

FOL

**Raporti i
monitorimit të
mediave –
Zgjedhjet lokale
2025**



Raporti i monitorimit të mediave gjatë fushatës zgjedhore – Zgjedhjet lokale 2025

TITULLI: Raporti i monitorimit të mediave gjatë fushatës zgjedhore – Zgjedhjet lokale 2025

AUTOR: Lëvizja FOL

VITI I BOTIMIT: Dhjetor, 2025

PUBLIKUAR NGA: Lëvizja FOL

WEBSITE: www.levizjafol.org

ADRESA: Tringë Smajli 6/5, Prishtinë 10000, Republika e Kosovës

Ky raport është mundësuar me mbështetjen e Institutit Kombëtar Demokratik (NDI) dhe Agjencisë Zvicerane për Zhvillim dhe Bashkëpunim (SDC). Përmbajtja në këtë dokument është e autorit/autorëve dhe nuk pasqyron domosdoshmërisht qëndrimet e NDI apo SDC.

Të drejtat e autorit ©2025. Lëvizja FOL

Të gjitha të drejtat e rezervuara. Përveç citimeve të pjesëve të shkurtra me qëllim të kritikës dhe rishikimit, asnjë pjesë e këtij publikimi nuk mund të riprodhohet, të ruhet në ndonjë sistem të rikthimit të të dhënave, ose të transmetohet në çfarëdo forme apo mjeti, elektronik, mekanik, fotokopjues, regjistruar ose tjetër, pa lejen paraprake të Lëvizjes FOL.

PËRMBAJTJA

1. METODOLOGJIA	7
2. KORNIZA LIGJORE PËR MEDIAT GJATË ZGJEDHJEVE	9
3. TË DHËNAT E PËRGJITHSHME NGA MONITORIMI.....	12
Raundi i parë	12
Kronikat zgjedhore	13
Përfaqësimi gjinor gjatë transmetimit të kronikave zgjedhore	17
Debatet televizive	21
Struktura dhe përfshirja në debatet televizive	23
Ankesat e parashtruara në Komisionin e Pavarur të Mediave (KPM) gjatë fushatës zgjedhore ...	25
Raundi i dytë	27
Kronikat zgjedhore	28
Debatet televizive	31
Struktura dhe përfshirja në debatet televizive	32
Ankesat e parashtruara në Komisionin e Pavarur të Mediave (KPM) gjatë fushatës zgjedhore ...	34
4. GJETJET INDIVIDUALE NGA MONIOTRIMI I TELEVISIONE	36
Raundi i parë	36
Radio Televizioni i Kosovës.....	36
Kohavision	43
T7.....	50
Klan Kosova	56
RTV Dukagjini	63
RTV 21	70
Tëvë1	77
ATV	83
Kanal 10.....	90
Raundi i dytë	93
Radio Televizioni i Kosovës.....	93
Kohavision	97
T7.....	101
Klan Kosova	104
RTV Dukagjini	107
RTV 21	109
Tëvë 1	111
ATV	113
Kanal 10.....	116

4. REKOMANDIME	117
Rekomandime për Subjektet Politike	117
Rekomandime për Mediat	117

1. METODOLOGJIA

Lëvizja FOL ka monitoruar mediat gjatë fushatës zgjedhore për Zgjedhjet Lokale të vitit 2025

Monitorimi përfshinë një analizë të detajuar të mediave tradicionale, me synim vlerësimin e transparencës, paanshmërisë dhe qasjes së barabartë në mbulimin e aktiviteteve zgjedhore.

Gjatë monitorimit, janë analizuar kronikat zgjedhore dhe debatet televizive me qëllim matjen e hapësirës së ofruar për kandidatët/et dhe subjektet politike, si dhe nivelin e pjesëmarrjes dhe gjithëpërfshirjes së tyre në fushatën mediatike. Është matur minutazhi i dedikuar për secilin subjekt dhe kandidat, si dhe përqindja e hapësirës që u është kushtuar grave candidate në krahasim me burrat.

Në veçanti, janë shqyrtuar paraqitjet e grave candidate për kryetare komunash dhe për asamble, duke ndarë të dhënat sipas gjinisë dhe duke analizuar përfshirjen e tyre në debatet dhe kronikat zgjedhore, si në aspektin sasior të kohës së transmetimit ashtu edhe në atë cilësor të përfaqësimit në diskursin publik.

Monitorimi i mediave tradicionale është fokusuar në tri drejtime:

Matjen e hapësirës për subjektet dhe kandidatët/et politikë në debate dhe kronika zgjedhore;

Analizën e përmbajtjes editoriale dhe temave kryesore të trajtuara;

Vlerësimin e përfaqësimit gjinor, me theks në hapësirën e dedikuar për gratë candidate.

Përveç të dhënave sasiorë, është realizuar edhe analizë cilësore e debateve dhe kronikave për të vlerësuar: temat që mbulojnë kandidatët/et, nëse gratë flasin për programet e tyre politike apo reduktohen në tema “shoqërore” dhe çështje të lidhura me rolet tradicionale gjinore, mënyrën si portretizohen nga moderatorët dhe analistët, si dhe dinamiken e komunikimit - përfshirë ndërprerjet, gjuhën seksiste, komentet denigruese apo objektifikuese.

Monitorimi ka përfshirë analiza të debateve televizive dhe kronikave zgjedhore, duke filluar nga 13 shtatori deri më 11 tetor 2025, që përkon me të gjithë periudhën zyrtare të fushatës zgjedhore. Gjithashtu, në raportin përfundimtar do të shtohet edhe pjesa e monitorimit të debateve dhe kronikave zgjedhore të raundit të dytë të zgjedhjeve për kryetar komunash (balotazh), që do të mbahet me datë 9 nëntor 2025.

PERIUDHA DHE KOHA E MONITORIMIT

Gjatë kësaj periudhe janë monitoruar:

- Kronikat zgjedhore të përfshira në kuadër të lajmeve qendrore;
- Debatet televizive nga ora 20:00 deri në 23:00, pra gjatë “prime time”, kur shikueshmëria është më e lartë.

PËRZGJEDHJA E TELEVIZIONEVE

Gjatë fushatës elektorale janë monitoruar nëntë televizione në gjuhën shqipe, bazuar në kriteret e shikueshmërisë dhe shtrirjes së tyre në tërë territorin e Kosovës.

Televizionet e përzgjedhura për monitorim janë:

- Televizionet publike: RTK 1 (gjuhë shqipe);
- Televizionet private: KTV, RTV 21, Klan Kosova, TV Dukagjini, T7, Kanal 10, TËVË1, ATV.

Monitorimi në këto televizione është fokusuar në:

1. Kronikat zgjedhore - Si është mbuluar fushata në edicionet informative?
2. Debatet televizive - Sa ka qenë pjesëmarrja e barabartë e subjekteve politike në emisionet zgjedhore, sa u është ofruar hapësirë kandidatëve gra për përfaqësim, si dhe çfarë temash janë diskutuar në lidhje me gratë?

2. KORNIZA LIGJORE PËR MEDIAT GJATË ZGJEDHJEVE

Në një shoqëri demokratike, liria e shprehjes dhe e mediave është themeli për garantimin e një debati publike të hapur dhe pluralist, i bazuar në parimet e sundimit të ligjit dhe të drejtat themelore të qytetarëve. 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 edhe gjatë zgjedhjeve lokale.

Përveç Kushtetutës, sfera e mediave gjatë fushatës zgjedhore rregullohet edhe me një varg ligjesh dhe aktesh nënligjore.

Fillimisht, **Ligji për Komisionin e Pavarur të Mediave**¹, i cili është miratuar në mars të vitit 2012, ka për qëllim përcaktimin e kompetencave të Komisionit të Pavarur të Mediave (në tekstin e mëtejme: KPM) me qëllim të promovimit të zhvillimit të një tregu të shëndoshë të shërbimeve mediale audio-vizuele, që u shërben të gjithë qytetarëve të Republikës së Kosovës.

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 audiovizuele, duke përfshirë edhe mediat online.

Politika e transmetimit, siç përcaktohet nga ligji, duhet të përputhen me standardet ndërkombëtare të transmetimit dhe të respektojnë të drejtat e njeriut. Në këtë kontekst, normat evropiane, përfshirë Direktivën AVMS të Komisionit Evropian, përcaktojnë kryesisht mënyrën e ruajtjes së demokracisë, sundimit të ligjit dhe lirisë së shprehjes në hapësirën mediatike.

Në dhjetor të vitit 2024, KPM ka nxjerrë **Rregulloren për Obligimet e Ofruesve të Shërbimeve Mediale gjatë Fushatës Zgjedhore**², a cila synon të siguroj një ambient mediatik të paanshëm dhe transparent gjatë periudhës zgjedhore, duke garantuar një informim të balancuar dhe objektiv për të gjitha subjektet politike të certifikuara. Ajo përcakton detyrimet e ofruesve që të respektojnë standardet e lirisë së shprehjes dhe për të siguruar një përfaqësim të barabartë në emisione, duke rregulluar edhe reklamimet politike me kufizime të qarta kohore dhe përmbajtëse. Gjithashtu, rregullorja parashikon mekanizma monitorimi dhe masa disiplinore për shkelje nga ana e KPM-së, me qëllim të ruajtjes së integritetit të procesit zgjedhor.

Për më tepër, kjo rregullore ka përcaktuar se hapësira që transmetuesit mund të ua shesin të gjitha subjekteve politike për reklamim është 6 orë brenda periudhës që fillon prej orës 12:00 deri në orën 24:00. Këtë hapësirë, transmetuesit duhet të u'a ofrojnë në mënyrë të barabartë të gjitha subjekteve të certifikuara.

Ndërsa kufiri sasior i kohës së emetimit politik për një subjekt politik të certifikuar brenda një dite është 90 minuta.

Rregullorja gjithashtu i ka obliguar të gjithë ofruesit e shërbimeve mediale (OShM) që të mbajnë ditarë të veçantë ditor për qasjet e siguruar pa pagesë dhe kohët për reklamim që i janë shitur çdo subjekti politik të certifikuar. Këta ditarë, sipas rregullores, duhet të dorëzohen ditën e hënë për të raportuar

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

² Komisioni i Pavarur i Mediave, Rregulloren 2024/03 për Obligimet e Ofruesve të Shërbimeve Mediale gjatë

për javën paraprake, ndërsa KPM do të shqiptoj masa sanksionuese ndaj OShM-ve që nuk i dorëzojnë ditarët.

Ndërkaq, në **Rregulloren për Komunikimet Komerciale Audio dhe Audiovizuele** të miratuar nga KPM në dhjetor të vitit 2023, ndalohet vendosja e produkteve në emisionet politike. Kjo dispozitë synon të ruajë pavarësinë e përmbajtjes politike dhe të parandalojë ndikimin e interesave të ndryshme në debatet dhe informacionin e ofruar për publikun

Në **Rregulloren për Mbrojtjen e Fëmijëve në Komunikimet Komerciale dhe Audiovizuele** të miratuar nga KPM në dhjetor të vitit 2023, janë përcaktuar normat për mbrojtjen e fëmijëve nga programet të cilat ndikojnë negativisht në zhvillimin e tyre mendor, moral dhe fizik. Rregullorja përcakton se OShM-të nuk duhet të transmetojnë programe me përmbajtje të dëmshme për fëmijët.

Ndërsa **Kodi Etik për Ofruesit e Shërbimeve Mediale dhe Audiovizuele**, të miratuar nga KPM në tetor të vitit 2016, ka për qëllim përcaktimin e rregullave të etikës për OShM-të në pajtim me dispozitat ligjore që janë të domosdoshme në një shoqëri demokratike; në pajtim me parimet etike, standardet e pranura ndërkombëtarisht dhe respektin ndaj diversitetit të trashëgimisë etnike, kulturore dhe fetare në Republikën e Kosovës.

Sipas këtij kodi, në programet e drejtpërdrejta (debate/intervista etj), është obligim i OSHM-së që të ndërmarrë veprimet e duhura për evitimin e përdorimit të gjuhës vulgare ose ofenduese nga ana e pjesëmarrësve. Gjithashtu, OSHM-të duhet të raportojnë lajme me saktësi dhe t'i paraqesin ato në mënyrë të paanshme.

Në **Ligjin për Zgjedhjet Lokale**³ është rregulluar organizimi dhe mbajtja e zgjedhjeve për Kuvendet e Komunave dhe Kryetarët e Komunave të Kosovës. Sipas këtij ligji, dispozitat e Ligjit për Zgjedhjet e Përgjithshme sa i përket mediave gjatë fushatës zgjedhore vlejnë mutatis mutandis edhe për zgjedhjet lokale.

Në **Ligjin për Zgjedhjet e Përgjithshme**⁴, 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 certifikuara 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 certifikuara qasje të drejtë dhe të paanshme në programet me diskutime politike dhe debate”.

Neni 49 i Ligjit për Zgjedhjet e Përgjithshme përcakton rregullat e përgjithshme për reklamimin politik në radio dhe televizion, duke kufizuar kohëzgjatjen e pikave reklamuese politike në maksimum dy (2) minuta (120 sekonda).

Gjithashtu, sipas ligjit, transmetuesit që vendosin të ofrojnë hapësirë për reklamim politik me pagesë, janë të detyruar që gjatë periudhës së fushatës të sigurojnë një sasi minimale minutash për emetim pa pagesë për secilin subjekt politik të certifikuar, duke garantuar qasje të barabartë.

Për më tepër, neni 52 i këtij ligji ndalon rreptësisht transmetimin ose publikimin e çfarëdo materiali të lidhur me aktivitetet e fushatës zgjedhore brenda periudhës që fillon nga hapja zyrtare e vendotimeve (07:00), deri në mbylljen zyrtare të tyre.

³ Ligji Nr.03/L-072 për Zgjedhjet Lokale, Gazeta Zyrtare e Republikës së Kosovës, 2008.

⁴ Ligji Nr. 03/L-073 për Zgjedhjet e Përgjithshme në Republikën e Kosovës, Gazeta Zyrtare e Republikës së Kosovës, 2008.

Ndërsa hulumtimet e opinionit publik në lidhje me daljen në votime dhe rezultatet zgjedhore nuk duhet të publikohen 24 orë para mbylljes së vendvotimeve deri në përmbylljen e procesit zgjedhor. Këto dispozita synojnë të ruajnë neutralitetin mediatik dhe të parandalojnë ndikimin e padrejtë mbi votuesit në fazën e fundit të procesit zgjedhor.

3. TË DHËNAT E PËRGJITHSHME NGA MONITORIMI

Raundi i parë

Të dhënat e përgjithshme të monitorimit të mediave gjatë fushatës zgjedhore përfshijnë kronikat zgjedhore, respektimi i kuotës gjinore gjatë transmetimit të kronikave zgjedhore dhe pjesëmarrja e kandidatëve në debatet televizive.

Rezultatet e paraqitura në vijim synojnë të ofrojnë një pasqyrë të përgjithshme mbi nivelin e transparencës, (pa)anshmërinë dhe qasjen në hapësirën mediatike të subjekteve politike gjatë fushatës zgjedhore të 11 tetorit 2025.

Të dhënat nga monitorimi i 11 televizioneve tregojnë se gjatë kësaj periudhe ka pasur afër 42 orë kronika zgjedhore dhe afër 358 orë debate politike.

Zgjedhjet Lokale 2025 kanë marrë dukshëm më pak vëmendje mediatike krahasuar me Zgjedhjet Nacionale të mbajtura më 9 shkurt 2025. Në zgjedhjet e atij cikli janë transmetuar gjithsej 64 orë kronika zgjedhore - rreth 22 orë më shumë se në zgjedhjet lokale - si dhe mbi 506 orë debate politike, që përbëjnë rreth 148 orë më shumë sesa në periudhën aktuale zgjedhore.⁵

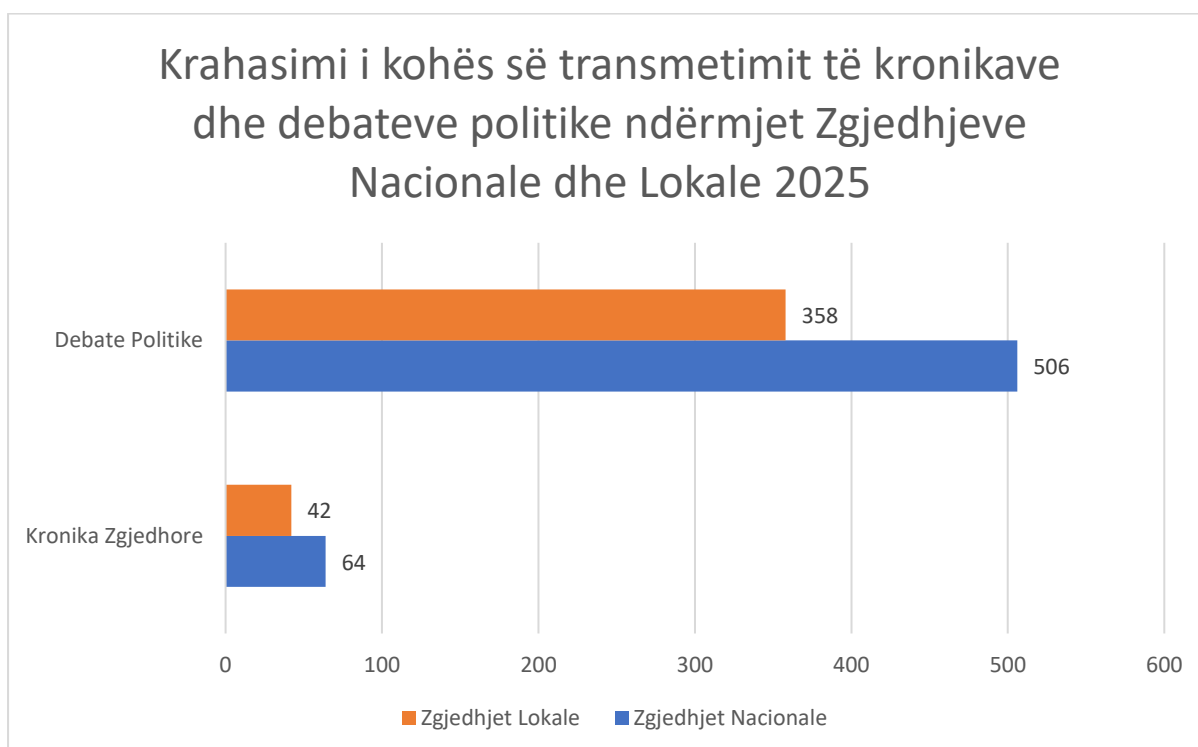


Fig.1 Krahasimi i kohës së transmetimit të kronikave dhe debateve politike ndërmjet Zgjedhjeve Nacionale dhe Lokale 2025

⁵ Koha e transmetimit të Zgjedhjeve Nacionale është vetëm për televizionet që janë monitoruar gjatë Zgjedhjeve Lokale

Kronikat zgjedhore

Sipas rezultateve të monitorimit, në kronikat zgjedhore televizive Lëvizja Vetëvendosje (LVV) dhe Partia Demokratike e Kosovës (PDK) kanë pasur mbulimin më të gjatë me nga 537 minuta, ndjekur nga Lidhja Demokratike e Kosovës (LDK) me 530 minuta, Aleanca për Ardhmërinë e Kosovës (AAK) me 466 minuta, Nisma Socialdemokrate (NISMA) 215 minuta, Partia Socialdemokrate e Kosovës (PSD) me 113 minuta. Subjektet tjera politike janë mbuluar me gjithsej 113 minuta.

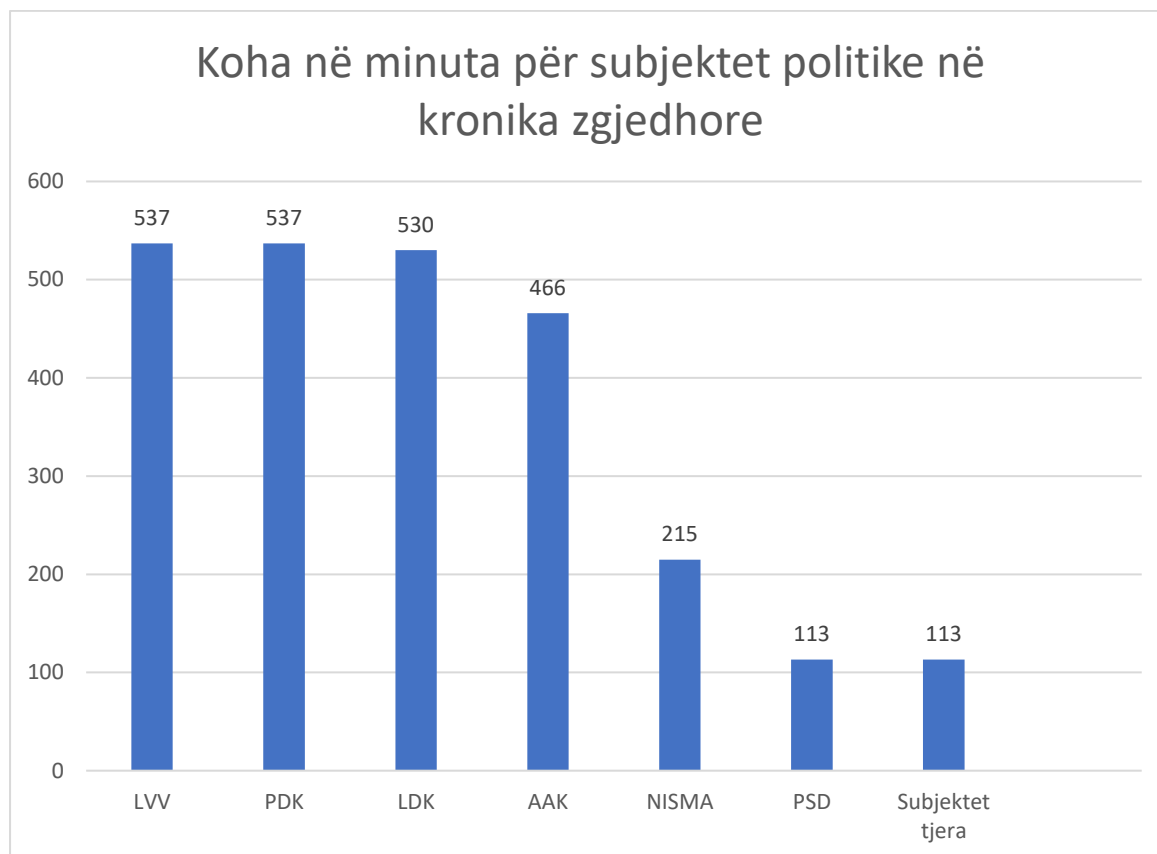


Fig.2 Koha në minuta për secilin subjekt në kronika zgjedhore

Sa i përket kandidatëve për kryetarë komunash, kandidatët nga PDK kanë pasur mbulueshmërinë më të madhe me 157 minuta, pasuar nga ata të LDK-së me 149 minuta, LVV-së 144 minuta, AAK-së 141 minuta, PSD-së 46 minuta dhe NISMA-s me 33 minuta. Kandidatët nga subjektet tjera kanë pasur gjithsej 40 minuta.

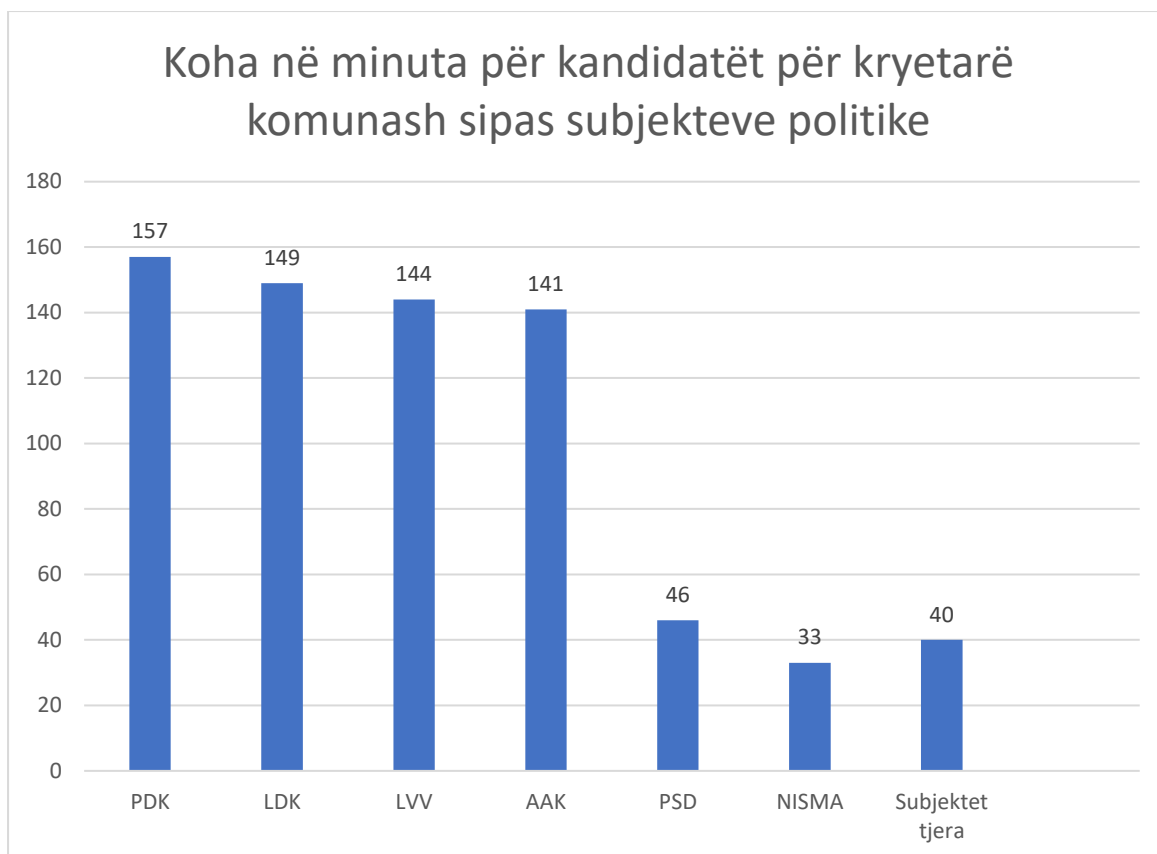


Fig.3 Koha në minuta për kandidatët për kryetarë komunash sipas subjekteve politike

Përderisa kandidatët për kryetarë komunash kanë pasur mbulueshmëri me gjithsej 711 minuta kandidatët për kuvende komunale kanë pasur vetëm 20 minuta.

