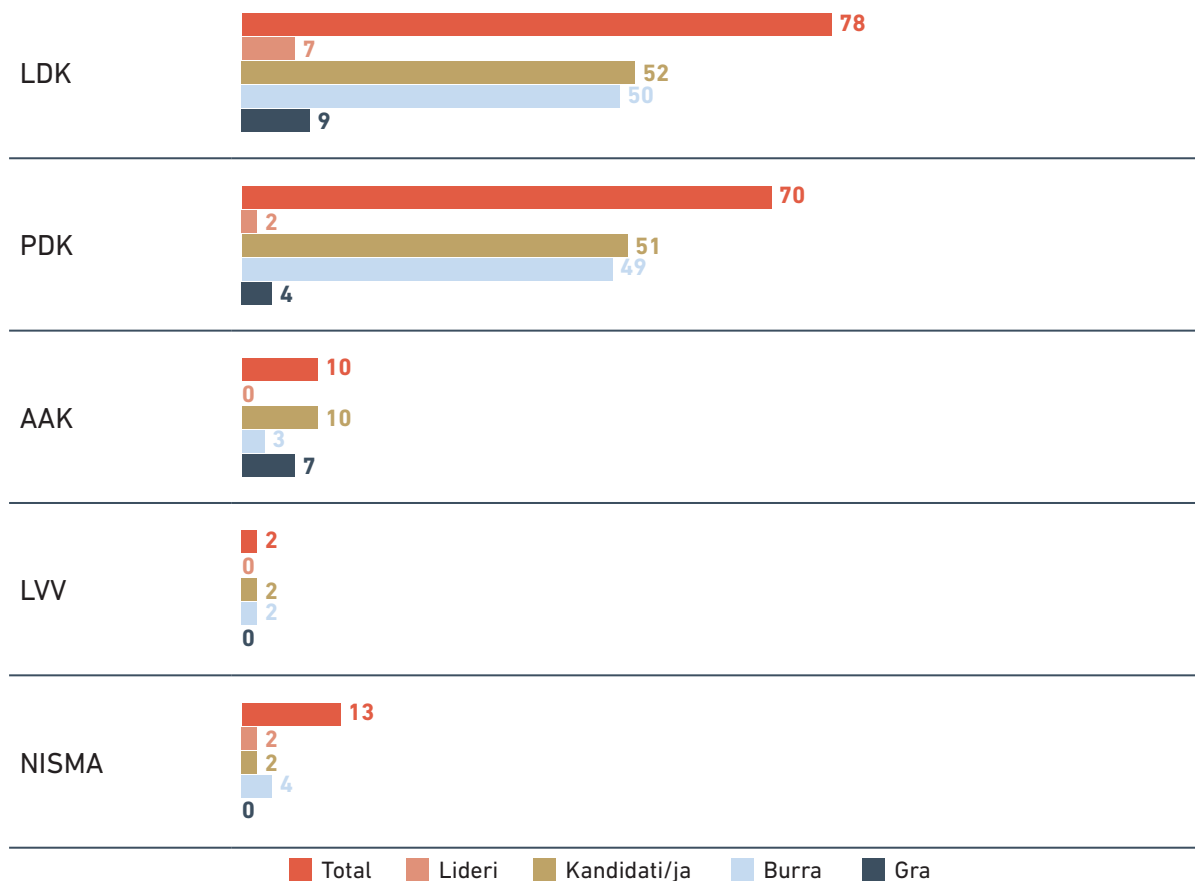


FIG. 23 Minutazha e spoteve për subjekte politike të ndarë në lider vs kandidat si dhe gra vs burra

T7 ka transmetuar edhe tubimet zgjedhore të subjekteve politike ku Nisma ka pasur 277 minuta, 249 LDK dhe 203 minuta PDK.

Kanal 10

Televizioni Kanal 10 gjatë fushatës parazgjedhore ka pasur në total 1 orë e 30 minuta kronikë zgjedhore, rreth 6 orë spote reklamuese dhe rreth 16 orë tubime të transmetuara drejtpërdrejtë. Televizioni Kanal 10 me datën 22.01.2021 ka transmetuar për rreth 20 minuta Konventën e Partisë Demokratike të Kosovës (PDK) për shëndetësi, mirëpo pa përmbajtur ndonjë shënim për sponsorizim, gjë e cila është në kundërshtim me nenin 31 të Ligjit mbi Zgjedhjet e Përgjithshme, si dhe me paragrafin 5 të nenit 14 të Rregullores për Komunikimet Komerçiale Audiovizuale.

Kronika zgjedhore dhe debatet televizive

Hapësirë në kronikat zgjedhore për subjekte politike në Kanal 10 kanë pasur vetëm subjektet e mëdha. Grafikoni më poshtë tregon minutazhën për subjekte politike në këtë televizion dhe numrin e pjesëmarrësve të subjekteve politike në debatet televizive. Në Kanal 10, ishin gjithsej 5 kronika të prezantuara me konotacion negativ ku dy ishin për subjektin politik NISMA kurse nga një për AAK, PDK dhe LVV si dhe një kronikë e prezantuar me konotacion pozitiv për LVV.

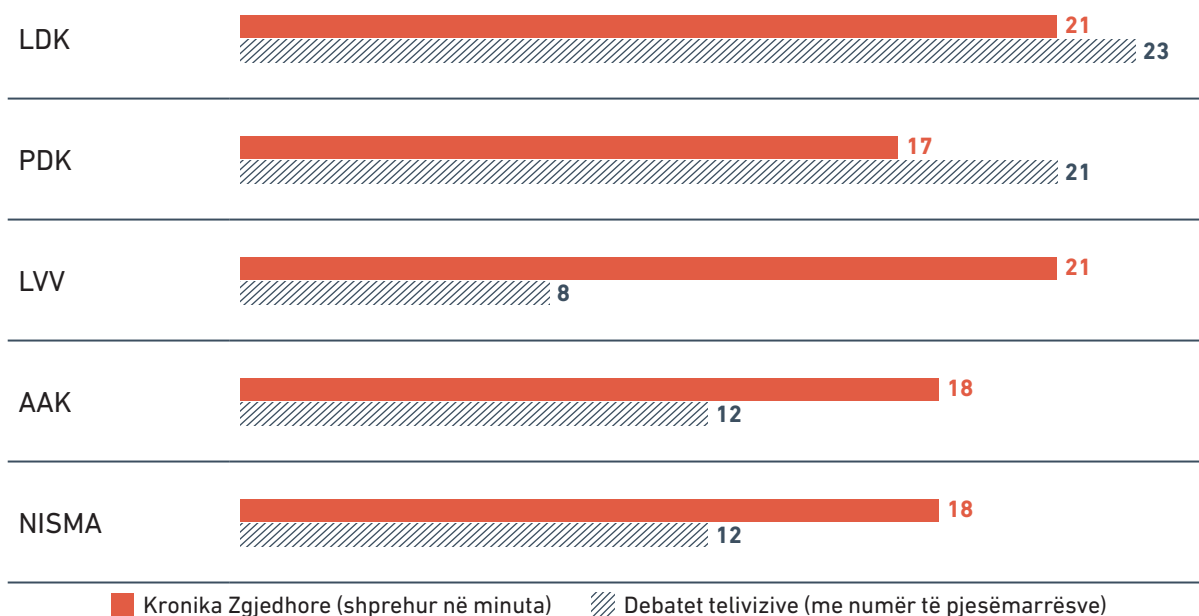


FIG. 24 Hapësira për subjekte politike sa i përket kronikave zgjedhore dhe debateve televizive

Edhe Kanal 10 nuk bën përjashtim sa i përket minutazhës ku dëgjohet zëri i kandidateve gra në kronika zgjedhore. Përveç Vjosa Osmanit nga LVV kandidatet e subjekteve tjera nuk iu është dhënë hapësirë.

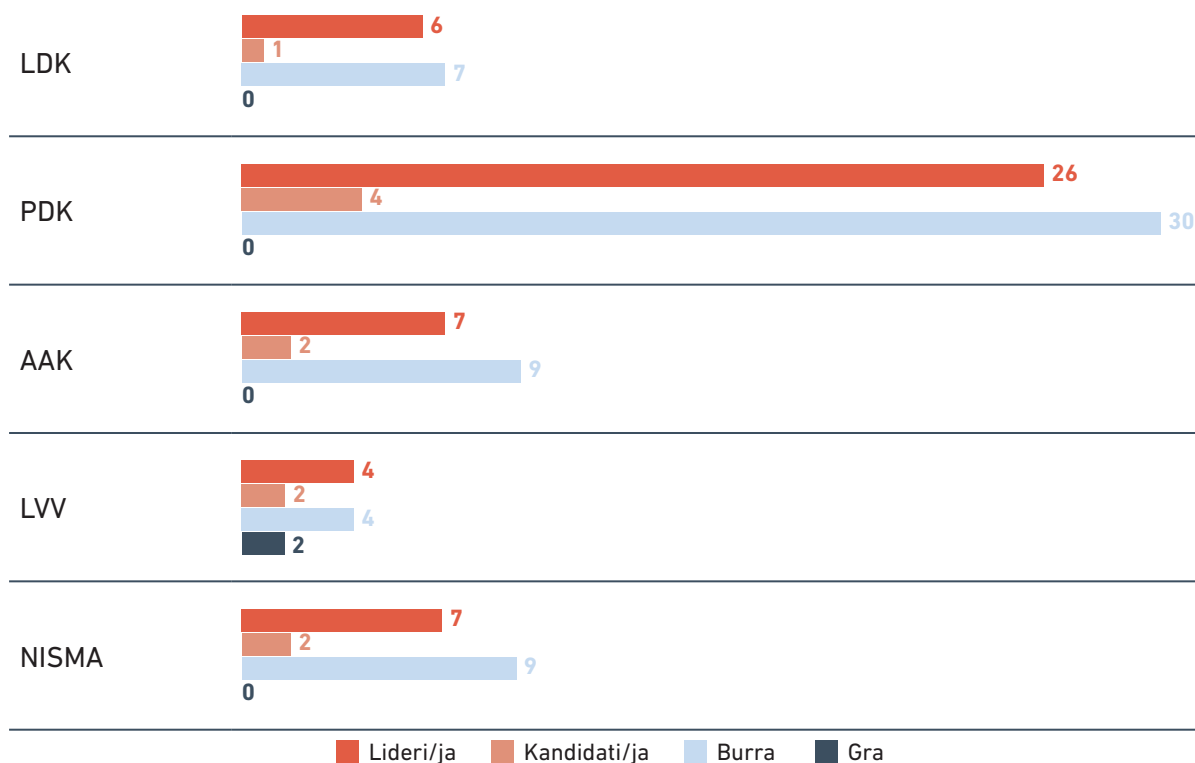


FIG. 25 Hapësira në minuta gjatë kronikave zgjedhore për liderin vs kandidatin si dhe kandidatët burra vs gra

Televizioni KANAL 10 përgjatë periudhës raportuese, kishte gjithsej 51 emisione të debateve televizive. Emisionet e monitoruara përgjatë periudhës raportuese ishin 'Prime Time' dhe 'Politiko'. Prej këtyre emisioneve 11 ishin debate vetëm me analistë, 6 ishin emisione me shumë subjekte apo kandidatë, 10 ishin emisione për prezantimin e një kandidati apo subjekti politik kurse 23 ishin emisione të kategorisë tjetër.

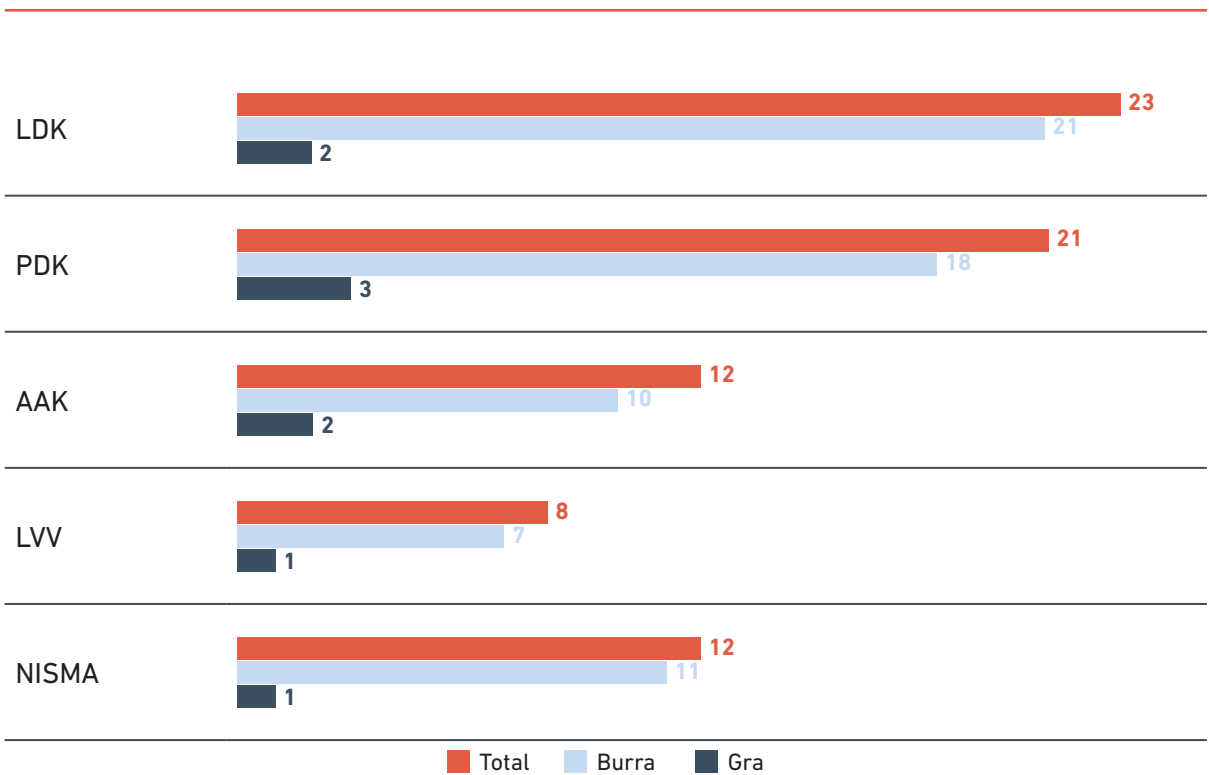


FIG. 26 Numri i pjesëmarrësve të subjekteve politike në debate në Kanal 10 si dhe numri i kandidatëve gra dhe burra

Në grafikonin më lartë ilustron ndarja e pjesëmarrësve sipas gjinisë bazuar në subjektet politike pjesëmarrëse.