Gara për komunën e Prishtinës ka marrë vëmendjen më të madhe mediatike gjatë kësaj fushate, 616 minuta nga kronikat zgjedhore i janë kushtuar garës në Prishtinë, ndjekur nga Prizreni me 172 minuta, Mitrovica e Jugut me 120, Gjlani 112 minuta dhe Vushtrria me 100 minuta. Komunat veriore dhe ato ku gara ka qenë mes minoriteve kanë pasur mbulueshmëri dukshëm më të vogël, gara për komunën e Zveçanit ka pasur 12 minuta, Mitrovica e Veriut 11 minuta, Novobërda dhjetë minuta, Zubin Potoku gjashtë minuta, Mamusha një minutë. Ndërsa gara për komunat e Leposaviçit, Shtërpcës, Ranillugut, Parteshit dhe Kllokotit nuk kanë pasur fare mbulueshmëri në kronika zgjedhore në televizionet e monitoruara.

Koha në minuta në kronikat zgjedhore sipas komunave

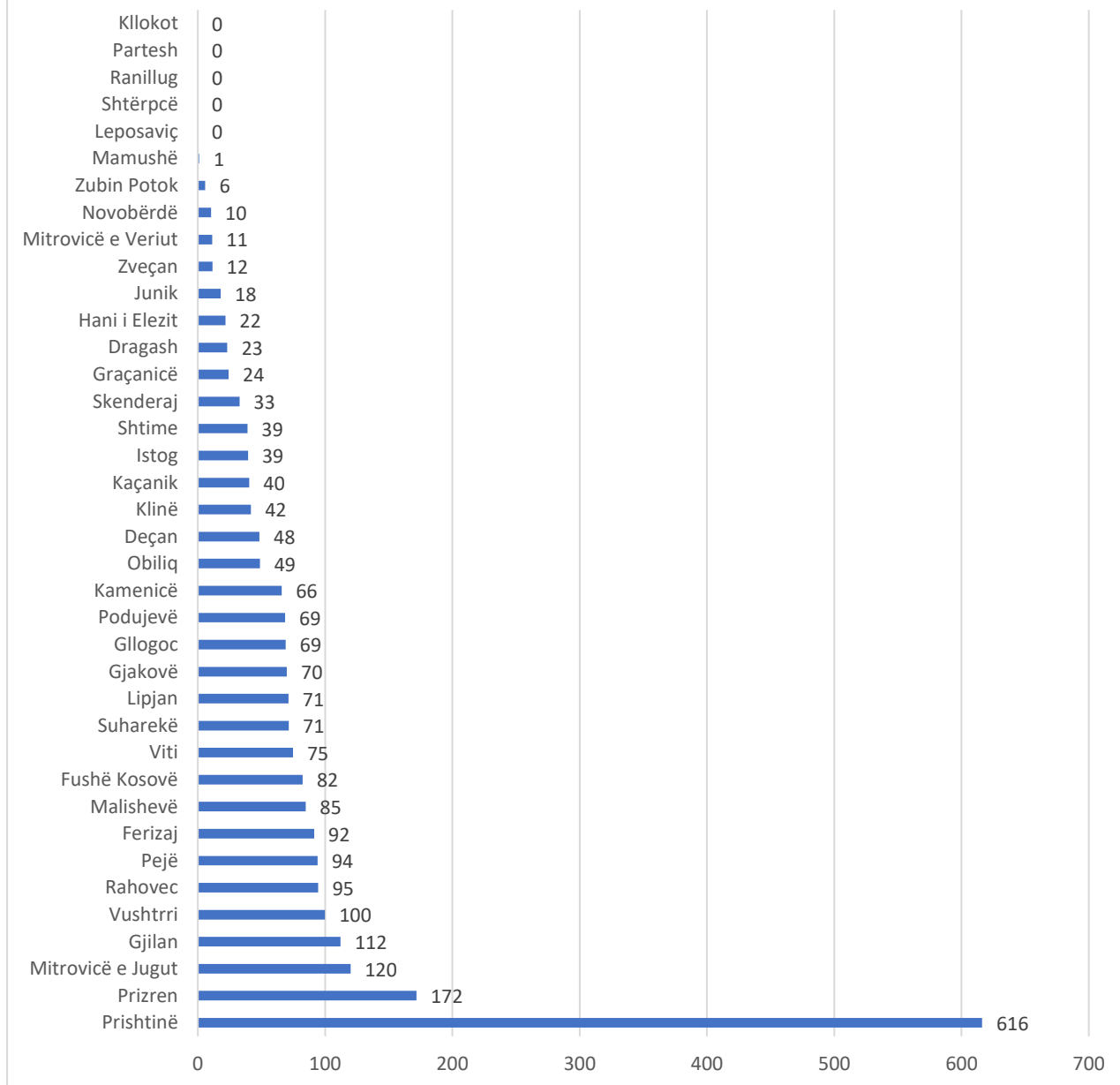


Fig.4 Koha në minuta në kronikat zgjedhore sipas komunave

Sa i përket kandidatëve, kandidatët për kryetar të Prishtinës, kanë pasur hapësirën më të madhe.

Uran Ismaili ka pasur gjithsej 61 minuta në kronika zgjedhore, ndjekur nga Hajrulla Çeku dhe Përparim Rama me nga 43 minuta, Besa Shahini 36 minuta dhe Bekë Berisha 28 minuta.

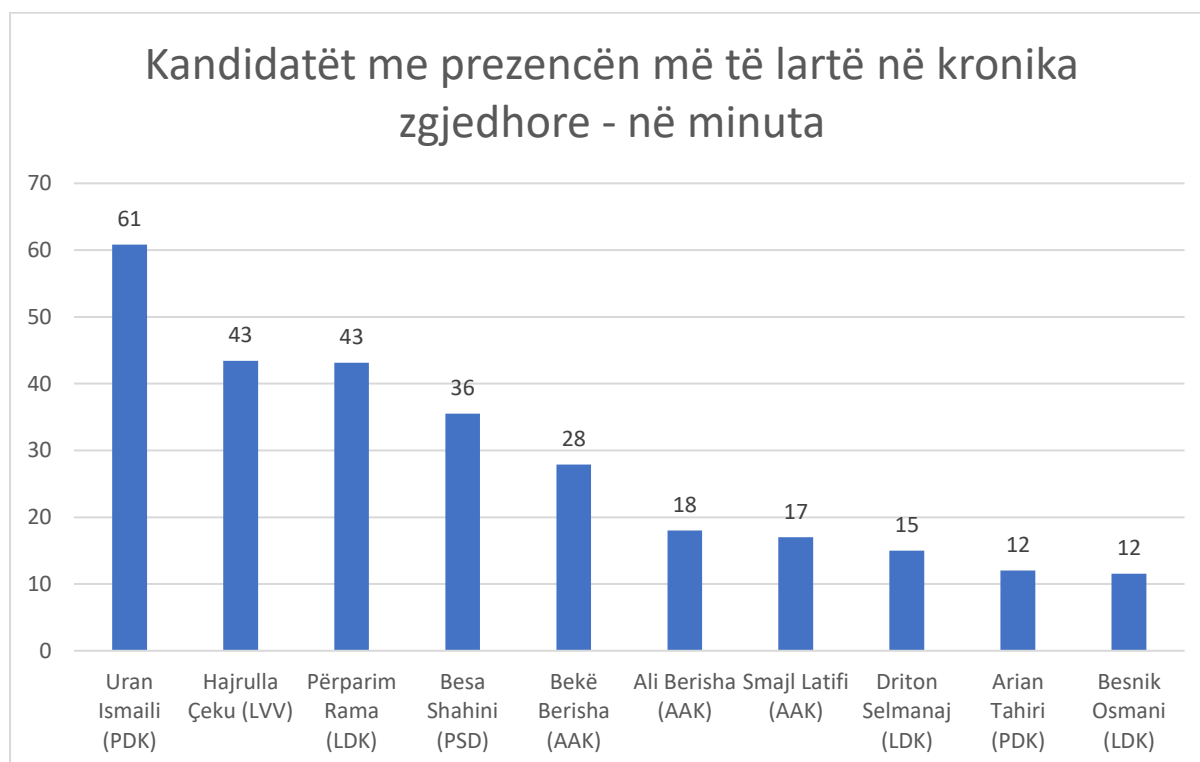


Fig.5 Kandidatët me prezencën më të lartë në kronika zgjedhore - në minuta

Liderët e subjekteve politike kanë qenë prezent në pjesën dërmuese të tubimeve të mëdha në komuna, por fjalimet e tyre nuk janë paraqitur në secilin televizion.

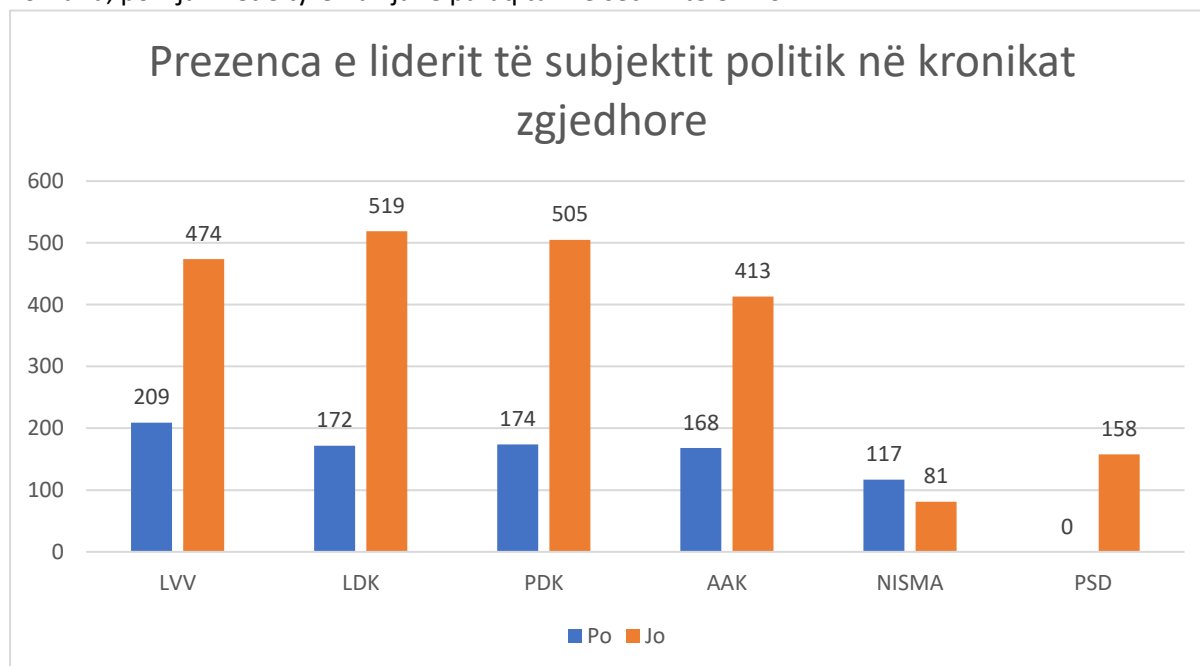


Fig.6 Prezenca e liderit të subjektit politik në kronikat zgjedhore

Përfaqësimi gjinor gjatë transmetimit të kronikave zgjedhore

Përfaqësimi gjinor në transmetimet e kronikave zgjedhore për Zgjedhjet Lokale të vitit 2025 tregon për një pabarazi të theksuar, ndikuar edhe nga numri i ulët i kandidatëve gra. Nga 206 kandidatë për kryetar komunash vetëm 20 prej tyre ishin gra. Nga këto vetëm dhjetë candidate janë nga subjektet shqiptare që janë të përfaqësuara edhe në Kuvendin e Kosovës.

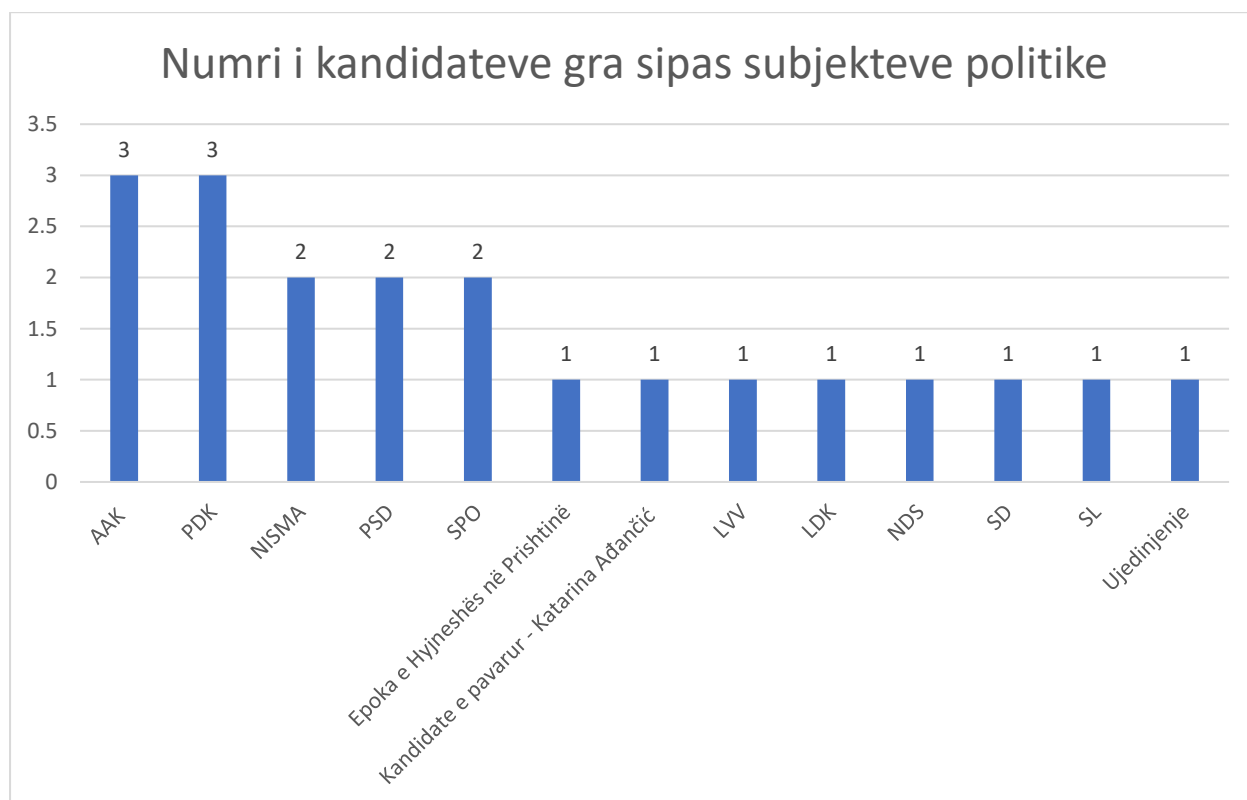


Fig.7 Numri i kandidateve gra sipas subjekteve politike

Gjithashtu komunat ku janë vendosur kandidatet gra për kryetare komunash janë kryesisht zona ku këto subjekte përkatëse nuk kanë bazë të fuqishme elektorale. PDK, nga tri kandidatet gra që ka nominuar për kryetare komunash, në dy prej këtyre komunave (Pejë dhe Mitrovicë e Veriut) në zgjedhjet e fundit të vitit 2021 nuk kishte pasur fare kandidat për kryetar. Një situatë e ngjashme vërehet edhe te AAK-ja, e cila ka nominuar një grua për kryetare të Kaçanikut, komunë ku poashtu në zgjedhjet e vitit 2021 nuk ka pasur kandidat për kryetar komune.

Subjekti politik	Komuna	2021 % e votave të fituara	2017 % e votave të fituara	2013 % e votave të fituara
LVV	Glllogoc	17.10%	3.67%	3.17%
AAK	Kaçanik	Nuk ka pasur kandidat	15.44%	17.91%
AAK	Fushë Kosovë	2.35%	2.06%	3.44%
PDK	Kamenicë	12.62%	15.21%	13.36%
PDK	Pejë	Nuk ka pasur kandidat	9.37%	15.23%
NISMA	Prizren	5.72%	8.09%	Nuk ka pasur kandidat
AAK	Ferizaj	2.32%	4.49%	11.84%
NISMA	Vushtrri	1.09%	2.79%	Nuk ka pasur kandidat
LDK	Zubin Potok	6.71%	Nuk ka pasur kandidat	11.07%
PDK	Mitrovicë e Veriut	Nuk ka pasur kandidat	9.58%	Nuk ka pasur kandidat

Tabela 1. Përqindja e votave të fituara nga subjektet politike në zgjedhjet e viteve 2021, 2017 dhe 2013 në komunat ku kanë nominuar candidate gra për kryetare komune në Zgjedhjet Lokale 2025

Subjekti politik	Komuna	2021 Renditja	2017 Renditja	2013 Renditja
LVV	Glllogoc	3/6	4/8	5/5
AAK	Kaçanik	Nuk ka pasur kandidat	4/5	2/6
AAK	Fushë Kosovë	4/4	4/7	4/5
PDK	Kamenicë	3/6	3/6	4/5
PDK	Pejë	Nuk ka pasur kandidat	3/7	3/8
NISMA	Prizren	4/8	5/10	Nuk ka pasur kandidat
AAK	Ferizaj	4/4	4/8	3/7
NISMA	Vushtrri	6/7	6/6	Nuk ka pasur kandidat
LDK	Zubin Potok	3/3	Nuk ka pasur kandidat	2/4
PDK	Mitrovicë E Veriut	Nuk ka pasur kandidat	3/4	Nuk ka pasur kandidat

Tabela 2. Renditja e subjekteve politike në zgjedhjet e viteve 2021, 2017 dhe 2013 në komunat ku kanë nominuar candidate gra për kryetare komune në Zgjedhjet Lokale 2025

Të dhënat në këto dy tabela ilustronjë qartë një model të përsëritur të mos përfshirjes së kandidatëve gra në garat lokale, veçanërisht në komunat ku subjektet politike kanë një bazë të fortë elektorale dhe ndikim të qëndrueshëm ndër vite. Kjo vërehet nga fakti se partitë politike, në vend që të promovojnë gra në bastionet e tyre tradicionale - aty ku fitorja është më e mundshme ose ku pjesëmarrja garanton dukshmëri të lartë - zgjedhin t'i ruajnë këto zona për kandidatët burra. Në vend që t'i shfrytëzojnë këto hapësira të sigurta për të avancuar barazinë gjinore dhe fuqizimin e grave në politikë, partitë vazhdojnë të ndjekin një logjikë tradicionale të pushtetit, e cila reflekton strukturat patriarkale dhe hierarkitë e brendshme që mbeten dominuese.

Fakti që numri i grave kandidatë është i vogël dhe se ato zakonisht garojnë në komuna ku ato subjekte politike kanë më pak gjasa për të fituar, ka reflektuar drejtpërdrejt në praninë e tyre të kufizuar në media.



Fig.8 Hapësira televizive e kandidatëve për kryetarë komunash gjatë kronikave zgjedhore - sipas gjinisë

Vetëm 10% e hapësirës në kronikat zgjedhore u është kushtuar kandidatëve gra, çka tregon për një zinxhir të tërë përjashtimesh: gratë kanë më pak mundësi të garojnë, më pak mbështetje nga strukturat e partisë, më pak dukshmëri gjatë fushatës dhe, si pasojë, më pak vëmendje mediatike. Ky është një cikël vetë përforcues që i mban ato në periferi të debatit publik dhe u mohon mundësinë për të ndërtuar profilin e tyre politik para votuesve.

Është e rëndësishme të theksohet se pjesëmarrja e një gruaje në garën për komunën e Prishtinës ka ndikuar në rritjen e prezencës së grave kandidatë për kryetare komunash në kronikat zgjedhore. Duke qenë se komuna e Prishtinës ka pasur dukshëm më shumë kohë transmetimi krahasuar me komunat e tjera, kjo ka reflektuar edhe në ekspozimin më të madh të kandidatës Besa Shahini, e cila ka pasur rreth 36 minuta kohë në kronika - që përbën afërsisht gjysmën e kohës së dedikuar për të gjitha kandidatët gra së bashku.

Po ashtu, numri i kandidateve gra për kuvende komunale mbetet i ulët. Vetëm 37% e kandidatëve për kuvende komunale kanë qenë gra. Shqetësuese është që nga 308 lista për kuvende komunale në vetëm 56 (18%) prej tyre gratë kanë qenë prijëse të listave.

E njëjta është vërejtur edhe te hapësira që u është dhënë kandidateve për kuvende komunale. Nga 20 minuta që janë paraqitur kandidatët për kuvende komunale, vetëm dy minuta (10%) kanë qenë për kandidatet gra.

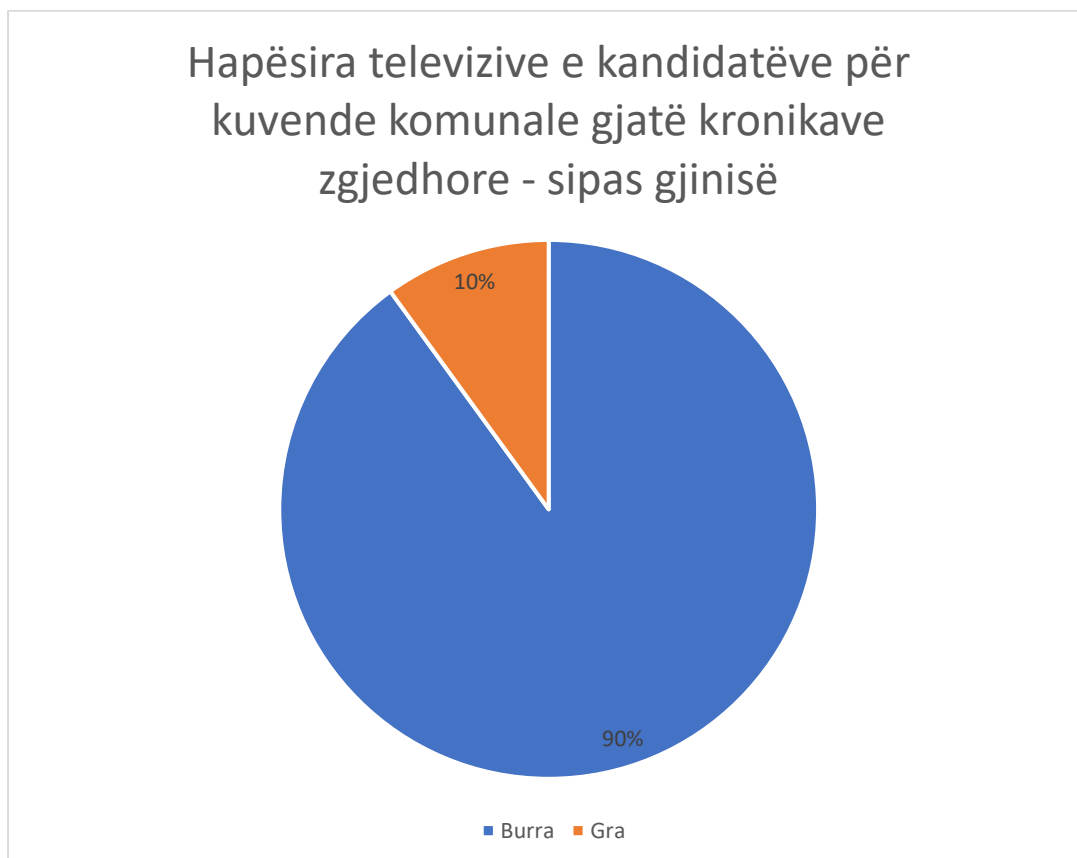


Fig.9 Hapësira televizive e kandidatëve për kuvende komunale gjatë kronikave zgjedhore - sipas gjinisë

Debatet televizive

Debatet televizive të zhvilluara gjatë fushatës për zgjedhjet lokale të vitit 2025 kanë ofruar një pasqyrë të qartë mbi mënyrën se si trajtohen temat politike në nivel komunal dhe mbi rolin që u jepet kandidatëve në diskursin publik. Analiza e përgjithshme tregon se dinamika e debateve ka qenë kryesisht e përqendruar në çështje infrastrukturore dhe menaxhim lokal - rrugë, ujësjellës, buxhete komunale, mirëmbajtje publike - ndërsa temat që lidhen me barazinë gjinore, përfshirjen sociale apo zhvillimin e politikave për grupet e marginalizuara janë trajtuar vetëm sipërfaqësisht.

Subjektet politike kanë nominuar një numër shumë të kufizuar të grave për kryetare komunash, gjë që ka ndikuar drejtpërdrejt në prezencën e ulët të tyre në debate televizive. Si pasojë, diskursi publik ka reflektuar mungesën e balancës dhe të perspektivave të ndryshme. Përveç kësaj, edhe vetë mediat, në shumicën e rasteve, nuk e kanë orientuar debatin drejt çështjeve gjinore apo temave që lidhen me barazinë dhe përfshirjen, duke e lënë këtë dimension jashtë kornizës kryesore të diskutimit.

Premtimet dhe propozimet që lidhen me gratë apo me politikat gjinore në përgjithësi janë paraqitur në mënyrë deklarative, me theks në fraza si “mbështetje për gratë” apo “fuqizim ekonomik”, por rrallëherë të shoqëruara me masa konkrete, buxhete të përcaktuara apo indikatorë zbatimi. Në shumë raste, angazhimet për barazi janë reduktuar në përmendjen e kuotave gjinore të përfaqësimit, pa u shoqëruar me politika të qarta për përfshirje apo avancim real. Kjo tregon se çështjet e barazisë nuk janë të integruara brenda platformave programore, por më shumë përdoren si pjesë e një fjalori të detyruar publik. Rastet e rralla ku janë paraqitur masa më të detajuara - si hapja e çerdheve, mbështetja për sipërmarrje apo skemat lokale të subvencionimit - kanë mbetur përjashtime, jo pjesë e një tendence të qëndrueshme.

Sa i përket mënyrës së komunikimit, debati publik është karakterizuar nga një ton shpesh konfrontues dhe personalizues, ku kandidatët kanë përdorur gjuhë ironike apo nënvleftësuese ndaj kundërshtarëve. Në disa raste janë dëgjuar shprehje me ngarkesë denigruese si “mashtues”, “i paaftë”, “hipokrit” apo “njeri pa vizion”, të cilat e zhvendosin diskutimin nga përmbajtja programore drejt sulmeve personale. Një shembull i qartë i gjuhës denigruese u vërejt në debatin mbi garën e Komunes së Skenderajt në KTV, ku kandidatët përdorën shprehje si “kriminel”, “dhunues”, “Milan Radojiçi i Drenicës” dhe “kërcënues i qytetarëve” ndaj kundërshtarit që mungonte në studio. Në disa debate të tjera, gjuha politike kaloi deri në ekstrem të dhunës verbale dhe përjashtimit moral, rasti më i dukshëm është intervista me kandidatin nga radhët e Partisë Demokratike të Kosovës (PDK) për kryetar të Skenderajt, Sami Lushtakun, ku u përdor shprehja “duhet me i ngreh zhagë në rrugët e Prishtinës”, e cila përbën shembull të gjuhës që nxit armiqësi politike. Këto forma komunikimi e zhvendosin diskursin publik nga debati për programet dhe politikat, drejt konfrontimeve personale dhe retorikës së dhunës simbolike.

Po ashtu, janë evidentuar raste të gjuhës nënçmuese me prirje seksiste. Në një debat, kandidati për Kryetar të Komunes së Drenasit, Ramiz Lladrovci deklaroi se kandidatja e Lëvizjes Vetëvendosje, Egzona Tërdevci, “nuk zgjedh metodë për t’u avancuar”, një shprehje që bart nëntekst ofendues dhe cenon integritetin personal të kundërshtares. Në një rast tjetër, një analist televiziv, duke komentuar garën për kryetar të Prishtinës, deklaroi: “Unë tre kandidatë i shoh në garë për me u fut në balotazh, me krejt respektin për Besa Shahinin që është një prej kandidateve simpatike dhe me premtime konkrete...” Edhe pse përdorimi i shprehjes “simpatike” ishte bërë në kontekst pozitiv dhe lidhej me fushatën dhe stilin e saj komunikues, formulime të tilla, pa qëllim të drejtpërdrejtë nënvleftësues, prapëseprapë e

zhvendosin vëmendjen nga përmbajtja programore drejt aspekteve personale, duke kontribuar në një perceptim të pjesshëm të rolit politik të grave në garë.

Një tjetër rast domethënës është debati “Kush e fiton Pejën?”, ku kandidatja e PDK-së, Arta Nallbani, ngriti publikisht shqetësimin se gratë nuk po respektohen gjatë diskutimeve, duke theksuar se “në vitin 2025, gratë ende duhet të bërtasin për të marrë fjalën”. Moderatorin e emisionit e mbështeti këtë vërejtje dhe i dha fjalën menjëherë pas ndërhyrjes së saj, duke pranuar në mënyrë të nënkuptuar mungesën e barazisë në hapësirën e debatit. Megjithatë, gjatë gjithë diskutimit, koha e fjalës nuk u respektua në mënyrë të barabartë - kandidatët Gazmend Muhaxhiri dhe Taulant Kelmendi e dominuan debatin, shpesh me tone përplasëse dhe gjuhë jo të përshtatshme për formatin publik, ndërsa Nallbanit iu dha fjala vetëm kur moderatorin vendosi t’i përmbahej rregullit prej tre minutash për secilin pjesëmarrës. Ky debat u përqendrua kryesisht në përplasjen ndërmjet LDK-së dhe LVV-së, me tone të ashpra dhe komunikim nënçmues mes kundërshtarëve, ndërkohë që temat e politikave gjinore munguan pothuajse tërësisht. Vetëm kandidatja nga radhët e PDK-së, Arta Nallbani përmendi në mënyrë të qartë plane për ndërtimin e çerdheve dhe për depolitizimin e arsimit, duke qenë e vetmja që adresoi çështje që prekin drejtpërdrejt përfshirjen dhe mirëqenien e grave në nivel lokal.

Në anën tjetër, intervistat individuale me Jeta Statovci dhe Mimoza Kusari-Lila, dëshmuar se kur grave u jepet hapësirë e barabartë dhe koherente për të folur pa ndërprerje, debati bëhet më përmbajtjesor, më institucional dhe më i fokusuar në politika publike sesa në konfrontime personale.

Në aspektin e barazisë së trajtimit mediatic, është evidentuar edhe një rast i raportuar në Komisionin e Pavarur të Mediave nga Partia Socialdemokrate ndaj TV Dukagjinit, me pretendimin se ky medium kishte paralajmëruar transmetimin e emisionit “Debat Plus” me pjesëmarrjen e kandidatëve për kryetar të Prishtinës, duke përjashtuar znj. Besa Shahini dhe kandidatët e tjerë të certifikuar. Ky rast është cilësuar si shembull i mundshëm i cenimit të parimit të trajtimit të barabartë të subjekteve politike gjatë fushatës.

Në nivel të përgjithshëm mediatic, mënyra e moderimit dhe struktura e debateve kanë ndikuar ndjeshëm në cilësinë e diskursit. Moderatorët shpesh nuk kanë ndërhyrë për të balancuar pjesëmarrjen apo për të thelluar diskutimin në politikat sociale dhe gjinore, duke i lënë debatet të mbeten kryesisht në kornizën tradicionale të menaxhimit të përditshëm komunal. Përjashtimisht, disa televizione kanë tentuar të theksojnë aspektet e barazisë apo të vendosin pyetje që lidhen me përfaqësimin e grave, por pa arritur ta mbajnë këtë linjë në mënyrë të qëndrueshme gjatë gjithë periudhës së fushatës.

Përveç faktit që grave në politikë u është dhënë më pak hapësirë në debatet televizive, edhe në aspektin e analizës dhe komentimit të fushatës, mediat nuk qëndrojnë më mirë në drejtim të përfaqësimit gjinor. Nga gjithsej 456 paraqitje të analistëve dhe analisteve në emisione televizive gjatë periudhës së fushatës, 413 kanë qenë burra dhe vetëm 43 gra.⁶ Ky raport i pabarabartë tregon se mungesa e perspektivës gjinore nuk kufizohet vetëm në përfaqësimin e kandidateve politike, por shtrihet edhe në diskursin analitik dhe në interpretimin publik të proceseve zgjedhore nga vetë mediat.

Në përmbyllje, tabloja e përgjithshme e debateve tregon një proces komunikimi elektoral që vazhdon të dominohet nga temat tradicionale dhe nga mënyra hierarkike e paraqitjes së kandidatëve. Perspektiva gjinore mbetet periferike dhe e trajtuar në mënyrë sipërfaqësore, ndërsa dimensionin e

⁶ Këto të dhëna përfshijnë çdo paraqitje individuale — pra, nëse një emision ka pasur katër burra dhe një grua në panel, ato llogariten si pesë paraqitje të ndara.

barazisë ende nuk është bërë pjesë organike e platformave politike apo e kornizës mediatike të fushatës.

Struktura dhe përfshirja në debatet televizive

Gjatë fushatës elektorale 13 shtator - 11 tetor janë monitoruar nëntë televizione në nivel vendi, ku janë monitoruar gjithsej 322 debate.

Gjatë kësaj periudhe dominojnë emisionet për prezantimin e një subjekti/kandidati (110 emisione), pasuar nga debatet me shumë subjekte (98 debate) dhe debatet vetëm me analistë (91) debate.

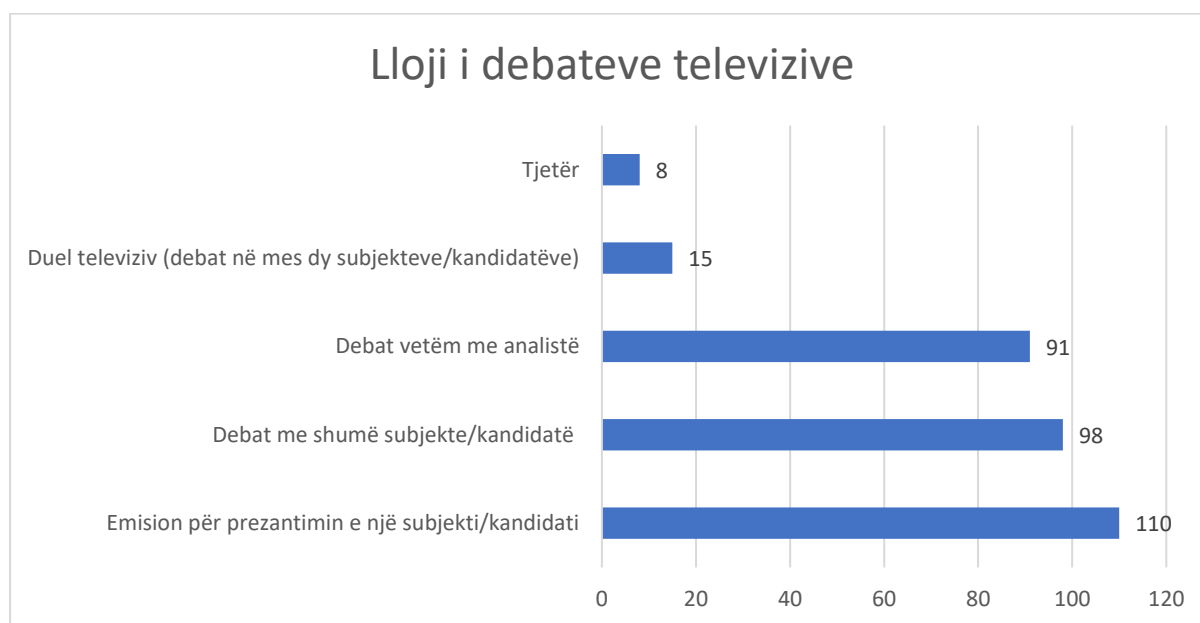


Fig.10 Lloji i debateve televizive

Sa i përket pjesëmarrjes në debate televizive, kandidatët nga PDK kanë marrë pjesë në 129 debate, kandidatët nga LVV në 127 debate, kandidatët nga LDK në 104 debate, ata nga NISMA në 20 debate dhe tre kandidatët nga PSD në 15 debate. Kandidatët nga subjektet tjera dhe kandidatët e pavarur kanë marrë pjesë në 183 debate.



Fig.11 Pjesëmarrja në debate sipas subjekteve politike

Edhe në debate televizive pjesëmarrja e kandidatëve gra është shumë më e ulët se ajo e burrave. 92% e kandidatëve në debate kanë qenë burra, ndërsa vetëm 8% gra.



Fig.12 Pjesëmarrja në debate e kandidatëve për sipas gjinisë

Ankesat e parashtruara në Komisionin e Pavarur të Mediave (KPM) gjatë fushatës zgjedhore

Gjatë fushatës për zgjedhjet lokale, sipas Raportit preliminar të KPM-së, janë pranuar 14 ankesa ndaj mediave, prej të cilave 5 janë përcjellë nga PZAP. Përveç tyre, KPM ka iniciuar edhe një sërë rastesh ex officio për shkelje të rregulloreve të KPM-së dhe Kodit të Etikës.

Ankesat e përcjella nga PZAP

- LVV ndaj TV Dukagjini - "Debat Plus" - për shkak të përdorimit të gjuhës seksiste nga i ftuari. KPM konstatoi shkelje (mosveprim i moderatorit për ta parandaluar).
- LVV ndaj Klan Kosova - "Jehonë Politike" - për shkak të gjuhës fyese dhe nxitëse nga i ftuari. KPM konstatoi shkelje (mosveprim i moderatorës).
- PDK ndaj KTV - "Zgjedhjet në Kohë" - për shkak të gjuhës kërcënuese, fyese dhe nxitje e urrejtjes nga i ftuari. KPM konstatoi shkelje (mosveprim i moderatorit).
- Duda Balje (SDU) ndaj RTK 1 - "Zgjedhjet Lokale 2025" - për shkak të pretendimit për fyerje etnike. KPM nuk konstatoi shkelje (moderatorja ka ndërhyrë për ta evituar).
- PDK ndaj LVV-së - "Context", kandidati për Kryetar të Komunës së Mitrovicës nga radhët e LVV ka përdorur gjuhë fyese ndaj kandidati për Kryetar të Komunës së Mitrovicës nga radhët e PDK-së. KPM nuk ka gjetur shkelje.

Ankesat e dorëzuar nga publiku, palët e interesuara dhe partitë politike

- Bashkim Fazliu (kandidat i pavarur) ndaj RTK 1 & TV21 - për shkak të pretendimeve për mos-transmetim të spotit pa pagesë/mosdhënie hapësire për programin. KPM kërkoi nga transmetuesit të ofrojnë të drejtën e shpalosjes.
- Agim Krasniqi (Prishtina në Dorën Tënde) ndaj TV21, KTV, TV Dukagjini, T7 - për shkak të pretendimeve për përjashtim nga trajtimet/analizat, ndonëse është subjekt i certifikuar. KPM u ka dërguar shkresa transmetuesve për garantim qasjeje të barabartë.
- PDK ndaj Radio Star - për shkak të pretendimeve për mos pasqyrim të aktiviteteve. Trajtimi i ankesës në proces.
- PSD ndaj TV Dukagjini (Debatet për Prishtinën) - për shkak të pretendimeve për përjashtim të kandidatës Besa Shahini dhe kandidatëve të tjerë të certifikuar. KPM konstatoi shkelje të rregullave për qasjen e barabartë dhe dërgoi njoftim për shkelje.

Rastet e iniciuara ex-officio nga KPM

- TV MOST - Transmetoi spot politik të Listës Serbe me mesazhe si "si ta durojmë terrorin...". Si e tille, u vlerësua në kundërshtim me rendin kushtetues.
- TV PULS - Transmetoi të njëjtin spot; në lajmet e 22.09.2025 përdori termin "Metohi" gjatë raportimit për vizitën e Listës Serbe.
- KLAN KOSOVA - Sponsorizoi emisione politike, si dhe përdori reklamim me ekran të ndarë dhe vendosje produktesh në programe.
- TV DUKAGJINI - Sponsorizoi emisione politike, përdori ekran të ndarë dhe vendosje produktesh.
- TV DUKAGJINI - Publikoi sondazhe në kundërshtim me rregullat.
- TV DUKAGJINI - Shfaqti fëmijë në përmbajtje politike.

- T7 - Sponsorizoi emisione politike, përdori ekran të ndarë dhe vendosje produktesh.
- RTK 1 - Shfaqti fëmijë në përmbajtje politike.
- TËVË 1 - Përdori ekran të ndarë dhe vendosje produktesh.
- KANAL 10 - Përdori ekran të ndarë dhe vendosje produktesh.
- TV MIR - Ndryshoi/organizoi padrejtësisht skemën programore gjatë fushatës.
- KLAN KOSOVA - Transmetoi spot me tekstin “Një Ferizaj pa Uroševac... pa burka e ninxha” (gjuhë nxitëse/denigruese).
- T7 - Transmetoi të njëjtin spot me gjuhë nxitëse/denigruese.
- TV DUKAGJINI - Transmetoi të njëjtin spot me gjuhë nxitëse/denigruese.
- KTV -Transmetoi të njëjtin spot me gjuhë nxitëse/denigruese.
- ATV - Transmetoi të njëjtin spot me gjuhë nxitëse/denigruese.
- RTK 1 - Shkelje në menaxhimin e pikave reklamuese politike.
- ATV - Shkelje në komunikime komerciale për produkte/shërbime të veçanta.
- Ditarët A/B - java 1 - Mosdorëzim i ditareve (28 raste).
- Ditarët A/B - java 2 - Mosdorëzim i ditareve (8 raste).
- Ditarët A/B- java 3 - Mosdorëzim i ditareve (4 raste).
- T7 - Nuk deklaroi mbulimin e fushatës.
- KANAL 10 - Nuk deklaroi mbulimin e fushatës.
- TV Syri Vision, TV Graçanica, TV Prizreni, Radio Kosova 1, Radio Kosova 2, Radio Kontakt Plus, Radio KM, TV Most, Radio Dukagjini, RTV 21, Radio Urban FM, Radio Geg FM, TV Dukagjini - Nuk publikuan orarin dhe çmimoren.
- TV SYRI - Transmetoi spot politik pa identifikim; përfshiu fëmijë; dhe spote me kohëzgjatje mbi 2 minuta.

Raundi i dytë

Të dhënat e përgjithshme nga monitorimi i mediave gjatë fushatës zgjedhore për raundin e dytë përfshijnë si kronikat zgjedhore, ashtu edhe paraqitjet e kandidatëve në debatet televizive. Raundi i dytë është zhvilluar nga 3 deri më 8 nëntor dhe ndryshe nga raundi i parë, në këtë fazë të garës nuk ka pasur asnjë kandidate grua. Gjatë periudhës së monitorimit (20:00-23:00), mediat kanë transmetuar rreth 8 orë kronika zgjedhore dhe afërsisht 55 orë debate televizive.

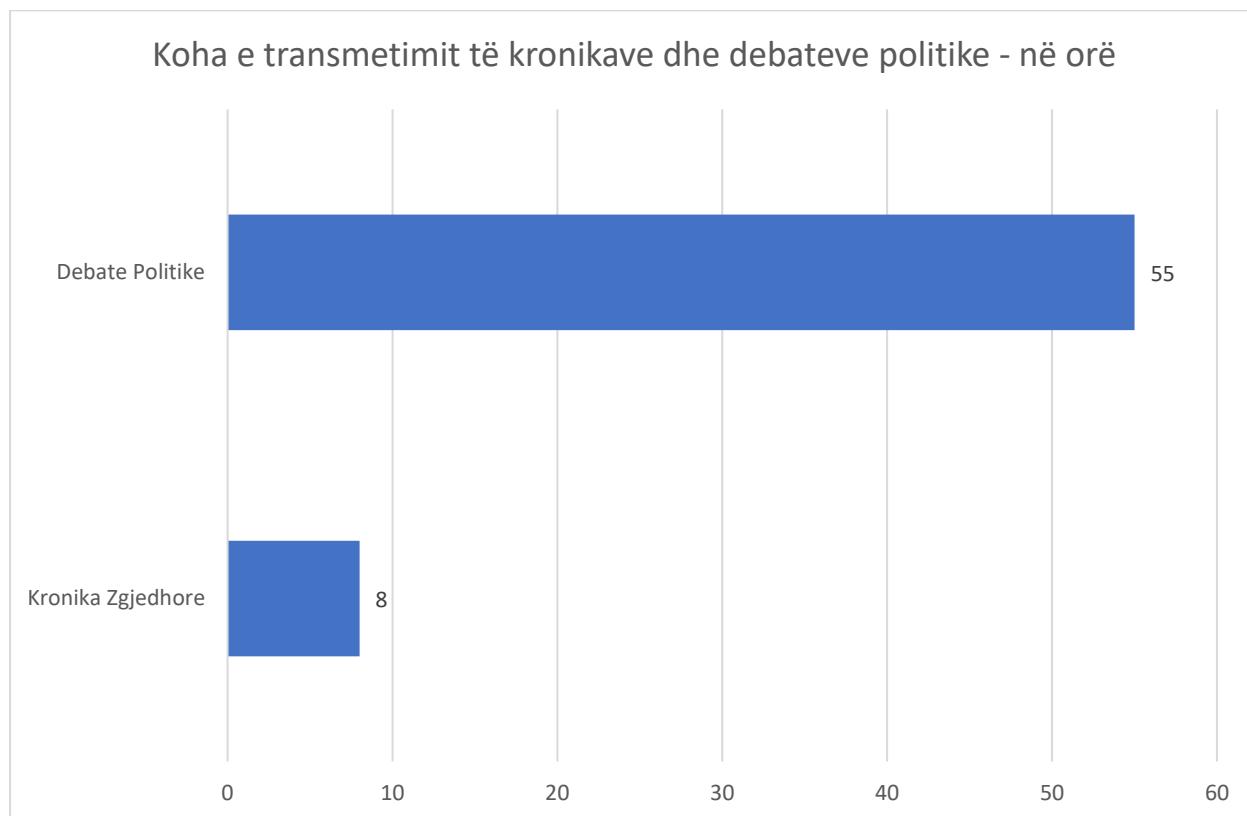


Fig. 13 Koha e transmetimit të kronikave dhe debateve politike - në orë

Kronikat zgjedhore

Sipas rezultateve të monitorimit, në kronikat zgjedhore televizive, LDK dhe LVV kanë pasur mbulimin më të madh me nga 124 minuta, ndjekur nga PDK me 105 minuta dhe AAK me 89 minuta. Subjektet tjera kanë pasur mbulim prej 11 minuta.

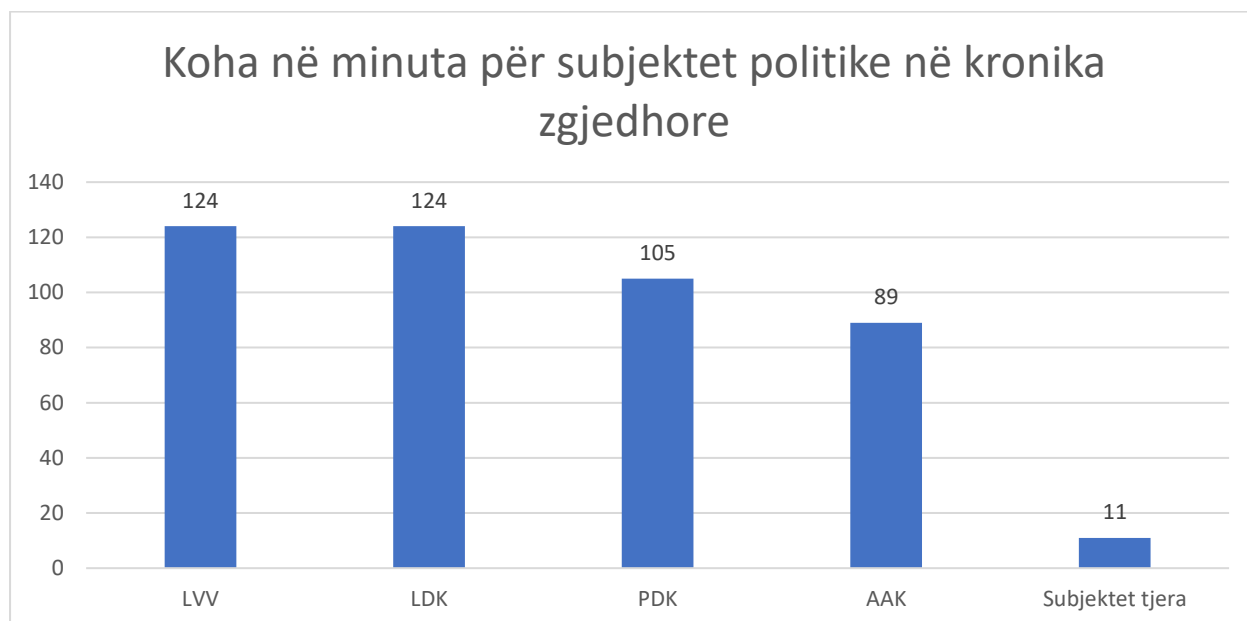


Fig. 14 Koha në minuta për subjektet politike në kronika zgjedhore

Sa i përket kandidatëve për kryetarë komunash, kandidatët nga LDK, kanë pasur mbulueshmërinë më të madhe me 35 minuta, ndjekur nga kandidatët e PDK-së dhe LVV-së me nga 31 minuta dhe kandidatët e AAK-së me 22 minuta.