Në debatet e zhvilluara në emisionet televizive, ishin gjithsej 223 pjesëmarrës në rolin e analistëve pavarësisht që një numër i madh i tyre përsëriteshin në shumë prej debateve televizive.

Spotet reklamuese në Kanal 10

Të dhënat nga monitorimi tregojnë se Televizioni Kanal 10 ka transmetuar në total 389 minuta spote reklamuese dhe 1000 minuta nga tubimet e subjekteve politike.

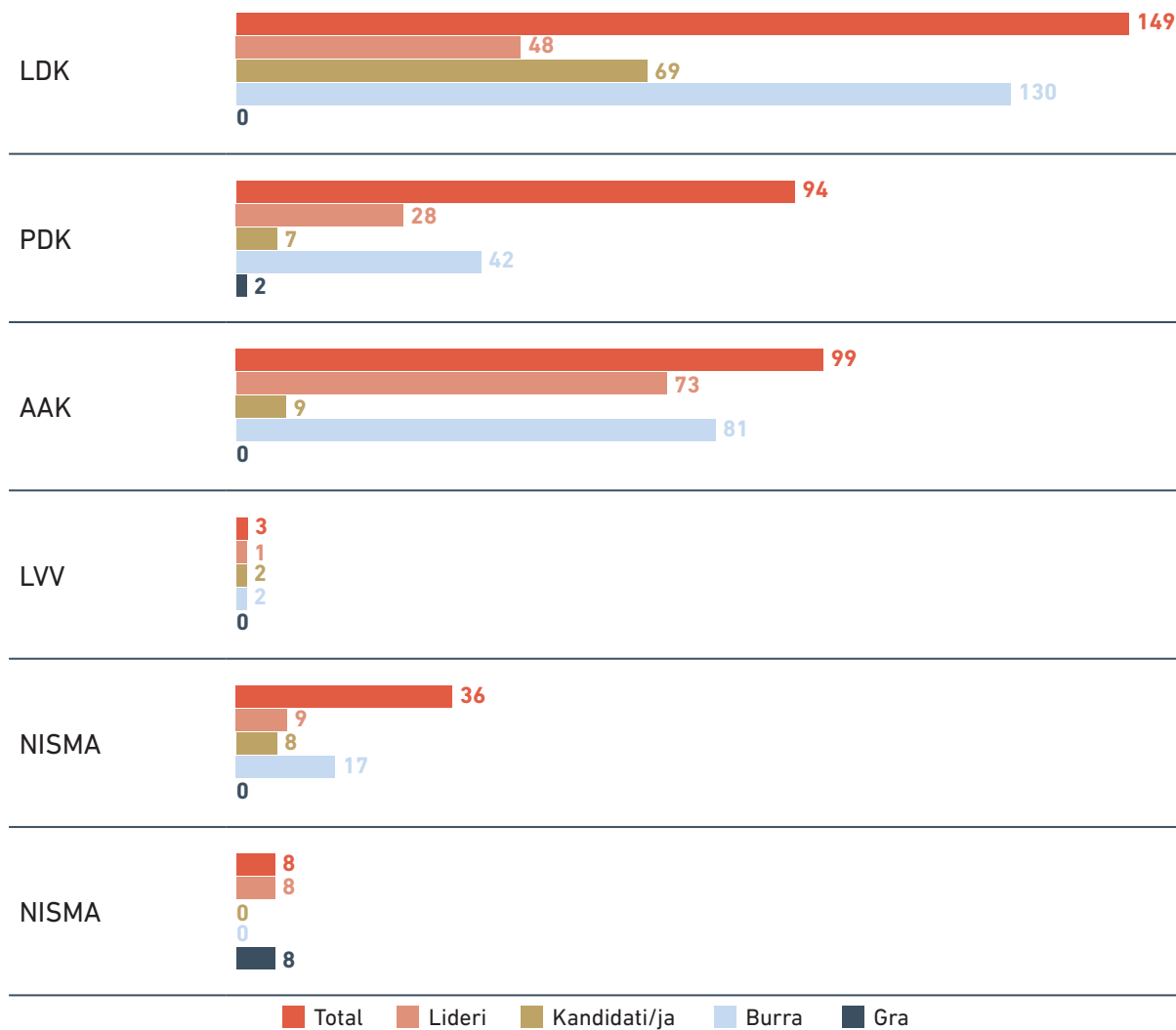


FIG. 27 Minutazha e spoteve për subjekte politike të ndarë në lider vs kandidat si dhe gra vs burra

Kanal 10 ka transmetuar edhe tubimet zgjedhore të subjekteve politike ku Nisma ka pasur 280 minuta, PDK me 272 minuta, 229 LDK dhe 219 minuta AKK.

Klan Kosova

Televizioni Klan Kosova gjatë fushatës parazgjedhore ka pasur në total 3 orë kronikë zgjedhore, mbi 2 orë spote reklamuese dhe mbi 4 orë tubime të transmetuara drejtpërdrejtë.

Kronika zgjedhore dhe debatet televizive

Hapësirë në kronikat zgjedhore për subjekte politike në Klan Kosova kanë pasur vetëm subjektet e mëdha. Grafikoni më poshtë tregon minutazhën për subjekte politike në këtë televizion dhe numrin e pjesëmarrësve të subjekteve politike në debatet televizive. Në televizionin Klan Kosova, vetëm njëra nga kronikat zgjedhore ishte me konotacion negativ për PDK.

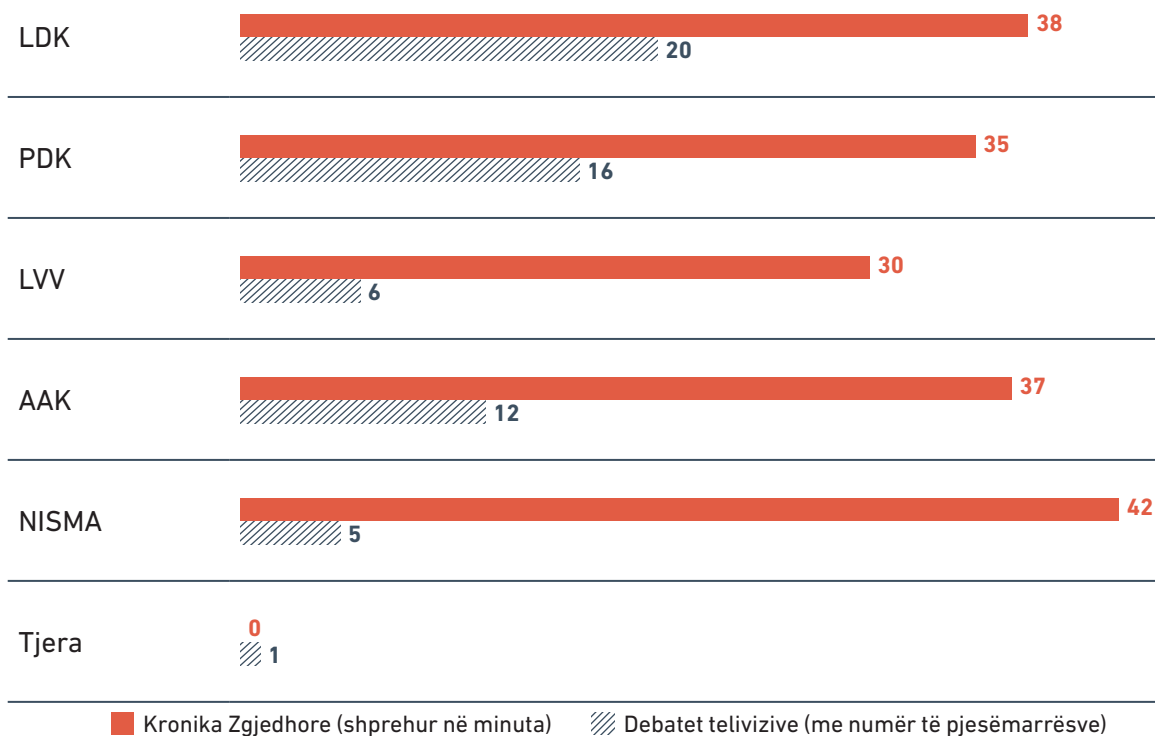


FIG. 28 Hapësira për subjekte politike sa i përket kronikave zgjedhore dhe debateve televizive

Njësoj si në televizionet tjera edhe në Klan Kosovë vetëm një kandidatë ka pasur minutazh në kronikat zgjedhore.

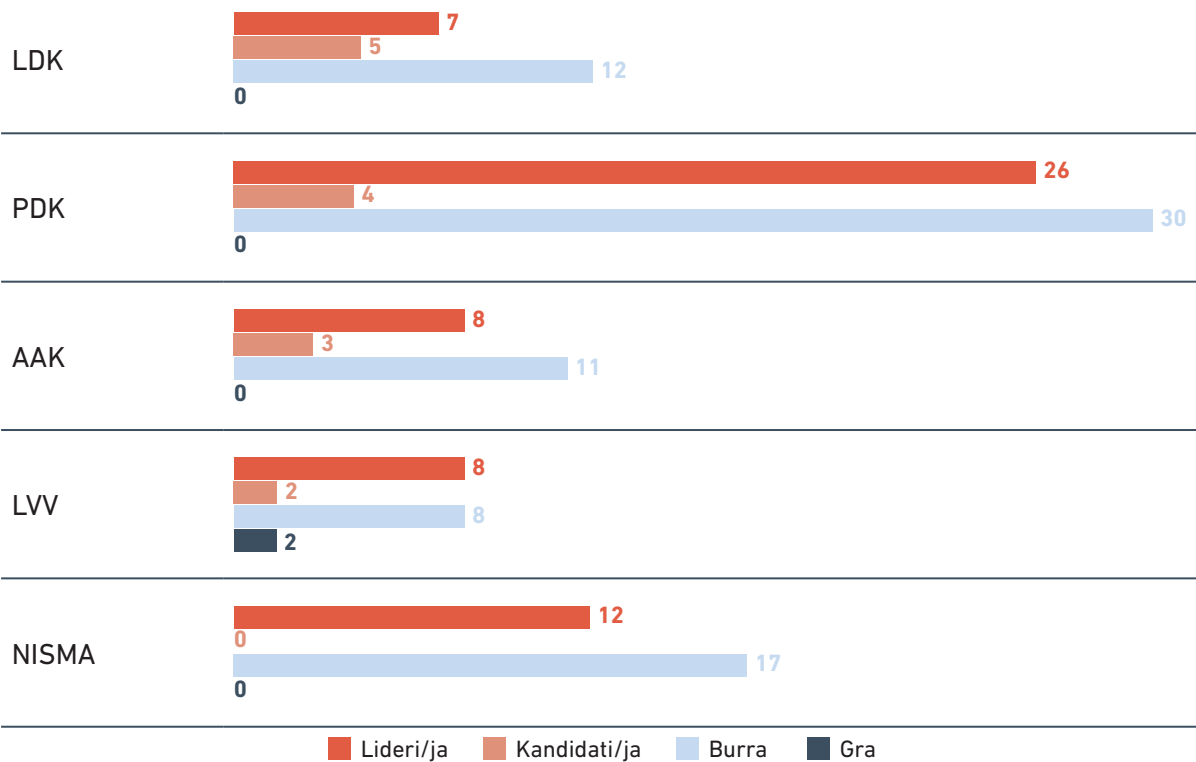


FIG. 29 Hapësira në minuta gjatë kronikave zgjedhore për liderin vs kandidatin si dhe kandidatët burra vs gra

Televizioni Klan Kosova përgjatë periudhës raportuese, kishte gjithsej 46 emisione të debateve televizive. Emisionet e monitoruara përgjatë periudhës raportuese ishin 'Edicioni i analizës' dhe 'Rubikon'. Prej këtyre emisioneve 20 ishin emisione për prezantimin e një subjekti apo kandidati, 15 ishin debate vetëm me analistë, 7 ishin duele televizive mes dy subjekteve politike apo kandidatëve, 1 debat me më shumë subjekte apo kandidatë si dhe 3 emisione të kategorisë tjetër.