Fig. 15 Koha në minuta për kandidatët për kryetarë komunash sipas subjekteve politike

Gara për Prishtinën ka marrë kohën më të madhe në kronikat zgjedhore, me gjithsej 71 minuta, duke u renditur bindshëm e para. Pas saj vijnë komunat tjera ku gara ka vazhduar në balotazh: Gjakova me 46 minuta, Mitrovica e Jugut me 43 minuta dhe Prizreni me 40 minuta, të cilat kanë pasur një mbulim të konsiderueshëm mediatik.

Në nivel të mesëm mbulueshmërie gjenden komunat Rahovec (30 minuta), Viti (27 minuta), Klinë (25 minuta), Vushtrri (24 minuta), si dhe Gjilani dhe Suhareka, secila me nga 22 minuta. Peja ka pasur 21 minuta mbulim, ndërsa Dragashi ka marrë 18 minuta. Juniku dhe Fushë Kosova, me nga 14 minuta, renditen më poshtë në listë.

Komunat Obiliq dhe Kaçanik janë përfaqësuar me nga 13 minuta, ndërsa Mamusha me 7 minuta, dhe Klllokoti me 2 minuta kanë pasur mbulimin më të ulët brenda komunave që kanë qenë pjesë e raundit të dytë.

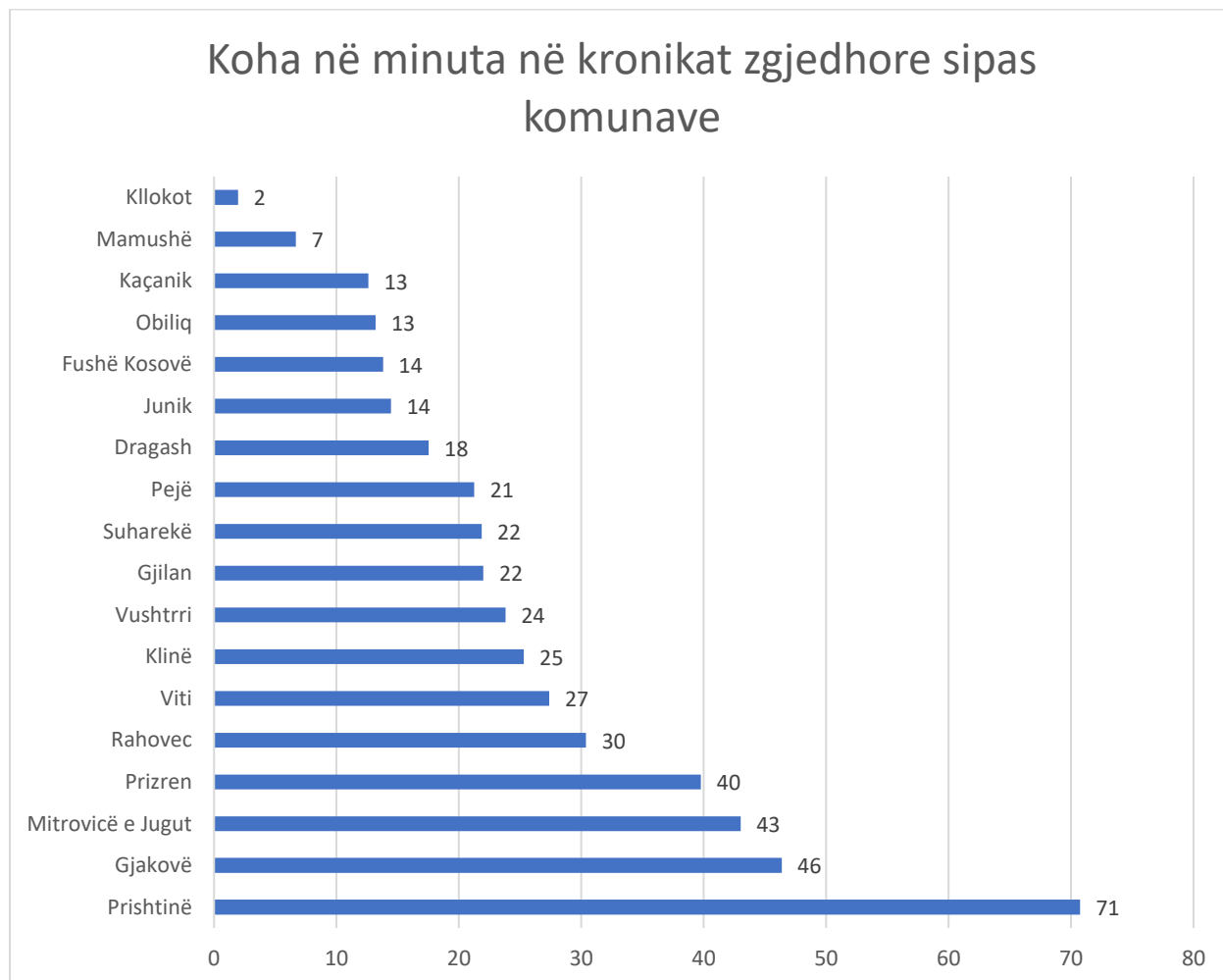


Fig. 16 Koha në minuta në kronikat zgjedhore sipas komunave

Në nivel kandidatësh, Përparim Rama i LDK-së, kandidat për Prishtinën, ka pasur mbulueshmërinë më të lartë në kronikat zgjedhore me gjithsej 15 minuta. Pas tij renditet Shaqir Totaj i PDK-së, kandidat për Prizrenin, me 12 minuta, si dhe Ardian Gjini i AAK-së për Gjakovën, me 10 minuta të transmetuara.

Në grupin me mbulim të mesëm përfshihen tre kandidatë me nga 7 minuta secili: Hajrulla Çeku i LVV-së për Prishtinën, Sokol Haliti i LDK-së për Vitinë, si dhe Arian Tahiri i PDK-së dhe Smajl Latifi i AAK-së, të dy kandidatë respektivisht për Mitrovicën e Jugut dhe Rahovecin.

Ndërkohë, Alban Hyseni, Ardian Gola dhe Faton Peci, të gjithë nga LVV, janë përfshirë me nga 5 minuta secili, për Gjilanin, Gjakovën dhe Mitrovicën e Jugut.

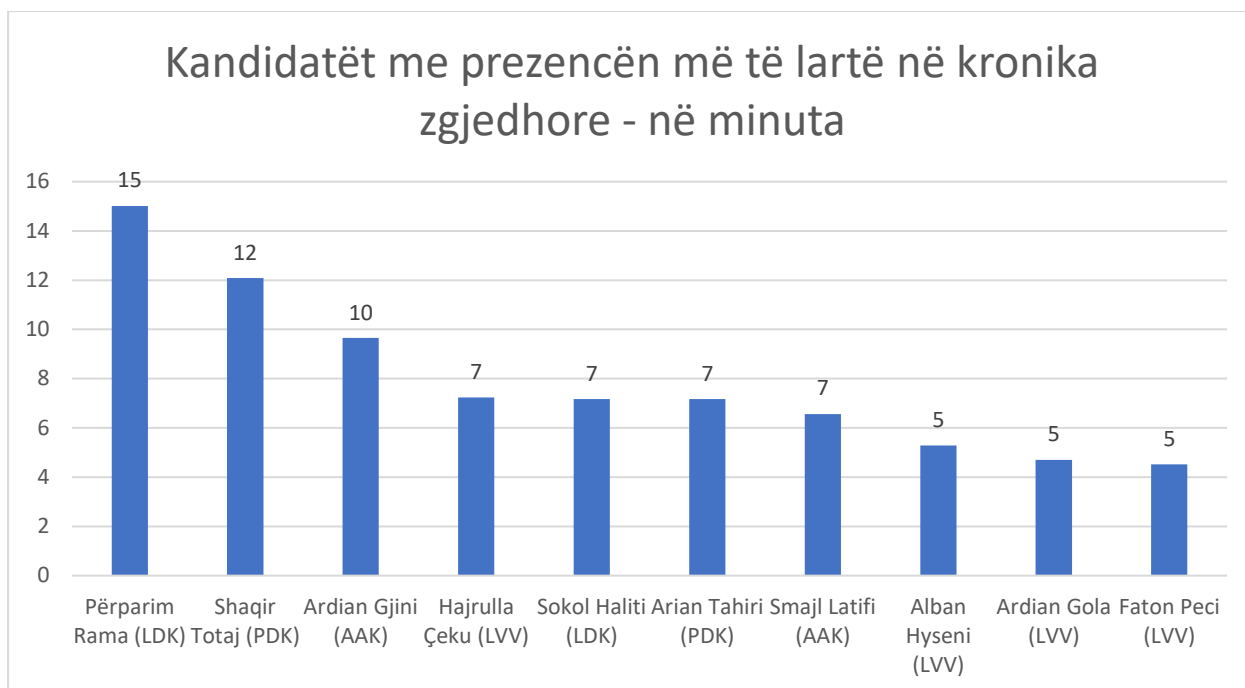


Fig. 17 Kandidatët me prezencën më të lartë në kronika zgjedhore - në minuta

Liderët e subjekteve politike kanë qenë prezent në pjesën dërmuese të tubimeve të mëdha në komuna, por fjalimet e tyre nuk janë paraqitur në secilin televizion.

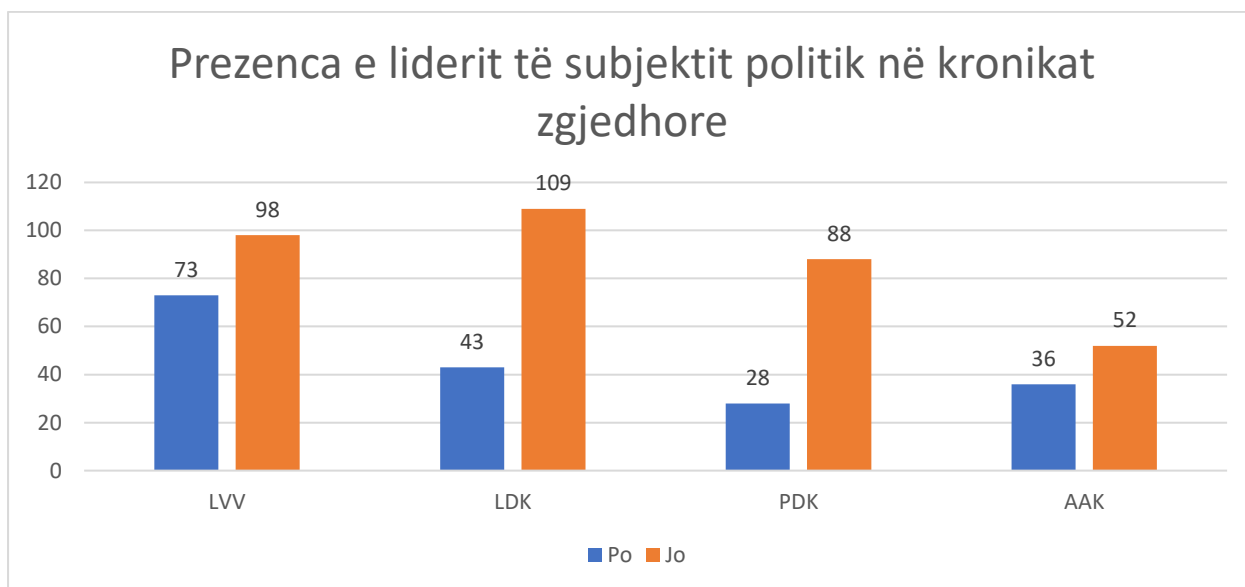


Fig. 18 Prezenca e liderit të subjektit politik në kronikat zgjedhore

Debatet televizive

Gjatë monitorimit të debateve zgjedhore të transmetuara në fazën e balotazhit, vërehet një model i njëjtë diskursiv dhe përfaqësues: në garë nuk ka kaluar asnjë grua kandidatë, ndërsa panelet, si ato me kandidatë, ashtu edhe ato me analistë, dominohen pothuajse plotësisht nga burra. Debatet karakterizohen nga fokus i zhvendosur drejt akuzave politike dhe menaxheriale, si edhe mungesë e politikave të strukturuar për barazi gjinore.

Struktura e debateve varion nga përballje direkte të formatet me një kandidat dhe diskutimet me panele analistësh. Në të gjitha rastet, temat mbizotëruese lidhen me menaxhimin komunal, projektet infrastrukturore, shërbimet publike, transparencën dhe çështjet e llogaridhënies. Debatet shpesh marrin trajtë konfrontuese, me etiketime politike, akuza për korrupsion, manipulim të proceseve dhe kritika mbi performancën institucionale, por nuk shfaqin gjuhë të urrejtjes me bazë gjinore.

Gjuha e përdorur është përgjithësisht e ashpër dhe polarizuese, por e kufizuar brenda dinamikave politike. Në disa raste hasen nënçmime personale si “rrenca”, “shpifje”, “dangall”. Megjithatë, nuk regjistrohet gjuhë e urrejtjes ndaj grave apo ndonjë grupi tjetër të mbrojtur.

Dimensioni gjinor pothuajse mungon. Gratë nuk shfaqen si kandidatë ose pjesëmarrëse aktive politike, dhe në shumicën e debateve paneli është tërësisht i përbërë nga burra. Edhe aty ku gratë marrin pjesë, hapësira e tyre diskursive është e kufizuar. Në një rast, një analiste grua prezantohet përmes shembujve të seksizmit të butë, si objektifikimi estetik. Tema që lidhen me barazinë gjinore mungojnë pothuajse tërësisht në diskutime.

Sa i përket përmbajtjes programore, premtimet për gratë janë të pakta dhe kryesisht deklarative. Kur përmenden, ato zakonisht kufizohen në shembuj të tillë si qendra shëndeti për gratë, fonde për gratë dhe për vajzat në biznes, mbështetje për nënat e reja, qendra këshillimi për vajza dhe gra, ose premtime për rritje të përfaqësimit në pozita drejtuese. Megjithatë, këto masa paraqiten pa detaje të qarta për buxhetimin, indikatorët e matjes apo mekanizmat e zbatimit, duke reflektuar mungesë të integritetit të perspektivës gjinore në politikat lokale.

Në të gjitha rastet, gratë paraqiten kryesisht si përfituese të politikave publike, si nëna, paciente, ose përfitues të skemave sociale dhe jo si kontribuuese apo vendimmarrëse. Çështje si siguria e grave, dhuna me bazë gjinore, pjesëmarrja në vendimmarrje, buxheti gjinor ose barrierat strukturore në tregun e punës nuk trajtohen fare.

Fokus mbetet kryesisht tek menaxhimi i përditshëm komunal: ujësjellësi, infrastruktura, urbanizmi, mjedisi, prokurimi dhe projektet kapitale. Në disa raste, debati zhvendoset drejt narrativave më të gjera politike dhe krizave institucionale, duke e zbehur edhe më tej dimensionin gjinor.

Në përfundim, analiza tregon se debatet e balotazhit pasqyrojnë një diskurs të politizuar dhe të përqendruar tek performanca institucionale, ndërsa barazia gjinore mbetet nën hije. Përfaqësimi i grave është minimal, politikat për të shpesh preken sipërfaqësisht dhe roli i tyre në hapësirën publike është i kufizuar. Kjo reflekton jo vetëm natyrën e garave lokale, por edhe mungesën e integritetit të perspektivës gjinore në mbulimin mediatik dhe në agjendat politike të kandidatëve.

Struktura dhe përfshirja në debatet televizive

Gjatë fushatës elektorale për raundin e dytë 3 nëntor -8 nëntor janë monitoruar nëntë televizione në nivel vendi, ku janë monitoruar gjithsej 53 debate.

Gjatë kësaj periudhe të monitorimit kanë dominuar emisionet për prezantimin e një subjekti apo kandidati, me gjithsej 25 emisione të transmetuara. Pas tyre renditen debatet vetëm me analistë, të cilat janë realizuar 19 herë. Ndërkaq, duelet televizivë -përballjet direkte mes dy subjekteve apo kandidatëve, kanë qenë dukshëm më të pakta, me vetëm 7 debate të zhvilluara.

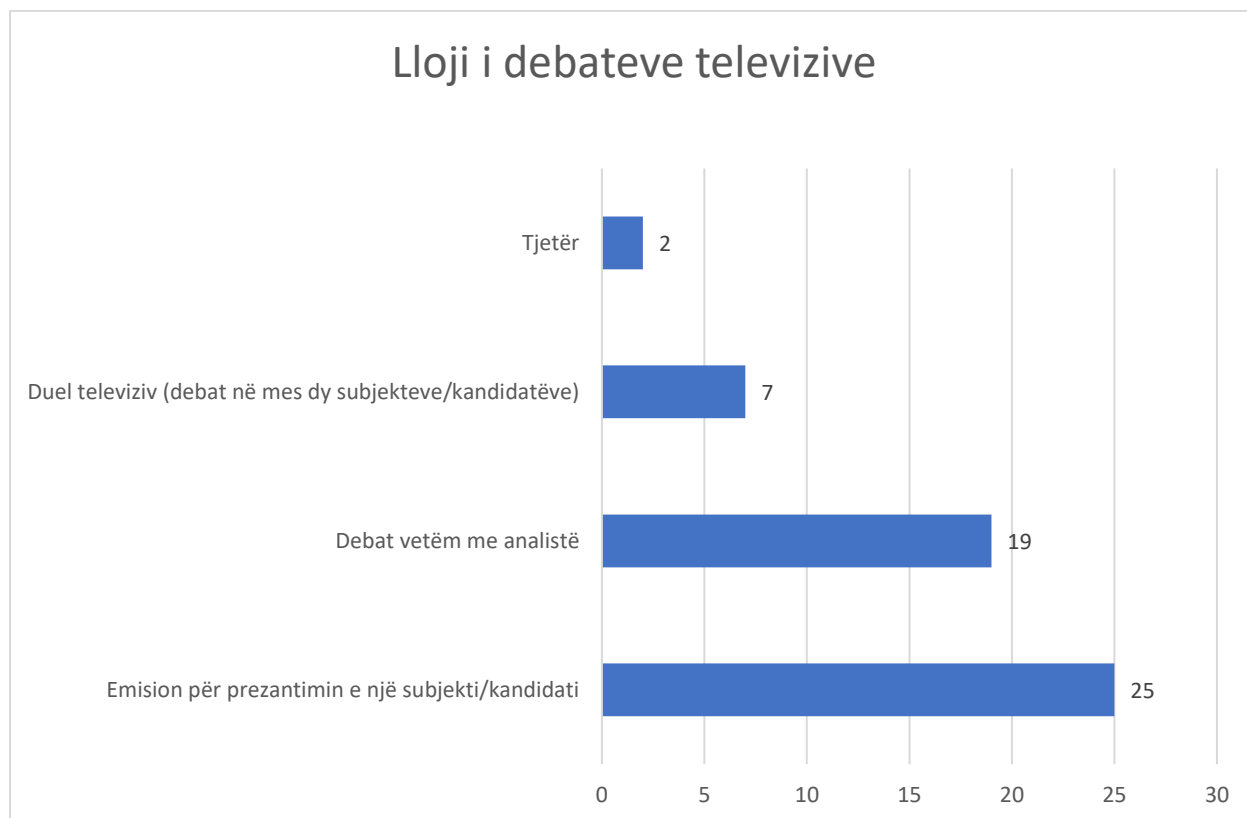


Fig. 19 Lloji i debateve televizive

Sa i përket pjesëmarrjes në debate televizive, kandidatët nga LVV kanë marrë pjesë në 21 debate, kandidatët nga PDK në 9 debate, kandidatët nga AAK në 7 debate dhe kandidatët nga LDK në 3 debate.

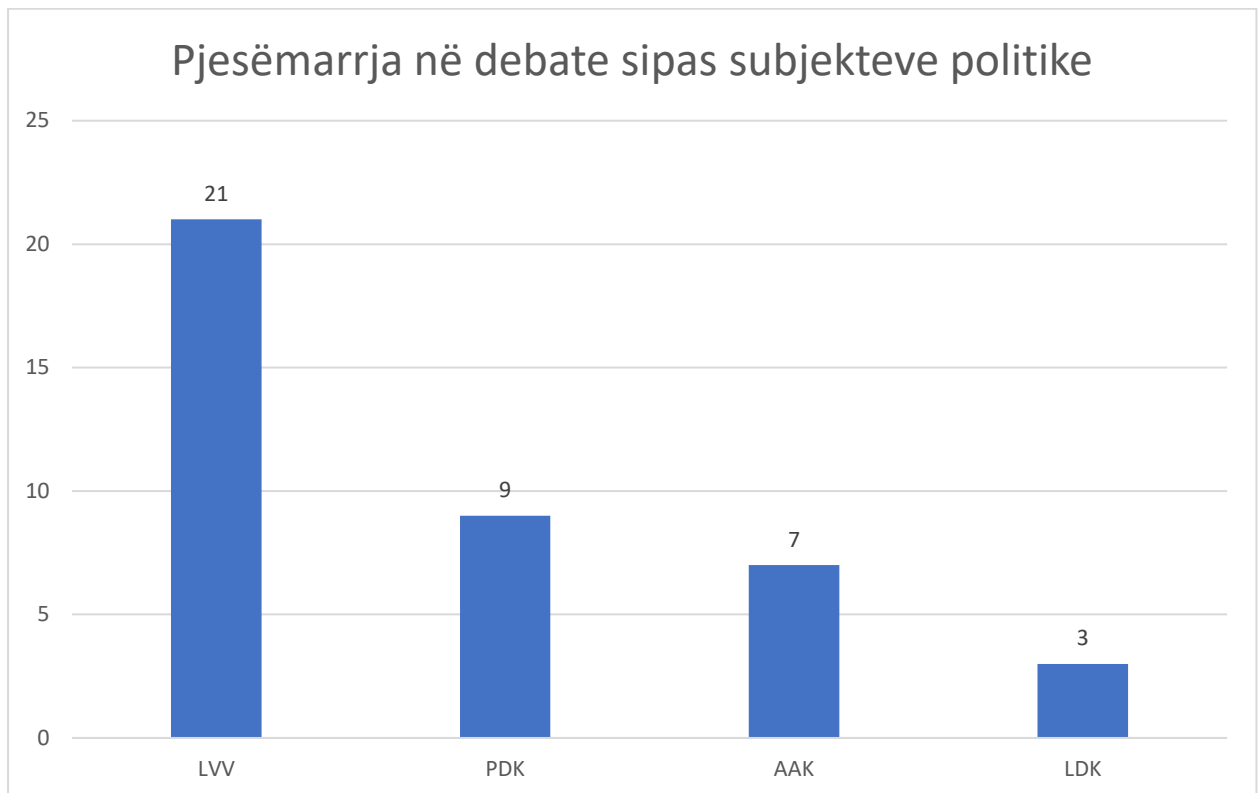


Fig. 20 Pjesëmarrja në debate sipas subjekteve politike

Ankesat e parashtuara në Komisionin e Pavarur të Mediave (KPM) gjatë fushatës zgjedhore

Gjatë fushatës për raundin e dytë të zgjedhjeve për kryetarë komunash, sipas Raportit preliminar të KPM-së, nuk është pranuar asnjë ankesë lidhur me përmbajtjet programore të transmetuara gjatë fushatës dhe/ose periudhës së heshtjes zgjedhore, deri në datën e publikimit të raportit. Në rast se ditëve në vijim do të parashtrohen ankesa të reja, ato do të pasqyrohen në raportin përmbledhës final.

Ankesat e përcjella nga PZAP

Gjatë raundit të dytë të zgjedhjeve lokale, KPM nuk ka pranuar asnjë ankesë të përcjellë nga Paneli Zgjedhor për Ankesa dhe Parashtresa (PZAP) lidhur me mbulimin medial të fushatës ose periudhës së heshtjes zgjedhore.

Ankesat e dorëzuara nga publiku, palët e interesuara dhe partitë politike

Në periudhën e monitoruar të raundit të dytë, KPM nuk ka pranuar ankesa nga publiku, partitë politike apo palë të tjera të interesuara për mënyrën e raportimit të OSHMA-ve gjatë fushatës dhe heshtjes zgjedhore. Çdo rast eventual i ardhshëm do të trajtohet dhe reflektohet në raportin përfundimtar.

Rastet e iniciuara ex officio nga KPM

Megjithëse nuk janë pranuar ankesa formale, Zyra Ekzekutive e KPM-së ka inicuar raste ex officio bazuar në monitorimin e drejtpërdrejtë të përmbajtjeve programore të OSHMA-ve:

- TV SYRI VISION -është konstatuar shkelje e nenit 6, paragrafi 5, lidhur me organizimin e skemës programore gjatë fushatës zgjedhore, si dhe e nenit 9, paragrafët 2 dhe 5, lidhur me reklamimin politik me pagesë, të Rregullores KPM-2024/03 për Obligimet e Ofruesve të Shërbimeve Mediale gjatë Fushatës Zgjedhore. Për këtë rast, Departamenti Ligjor i KPM-së ka dërguar Njoftim për shkelje ndaj OSHMA-s përkatëse.

Rastet e shkeljeve gjatë periudhës së heshtjes zgjedhore

Gjatë periudhës së heshtjes zgjedhore, shumica e OSHMA-ve kanë raportuar në përputhje me Kreun VIII të Ligjit për Zgjedhje dhe Kodin e Etikës për OSHMA-të. Megjithatë, janë evidentuar disa raste shkeljesh të nenit 14, paragrafët 1 dhe 4, të Rregullores KPM-2024/03, që ndalojnë transmetimin e materialeve të promovimit politik zgjedhor gjatë heshtjes:

- ATV -ka transmetuar rubrikë ku në përmbajtje shfaqen logo të partive politike, të cilat konsiderohen pjesë e materialit zgjedhor.
- Klan Kosova -ka transmetuar intervistë me një qytetare, përmbajtja e së cilës përmbante mesazhe të promovimit politik zgjedhor; po ashtu ka transmetuar deklaratën e kandidatit për Kryetar të Komunës së Prizrenit, z. Artan Abrashi, me përmbajtje promovuese zgjedhore dhe konferenca të subjekteve politike (PDK dhe AAK), ku janë paraqitur logo partish dhe deklarata të natyrës zgjedhore.
- TE7 -ka transmetuar deklaratën e kandidatit për Kryetar të Komunës së Prizrenit, z. Artan Abrashi, me mesazh promovimi politik zgjedhor, si dhe disa intervista me qytetarë që kanë paraqitur mesazhe të promovimit politik zgjedhor.

- TV21 -ka transmetuar deklaratën e kandidatit për Kryetar të Komunës së Prizrenit, z. Artan Abrashi, si dhe intervista me qytetarë me mesazhe të promovimit politik zgjedhor.
- TV Mitrovica -ka transmetuar emision, në përmbajtjen e të cilit është paraqitur mesazh i promovimit politik zgjedhor.
- TV DUKAGJINI -ka transmetuar intervistë me të ftuar në studio, ku janë paraqitur mesazhe të promovimit politik zgjedhor.
- TËVË1 -ka transmetuar intervistë me një qytetar që ka paraqitur mesazhe të promovimit politik zgjedhor.

Në disa raste, OSHMA-të kanë ndërhyrë për të minimizuar shkeljet (p.sh. ndërprerje deklaratash ose vërejtje për të intervistuarit), megjithatë, KPM ka vlerësuar se këto transmetime përbëjnë shkelje të rregullave për heshtje zgjedhore. Për këto raste, Departamenti Ligjor ka dërguar gjithsej 15 Njoftime për shkelje ndaj OSHMA-ve përkatëse.

4. GJETJET INDIVIDUALE NGA MONIOTRIMI I TELEVISIONE

Raundi i parë

Radio Televizioni i Kosovës

Gjatë 29 ditëve të fushatës elektorale, Radio Televizioni i Kosovës ka transmetuar rreth 14 orë kronika zgjedhore, të dedikuara aktiviteteve të subjekteve politike, si dhe afërsisht 64 orë debate televizive.

Gjatë çdo dite të fushatës janë transmetuar dy edicione të kronikave zgjedhore - një gjatë edicionit qendror të lajmeve dhe një tjetër në lajmet e orës 22:30.

Debatet e raundit të parë në RTK janë konceptuar si përballje të drejtpërdrejta midis kandidatëve për kryetarë komunash, me fokus në programet e tyre zgjedhore. Në kuadër të këtyre debateve nuk është paraparë përballje mes analistëve dhe kandidatëve, por vetëm komentim i zhvillimeve pas përfundimit të tyre.

Kronikat zgjedhore

Hapësira për subjekte politike në kronika zgjedhore, në Radio Televizionin e Kosovës, ishte përafërsisht e njëjtë për të gjitha subjektet e mëdha.

LVV ka pasur mbulim me 184 minuta, ndjekur nga PDK me 183 minuta, LDK 176 minuta, AAK 158 minuta, NISMA 73 minuta dhe PSD ka pasur mbulim prej 19 minuta. Subjektet tjera garuese kanë pasur mbulim prej 41 minuta.

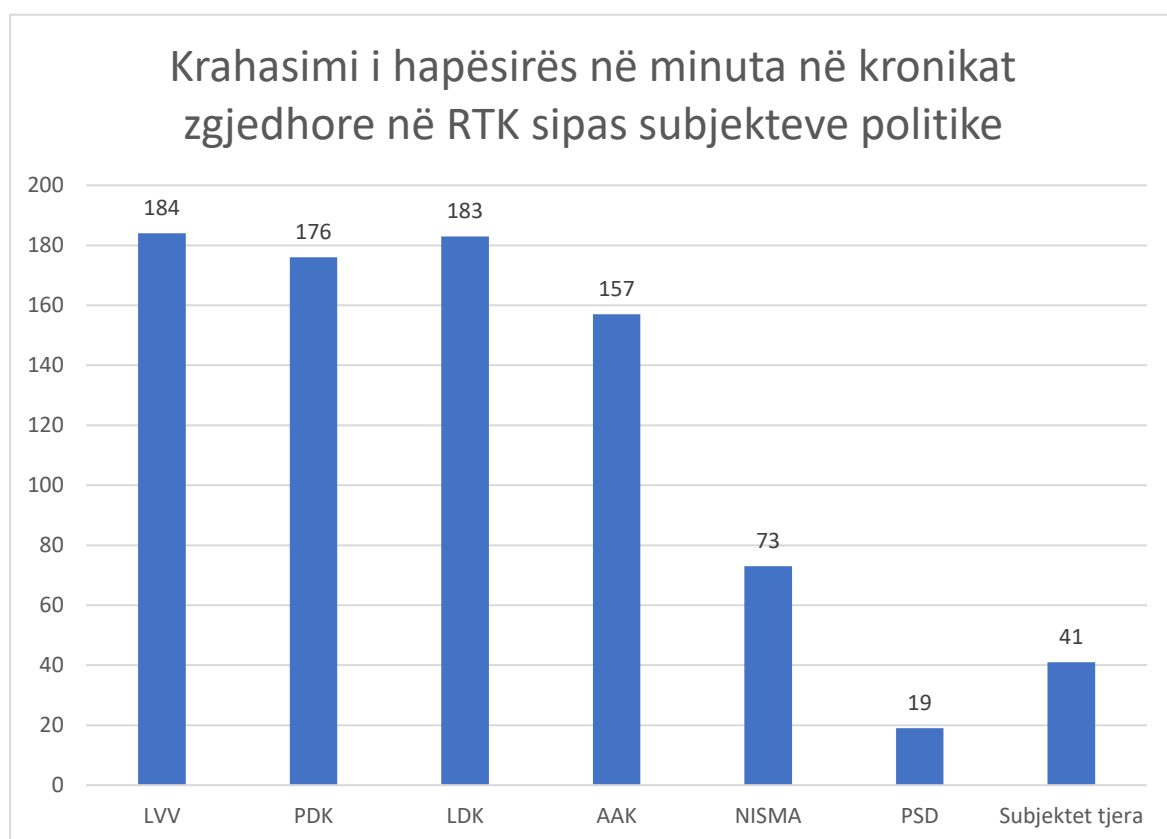


Fig. 21 Krahasimi i hapësirës në minuta në kronikat zgjedhore në RTK sipas subjekteve politike

Sa i përket kandidatëve për kryetarë komunash, kandidatët nga LDK kanë pasur mbulueshmërinë më të madhe me 58 minuta, pasuar nga ata të PDK-së me 53 minuta, LVV-së 49 minuta, AAK-së 47 minuta, NISMA-s me dhjetë minuta dhe PSD-së me tetë minuta. Kandidatët nga subjektet tjera kanë pasur gjithsej 16 minuta.

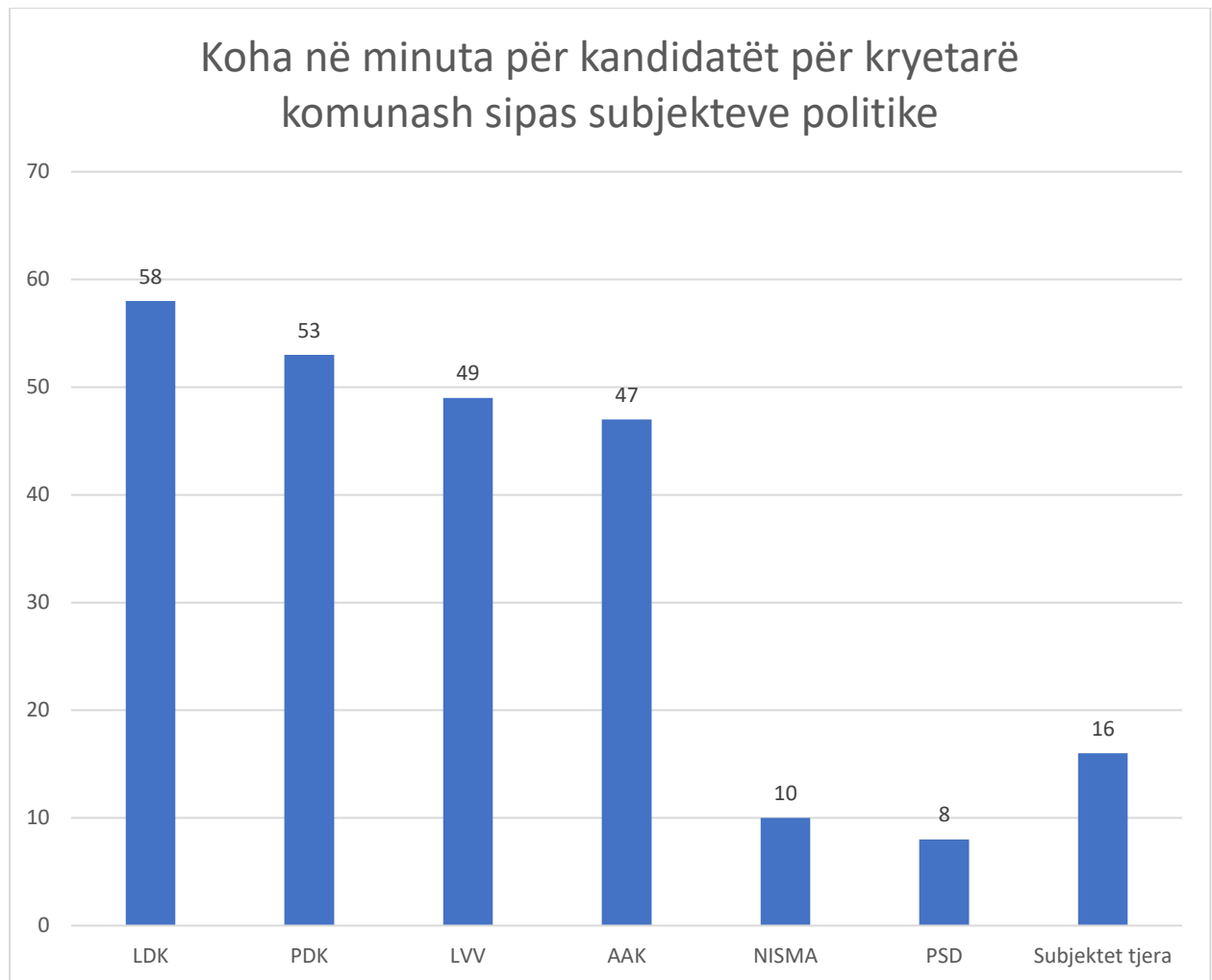


Fig. 22 Koha në minuta për kandidatët për kryetarë komunash sipas subjekteve politike në RTK

Sa i përket mbulueshmërisë në kronikat zgjedhore të RTK-së sipas komunave, gara për Prishtinën ka pasur kohën më të madhe me gjithsej 121 minuta, duke u renditur bindshëm e para. Pas saj vjen Prizreni me 47 minuta, Gjilani me 44 minuta, Mitrovica e Jugut me 40 minuta dhe Malisheva me 37 minuta.

Në grupin e komunave me mbulueshmëri të mesme përfshihen Rahoveci dhe Lipjani (të dyja me nga 34 minuta), si dhe Ferizaj, Peja dhe Podujeva (me nga 31 minuta secila).

Ndërsa disa komuna kanë pasur prezencë minimale, si Mitrovica e Veriut dhe Zubin Potoku me vetëm nga 2 minuta, apo Novobërda me 4 minuta. Në disa raste, si Leposaviqi, Shtërpca, Zveçani, Mamusha, Ranillugu, Parteshi dhe Klllokoti, nuk është shënuar fare mbulueshmëri në kronikat zgjedhore të RTK-së.

Në nivel kandidatësh, hapësira mediale është shpërndarë në mënyrë të ngjashme me peshën e garave komunale: kandidati i PDK-së për Prishtinën, Uran Ismaili, ka pasur mbulueshmërinë më të madhe me gjithsej 13 minuta, pasuar nga Përparim Rama i LDK-së me 10 minuta, Besa Shahini nga PSD me 7 minuta, Besnik Osmani i LDK-së - kandidat për Fushë Kosovën - gjithashtu me 7 minuta, ndërsa Ramiz Lladrovci (Për Drenasin Kampion) dhe Halil Thaçi i LVV-së për Obiliqin kanë pasur nga 6 minuta secili.

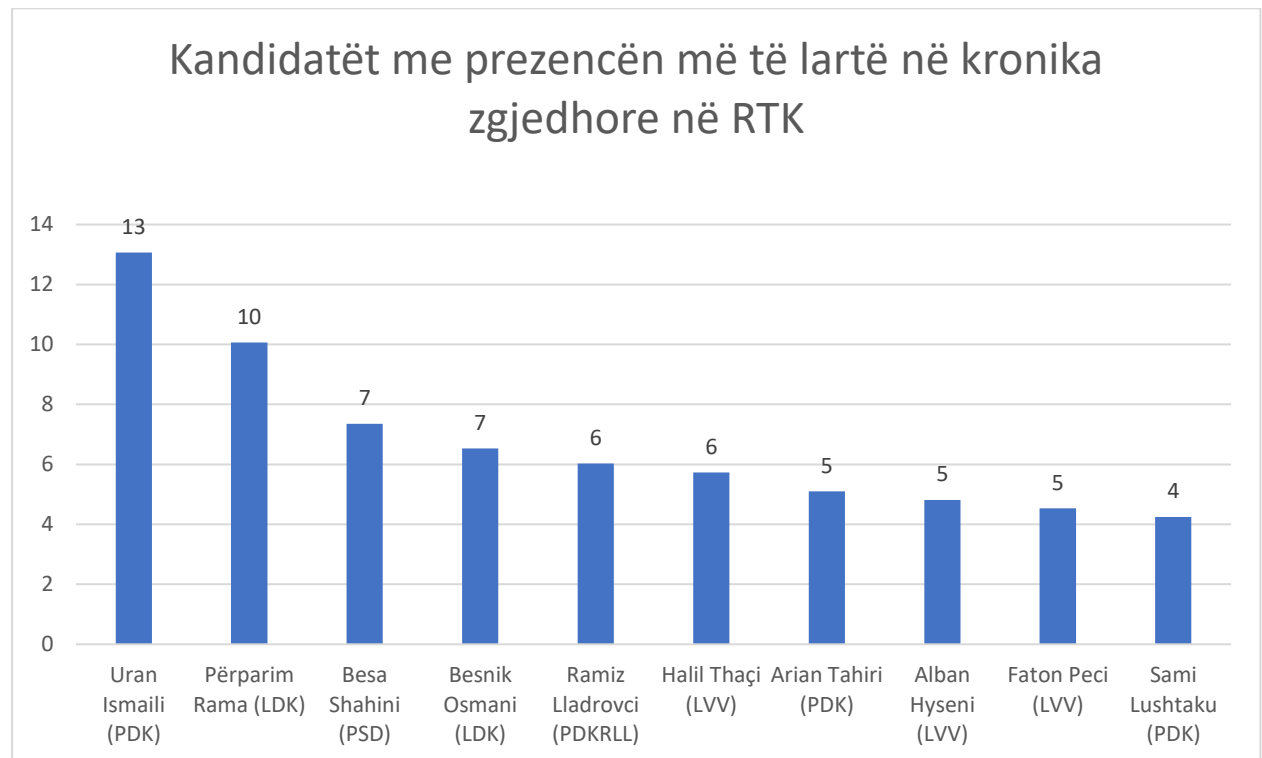


Fig. 23 Kandidatët me prezencën më të lartë në kronika zgjedhore në RTK - shprehur në minuta

Kandidatet gra për kryetare komunash kanë pasur një përfaqësim dukshëm të ulët në kronikat zgjedhore të RTK-së. Nga gjithsej 241 minuta të dedikuara kandidatëve për kryetarë komunash, vetëm 21 minuta - pra rreth 9% - u janë kushtuar kandidateve gra, ndërsa 220 minuta (91%) kandidatëve burra.

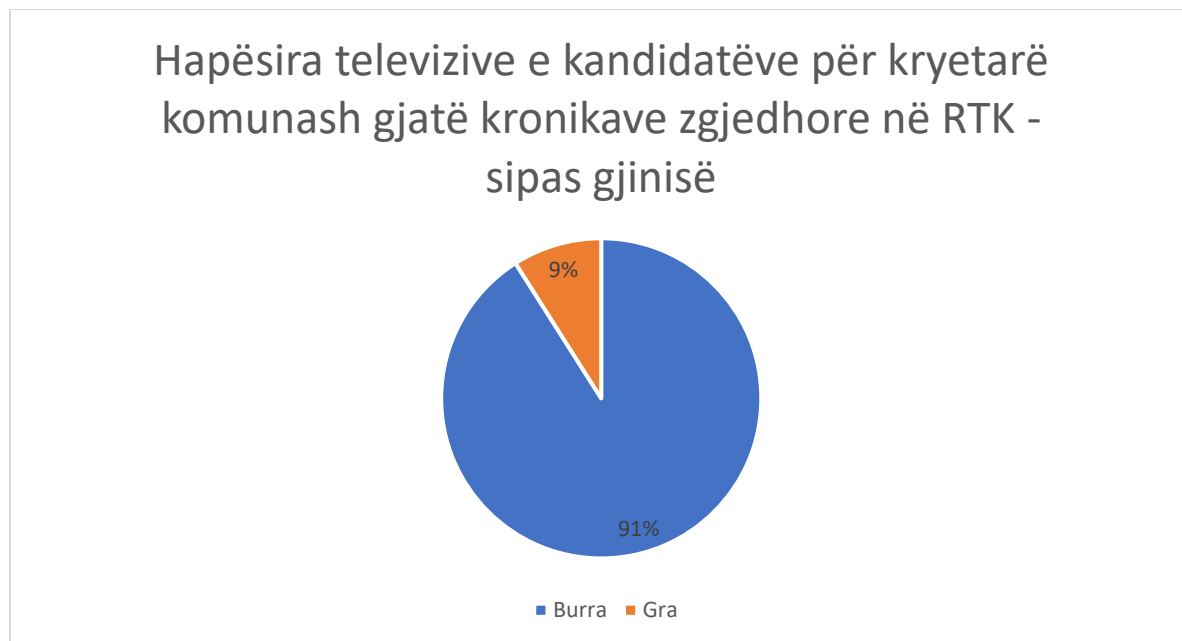


Fig. 24 Hapësira televizive e kandidatëve për kryetarë komunash gjatë kronikave zgjedhore në RTK - sipas gjinisë

Kandidatët për kuvende komunale kanë pasur një mbulueshmëri shumë të kufizuar, me vetëm 14 minuta gjithsej në kronikat zgjedhore. Nga kjo kohë, vetëm 2 minuta (13%) u janë kushtuar kandidateve gra, duke reflektuar një mungesë të dukshme të barazisë gjinore edhe në raportimin për garat për kuvende komunale.

Në kronikat zgjedhore të transmetuara në RTK, liderët e subjekteve politike kanë zënë një pjesë të konsiderueshme të hapësirës mediale. Në rreth 77% të kronikave, ka qenë e pranishme pjesëmarrja ose deklaratat e liderëve të partive garuese, çka tregon një fokus të theksuar të raportimit tek figurat qendrore të subjekteve politike, më shumë sesa tek kandidatët lokalë.

Gjatë fushatës zgjedhore për raundin e parë, debatet e transmetuara në RTK janë konceptuar si përballje të drejtpërdrejta mes programeve të kandidatëve për kryetarë komunash. Megjithatë, në disa raste disa kandidatë kanë refuzuar të marrin pjesë, duke kufizuar mundësinë për ballafaqim të plotë programor. Në këto debate nuk është paraparë përballje mes analistëve dhe kandidatëve, por vetëm komentim i zhvillimeve pas përfundimit të tyre. Moderatorët kanë pasur një rol të rëndësishëm në ruajtjen e balancës dhe gjithë përfshirjes, duke u siguruar që pyetjet dhe koha e fjalës të ndahen në mënyrë të barabartë për secilin kandidat dhe që temat të prekin një gamë të gjerë çështjesh të interesit publik.

Analiza e përgjithshme tregon se gjuha e përdorur ishte përgjithësisht e moderuar, por shpesh mbizotëronte rivaliteti politik mbi debatin për politika konkrete. Në disa raste u vu re prirja për të përdorur tone nënvlerësuese, ironike apo retorikë përjashtuese ndaj kundërshtarëve, që e zhvendoste vëmendjen nga përmbajtja programore në sulme personale.

Në aspektin gjinor, mungesa e grave si kandidate për kryetare komunash është ndër gjetjet më të qarta të kësaj fushate. Shumica e debateve ishin tërësisht të përbëra nga kandidatë burra, duke dëshmuar se garat lokale mbeten një hapësirë politikisht e dominuar nga burrat, si në nivel përfaqësimi ashtu edhe në diskurs. Në raste të rralla kur gratë morën pjesë, ato shpesh u pozicionuan në tema të konsideruara “shoqërore” - si arsimi, shëndetësia, mirëqenia apo roli i familjes.

Sa u përket premtimeve, përfshirja e grave në programet elektorale ka qenë kryesisht deklarative dhe e paqartë. Kandidatët shpesh përmendnin “fuqizimin e grave” apo “rritjen e pjesëmarrjes së tyre në vendimmarrje”, por pa specifikuar masa konkrete për zbatimin e këtyre qëllimeve. Në shumë raste, përfshirja gjinore është reduktuar në përmbushjen formale të kuotave ligjore, pa trajtuar pengesat reale që gratë përballen për të ndërtuar një karrierë politike - si mungesa e mbështetjes institucionale, barrierat kulturore brenda partive, apo mungesa e aksesit në rrjete të fuqisë politike dhe ekonomike. Premtimet më të zakonshme përfshinin trajnime, mbështetje për bizneset e vogla ose përfshirje në projekte sociale, por mungonin strategjitë që adresojnë pengesat strukturore - si pabarazia në punësim, mungesa e çerdheve publike apo ndarja e padrejtë e përgjegjësiwe familjare.

Në përgjithësi, debatet treguan një tranzicion të papërfunduar drejt politikës së bazuar në programe dhe argumente. Gjuha politike shpesh ndërtohej mbi figura individuale, duke përforcuar modelin e liderit karizmatik dhe duke lënë në hije temat që lidhen me barazinë gjinore dhe gjithëpërfshirjen sociale. Megjithatë, fakti që në disa debate u ngritën pyetje mbi rolin e grave në zhvillimin lokal dhe në përfaqësimin institucional përbën një sinjal pozitiv se tema gjinore po hyn gradualisht në hapësirën e diskursit politik, edhe pse ende në mënyrë të kufizuar.

Struktura dhe përfshirja në debatet televizive

Gjatë fushatës zgjedhore 13 shtator - 11 tetor në RTK janë transmetuar 59 debate që kanë trajtuar zgjedhjet lokale. Prej tyre kanë dominuar debatet vetëm me analistë me 24 debate, pasuar nga debatet me shumë subjekte/kandidatë me 23 debate, emisionet me vetëm një kandidat me shtatë emisione dhe duelet mes dy kandidatëve me pesë emisione.

Në debatet e RTK-së kanë marrë pjesë gjithsej 118 kandidatë, ku kandidatët e LVV-së kanë marrë pjesë në 29 debate, PDK-së në 24 debate, AAK-së në 19 debate, LDK-së 17 debate. Gjithashtu në debate kanë qenë dhe nëntë kandidat të pavarur. Subjektet tjera kanë pasur 20 pjesëmarrje në debatet televizive.