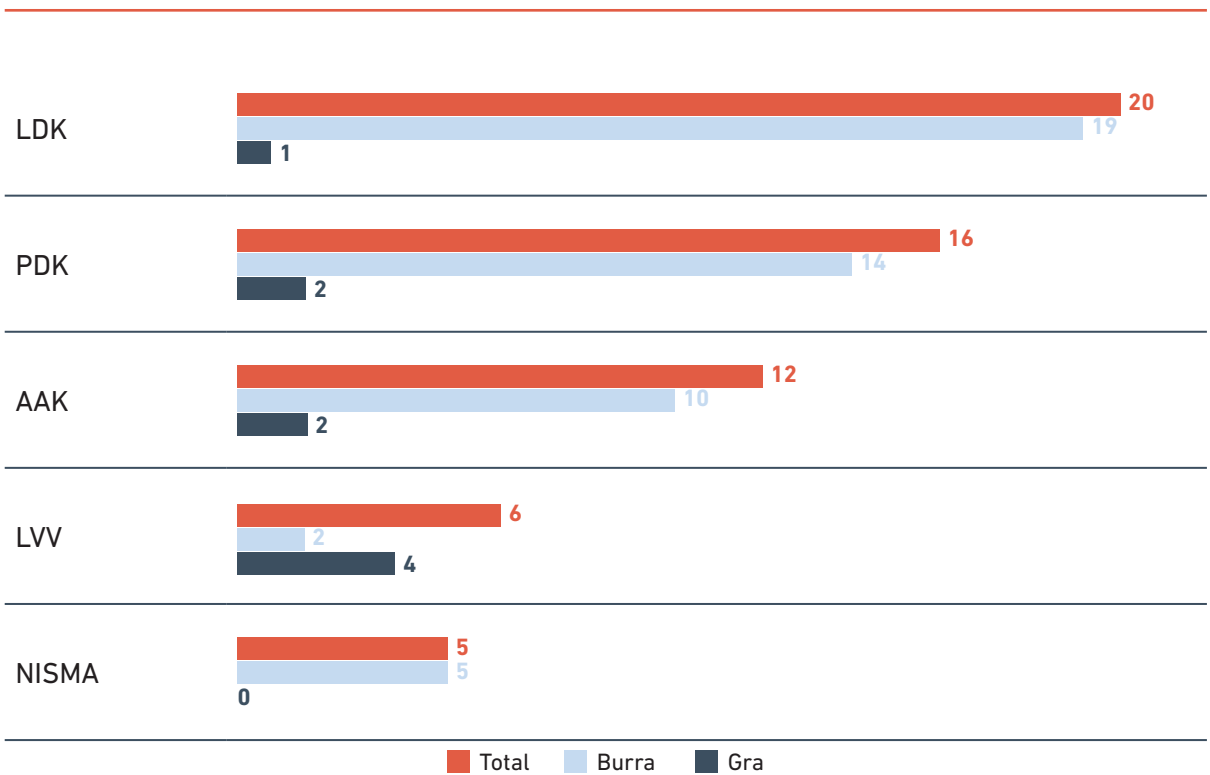


FIG. 30 Numri i pjesëmarrësve të subjekteve politike në debate në Klan Kosova si dhe numri i kandidatëve gra dhe burra

Në debatet e zhvilluara në emisionet televizive, ishin gjithsej 127 pjesëmarrës në rolin e analistëve pavarësisht që një numër i madh i tyre përsëriteshin në shumë prej debateve televizive.

Shumica e emisioneve të debateve televizive ishin emisione zgjedhore, programet e subjekteve politike u prezantuan plotësisht apo pjesërisht në 24 raste.

Spotet reklamuese në Klan Kosova

Të dhënat tregojnë se Televizioni Klan Kosova ka transmetuar në total 149 minuta spote reklamuese dhe 270 minuta nga tubimet e subjekteve politike.

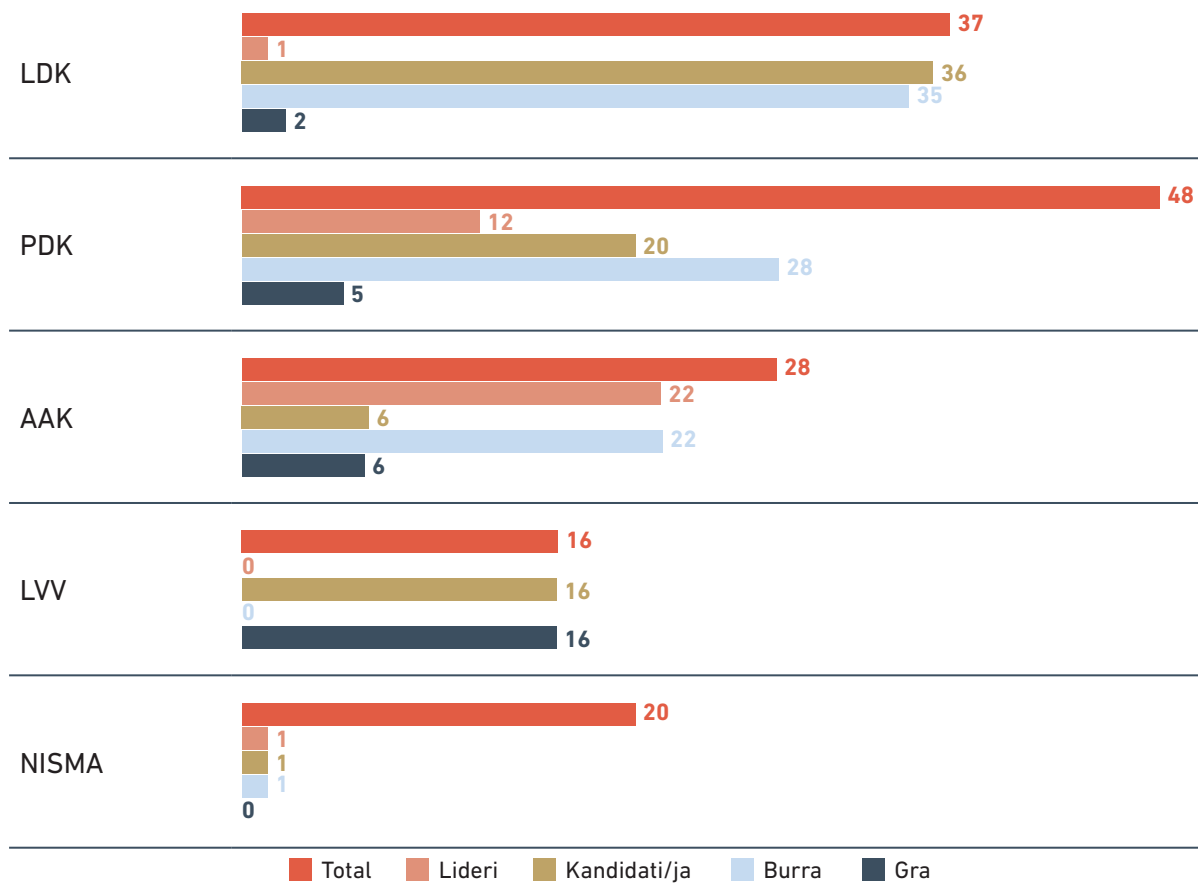


FIG. 31 Minutazha e spoteve për subjekte politike të ndarë në lider vs kandidat si dhe gra vs burra

Klan Kosova ka transmetuar edhe tubimet zgjedhore të subjekteve politike ku PDK ka pasur 160 minuta dhe 110 minuta i ka Nisma.

Televizioni Dukagjini

Televizioni Dukagjini gjatë fushatës parazgjedhore ka pasur në total mbi 1 orë kronikë zgjedhore, 5 orë spote reklamuese dhe mbi 2 orë tubime të transmetuara drejtpërdrejtë.

Kronika zgjedhore dhe debatet televizive

Për dallim nga televizionet tjera, TV Dukagjini hapësirë në kronikat zgjedhore i ka dhënë edhe subjekteve të vogla dhe atyre të minoriteteve. Grafikoni më poshtë tregon minutazhën për subjekte politike në këtë televizion dhe numrin e pjesëmarrësve të subjekteve politike në debatet televizive. Sa i përket konotacionit në kronikat zgjedhore të monitoruara në TV Dukagjin, 6 prej tyre kishin konotacion negativ për sa i përket mos-respektimit të masave kundër pandemisë COVID-19, ku prej tyre 3 ishin për AAK, 2 për NISMA dhe 1 për LDK.

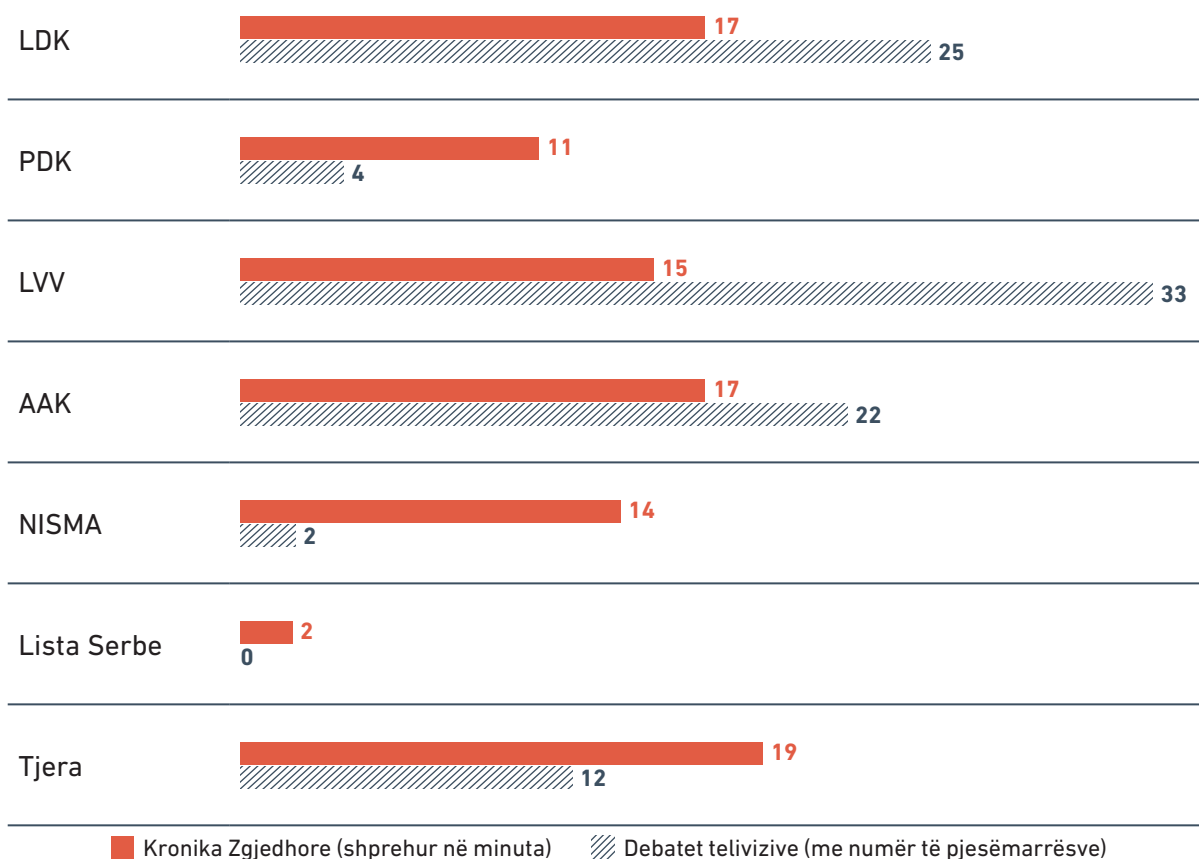


FIG. 32 Hapësira për subjekte politike sa i përket kronikave zgjedhore dhe debateve televizive

Ndërkaq, kur është bërë matja e hapësirës kohore në minuta dedikuar për subjekte, në atë se sa iu është dhënë hapësirë në minuta kandidatit për kryeministër/liderit dhe kandidatëve për deputet, nga grafikoni më poshtë tregon situatën e njëjtë si edhe në televizionet tjera.

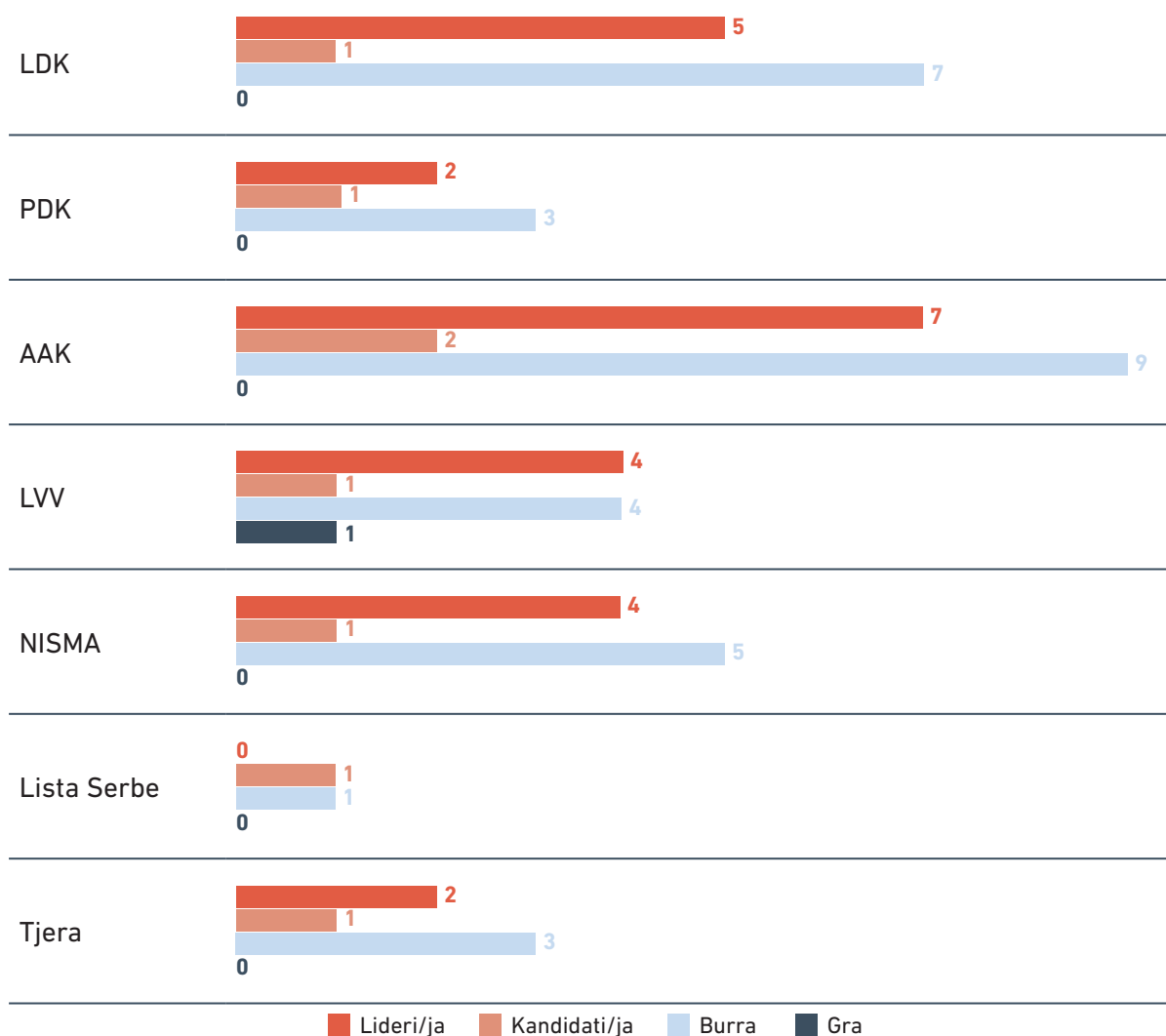


FIG. 33 Hapësira në minuta gjatë kronikave zgjedhore për liderin vs kandidatin si dhe kandidatët burra vs gra

Televizioni Dukagjini përgjatë periudhës raportuese, kishte gjithsej 55 emisione të debateve televizive. Dy emisionet e monitoruara përgjatë periudhës raportuese ishin `Debat Plus` dhe `Kallxopernime`. Prej këtyre emisioneve 18 ishin debate vetëm me analistë, 17 ishin debate me më shumë subjekte apo kandidatë, 3 emisione për prezantimin e një subjekti apo kandidati si dhe 17 ishin emisione të kategorisë tjetër.