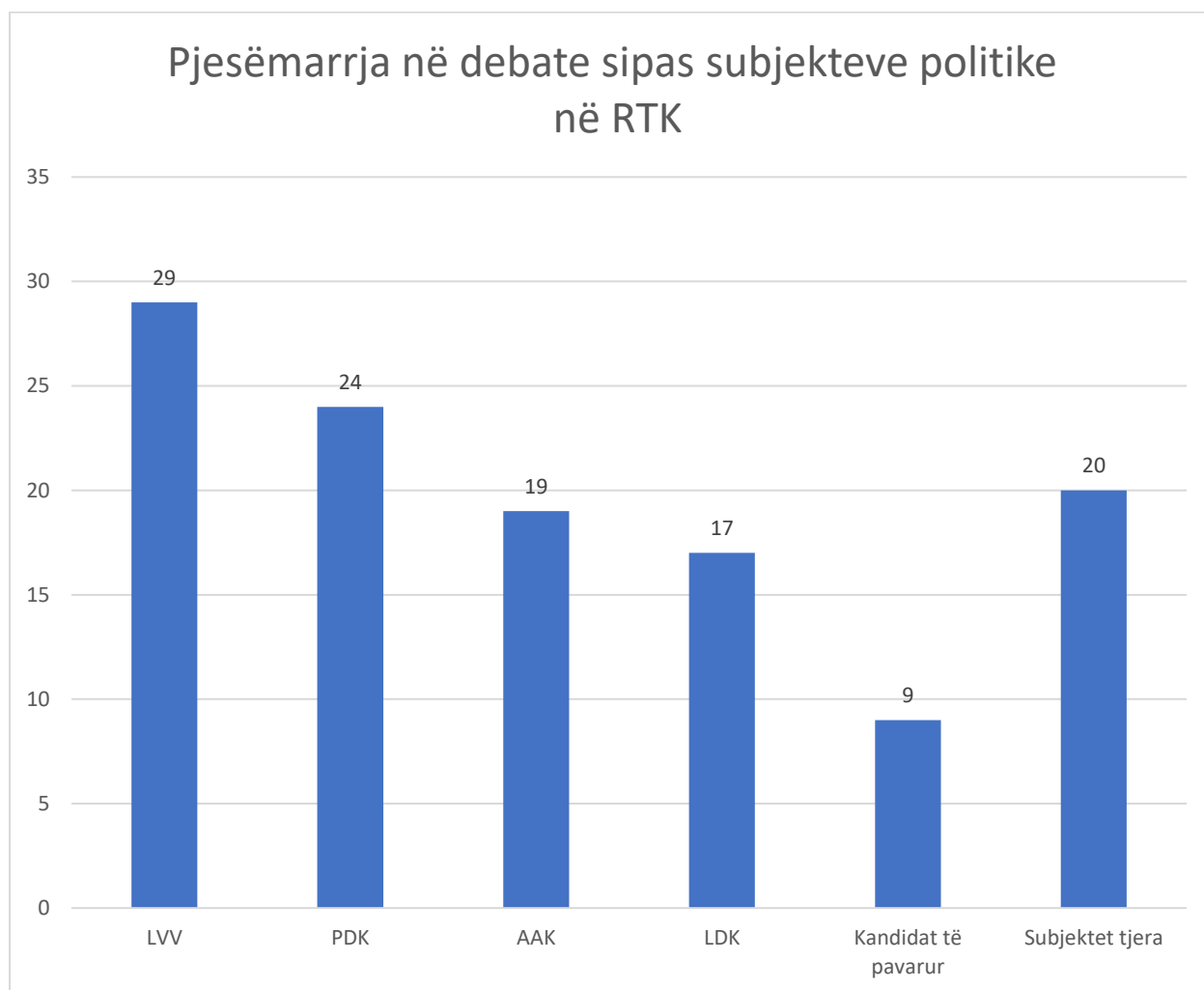


Fig. 25 Pjesëmarrja në debate sipas subjekteve politike në debatet e transmetuara në RTK

Në vijim, një tjetër aspekt i rëndësishëm ka të bëjë me përfaqësimin gjinor të kandidatëve në këto debate. Nga gjithsej 118 kandidatë pjesëmarrës, vetëm 7% kanë qenë kandidatë gra, çka tregon për një pabarazi të dukshme gjinore në hapësirat televizive gjatë fushatës.

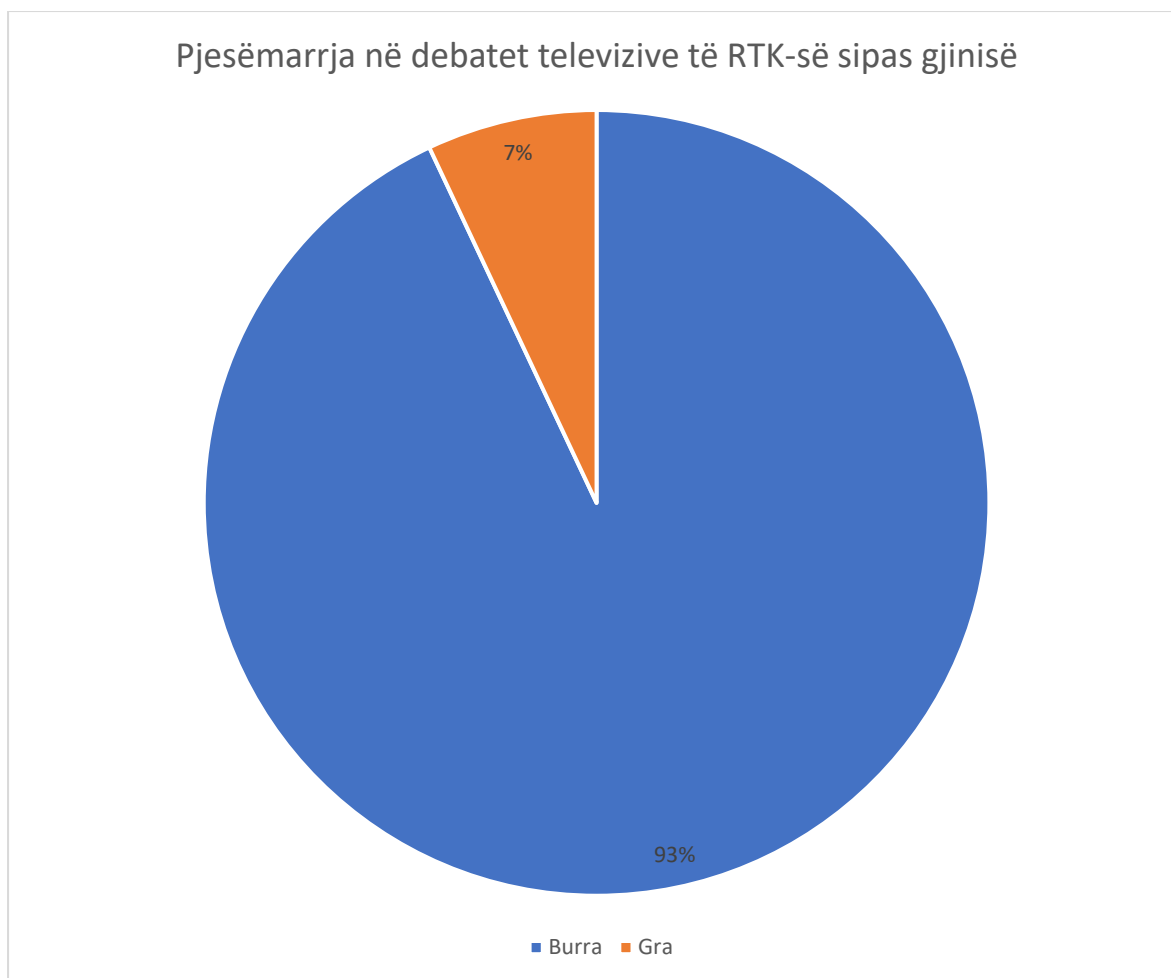


Fig. 26 Pjesëmarrja në debatet televizive të RTK-së sipas gjinisë

Pjesë e debateve televizive në RTK kanë qenë katër analistë, ku prej tyre vetëm një ka qenë grua. Së bashku kanë pasur 54 paraqitje, ku analistja e vetme grua ka pasur 18 paraqitje, ndërsa analistët burra 36 paraqitje.

Kohavision

Gjatë 29 ditëve të fushatës elektorale, Radio Televizioni i Kosovës ka transmetuar rreth 6 orë kronika zgjedhore, të dedikuara aktiviteteve të subjekteve politike, si dhe afërsisht 34 orë debate televizive.

Gjatë çdo dite të fushatës janë transmetuar dy edicione të kronikave zgjedhore - një gjatë edicionit qendror të lajmeve dhe një tjetër gjatë lajmeve të mbrëmjes.

Debatet e raundit të parë në KTV janë konceptuar si përballje të drejtpërdrejta mes kandidatëve për kryetarë komunash, me fokus në programet dhe ofertat e tyre zgjedhore. Formatit ka parashikuar dy debate në ditë, nga e hëna në të enjte, në prime time, me pjesëmarrjen e kandidatëve garues për komunën përkatëse, ndërsa të premten emisioni i është kushtuar analistëve, të cilët kanë komentuar rrjedhën e fushatës zgjedhore.

Kronikat zgjedhore

Hapësira për subjekte politike në kronika zgjedhore, në Kohavision, ishte përafërsisht e njëjtë për të gjitha subjektet e mëdha.

LDK ka pasur mbulim me 115 minuta, ndjekur nga PDK me 113 minuta, LVV me 112 minuta, AAK me 109 minuta dhe PSD me 15 minuta. Subjektet tjera kanë pasur mbulim prej 20 minuta.

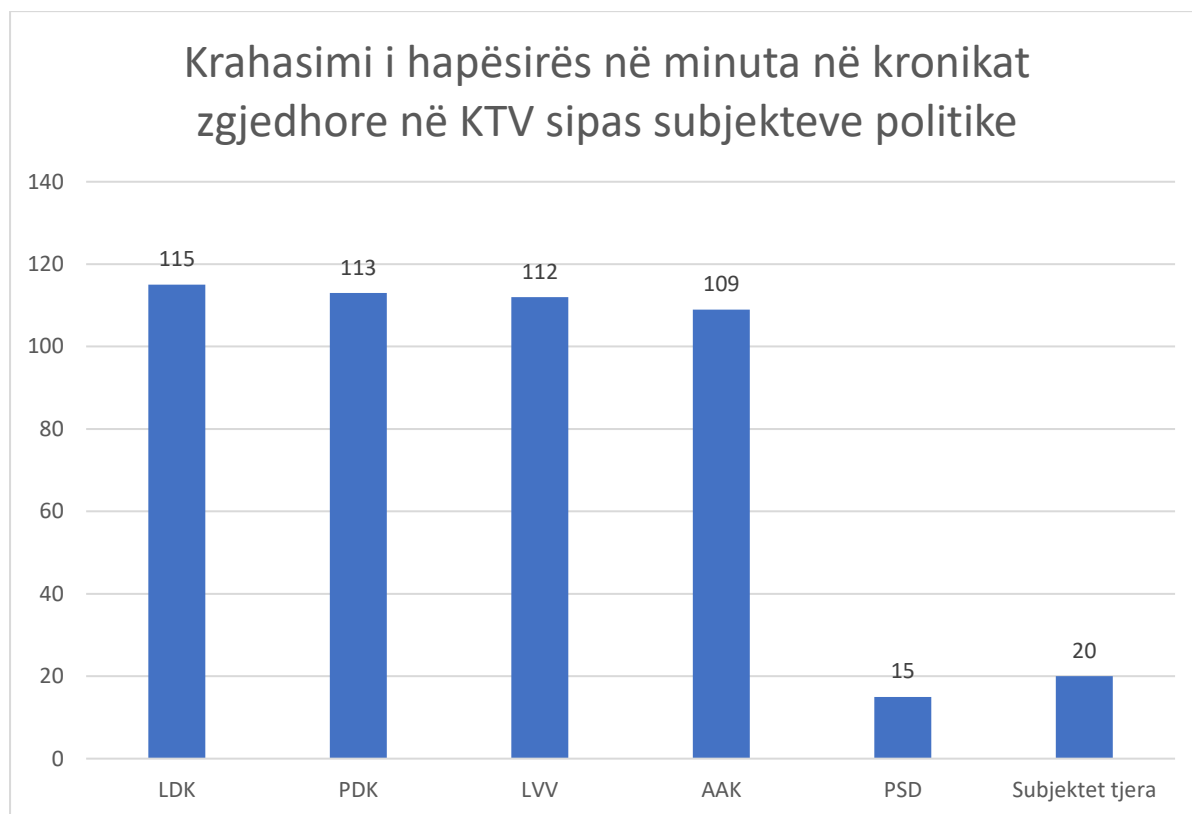


Fig. 27 Krahasimi i hapësirës në minuta në kronikat zgjedhore në KTV sipas subjekteve politike

Sa i përket kandidatëve për kryetarë komunash, kandidatët nga AAK dhe PDK kanë pasur mbulueshmërinë më të madhe me nga 45 minuta, pasuar nga ata të LDK-së me 43 minuta, LVV-së 35 minuta dhe PSD-së me shtatë minuta. Kandidatët nga subjektet tjera kanë pasur gjithsej pesë minuta.

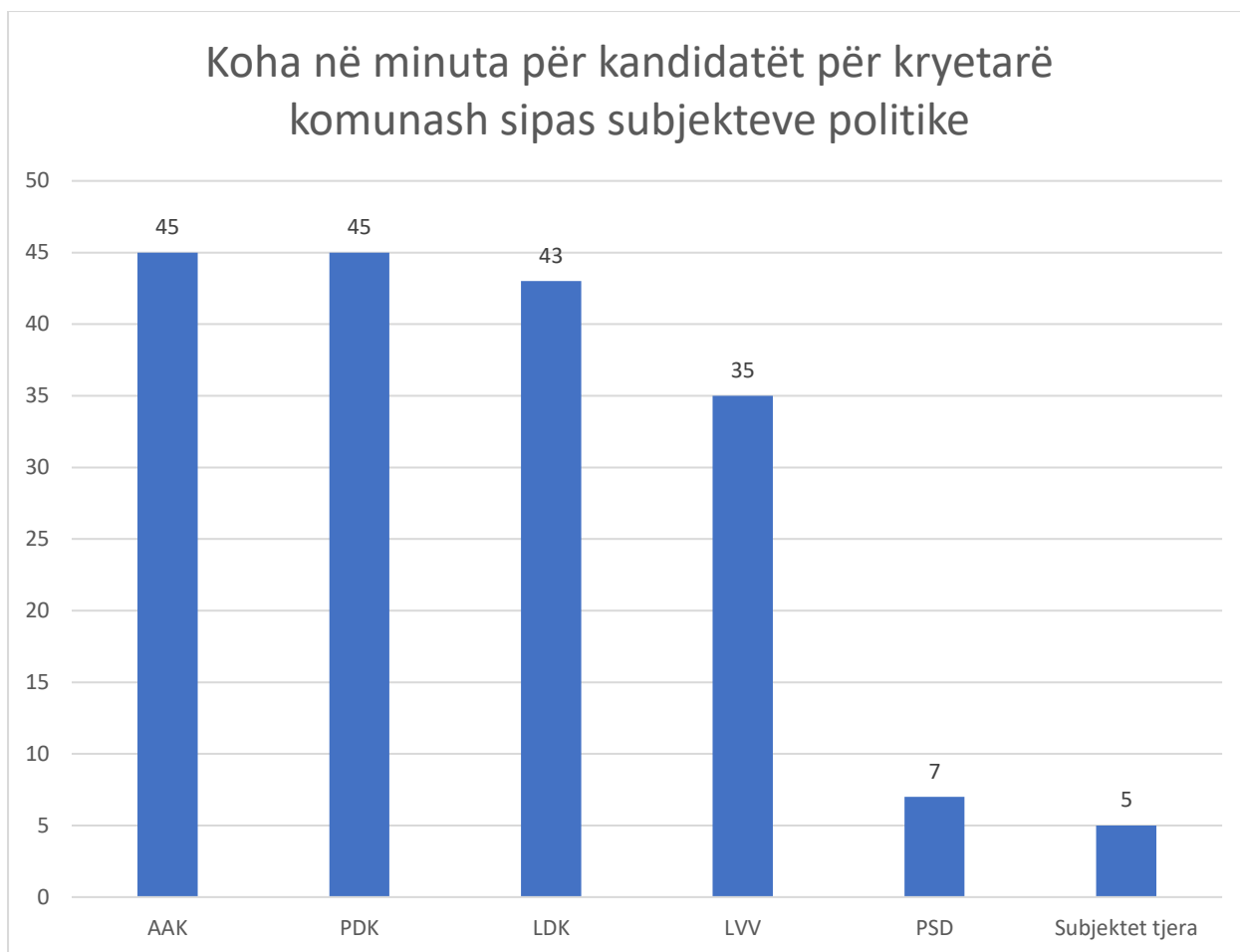


Fig 28. Koha në minuta për kandidatët për kryetarë komunash sipas subjekteve politike në KTV

Sa i përket kohës së dedikuar për debatet zgjedhore në KTV sipas komunave, gara për Prishtinën ka pasur mbulueshmërinë më të madhe me gjithsej 107 minuta, duke u renditur dukshëm e para. Pas saj vjen Prizreni me 53 minuta, Peja me 37 minuta, Rahoveci me 28 minuta, dhe Mitrovica e Jugut me 26 minuta.

Në grupin e komunave me mbulueshmëri mesatare përfshihen Ferizaj me 22 minuta, Gjilani me 18 minuta, Fushë Kosova me 17 minuta dhe Vitia me 16 minuta.

Ndërsa disa komuna kanë pasur prezencë shumë të kufizuar, si Mitrovica e Veriut me 5 minuta, Dragashi me 6 minuta, Suhareka dhe Shtimja me nga 7 minuta, apo Kaçaniku dhe Novobërda me më pak se 5 minuta.

Në disa raste, si Klokoti, Parteshi, Ranillugu, Mamusha, Zubin Potoku, Shtërpca dhe Leposaviqi, nuk është shënuar fare mbulueshmëri në debatet zgjedhore të KTV-së.

Në nivel kandidatësh, Ali Berisha i AAK-së - kandidat për Pejën - ka pasur mbulueshmërinë më të madhe në kronikat zgjedhore me gjithsej 15 minuta. Pas tij vjen Uran Ismaili i PDK-së për Prishtinën me 13 minuta, ndërsa Përparim Rama i LDK-së, po ashtu kandidat për Prishtinën, është renditur me 12 minuta.

Në vijim, Driton Selmanaj i LDK-së - kandidat për Prizrenin - ka pasur 10 minuta mbulueshmëri, ndërsa Bekë Berisha i AAK-së, kandidat për Prishtinën, është përfshirë me 9 minuta.

Kjo shpërndarje tregon një fokus më të madh mediatik tek gara për Prishtinën, si dhe tek kandidatët e subjekteve kryesore politike.

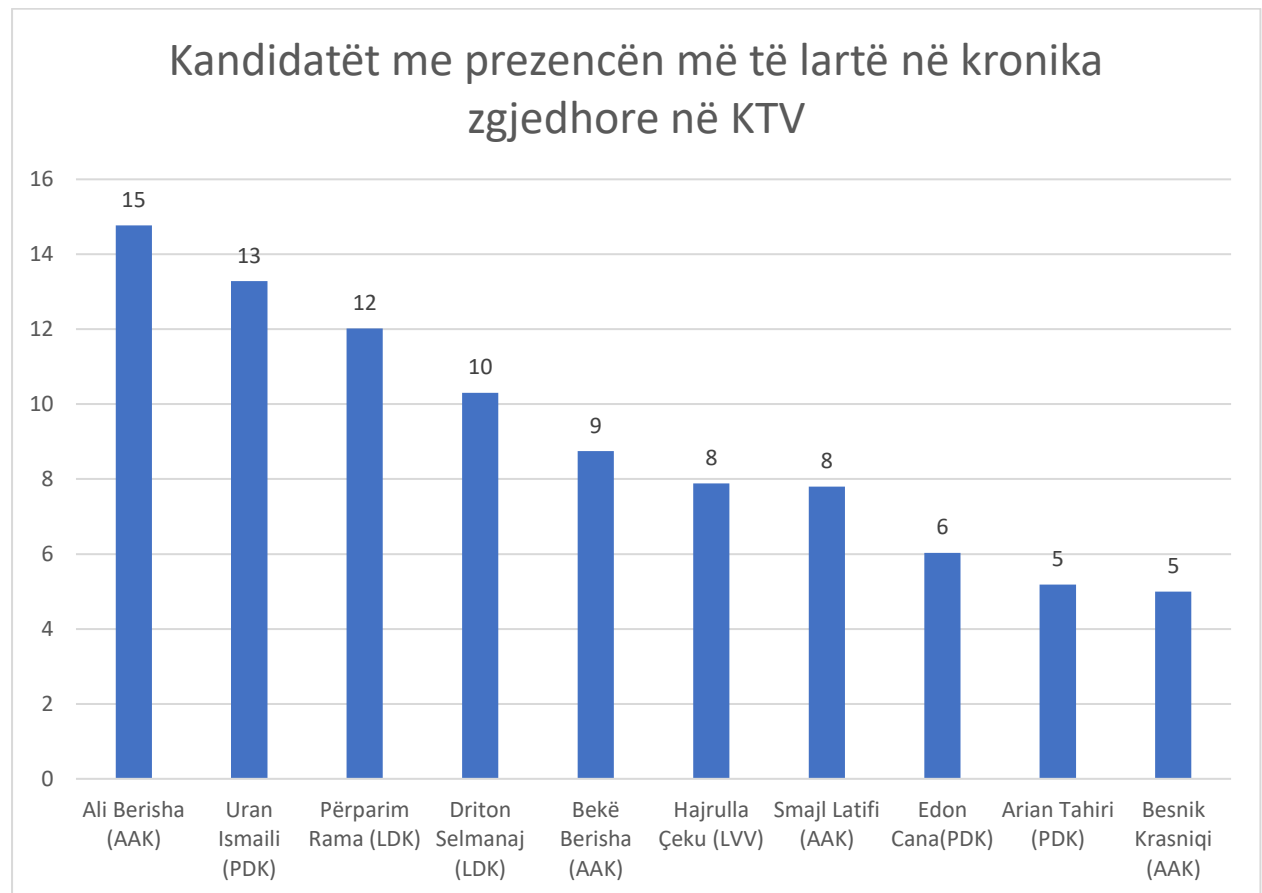


Fig. 29 Kandidatët me prezencën më të lartë në kronika zgjedhore në KTV

Kandidatet gra për kryetare komunash kanë pasur një përfaqësim dukshëm të ulët në kronikat zgjedhore të KTV-së. Nga gjithsej 183 minuta të dedikuara kandidatëve për kryetarë komunash, vetëm 7 minuta - pra rreth 4% - u janë kushtuar kandidateve gra, ndërsa 176 minuta (96%) kandidatëve burra.



Fig. 30 Hapësira televizive e kandidatëve për kryetarë komunash gjatë kronikave zgjedhore në KTV - sipas gjinisë

Kandidatët për kuvende komunale në KTV kanë pasur mbulueshmërinë më të ulët ndër të gjitha kategoritë e raportimit zgjedhor. Në total, vetëm 64 sekonda u janë kushtuar të gjithë kandidatëve për kuvende komunale, dhe asnjë sekondë nuk është dedikuar kandidateve gra. Kjo tregon një mungesë të plotë të përfaqësimit gjinor dhe një mospërfshirje të theksuar të kësaj kategorie kandidatësh në kronikat zgjedhore të KTV-së.

Në kronikat zgjedhore të transmetuara në KTV, pjesëmarrja e liderëve të subjekteve politike ka qenë minimale. Në rreth 87% të kronikave nuk ka pasur fare prezencë të liderëve të partive garuese, çka tregon një fokus më të madh të raportimit tek aktivitetet lokale dhe kandidatët komunalë, në vend të figurave qendrore të subjekteve politike.

Emisioni zgjedhor “Zgjedhjet në Kohë” i KTV-së u zhvillua, në përgjithësi, në një atmosferë korrekte dhe profesionale. Format i parashikoi dy debate në ditë, nga e hëna në të enjte, në prime time, me të ftuar kandidatë garues për kryetar komune, ndërsa të premtën emisioni iu kushtua analistëve për të shqyrtuar rrjedhën e fushatës për zgjedhjet lokale. Diskutimet u fokusuan në ofertat programore të secilit kandidat, me theks të furnizimi me ujë të pijshëm, transporti, infrastruktura, arsimi dhe shëndetësia. Para çdo emisioni, prezantuesi theksoi se ftesat për pjesëmarrje u ishin dërguar të gjithë kandidatëve në garë për komunën përkatëse. Emisioni ishte gjithëpërfshirës, duke përfshirë edhe përfaqësues të komuniteteve joshumicë, ndërsa gjuha e përdorur ishte korrekte dhe pjesëmarrësit patën hapësirë pothuajse të barabartë, me pyetje të unifikuara për të gjithë.

Megjithatë, nga prizmi i përfshirjes gjinore në debatin për zgjedhjet lokale vihet re se politika komunale mbetet e dominuar nga burrat, si në përfaqësim ashtu edhe në diskurs. Në shumicën dërmuese të debateve kandidatët ishin meshkuj, ndërsa gratë munguan si aktore politike dhe shpesh u reduktuan në role simbolike ose përmendje të rastësishme, çka tregon se barazia gjinore trajtohet më tepër si slogan sesa si prioritet politik. Debatet në përgjithësi u zhvilluan pa gjuhë urrejtjeje gjinore apo etnike, por toni ishte shpesh i ashpër e polemizues, me ndërprerje e etiketime mes kandidatëve meshkuj; në debatin për komunën e Skenderaj u shënuan sulme verbale me kualifikime ofenduese ndaj një kandidati që mungonte në studio, duke e zhvendosur vëmendjen nga politikat publike të akuzat personale.

Sa i përket përmbajtjes programore, çështjet që prekin gratë u trajtuan kryesisht brenda roleve tradicionale - si nëna, kujdestare ose përfituese të skemave sociale - dhe premtimet për gratë ishin të përgjithshme, pa masa të detajuara, buxhete të dedikuara apo objektiva të matshëm. U identifikuan disa përjashtime të izoluara, si në Vushtrri, Kamenicë dhe Obiliq, ku u përmend përfshirja ekonomike e grave, por pa elaborim të plotë të mekanizmave të zbatimit. Përfaqësimi i grave si kandidate ishte shumë i ulët, aty ku pati përfaqësim të grave (p.sh. në Drenas dhe Vushtrri), toni rezultoi më i balancuar dhe me më shumë fokus të çështjet sociale, duke dëshmuar se prania e tyre e pasuron diskursin. Korniza e përgjithshme e debatit mbetet teknokratike dhe patriarkale: fokusi kryesor janë projektet infrastrukturore, buxhetet dhe punët publike, ndërsa dimensionin social dhe ai i barazisë mbeten periferik: duke e paraqitur gruan më shumë si përfituese sesa si vendimmarrëse.

Në përmbyllje, me gjithë standardet profesionale të formatit dhe gjithëpërfshirjen tematike e politike, peizazhi i përgjithshëm mediatik nxjerr në pah pabarazi të theksuara gjinore në politikën lokale: gratë janë të padukshme në përfaqësim dhe në agjenda, ndërsa premtimet për to mbeten formale e jo përmbajtjesore. Kjo nënvizon nevojën që platformat mediatike dhe subjektet politike të përcaktojnë objektiva të matshëm, buxhete të dedikuara dhe mekanizma llogaridhënieje për integrimin real të barazisë gjinore në programet komunale, si dhe të sigurojnë pjesëmarrje substanciale të grave në debatet televizive.

Struktura dhe përfshirja në debatet televizive

Gjatë fushatës zgjedhore 13 shtator - 11 tetor në KTV janë transmetuar 59 debate që kanë trajtuar zgjedhjet lokale. Prej tyre kanë dominuar debatet me shumë subjekte/kandidatë me 17 debate, pasuar nga debatet mes dy subjekteve/kandidatëve me 7 debate, emisionet me një subjekt/kandidat me 6 emisione dhe 4 debate kanë qenë vetëm me analistë.

Në debatet e KTV-së kanë marrë pjesë gjithsej 89 kandidatë, ku kandidatët e LVV-së kanë marrë pjesë në 24 debate, PDK-së në 19 debate, AAK-së në 14 debate, LDK-së 12 debate dhe NISMA-s në 4 debate. Subjektet tjera kanë pasur 16 pjesëmarrje në debatet televizive.

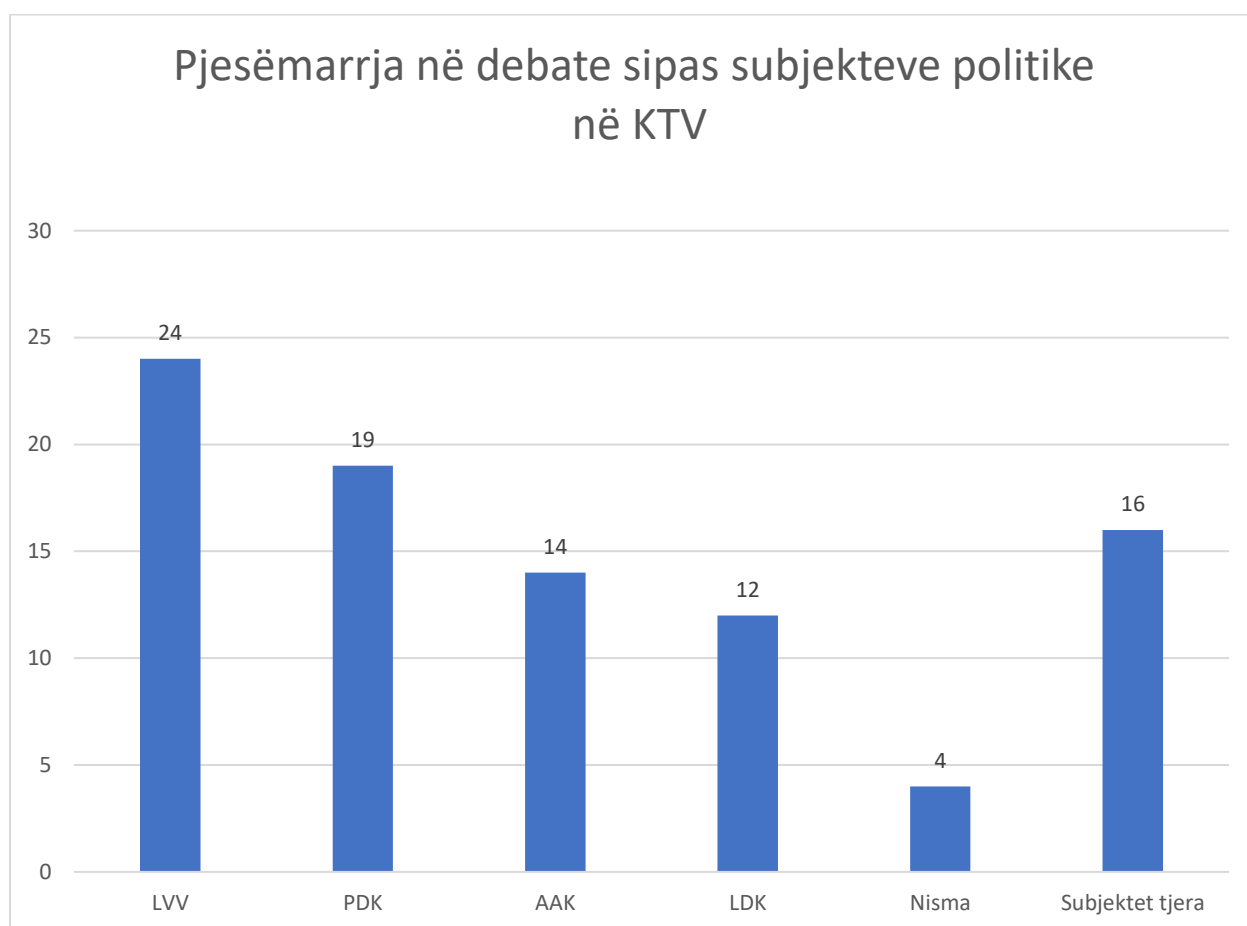


Fig. 31 Pjesëmarrja në debate sipas subjekteve politike në KTV

Në vijim, një tjetër aspekt i rëndësishëm ka të bëjë me përfaqësimin gjinor të kandidatëve në këto debate. Nga gjithsej 89 kandidatë pjesëmarrës, vetëm 6% kanë qenë candidate gra, çka tregon për një pabarazi të dukshme gjinore në hapësirat televizive gjatë fushatës.

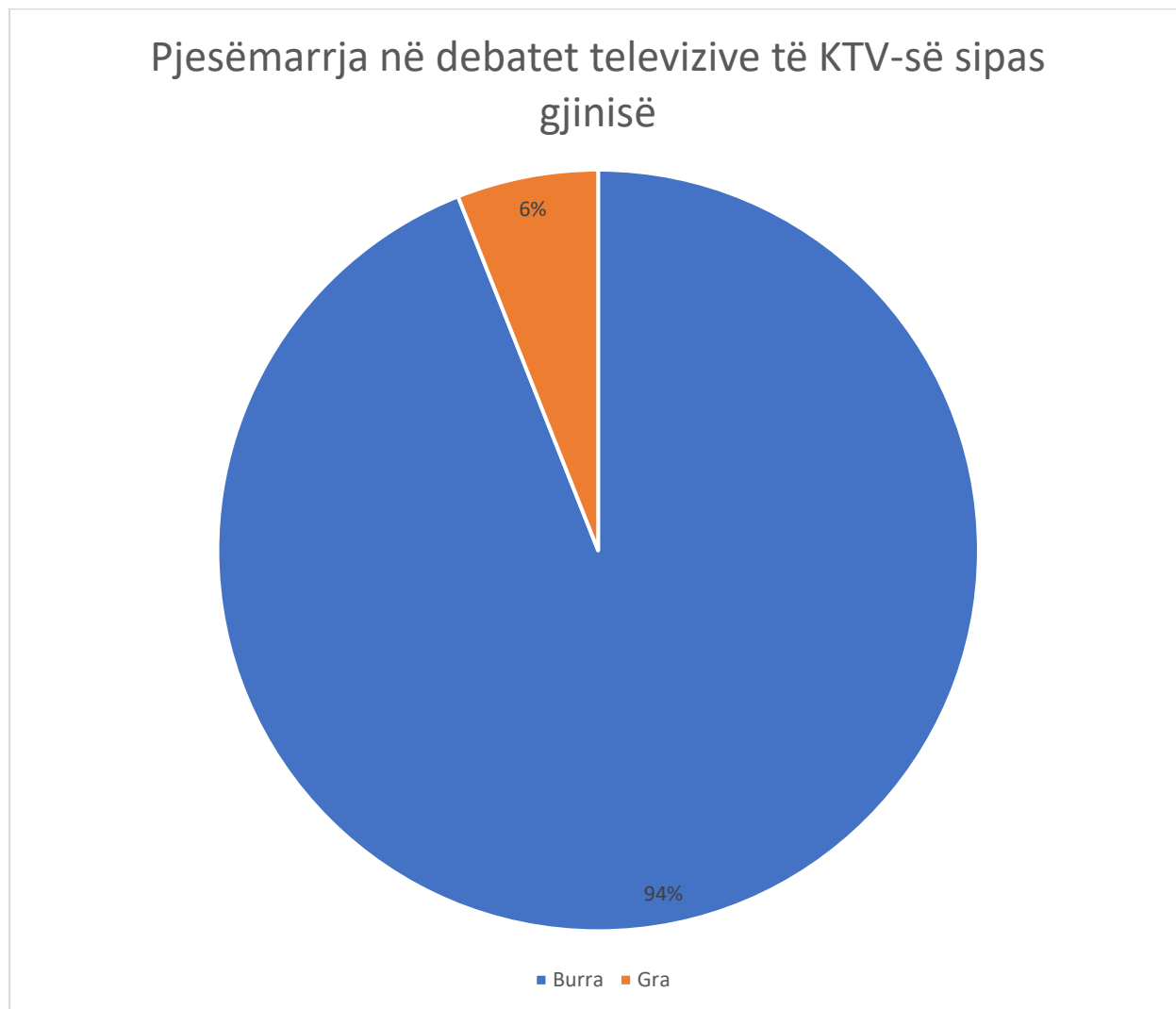


Fig. 32 Pjesëmarrja në debatet televizive të KTV-së sipas gjinisë

Pjesë e debateve televizive në KTV kanë qenë 12 analistë, ku prej tyre vetëm një ka qenë grua. Së bashku kanë pasur 12 paraqitje, ku analistja e vetme grua ka pasur një paraqitje, ndërsa analistët burra 11 paraqitje.

Gjatë 29 ditëve të fushatës elektorale, T7 ka transmetuar rreth një orë kronika zgjedhore, të dedikuara aktiviteteve të subjekteve politike, si dhe afërsisht 39 orë debate televizive.

Gjatë çdo dite të fushatës është transmetuar një edicion i kronikave zgjedhore gjatë edicionit qendror të lajmeve.

Debatet në T7 janë strukturuar kryesisht si prezantime individuale të kandidatëve për kryetarë komunash, ku në disa raste janë përfshirë dy ose tre kandidatë njëri pas tjetrit brenda të njëjtit orar televiziv. Një pjesë tjetër e emisioneve ka pasur format analitik, me gazetarë dhe analistë që kanë komentuar ecurinë e fushatës dhe qëndrimet e subjekteve politike.

Kronikat zgjedhore

Hapësira për subjekte politike në kronika zgjedhore, në T7, ishte përafërsisht e njëjtë për të gjitha subjektet e mëdha.

PDK ka pasur mbulim me 14 minuta, ndjekur nga LDK me 11 minuta, LVV 9 minuta, AAK 8 minuta, PSD 5 minuta dhe NISMA ka pasur mbulim prej 4 minuta. Subjektet tjera garuese kanë pasur mbulim prej 8 minuta.

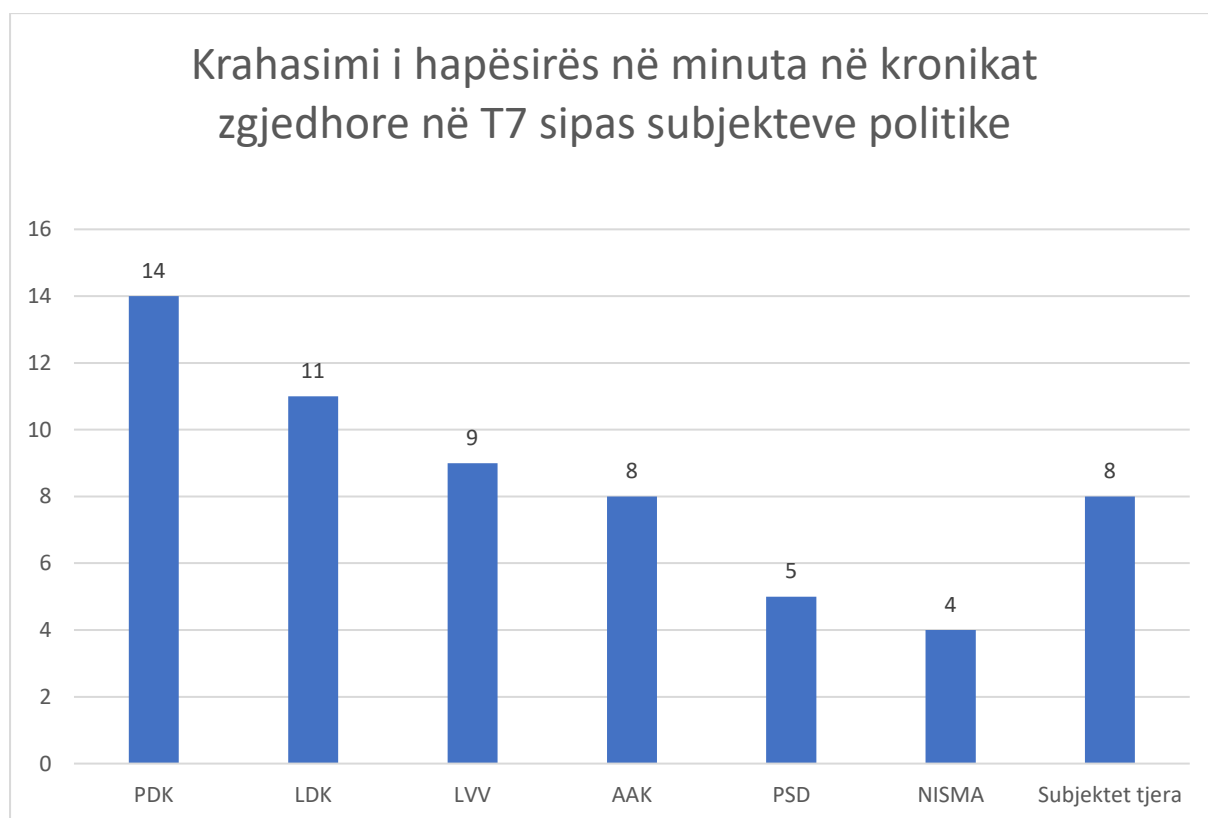


Fig. 33 Krahasimi i hapësirës në minuta në kronikat zgjedhore në T7 sipas subjekteve politike

Sa i përket hapësirës për kandidatët për kryetarë komunash në T7, ajo ka qenë shumë e kufizuar, pasi kronikat zgjedhore kanë qenë kryesisht të shkurta dhe me fokus në përmbledhje të përgjithshme të aktiviteteve të fushatës.

Brenda kësaj kohe të kufizuar, kandidatët e PDK-së kanë pasur gjithsej 70 sekonda mbulim, të PSD-së 56 sekonda, të AAK-së 46 sekonda, ndërsa LDK-së 37 sekonda. Kandidatët e LVV-së janë përfshirë vetëm për 16 sekonda, dhe ata të NISMËS për 10 sekonda. Ndërkaq, kandidatët nga subjektet tjera kanë pasur në total 180 sekonda mbulim në kronikat zgjedhore të T7.

Në televizionin T7, mbulimi i kandidatëve për kryetarë komunash ka qenë i përqendruar pothuajse tërësisht në disa komuna të mëdha, ndërsa shumica e komunave nuk janë përfshirë fare në kronikat zgjedhore.

Komuna e Prishtinës ka dominuar bindshëm me 19 minuta hapësirë, duke u pasuar me distancë të madhe nga komunat Gllogoc, Mitrovicë e Jugut dhe Graçanicë, të cilat kanë pasur nga 4 minuta secila. Në vijim, Prizreni ka pasur 3 minuta mbulim, ndërsa disa komuna të tjera si Vushtrria, Deçani, Gjakova, Malisheva, Gjilani, Suhareka dhe Istogu janë përfshirë me vetëm 2 minuta.

Në disa raste, si Fushë Kosovë, Podujevë, Ferizaj, Pejë, Kamenicë, Junik dhe Skenderaj, janë evidentuar vetëm nga 1 minutë raportim. Ndërkaq, më shumë se gjysma e komunave të Kosovës - përfshirë Lipjanin, Rahovecin, Klinën, Vitin, Leposaviqin, Zveçanin, Dragashin, Shtërpçen, Mamushën dhe të tjera - nuk kanë marrë asnjë sekondë mbulim në kronikat zgjedhore të T7.

Ky shpërndarje tregon një përqendrim të theksuar të mbulimit në qendrat më të mëdha urbane, sidomos në Prishtinë, ndërsa komunat më të vogla dhe ato me pak konkurrencë politike janë lënë pothuajse jashtë vëmendjes mediale.

Në nivel kandidatësh, Ramiz Lladrovci nga iniciativa "Për Drenasin Kampion" ka pasur mbulueshmërinë më të lartë në kronikat zgjedhore të T7 me gjithsej 93 sekonda. Pas tij renditet Uran Ismaili i PDK-së, kandidat për Prishtinën, me 67 sekonda mbulim, ndërsa Besa Shahini e PSD-së, po ashtu për Prishtinën, ka pasur 43 sekonda.

Në vijim, Përparim Rama i LDK-së është përfshirë me 34 sekonda, ndërsa Bekë Berisha i AAK-së, kandidat për Prishtinën, ka pasur 16 sekonda mbulueshmëri.

Kjo shpërndarje tregon një fokus të dukshëm të mbulimit mediatik tek gara për Prishtinën, ndërsa përjashtim bën vetëm rasti i Gllogocit, ku kandidati i pavarur ka marrë vëmendje më të madhe se kandidatët e subjekteve kryesore.

Nga gjithsej 415 sekonda mbulim për kandidatët për kryetarë komunash në T7, 340 sekonda (rreth 82%) u janë kushtuar kandidatëve burra, ndërsa 75 sekonda (rreth 18%) kandidateve gra.

Në krahasim me televizionet e tjera, T7 ka pasur një përfaqësim më të mirë gjinor, kryesisht për shkak të prezencës së theksuar të kandidates së PSD-së, Besa Shahini, e cila ka pasur hapësirë më të madhe sesa kandidatët gra në televizione të tjera. Kjo e bën T7 rast më pozitiv në raport me barazinë gjinore në mbulimin mediatik të fushatës zgjedhore.

Hapësira televizive e kandidatëve për kryetarë komunash gjatë kronikave zgjedhore në T7 - sipas gjinisë

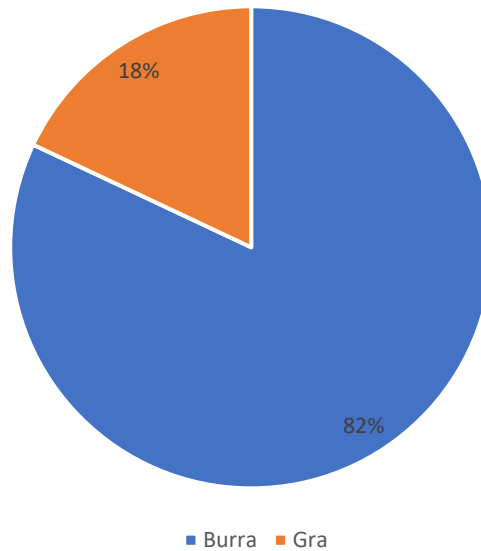


Fig. 34 Hapësira televizive e kandidatëve për kryetarë komunash gjatë kronikave zgjedhore në T7 - sipas gjinisë

Në kronikat zgjedhore të transmetuara në T7, kandidatët për kuvende komunale nuk janë paraqitur fare. Asnjë sekondë nuk është dedikuar për ta, çka tregon se fokusi i raportimit ka qenë ekskluzivisht tek kandidatët për kryetarë komunash dhe aktivitetet e subjekteve politike, pa reflektuar në asnjë mënyrë garat për kuvendet komunale apo përfaqësimin e kandidatëve në to.

Në rreth 86% të kronikave zgjedhore të T7 nuk është regjistruar asnjë prezencë e liderëve të partive politike, ndërsa vetëm në 14% të tyre janë përfshirë deklarata apo paraqitje të liderëve. Kjo tregon se raportimi i T7 ka qenë më i orientuar drejt nivelit lokal, duke vënë në qendër aktivitetet dhe kandidatët për komunat përkatëse, në vend të figurave qendrore të subjekteve politike.

Gjatë fushatës për zgjedhjet lokale, televizioni T7 realizoi gjithsej 39 debate/emisione të lidhura me temën e zgjedhjeve lokale. Nga këto, vetëm një debat ka qenë me më shumë subjekte në të njëjtën mbrëmje; 23 emisione kanë pasur formatin “prezantim kandidati”, ku në disa raste janë paraqitur dy ose tre kandidatë njëri pas tjetrit brenda të njëjtit orar, ndërsa emisionet e tjera kanë qenë debate analitike me gazetarë dhe analistë ku është komentuar ecuria e fushatës. Kjo tregon që T7 e ka ndërtuar mbulimin më shumë mbi ekspozimin e kandidatëve sesa mbi ballafaqimin mes tyre.

Edhe aty ku kandidatët kanë qenë prezent në studio, programet e tyre janë prezantuar vetëm pjesërisht. Pyetjet kanë qenë kryesisht të natyrës së përgjithshme (infrastrukturë, ujësjellës, turizëm lokal, transparencë), por jo gjithmonë është kërkuar zbërthim i plotë i programeve, i buxheteve apo i masave konkrete për kategori të caktuara të qytetarëve. Veçanërisht mungojnë pyetjet për politikën lokale ndaj grave, të rinjve, personave me aftësi të kufizuara apo grupimeve të tjera që zakonisht trajtohen në një pasqyrim gjithëpërfshirës. Kjo lidhet drejtpërdrejt me një gjetje shumë të rëndësishme nga monitorimi: moderatori/as moderatorët nuk kanë bërë asnjëherë pyetje të drejtpërdrejta për gratë, barazinë gjinore ose përfaqësimin e tyre në qeverisjen lokale, edhe kur tema do ta lejonte plotësisht një pyetje të tillë (p.sh. për drejtoritë komunale, çerdhet, sigurinë urbane, buxhetimin gjinor).

Një tjetër rast domethënës është debati “Kush e fiton Pejën?”, ku kandidatja e PDK-së, Arta Nallbani, ngriti publikisht shqetësimin se gratë nuk po respektohen gjatë diskutimeve, duke theksuar se “në vitin 2025, gratë ende duhet të bërtasin për të marrë fjalën”. Moderator i emisionit e mbështeti këtë vërejtje dhe i dha fjalën menjëherë pas ndërhyrjes së saj, duke pranuar në mënyrë të nënkuptuar mungesën e barazisë në hapësirën e debatit. Megjithatë, gjatë gjithë diskutimit, koha e fjalës nuk u respektua në mënyrë të barabartë - kandidatët Gazmend Muhaxhiri dhe Taulant Kelmendi e dominuan debatin, shpesh me tone përplasëse dhe gjuhë jo të përshtatshme për formatin publik, ndërsa Nallbanit iu dha fjala vetëm kur moderator i vendosi t’i përmbahej rregullit prej tre minutash për secilin pjesëmarrës. Ky debat u përqendrua kryesisht në përplasjen ndërmjet LDK-së dhe LVV-së, me tone të ashpra dhe komunikim nënçmues mes kundërshtarëve, ndërkohë që temat e politikave gjinore munguan pothuajse tërësisht. Vetëm kandidatja nga radhët e PDK-së, Arta Nallbani përmendi në mënyrë të qartë plane për ndërtimin e çerdheve dhe për depolitizimin e arsimit, duke qenë e vetmja që adresoi çështje që prekin drejtpërdrejt përfshirjen dhe mirëqenien e grave në nivel lokal.

Një element tjetër i rëndësishëm është se, edhe pse debatet kanë qenë të emërtuara si debate për zgjedhjet lokale, shumë shpesh brenda tyre janë diskutuar tema të nivelit qendror - raporti i partive me qeverinë, Specialja, koalicionet e mundshme pas zgjedhjeve qendrore, pozicionimi ndaj aleatëve ndërkombëtarë, madje edhe tema për situatën në veri. Kjo ka bërë që në disa emisione fokusi të largohet nga problemet konkrete komunale dhe të kthehet në analizë politike të përgjithshme, duke e ulur paksa funksionin informues lokal të debatit.