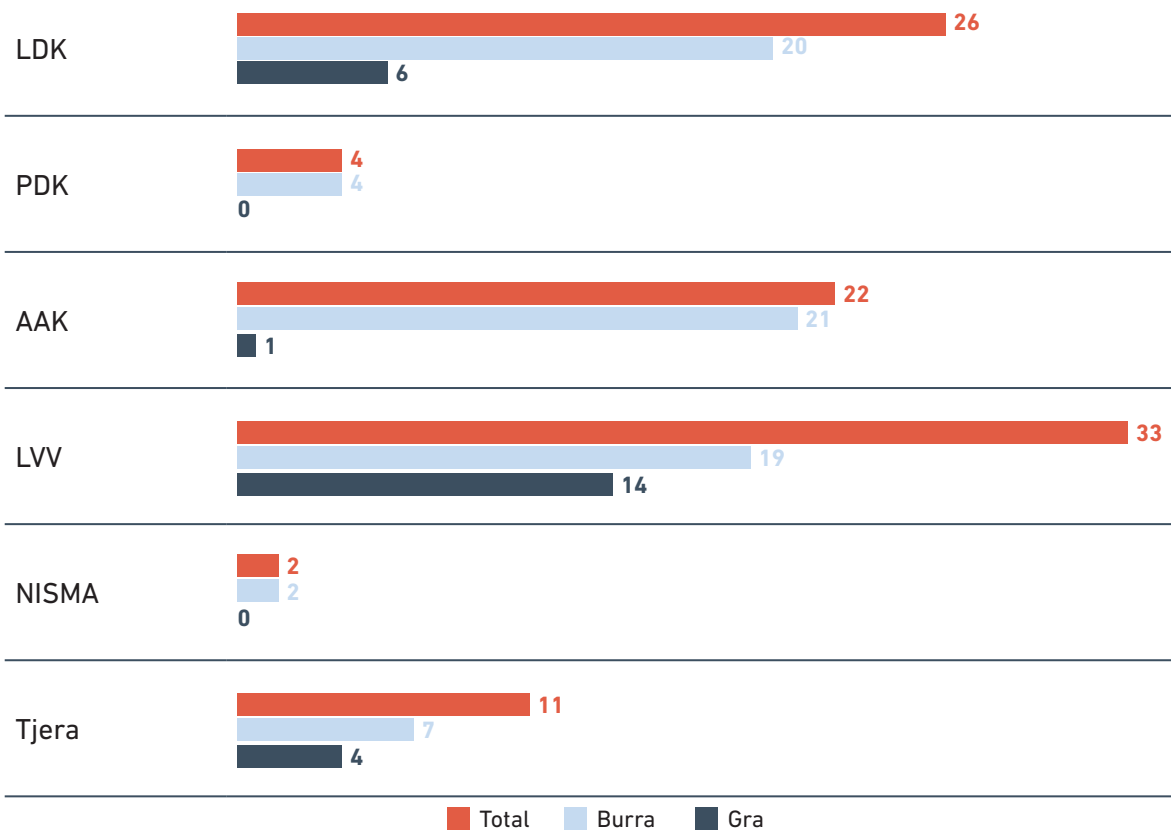


FIG. 34 Numri i pjesëmarrësve të subjekteve politike në debate në TV Dukagjini si dhe numri i kandidatëve gra dhe burra

Në debatet e zhvilluara në emisionet televizive, ishin gjithsej 185 pjesëmarrës në rolin e analistëve pavarësisht që një numër i madh i tyre përsëriteshin në shumë prej debateve televizive.

Programet e subjekteve politike u prezentuan plotësisht apo pjesërisht në vetëm 15 raste.

Spotet reklamuese në TV Dukagjini

Të dhënat tregojnë se Televizioni TV Dukagjini ka transmetuar në total 149 minuta spote reklamuese dhe 270 minuta nga tubimet e subjekteve politike.

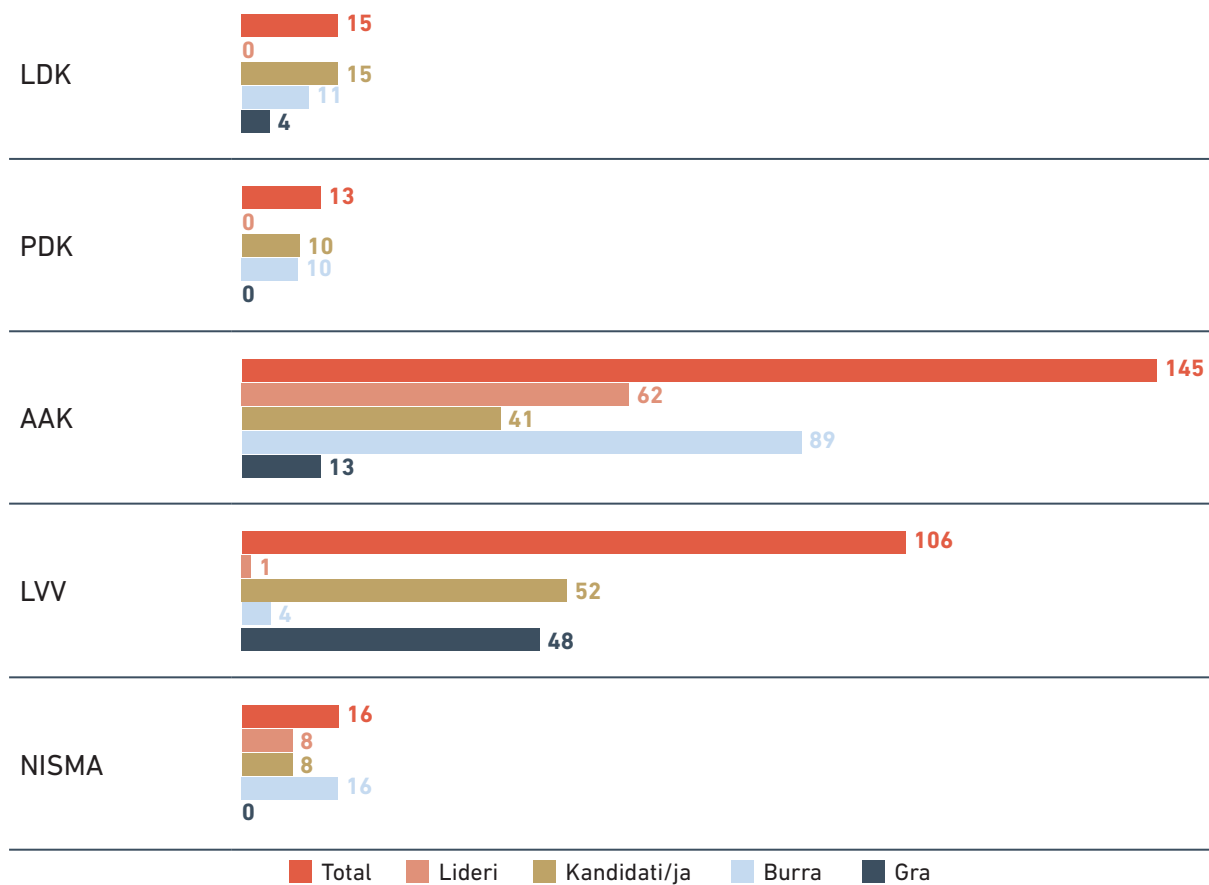


FIG. 35 Minutazha e spoteve për subjekte politike të ndarë në lider vs kandidat si dhe gra vs burra

TV Dukagjini ka transmetuar edhe tubimet zgjedhore të subjekteve politike ku AAK ka pasur 83 minuta, Nisma 78 dhe 8 minuta VV.

RTK 2

Televizioni RTK 2 gjatë fushatës parazgjedhore ka pasur në total 144 minuta kronikë zgjedhore, rreth 6 minuta spote reklamuese ndërsa tubime të transmetuara drejtpërdrejtë nuk ka pasur.

Kronikat zgjedhore dhe debatet televizive

Hapësirë në kronikat zgjedhore për subjekt politike në RTK2 kanë pasur Lista Serbe dhe subjektet tjera minoritare, në krahasim me subjektet e mëdha. Minutat sipas grafikonit më poshtë tregojnë minutazhën për subjekt politike në këtë televizion dhe numrin e pjesëmarrësve të subjekteve politike në debatet televizive. Konotacioni në kronikat zgjedhore në RTK2 ka qenë neutral.

Të dhënat e pranuar për dy televizionet Serbe (RTK 2 dhe TV PULS) paraqesin vetëm 3 debate të zhvilluara ne RTK 2.

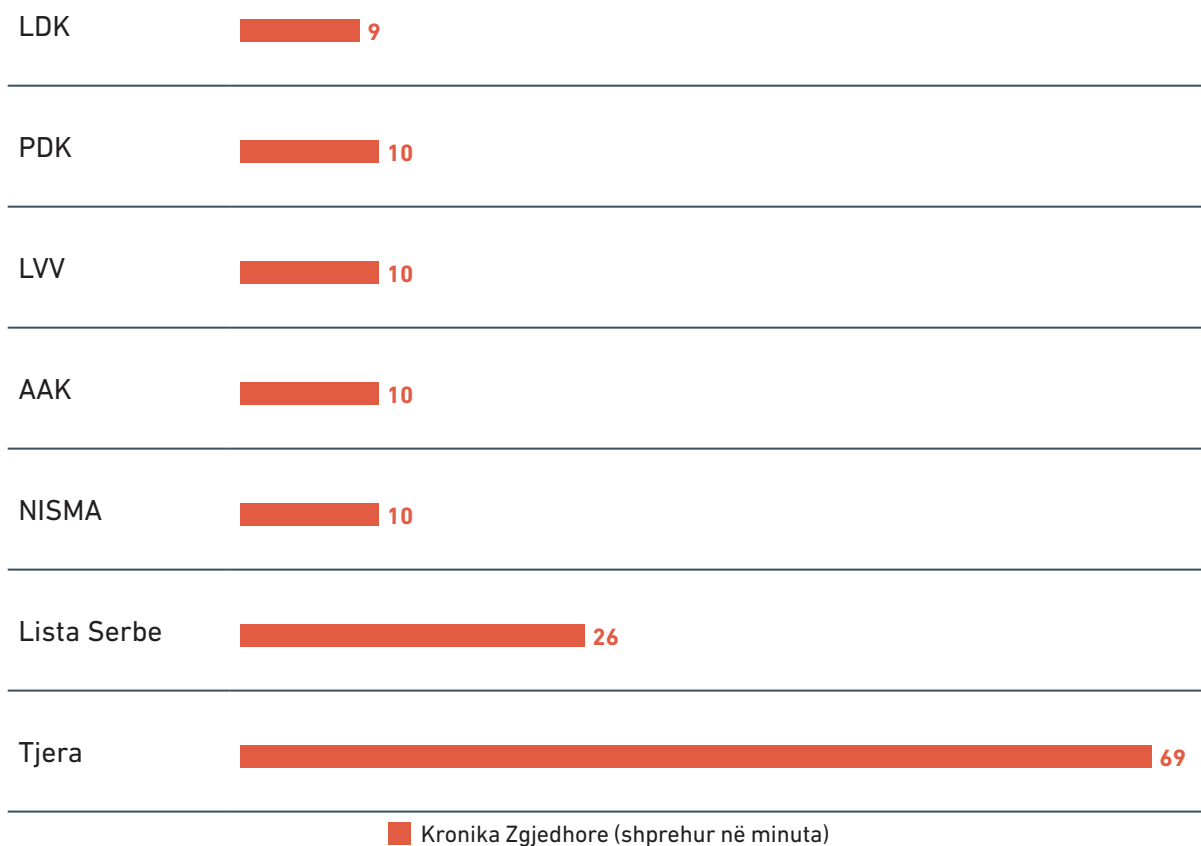


FIG. 36 Hapësira për subjekte politike sa i përket kronikave zgjedhore dhe debateve televizive

Edhe RTK2 nuk ka ndonjë dallim nga televizionet tjera sa i përket matjes së hapësirës kohore në minuta dedikuar për kandidatin për kryeministër/liderin dhe kandidatëve për deputet.

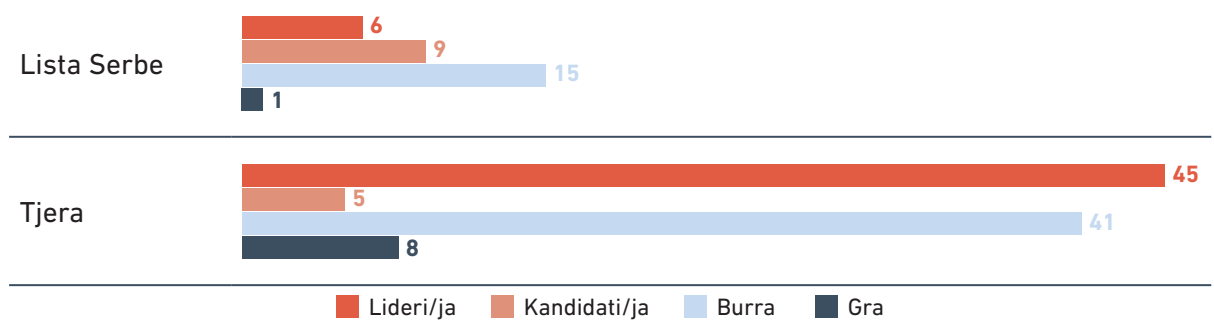


FIG. 37 Hapësira në minuta gjatë kronikave zgjedhore për liderin vs kandidatin si dhe kandidatët burra vs gra

Për subjektet tjera politike vetëm është lexuar nga moderatori dhe nuk i është dëgjuar zëri liderit apo kandidatit.

Spotet reklamuese në RTK2

Të dhënat tregojnë se RTK 2 ka transmetuar në total 6 minuta spote reklamuese.

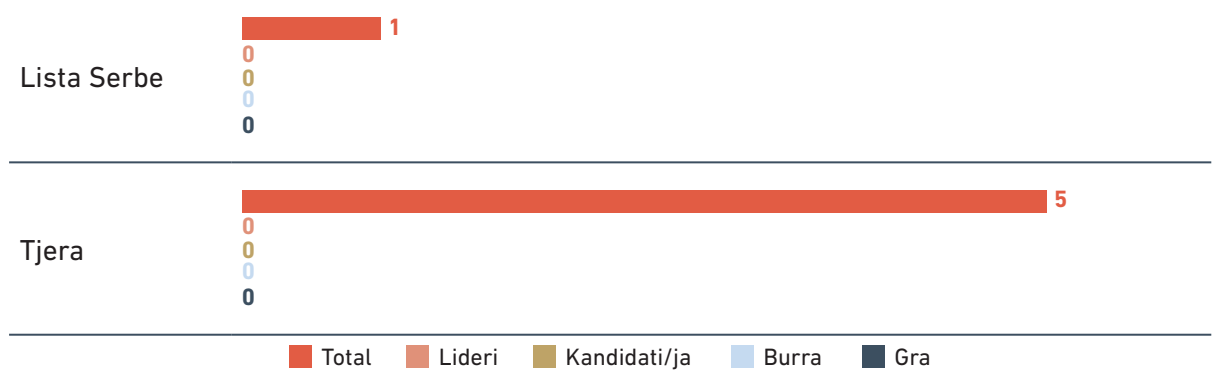


FIG. 38 Minutazha e spoteve për subjekte politike të ndarë në lider vs kandidat si dhe gra vs burra

TV PULSI

Televizioni TV Pulsi gjatë fushatës parazgjedhore ka pasur në total 1 orë kronikë zgjedhore, rreth 24 minuta spote reklamuese ndërsa tubime të transmetuara drejtpërdrejtë nuk ka pasur.

Kronika zgjedhore dhe debatet televizive

Hapësirë në kronikat zgjedhore për subjekte politike në TV Puls si kanë pasur edhe subjektet e vogla dhe ato të minoriteteve për dallim nga televizionet tjera. Grafikoni më poshtë tregon minutazhën për subjekte politike në këtë televizion si dhe numrin e pjesëmarrësve të subjekteve politike në debatet televizive.

Të dhënat e pranuar për dy televizionet Serbe (RTK 2 dhe TV PULS) paraqesin vetëm 3 debate të zhvilluara ne RTK 2.

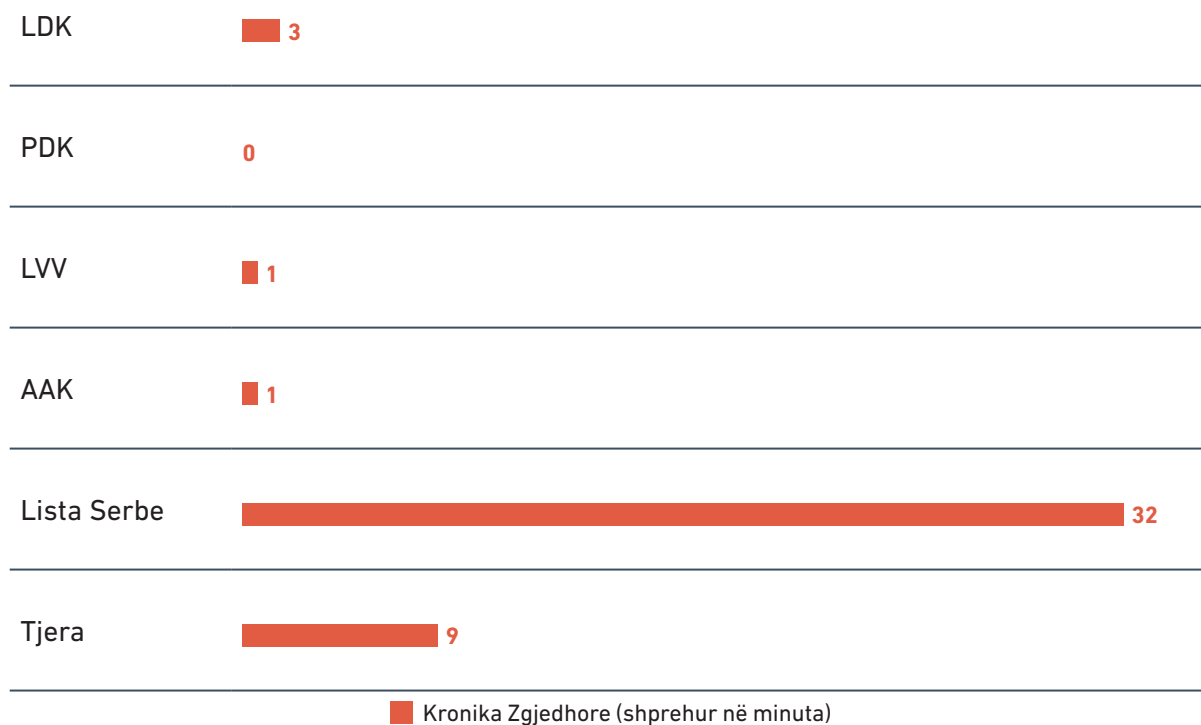


FIG. 39 Hapësira për subjekte politike sa i përket kronikave zgjedhore dhe debateve televizive

Në TV PULS kur është bërë matja e hapësirës kohore në minuta dedikuar për kandidatët për kryeministër/liderit dhe kandidatëve për deputet prijnë kandidatët burra tek Lista Serbe, ndërkaq tek subjektet tjera minutat janë të njëjta si për kandidatët liderin ashtu edhe për kandidatët burra.

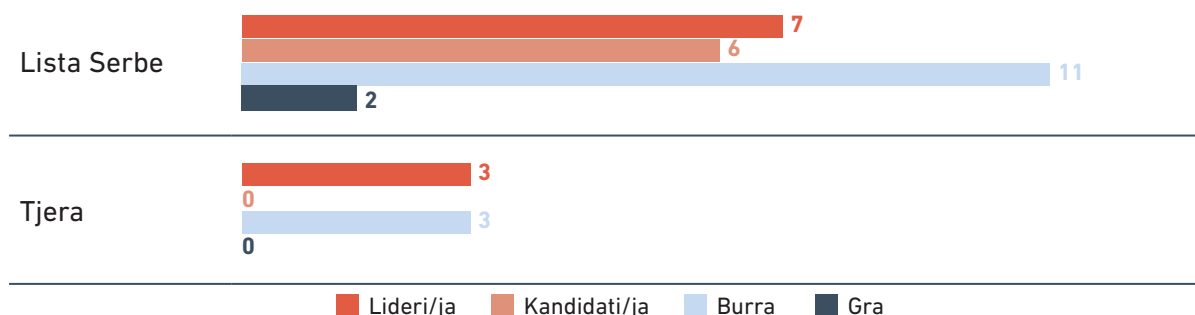


FIG. 40 Hapësira në minuta gjatë kronikave zgjedhore për liderin vs kandidatin si dhe kandidatët burra vs gra

Subjektet tjera vetëm janë lexu nga moderatori dhe nuk i është dëgjuar zëri liderit apo kandidatit.

Spotet reklamuese në TV PULS

Të dhënat tregojnë se TV PULS ka transmetuar në total 24 minuta spote reklamuese dhe atë 3 minuta për Listën Serbe dhe 21 minuta për "Iniciativën qytetare, komuniteti i bashkuar, të Adriana Hoxhiq".

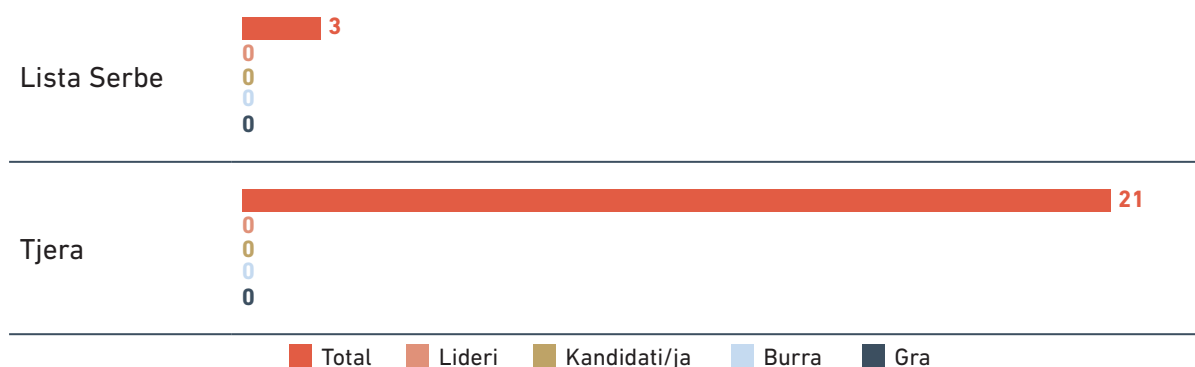


FIG. 41 Minutazha e spoteve për subjekt politike të ndarë në lider vs kandidat si dhe gra vs burra

Monitorimi i “livestream” nga faqet e facebook-ut të portaleve

DnV-ja ka bërë edhe monitorimin e kohëzgjatjes së aktiviteteve zgjedhore të transmetuara drejtpërdrejtë apo “livestream” përmes facebook-ut të portaleve si: Telegrafi, Indeksonline, Insajderi, Gazeta Express dhe T7, Gazeta Blic, KosovaPress, Kanal 10. Nga monitorimi i transmetimeve direkte përmes faqeve të Facebook-ut të portaleve, prin AAK-ja me 1,491 minuta nga pesë portale, duke u pasuar nga LDK me 1,393 minuta nga gjashtë portale, NISMA me 1,141 nga gjashtë portale, PDK-ja me 1,134 minuta nga gjashtë portale, ndërsa LVV-ja ka vetëm 433 minuta nga vetëm katër portale. Subjektet tjera politike nuk kanë pasur transmetim të drejtpërdrejtë në portale.

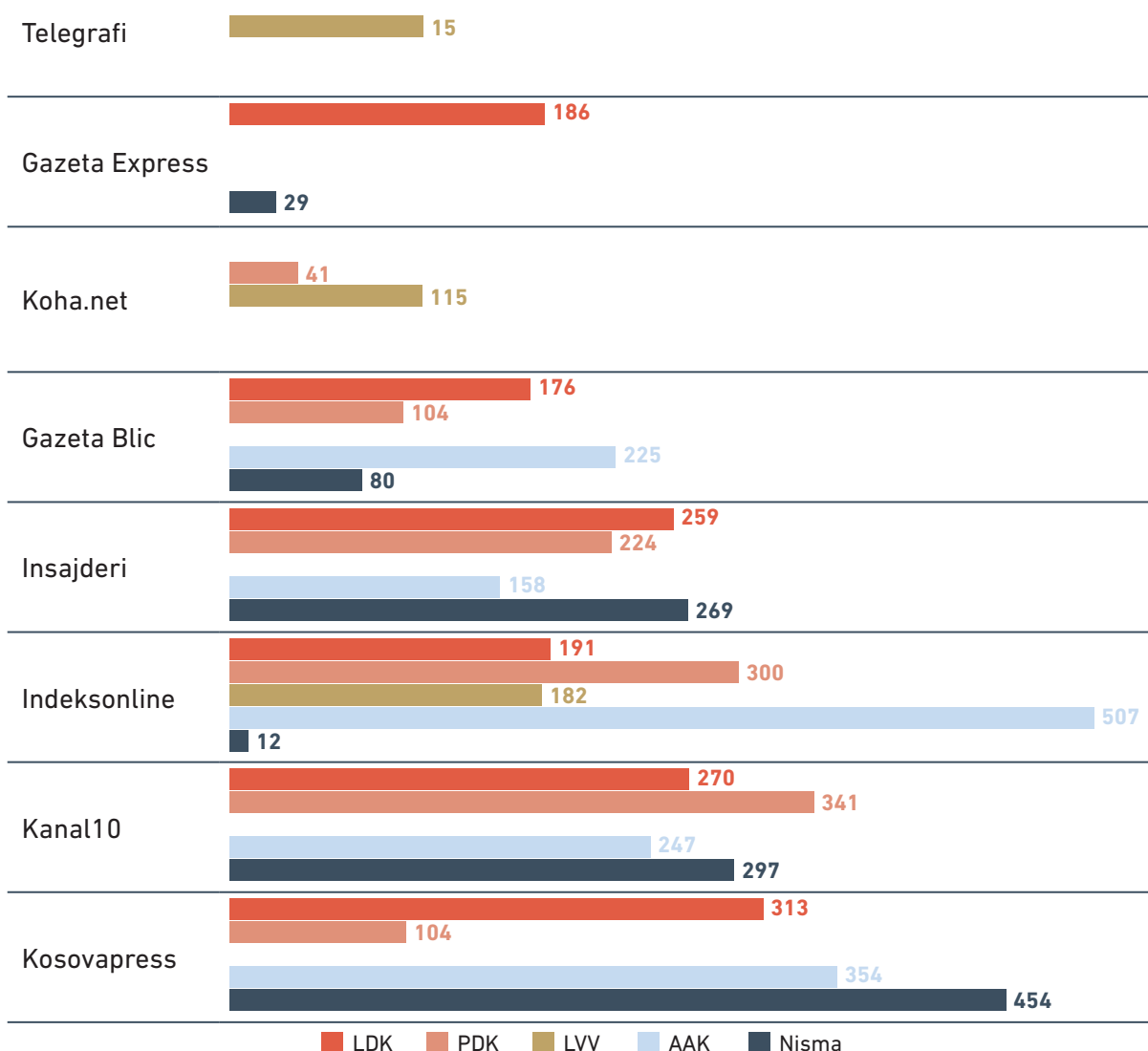


FIG. 42 Minutazha e 'livestream' nga faqet e facebook-ut të portaleve

Gjetjet nga monitorimi i faqeve zyrtare të facebook-ut të subjekteve politike

Subjektet politike gjatë kësaj fushate elektorale kanë shfrytëzuar edhe rrjetet sociale, konkretisht facebook-un për promovimin e tyre. Që të gjitha subjektet kanë pasur faqet e tyre të verifikuara sikurse edhe kandidatët për kryeministër. Pra është bërë monitorimi vetëm i faqeve zyrtare që janë të verifikuara nga facebook-u dhe jo monitorimi i faqeve të tjera që janë krijuar nga përkrahësit e tyre. Tek subjektet që kanë qenë në koalicion janë marrë postimet nga të gjitha faqet zyrtare të subjekteve pjesë e koalicionit.

Monitorimi i faqeve zyrtare të facebook-ut të subjekteve politike është bërë me qëllim që të shihet se çfarë lloj postime bëhen më shumë nga subjektet politike, a trajtohen në mënyrë të barabartë të gjithë kandidatët për deputetë të secilit subjekt, me theks të veçantë sa promovohen kandidatet gra për deputete nga subjektet e tyre në rrjetet sociale.

Monitorimi i profileve të subjekteve politike dhe kandidatët e tyre për kryeministër në Facebook

Analiza e monitorimit është e përqendruar tek aktiviteti që kanë pasur subjektet politike dhe kandidatët e tyre për kryeministër në rrjete sociale, 'reach' që kanë pasur gjatë periudhës së monitorimit si dhe rëndësia kushtuar ndaj (1) pandemisë COVID-19 dhe (2) kandidateve gra nga radhët e subjektit të tyre. Periudha e monitorimit përfshinë datat 13 janar - 13 shkurt 2021. Në monitorim përfshihen pjesët tekstuale të postimeve të akterëve të mësipërm, përmbajtja e fotografive nuk analizohet nga Senti One.

Llogaritë e rrjeteve sociale të monitoruara:

Janë monitoruar llogaritë e facebook-ut të subjekteve politike:

- Lëvizja Vetëvendosje
- Partia Demokratike e Kosovës
- Lidhja Demokratike e Kosovës
- Aleanca për Ardhmërinë e Kosovës
- Nisma Socialdemokrate

Si dhe të kandidatëve për kryeministër apo liderëve të subjekteve politike:

- Albin Kurti
- Enver Hoxhaj
- Avdullah Hoti
- Ramush Haradinaj

Kandidati për kryeministër nga radhët e Nismës Socialdemokrate nuk ka pasur facebook zyrtar aktiv gjatë periudhës së monitorimit.

Monitorimi i postimeve për sa i përket pandemisë COVID-19 është bërë përmes fjalëve kyçe (keywords) duke kërkuar postime tek llogaritë e subjekteve si më sipër që kanë përmendur në një formë apo tjetër fjalët COVID, virus, pandemi etj. Monitorimi i postimeve që kanë përmendur "gratë që kanë kandiduar për deputete nga radhët e subjekteve politike" është bërë duke monitoruar pjesën tekstuale të postimeve. Pra janë llogaritur emrat e përmendur në postime si në formë të thjeshtë ashtu edhe përmes opsionit 'Tag'. Gratë e përmendura të cilat nuk kanë qenë pjesë të listave zgjedhore nuk janë raportuar pavarësisht që ka pasur disa raste të tilla qoftë nga takime, anëtarësimet apo mbledhjet e mbajtura.

Nga grafikoni më poshtë mund të shihen reach (pëlqimet, komentet dhe shpërndarjet) që kanë pasur kandidatët për kryeministër nga radhët e subjekteve politike apo në mungesë të kandidatëve për kryeministër, kryetarët e subjekteve politike në faqet zyrtare të rrjetit social Facebook.

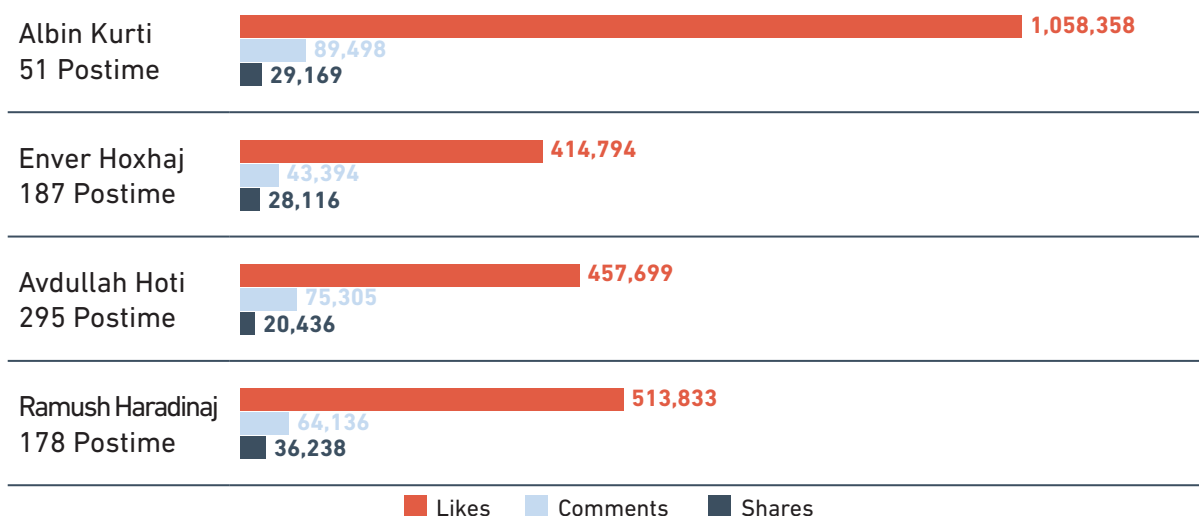


FIG. 43 Numri i postimeve nga kandidatët për kryeministër si dhe pëlqimet/like, komentet dhe shpërndarja e tyre

Nga grafikoni më poshtë mund të shihen krahasimet në mes të postimeve totale, postimeve që në një formë apo tjetër kanë përmendur terminologji lidhur me pandeminë COVID-19 si dhe postimeve që kanë përmendur së paku një grua kandidate për deputet nga radhët e subjekteve politike të kandidatëve për kryeministër apo në mungesë të kandidatëve për kryeministër, kryetarët e subjekteve politike në faqet zyrtare të rrjetit social Facebook.

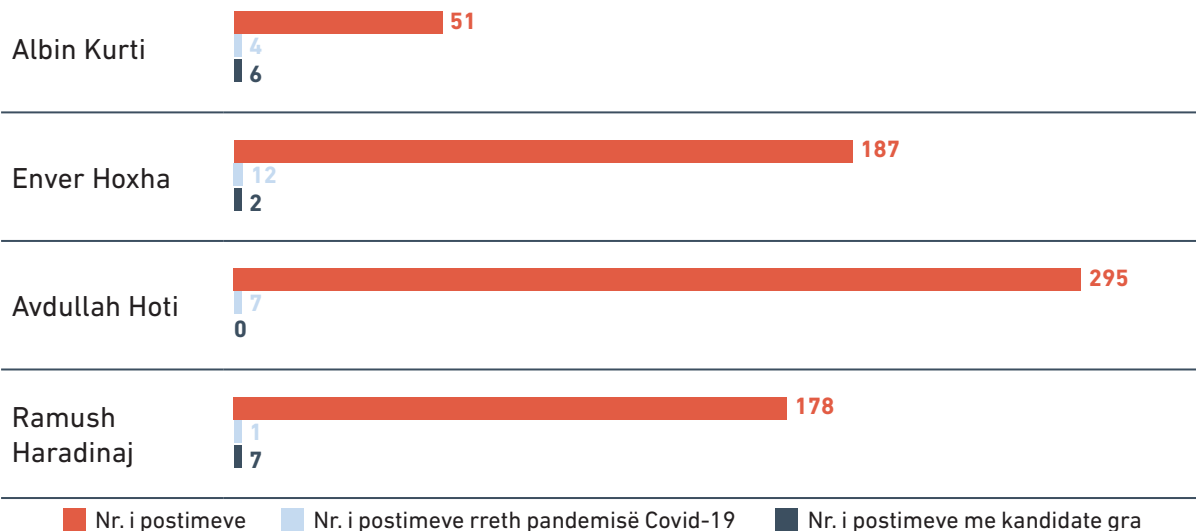


FIG. 43 Numri i postimeve nga kandidatët për kryeministër si dhe pëlqimet/like, komentet dhe shpërndarja e tyre

Nga grafikoni më poshtë mund të shihen reach (pëlqimet, komentet dhe shpërndarjet) që kanë pasur faqet zyrtare të rrjeteve sociale në facebook të subjekteve politike.

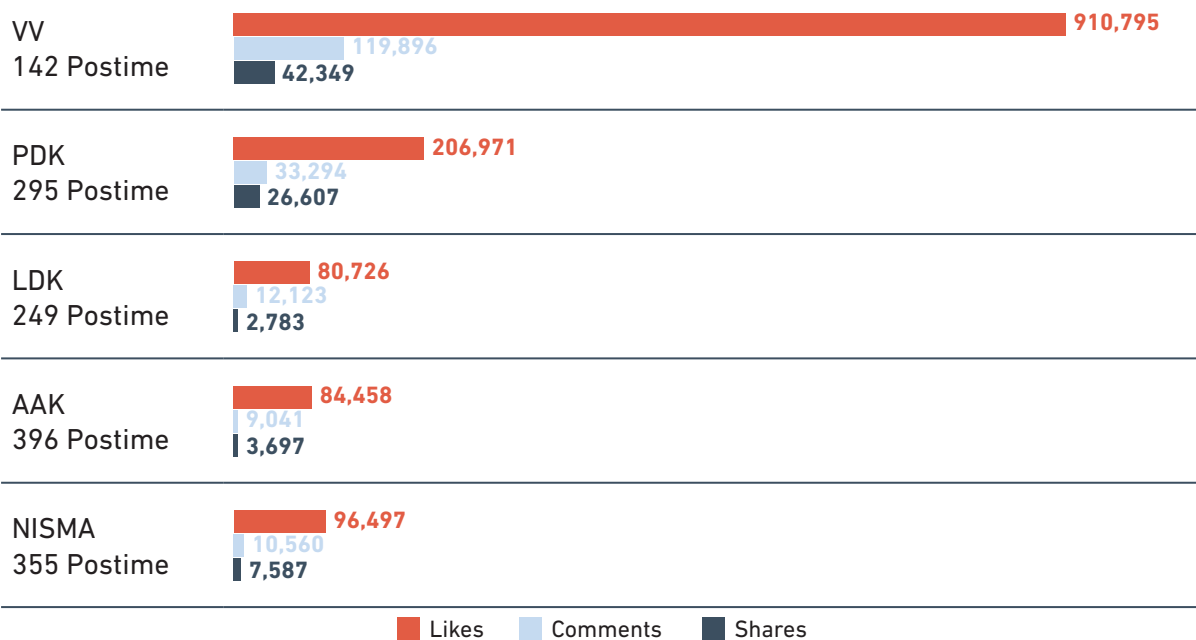


FIG. 45 Numri i postimeve nga faqet zyrtare të subjekteve politike

Nga grafikonin më poshtë mund të shihen krahasimet në mes të postimeve totale, postimeve që në një formë apo tjetër kanë përmendur terminologji lidhur me pandeminë COVID-19 si dhe postimeve që kanë përmendur së paku një grua kandidate për deputet nga faqet zyrtare të rrjetit social Facebook të subjekteve politike.

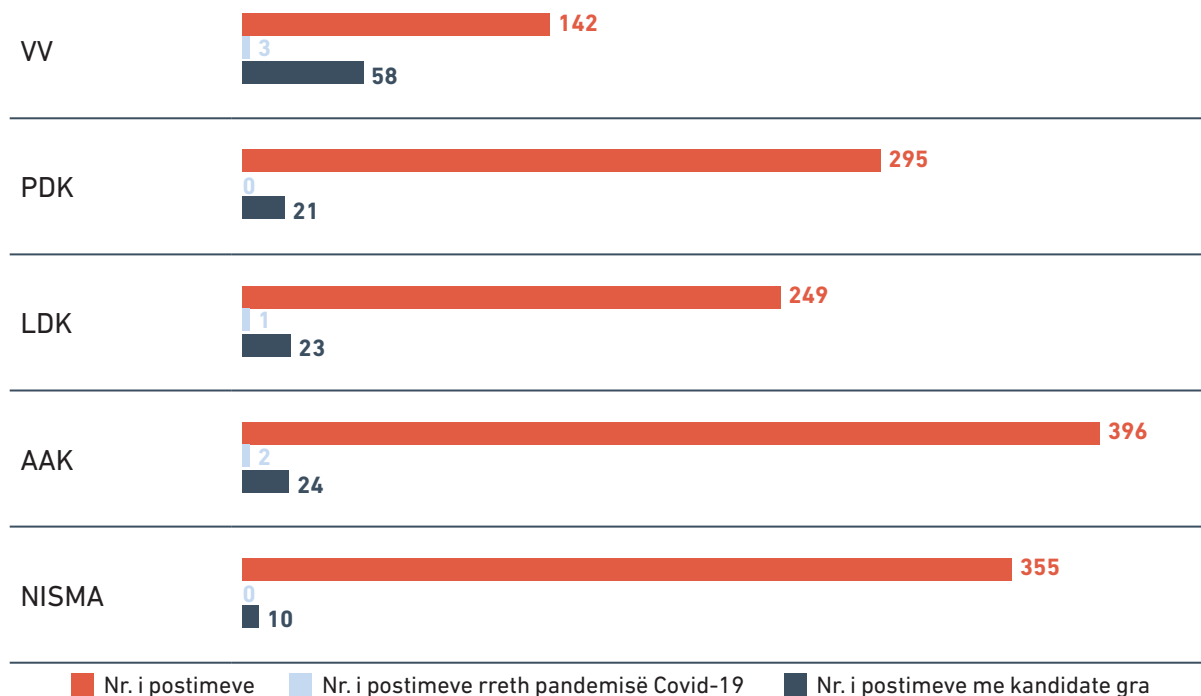


FIG. 46 Numri i postimeve nga faqet zyrtare të subjekteve politike, në sa prej tyre kanë përmendur gratë dhe pandeminë Covid-19

Lëvizja Vetëvendosje

Rrjeti social i facebook-ut të Lëvizjes Vetëvendosje gjatë periudhës monitoruese nga 13 janari - 13 shkurt kishte gjithsej 142 postime. Këto postime morën në total 119,896 komente, 42,349 shares, si dhe 910,759 likes.

Engagement summary

13.01 - 13.02 Lëvizja VETËVENDOSJE! (@veteve... 



Facebook

42 349 shares 810 759 likes
119 867 comments







 450  1704  45423  6133
 555  756495

FIG. 47 Numri i postimeve nga faqja zyrtare e LVV-së

Nga gjithsej 142 postime, vetëm 3 prej tyre në një formë apo tjetër përmendën pandeminë COVID-19.

Nga gjithsej 142 postime në llogarinë zyrtare të Lëvizjes Vetëvendosje janë përmendur 171 herë gratë kandidate për deputete nga radhët e këtij subjekti. 25 postime përmendën vetëm një grua kandidate për deputete kurse 32 postime përmendën dy apo më shumë gra kandidate për deputete nga radhët e Lëvizjes Vetëvendosje. Në një postim LVV përmendi gjithsej 41 gra, postim i cili radhiste të gjithë kandidatët për deputet nga LVV. Nga 171 gratë në total të

përmendura gjatë postimeve (përveç postimit ku cekën të gjithë kandidatët) 35 here në formë unikë (të përmendura së paku një herë) janë përmendur kandidatet gra nga radhët e LVV-së në këto postime, pjesa tjetër janë përsëritje.

Albin Kurti

Rrjeti social i facebook-ut të kandidatit për kryeministër nga radhët e Lëvizjes Vetëvendosje, Albin Kurti, gjatë periudhës monitoruese 13 janar - 13 shkurt kishte gjithsej 51 postime me të cilat arriti rekord të 'reach'-it. Këto postime morën në total 89,498 komente, 29,169 shares, si dhe 1,058,358 likes.

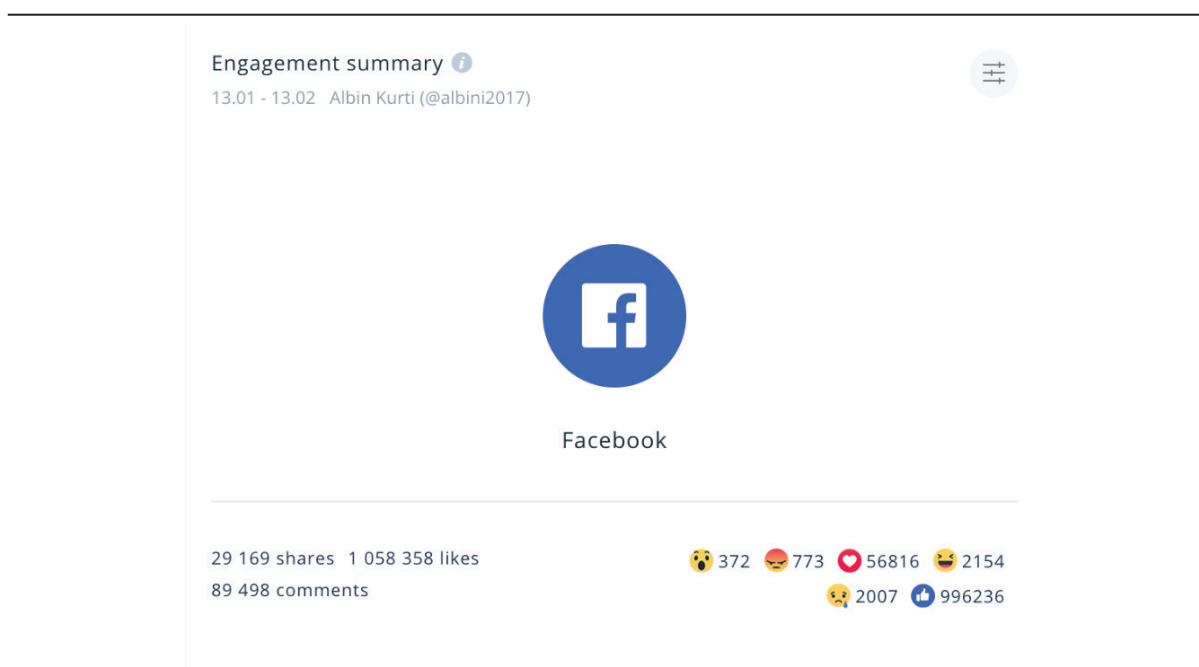


FIG. 48 Numri i postimeve nga faqja zyrtare e Albin Kurtit

Nga gjithsej 51 postime, vetëm 4 prej tyre në një formë apo tjetër përmendën pandeminë COVID-19.

Nga gjithsej 51 postime në llogarinë zyrtare të Albin Kurtit, janë përmendur 46 gra nga listat e kandidatëve për deputet të Lëvizjes Vetëvendosje, 41 prej tyre janë nga një postim i cili numëron të gjithë kandidatët e Lëvizjes Vetëvendosje kurse 5 tjerat janë nga postime individuale që cekin vetëm një grua deputete kryesisht nga prezantimi i anëtarësimit të tyre në subjekt politik. Nga 51 gra të përmendura gjatë postimeve (përveç postimit gjithëpërfshirës të kandidatëve) 5 here në formë unikë (të përmendura së paku një herë) janë përmendur kandidatet gra nga radhët e LVV-së.

Partia Demokratike e Kosovës

Rrjeti social i facebook-ut të Partisë Demokratike të Kosovës gjatë periudhës monitoruese nga 13 janari -13 shkurt kishte gjithsej 292 postime. Këto postime morën në total, 33,294 komente, 26,607 shares, si dhe 206,971 likes.

Engagement summary

13/01 - 13/02 Partia Demokratike e Kosovës - ...



Facebook

26 607 shares 223 290 likes
35 321 comments

 63  700  2257  2363  57
 217850

FIG. 49 Numri i postimeve nga faqja zyrtare e PDK-së

Nga gjithsej 292 postime, vetëm në 1 prej tyre në një formë apo tjetër përmendët pandemia COVID-19.

Nga gjitha postimet në llogarinë zyrtare të Partisë Demokratike të Kosovës janë përmendur 23 herë gratë kandidatë për deputete nga radhët e këtij subjekti politik. Në 19 postime përmendët vetëm një grua kandidatë për deputete kurse 2 postime përmendën dy apo më shumë gra kandidatë për deputete nga radhët e Partisë Demokratike të Kosovës, kryesisht postime për njoftim për pjesëmarrje në emisione televizive. Nga 23 graë në të përmendura gjatë

postimeve, 7 herë në formë unike (të përmendura së paku një herë) janë përmendur kandidatet gra nga radhët e PDK-së në këto postime, pjesa tjetër janë përsëritje.

Enver Hoxhaj

Rrjeti social i facebook-ut të kandidatit për kryeministër nga radhët e Partisë Demokratike të Kosovës, Enver Hoxhaj, gjatë periudhës monitoruese kishte gjithsej 187 postime. Këto postime morën në total 43,394 komente, 28,116 shares, si dhe 414,794 likes.

Engagement summary

13.01 - 13.02 Enver Hoxhaj (@dr.enverhoxhaj) 



Facebook

28 116 shares 414 794 likes
41 394 comments





 162  917  3490  5429  155
 404641

FIG. 50 Numri i postimeve nga faqja zyrtare e Enver Hoxhajt

Nga gjithsej 187 postime, 12 prej tyre në një formë apo tjetër përmendën pandeminë COVID-19.

Nga gjithsej 187 postime në llogarinë zyrtare të Enver Hoxhaj, janë përmendur vetëm 3 gra nga listat e kandidatëve për deputet të Partisë Demokratike të Kosovës. 1 Postim përmend një grua deputete, kurse 1 tjetër vetëm 2 grua deputete kryesisht nga pjesëmarrja në aktivitete të PDK-së. Nga 3 gra të përmendura gjatë postimeve, 2 here në formë unike (të përmendura së paku një herë) janë përmendur kandidatet gra nga radhët e PDK-së.

Lidhja Demokratike e Kosovës

Rrjeti social i facebook-ut të Lidhjes Demokratike të Kosovës gjatë periudhës monitoruese nga 13 janari - 13 shkurt kishte gjithsej 249 postime. Këto postime morën në total 12,123 komente, 2,783 shares, si dhe 80,726 likes.

Engagement summary ?

13.01 - 13.02 Lidhja Demokratike e Kosovës (...)



Facebook

2 783 shares 80 726 likes
12 123 comments

26 407 1364 1282 123
 77524

FIG. 51 Numri i postimeve nga faqja zyrtare e LDK-së

Nga gjithsej 249 postime, vetëm në 1 prej tyre në një formë apo tjetër përmendët pandemia COVID-19.

Nga gjithsej 249 postime në llogarinë zyrtare të Lidhjes Demokratike të Kosovës janë përmendur 62 herë gratë kandidate për deputete nga radhët e këtij subjekti politik. Në 21 postime përmendën vetëm një grua kandidate për deputete kurse 2 postime përmendën dy apo më shumë gra kandidate për deputete nga radhët e Lidhjes Demokratike të Kosovës kryesisht postime për njoftim për pjesëmarrje në emisione televizive. Një postim përmendi gjithsej 33 gra, postim i cili radhiste të gjithë kandidatët për deputet nga LDK. Nga 62 gra në total të përmendura gjatë posti-

meve (përveç postimit ku cekën të gjithë kandidatët) 14 here në formë unikë (të përmendura së paku një herë) janë përmendur kandidatet gra nga radhët e LDK-së në këto postime, pjesa tjetër janë përsëritje.

Avdullah Hoti

Rrjeti social i facebook-ut të kandidatit për kryeministër nga radhët e Lidhjes Demokratike të Kosovës, Avdullah Hoti, gjatë periudhës monitoruese kishte gjithsej 295 postime. Këto postime morën në total 75,305 komente, 20,436 shares, si dhe 457,699 likes.

Engagement summary

13.01 - 13.02 Avdullah Hoti (@avdullah.hoti)



Facebook

20 436 shares 457 699 likes
75 503 comments







 237  1963  5156  19988
 900  429458

FIG. 52 Numri i postimeve nga faqja zyrtare e Avdullah Hoti

Nga gjithsej 295 postime, 7 prej tyre në një formë apo tjetër përmendën pandeminë COVID-19.

Nga gjithsej 295 postimi në llogarinë zyrtare të Avdullah Hotit nuk është përmendur as edhe një grua kandidate për deputete nga radhët e Lidhjes Demokratike të Kosovës.

Aleanca për Ardhmërinë e Kosovës

Rrjeti social i facebook-ut të Aleancës për Ardhmërinë e Kosovës gjatë 13 janarit - 13 shkurtit kishte gjithsej 396 postime. Këto postime morën në total 9,041 komente, 3,697 shares, si dhe 84,458 likes.

Engagement summary

13.01 - 13.02 Aleanca për Ardhmërinë e Kosov...



Facebook

3 697 shares 84 458 likes

9 041 comments

 43  217  580  1013  26
 82589

FIG. 53

Numri i postimeve nga faqja zyrtare e AAK-së

Nga gjithsej 396 postime, vetëm në 2 prej tyre përmendët pandemia COVID-19.

Nga gjithsej 396 postime në llogarinë zyrtare të Aleancës për Ardhmërinë e Kosovës janë përmendur 24 herë gratë kandidatë për deputete nga radhët e këtij subjekti politik. Në 24 postime përmendët vetëm një grua kandidatë për deputete nga radhët e Aleancës për Ardhmërinë e Kosovës kryesisht postime për njoftim për pjesëmarrje në emisione televizive. Nga 24 gra në total të përmendura gjatë postimeve, 7 herë në formë unikë (të përmendura së paku një herë) janë përmendur kandidatet gra nga radhët e AAK-së në këto postime, pjesa tjetër janë përsëritje.

Ramush Haradinaj

Rrjeti social i facebook-ut të kandidatit për president dhe liderit të subjektit politik Aleanca për Ardhmërinë e Kosovës, Ramush Haradinaj, gjatë periudhës monitoruese kishte gjithsej 178 postime. Këto postime morën në total 64,136 komente, 36,238 shares, si dhe 513,833 likes.

Engagement summary

13.01 - 13.02 Ramush Haradinaj (@RamushHa... 



Facebook

36 238 shares 513 833 likes

64 136 comments

 150  343  4513  2562  3776

 502489

FIG. 54 Numri i postimeve nga faqja zyrtare e Ramush Haradinaj

Nga gjithsej 178 postime, vetëm 1 postim në një formë apo tjetër përmendë pandeminë COVID-19.

Nga gjithsej 178 postime në llogarinë zyrtare të Ramush Haradinaj, janë përmendur 13 gra nga listat e kandidatëve për deputete të Aleancës për Ardhmërinë e Kosovës. Në 5 postime përmendet një grua deputete, kurse 2 tjera përmendin 2 apo më shumë gra deputete kryesisht nga pjesëmarrja në aktivitete të AAK-së. Nga 13 gratë në total të përmendura gjatë postimeve, 13 herë në formë unike (të përmendura së paku një herë) janë përmendur kandidatet gra nga radhët e AAK-së në këto postime.

Nisma Socialdemokrate

Rrjeti social i facebook-ut të Nismës Socialdemokrate gjatë periudhës monitoruese kishte gjithsej 355 postime. Këto postime morën në total 10,560 komente, 7,587 shares, si dhe 96,497 likes.

Engagement summary

13.01 - 13.02 NISMA Socialdemokrate (@NISM...



Facebook

7 587 shares 96 497 likes
10 560 comments






 61  179  854  1306  91
 94006

FIG. 55 Numri i postimeve nga faqja zyrtare e NISMA-së

Asnjë nga 355 postimet nga NISMA nuk përmendën në një formë apo tjetër pandeminë COVID-19.

Nga gjithsej 355 postime në llogarinë zyrtare të Nismës Socialdemokrate janë përmendur 42 herë gratë kandidatë për deputete nga radhët e këtij subjekti politik. 9 postime përmendët vetëm një grua kandidatë kurse në një postim u përmendën gjithsej 33 gra, postim i cili radhiste të gjithë kandidatët për deputet nga NISMA. Nga 42 gra në total të përmendura gjatë postimeve (përveç postimit ku cekën të gjithë kandidatët) 4 here në formë unikë (të përmendura së paku një herë) janë përmendur kandidatet gra nga radhët e NISMA-së në këto postime, pjesa tjetër janë përsëritje. Kandidati për kryeministër nga radhët e Nismës Socialdemokrate, Fatmir Limaj nuk ka pasur llogari aktive të verifikuar në facebook përgjatë periudhës monitoruese.

Komisioni i Pavarur i Mediave gjatë zgjedhjeve

Komisioni i Pavarur i Mediave (KPM), është përgjegjës për mbikëqyrjen e zbatimit të Kreut VIII të Ligjit Nr. 03/L-073 për Zgjedhjet e Përgjithshme në Republikën e Kosovës. Ky Komision i cili ka monitoruar mediat audio-vizuele gjatë fushatës elektorale ka marrë edhe vendime sa i përket shkeljeve të bëra nga mediat gjatë fushatës.

KPM gjatë këtyre zgjedhjeve ka mbajtur dy mbledhje të bordit, për dallim nga zgjedhjet e kaluara që nuk kishin mbajtur mbledhje fare gjatë periudhës së fushatës zgjedhore. Edhe pse në mbledhjen e parë ndër të tjera ishte diskutuar edhe për përgatitjet për zgjedhjet, në mbledhjen e dytë me 11 shkurt ishin marrë vendime sa i përket shkeljeve nga ana e mediave para dhe gjatë fushatës zgjedhore.

Pesë (5) medime televizive janë dënuar me vërejte për shkeljet e bëra para fillimit zyrtarë të fushatës dhe 8 televizione janë gjobitur për shkelje ligjore gjatë fushatës zgjedhore, konkretisht nenin 14 paragrafi 5 i Rregullores së KPM-së 2017/07 për Komunikimet Komerçiale Audiovizuale i cili përcakton se "Subjektet politike dhe koalicionet nuk do të jenë sponsorë të programeve audio-vizuale përveç gjatë kohës së promovimit zgjedhor në pajtim me një akt të veçantë". Për këtë shkelje ishin dënuar me masën vërejtje këto televizione: Kanal 10, Klan Kosova, KTV, RTK1, dhe T7.

Ndërsa për rastet e shkeljeve ligjore nga ana e tetë televizioneve gjatë periudhës zyrtare të fushatës zgjedhore KPM kishte shqiptuar dënime me vlerë nga 2000 euro deri në 7500 euro.

Në pothuajse çdo vendim të marrë nga KMP për këto shkelje është theksuar se si masë rënduese ka qenë edhe fakti se televizionet në fjalë kanë dështuar për të vepruar në pajtueshmëri me aktet e parapara ligjore edhe gjatë zgjedhjeve të vitit 2019.

Kjo vë në pah edhe njëherë se Ligji për KPM dhe aktet nënligjore duhet të rishikohet dhe të përshtaten edhe me rrethanat e krijuara.

Kanal 10⁴**Gjoba - 5000 €**

Reklamim me ekran të ndarë në emisionet Prime Time dhe Politiko – gjë e cila është e ndaluar me nenin 12 paragrafi 1 i Rregullores se KPM-së 2017/07

Sponsorizimi i emisioneve Prime Time dhe Politiko kur trajtohen çështjet aktuale – e cila është në kundërshtim me nenin 31 paragrafi 4, të Ligjit të KPM-së 04/L-44

Vendosja e produkteve, në emisionet Prime Time dhe Politiko – gjë e cila është e ndaluar me nenin 15, të Rregullores KPM-2017/07 për Komunikimet Komerçiale Audiovizuale

T7⁵**Gjoba - 5000 €**

Reklamim me ekran të ndarë në emisionet Pressing dhe Kosova Voton – gjë e cila është e ndaluar me nenin 12 paragrafi 1 i Rregullores se KPM-së 2017/07

Sponsorizimi i emisioneve Pressing dhe Kosova Voton ku trajtohen çështjet aktuale – e cila është në kundërshtim me nenin 31 paragrafi 4, të Ligjit të KPM-së 04/L-44

Vendosja e produkteve, në emisionet Pressing dhe Kosova Voton – gjë e cila është e ndaluar me nenin 15, të Rregullores KPM-2017/07 për Komunikimet Komerçiale Audiovizuale

Transmetimi i spotëve pa u identifikuar si me pagesë apo pa pagesë – gjë e cila është e ndaluar me nenin 49 paragrafi 6 i Ligjit për Zgjedhjet Nr. 03/L-073

Dukagjini⁶**Gjoba - 7500 €**

Transmetimi i spotëve dhe hapësirës së sponsorizuar me pagesë por pa u identifikuar qartë organizata apo individi – gjë e cila është e ndaluar me nenin 49 paragrafi 6 i Ligjit për Zgjedhjet Nr. 03/L-073

Sponsorizimi i emisioneve Debat Plus ku janë trajtuar çështjet aktuale – e cila është në kundërshtim me nenin 31 paragrafi 4, të Ligjit të KPM-së 04/L-44

Vendosja e produkteve, në emisionet Debat Plus – gjë e cila është e ndaluar me nenin 15, të Rregullores KPM-2017/07 për Komunikimet Komerçiale Audiovizuale

Reklamim me ekran të ndarë në emisionet Debat Plus – gjë e cila është e ndaluar me nenin 12 paragrafi 1 i Rregullores se KPM-së 2017/07

Klan Kosova⁷**Gjoba - 5000 €**

Reklamim me ekran të ndarë në emisionet Rubikon dhe Info Magazine – gjë e cila është e ndaluar me nenin 12 paragrafi 1 i Rregullores se KPM-së 2017/07

Sponsorizimi i emisioneve Rubikon dhe Info Magazine kur trajtohen çështjet aktuale – e cila është në kundërshtim me nenin 31 paragrafi 4, të Ligjit të KPM-së 04/L-44

Vendosja e produkteve, në emisionet Rubikon dhe Info Magazine – gjë e cila është e ndaluar me nenin 15, të Rregullores KPM-2017/07 për Komunikimet Komerçiale Audiovizuale

4 https://www.kpm-ks.org/assets/cms/uploads/files/2102_171%20Kanal%2010%20KPM%20Vendim.pdf

5 https://www.kpm-ks.org/assets/cms/uploads/files/2102_166%20TE%207%20KPM%20Vendim.pdf

6 [https://www.kpm-ks.org/assets/cms/uploads/files/2102_173%20TV%20Dukagjini%20KPM%20Vendim\(1\).pdf](https://www.kpm-ks.org/assets/cms/uploads/files/2102_173%20TV%20Dukagjini%20KPM%20Vendim(1).pdf)

7 https://www.kpm-ks.org/assets/cms/uploads/files/2102_170%20Klan%20Kosova%20KPM%20Vendim.pdf

KTV⁸**Gjoha - 5000 €**

Sponsorizimi i emisionit Interaktiv ku janë trajtuar çështjet aktuale – e cila është në kundërshtim me nenin 31 paragrafi 4, të Ligjit të KPM-së 04/L-44

Vendosja e produkteve, në emisionet Zgjedhjet në Kohë Interaktiv – gjë e cila është e ndaluar me nenin 15, të Rregullores KPM-2017/07 për Komunikimet Komerciale Audiovizuale

RTK⁹**Gjoha - 5000 €**

Transmetimi i spoteve pa definuar nëse është me pagesë apo jo dhe gjithashtu tek spotet me pagesë nuk është identifikuar qartë organizata apo individ – gjë e cila është e ndaluar me nenin 49 paragrafi 6 i Ligjit për Zgjedhjet Nr. 03/L-073

Reklamim me ekran të ndarë në emisionin "Analizë Zgjedhjet 2021" – gjë e cila është e ndaluar me nenin 12 paragrafi 1 i Rregullores se KPM-së 2017/07

Syri i Vizionit¹⁰**Gjoha - 2000 €**

Transmetimi i spoteve pa definuar nëse është me pagesë apo jo dhe gjithashtu tek spotet me pagesë nuk është identifikuar qartë organizata apo individ – gjë e cila është e ndaluar me nenin 49 paragrafi 6 i Ligjit për Zgjedhjet Nr. 03/L-073

TV PULS¹¹**Gjoha - 2000 €**

Transmetimi i spoteve pa definuar nëse është me pagesë apo jo dhe gjithashtu tek spotet me pagesë nuk është identifikuar qartë organizata apo individ – gjë e cila është e ndaluar me nenin 49 paragrafi 6 i Ligjit për Zgjedhjet Nr. 03/L-073

8 https://www.kpm-ks.org/assets/cms/uploads/files/2102_169%20KTV%20KPM%20Vendim.pdf

9 https://www.kpm-ks.org/assets/cms/uploads/files/2102_168%20RTK%201%20KPM%20Vendim.pdf

10 https://www.kpm-ks.org/assets/cms/uploads/files/2102_167%20TV%20Syri%20Vizion%20KPM%20Vendim.pdf

11 https://www.kpm-ks.org/assets/cms/uploads/files/2102_172%20TV%20Puls%20KPM%20Vendim.pdf

Rekomandimet

DnV në bazë të monitorimit të mediave gjatë fushatës zgjedhore për Zgjedhjet e Parakohshme nxjerrë këto rekomandime:

- Mediat në Kosovë duhet të zbatojnë në përpikëri Ligjin për Zgjedhjet e Përgjithshme në Kosovë, konkretisht Kreun VIII i cili saktëson sjelljen e mediave gjatë zgjedhjeve;
- Qeveria e Kosovës, duhet të filloj me ndryshimin e Ligjit për KPM, ndryshim ky, i cili i hap rrugë ndryshimeve në aktet nënligjore të këtij institucioni. Sfera problematike që vazhdon të i përcjell mediat është sponsorizimi i ngjarjeve aktuale, vendosja e produkteve, reklamimi në ekran të ndarë;
- Mediat duhet të respektojnë Kodin e Etikës për Ofruesit e Shërbimeve Mediale KPM2016/03 dhe Rregulloren e KPM-2017/07 për Komunikimet Komerciale Audio-Vizuele gjatë fushatave zgjedhore;
- Subjektet politike ti trajtojnë në mënyrë të barabartë të gjitha mediat, dhe jo të bëjnë selektime sa i përket pjesëmarrjes në debate televizive;
- Subjektet politike ti inkurajojnë më shumë gratë kandidatë të marrin pjesë në debate televizive si dhe
- Subjektet politike t'i promovojnë gratë kandidatë edhe në rrjetet sociale.