Një mangësi tjetër e qartë, është fakti që përveç se në një debat të vetëm, në asnjë emision tjetër nuk janë prezantuar kandidatët për asamble komunale. Pra, është raportuar kryesisht për kryetarët, jo për përfaqësimin në kuvendet komunale. Kjo zvogëlon transparencën dhe e mban publikun kryesisht të fokusuar te figura e kryetarit, jo te përbërja e organeve vendimmarrëse lokale, ku realisht miratohen buxhetet dhe planet zhvillimore.

Sa i përket dimensionit gjinor: pjesëmarrja e grave ka qenë e kufizuar, hapësira për to më shumë simbolike sesa reale dhe temat gjinore janë trajtuar vetëm në mënyrë deklarative. Nuk janë vërejtur raste të drejtpërdrejta të gjuhës seksiste, por struktura e debatit - me panele kryesisht burrash, me ton të ashpër dhe me ndërprerje - e ka bërë më të vështirë që perspektiva e grave të hyjë në bisedë. Kjo tregon se barazia gjinore nuk ka qenë pjesë e agjendës editoriale të këtyre debateve, por është lënë në diskrecion të kandidatëve (të cilët pothuajse asnjëherë nuk e ngritën).

Në përfundim, mund të thuhet se T7 ka siguruar mbulim të gjerë numerik dhe profesional në ton për zgjedhjet lokale, me një zhvendosje të shpeshtë drejt temave qendrore dhe me mungesë sistematike të këndvështrimit gjinor dhe të përfaqësimit të asambleistëve.

Struktura dhe përfshirja në debatet televizive

Gjatë fushatës zgjedhore 13 shtator - 11 tetor në T7 janë transmetuar 39 debate që kanë trajtuar zgjedhjet lokale. Prej tyre kanë dominuar emisionet për prezantimin e një subjekti/kandidati me 23 emisione, pasuar nga debatet me analistë me 11 emisione dhe një debat ka qenë mes shumë subjekteve/kandidatëve. Ndërsa katër emisione kanë qenë format tjetër.

Në debatet e T7 kanë marrë pjesë gjithsej 34 kandidatë, ku kandidatët e PDK-së kanë marrë pjesë në 14 debate, të LDK-së në 9 debate, AAK-së 5 debate, LVV-së 3 debate, të NISMA-S, PSD-së dhe kandidati Ramiz Lladrovci nga Për Drenasin Kampion me nga 1 paraqitje.

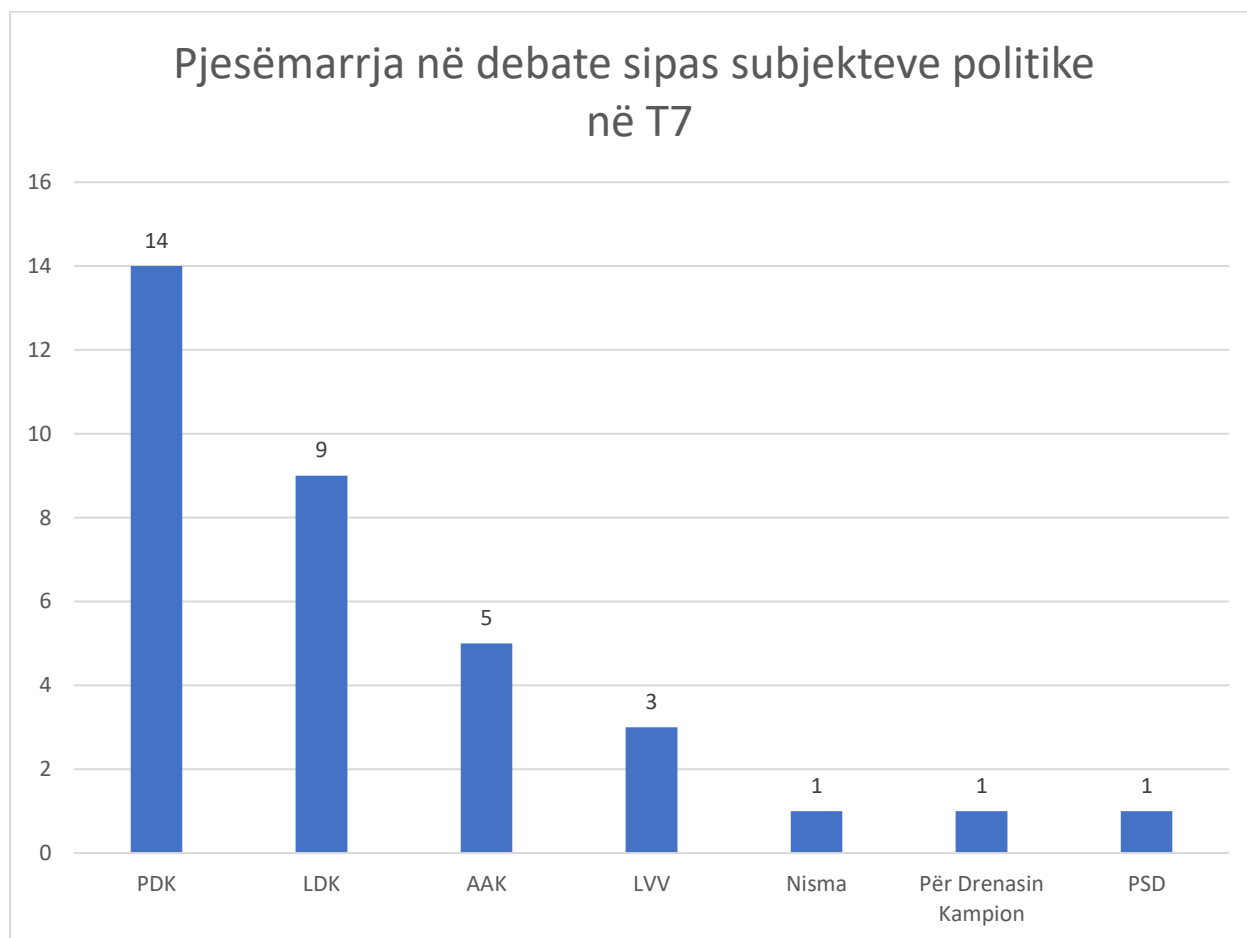


Fig. 35 Pjesëmarrja në debate sipas subjekteve politike në T7

Në vijim, një tjetër aspekt i rëndësishëm ka të bëjë me përfaqësimin gjinor të kandidatëve në këto debate. Nga gjithsej 39 kandidatë pjesëmarrës, vetëm 15% kanë qenë candidate gra, çka tregon për një pabarazi të dukshme gjinore në hapësirat televizive gjatë fushatës.



Fig. 36 Pjesëmarrja në debatet televizive të T7 sipas gjinisë

Pjesë e debateve televizive në T7 kanë qenë 17 analistë, ku prej tyre vetëm një ka qenë grua. Së bashku kanë pasur 68 paraqitje, ku analistja e vetme grua ka pasur vetëm 1 paraqitje, ndërsa analistët burra 67 paraqitje.

Klan Kosova

Gjatë 29 ditëve të fushatës elektorale, Radio Televizioni i Kosovës ka transmetuar rreth 14 orë kronika zgjedhore, të dedikuara aktiviteteve të subjekteve politike, si dhe afërsisht 64 orë debate televizive.

Gjatë çdo dite të fushatës është transmetuar një edicion i kronikave zgjedhore gjatë edicionit qendror të lajmeve.

Gjatë fushatës zgjedhore në raundin e parë, Klan Kosova e ka strukturuar mbulimin e saj përmes intervistave individuale me kandidatë dhe emisioneve analitike me gazetarë e analistë, duke pasur vetëm raste të rralla të përballjeve të drejtpërdrejta mes kandidatëve. Ky format është fokusuar më shumë në prezantimin personal dhe komunikimin individual të kandidatëve me publikun, sesa në debatin e drejtpërdrejtë të ideve dhe programeve zgjedhore.

Kronikat zgjedhore

Hapësira për subjekte politike në kronika zgjedhore, në Klan Kosova, ishte përafërsisht e njëjtë për të gjitha subjektet e mëdha.

LDK ka pasur mbulim me 106 minuta, ndjekur nga LVV me 98 minuta, PDK 97 minuta, AAK 77 minuta, NISMA 56 minuta dhe PSD 14 minuta. Subjektet tjera garuese kanë pasur mbulim prej 14 minuta.

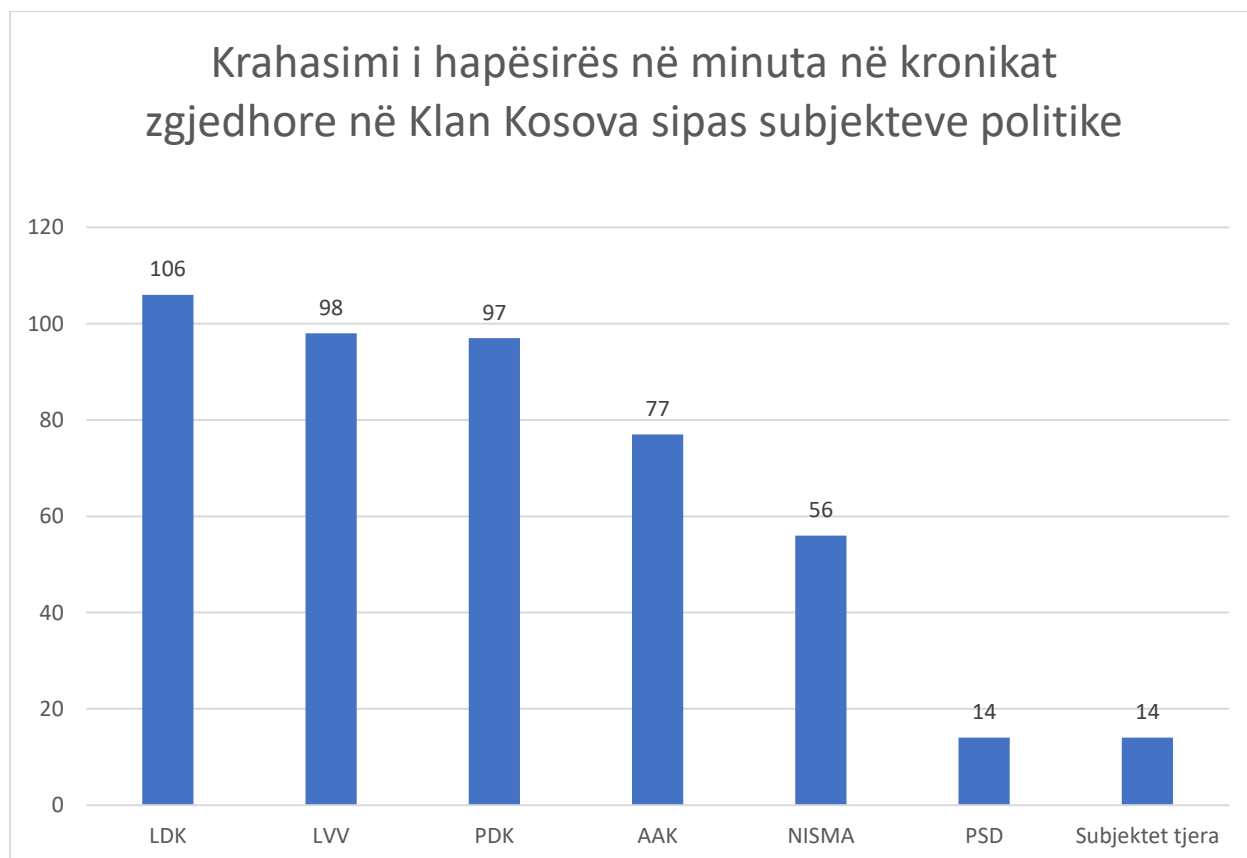


Fig. 37 Krahasimi i hapësirës në minuta në kronikat zgjedhore në Klan Kosova sipas subjekteve politike

Sa i përket kandidatëve për kryetarë komunash, kandidatët nga LDK kanë pasur mbulueshmërinë më të madhe me 17 minuta, pasuar nga ata të PDK-së me 16 minuta, AAK-së 15 minuta, LVV-së 11 minuta, NISMA-s me 6 minuta dhe PSD-së me 4 minuta. Kandidatët nga subjektet tjera kanë pasur gjithsej 3 minuta.



Fig. 38 Koha në minuta për kandidatët për kryetarë komunash sipas subjekteve politike në Klan Kosova

Në kronikat zgjedhore të transmetuara në Klan Kosova, mbulueshmëria ka qenë e përqendruar kryesisht në komunat më të mëdha, ndërsa disa zona kanë pasur prezencë minimale ose aspak. Prishtina është mbuluar më së shumti, me mbi 100 minuta transmetim, duke pasuar nga Vushtrria (31 minuta), Mitrovica e Jugut (28 minuta), Prizreni dhe Gjlani me nga 25 minuta secili.

Një nivel i mesëm mbulimi është vërejtur për komuna si Suhareka (23 minuta), Ferizaj (21 minuta), Fushë Kosova (19 minuta) dhe disa komuna të tjera që kanë pasur nga 10 deri në 16 minuta.

Në anën tjetër, një numër i madh komunash — përfshirë Klllokotin, Parteshin, Ranillukun, Mamushën, Shtërpçën, Leposaviqin, Dragashin dhe Junikun — nuk janë përfshirë fare në kronikat zgjedhore, duke reflektuar një mungesë të qartë të balancës gjeografike në mbulimin mediatik të fushatës.

Në nivel kandidatësh, Uran Ismaili i PDK-së, kandidat për Prishtinën, ka pasur mbulueshmërinë më të madhe në kronikat zgjedhore me gjithsej 6 minuta. Pas tij renditen Përparim Rama i LDK-së dhe Besa Shahini e PSD-së, të dy me nga 4 minuta secili.

Bekë Berisha i AAK-së dhe Hajrulla Çeku i LVV-së, po ashtu kandidatë për Prishtinën, janë përfshirë me nga 3 minuta, ndërsa Xhafer Tahiri i LDK-së, kandidat për Vushtrinë, ka pasur po ashtu 3 minuta mbulim.

Kjo tregon një përqendrim të dukshëm të raportimit tek gara për Prishtinën, me një vëmendje më të kufizuar për kandidatët e komunave të tjera.

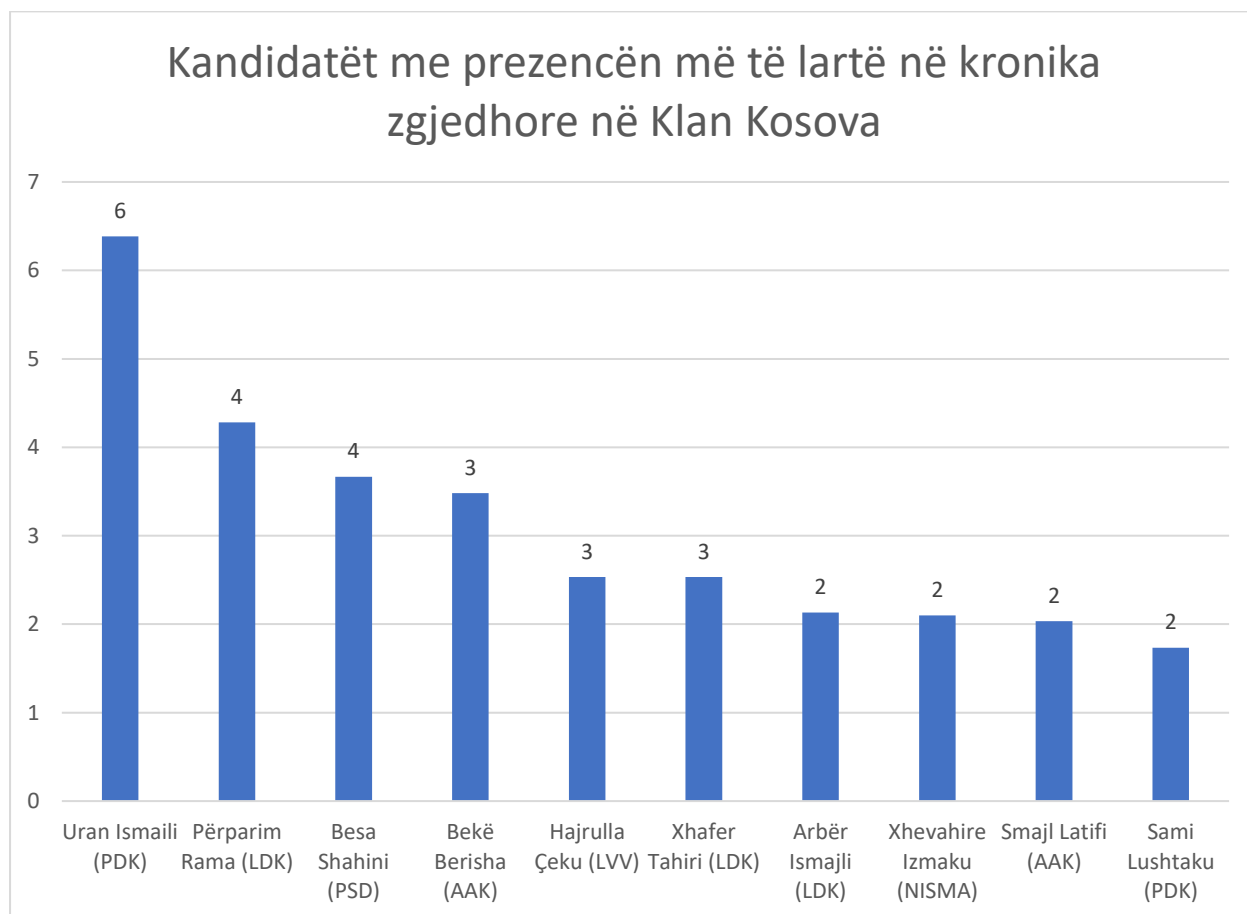


Fig. 39 Kandidatët me prezencën më të lartë në kronika zgjedhore në Klan Kosova

Kandidatet gra për kryetarë komunash kanë pasur një përfaqësim dukshëm të ulët në kronikat zgjedhore të Klan Kosova. Nga gjithsej 70 minuta të dedikuara kandidatëve për kryetarë komunash, vetëm 8 minuta - pra rreth 11% - u janë kushtuar kandidateve gra, ndërsa 62 minuta (89%) kandidatëve burra.



Fig. 40 Hapësira televizive e kandidatëve për kryetarë komunash gjatë kronikave zgjedhore në Klan Kosova - sipas gjinisë

Kandidatët për kuvende komunale kanë pasur një mbulueshmëri shumë të kufizuar, me vetëm pak më shumë se dy minuta gjithsej në kronikat zgjedhore. Nga kjo kohë, vetëm 18 sekonda (12%) u janë kushtuar kandidateve gra, duke reflektuar një mungesë të dukshme të barazisë gjinore edhe në raportimin për garat për kuvende komunale.

Në kronikat zgjedhore të transmetuara në Klan Kosova, liderët e subjekteve politike nuk kanë qenë të pranishëm në shumicën e rasteve. Në rreth 61% të kronikave nuk është evidentuar asnjë paraqitje apo deklaratë e tyre, ndërsa në 39% të rasteve ata kanë qenë të përfshirë.

Gjatë fushatës zgjedhore për zgjedhjet lokale, televizioni Klan Kosova ka realizuar gjithsej 27 debate zgjedhore, të cilat kanë përfshirë formate të ndryshme si intervista individuale me kandidatë, emisione me analistë politikë dhe vetëm një duel të drejtpërdrejtë mes kandidatëve, siç ishte ai për Prishtinën. Një pjesë e konsiderueshme e debateve janë zhvilluar në formatin e prezantimit të një kandidati të vetëm në studio, pa përballje apo replika, duke e zhvendosur fokusin nga ballafaqimi programor tek ndërtimi i imazhit personal dhe komunikimi i drejtpërdrejtë me elektoratin. Ky format ka ndihmuar në prezantimin e qëndrimeve politike, por ka kufizuar mundësinë për debat të vërtetë dhe për konfrontim të ideve ndërmjet kandidatëve.

Në përmbajtje, temat më të diskutuara kanë qenë zhvillimi urban dhe infrastruktura, menaxhimi i mbeturinave, transporti publik, arsimi, shëndetësia dhe menaxhimi komunal. Në disa emisione është trajtuar edhe çështja e sigurisë, por kryesisht në kuptimin e rendit publik dhe funksionimit të institucioneve, pa lidhje me sigurinë qytetare apo me dimensionin social. Debatet kanë qenë kryesisht informative dhe me tone të moderuara, por shpesh kanë munguar pyetje kritike që do të mund të thellonin diskutimin mbi ndikimin e politikave lokale në jetën e qytetarëve.

Nga aspekti i përfaqësimit gjinor, monitorimi tregon se gratë kanë qenë dukshëm më pak të pranishme si aktore politike apo si zëra komentues në studio. Shumica e të ftuarve kanë qenë burra - si kandidatë apo analistë - ndërsa gratë janë shfaqur kryesisht si moderatore ose analiste. Vetëm një numër i kufizuar emisionesh kanë pasur në qendër kandidate gra dhe, edhe në këto raste, temat gjinore nuk janë trajtuar si bosht i diskutimit, duke reflektuar një mungesë të vetëdijes redaksionale për integrimin e perspektivës gjinore në debatet televizive.

Në anën tjetër, intervistat individuale me Jeta Statovci dhe Mimoza Kusari-Lila dëshmuar se kur grave u jepet hapësirë e barabartë dhe koherente për të folur pa ndërprerje, debati bëhet më përmbajtjesor, më institucional dhe më i fokusuar në politika publike sesa në konfrontime personale.

Nga ana tjetër, një element interesant që doli nga monitorimi është kontrasti midis intervistave individuale dhe paneleve me analistë. Në intervistat me kandidatët, gjuha është më e kontrolluar, me theks në mesazhe pozitive dhe premtime elektorale, ndërsa në panele - sidomos ato analitike - u vunë re tone përjashtuese, ironi dhe shpesh nënvlerësim i kundërshtarëve politikë. Në disa raste, kjo gjuhë i është afruar kufijve të gjuhës së urrejtjes, duke krijuar perceptimin e një kulture përballjeje të ashpër dhe jo gjithmonë të etikës demokratike.

Në një rast tjetër, një analist televiziv, duke komentuar garën për kryetar të Prishtinës, deklaroi: “Unë tre kandidatë i shoh në garë për me u fut në balotazh, me krejt respektin për Besa Shahinin që është një prej kandidateve simpatike dhe me premtime konkrete...” Edhe pse përdorimi i shprehjes “simpatike” ishte bërë në kontekst pozitiv dhe lidhej me fushatën dhe stilin e saj komunikues, formulime të tilla - pa qëllim të drejtpërdrejtë nënvleftësues - prapëseprapë e zhvendosin vëmendjen nga përmbajtja programore drejt aspekteve personale, duke kontribuar në një perceptim të pjesshëm të rolit politik të grave në garë.

Për më tepër, në disa raste gjuha politike kaloi deri në ekstrem të dhunës verbale dhe përjashtimit moral. Rasti më i dukshëm është intervista me kandidatin e Partisë Demokratike të Kosovës (PDK) për kryetar të Skenderajt, Sami Lushtakun, ku u përdor shprehja “duhet me i ngreh zhagë në rrugët e Prishtinës”, e cila përbën shembull të gjuhës që nxit armiqësi politike. Këto forma komunikimi e

zhvendosin diskursin publik nga debati për programet dhe politikat, drejt konfrontimeve personale dhe retorikës së dhunës simbolike.

Në tërësi, Klan Kosova ka siguruar një mbulim të gjerë të fushatës lokale, megjithatë formatet e përdorura kanë privilegjuar monologun politik ndaj debatit të hapur, ndërsa përfaqësimi i grave ka mbetur më shumë formal sesa përmbajtjesorë, dhe në disa raste është shoqëruar me përdorim të formulimeve të papërshtatshme ose agresive që nënkuptojnë dallim në perceptimin publik të kandidatëve dhe nxisin polarizim politik.

Struktura dhe përfshirja në debatet televizive

Gjatë fushatës zgjedhore 13 shtator - 11 tetor në Klan Kosova janë transmetuar 27 debate. Prej tyre kanë dominuar emisionet për prezantimin e një subjekti/kandidati me 17 emisione, pastaj debatet vetëm me analistë me 9 debate. Në Klan Kosova ka qenë vetëm një debat me shumë subjekte/kandidatë.

Në debatet e Klan Kosovës kanë marrë pjesë gjithsej 21 kandidatë, ku kandidatët e PDK-së kanë marrë pjesë në 7 debate, LDK-së në 6 debate, Alternativës në 3 debate, AAK-së në 2 debate, Guxo, NISMA dhe PSD në nga një debat.



Fig. 41 Pjesëmarrja në debate sipas subjekteve politike në Klan Kosova

Në vijim, një tjetër aspekt i rëndësishëm ka të bëjë me përfaqësimin gjinor të kandidatëve në këto debate. Nga gjithsej 21 pjesëmarrës, vetëm 14% kanë qenë gra, çka tregon për një pabarazi të dukshme gjinore në hapësirat televizive gjatë fushatës.

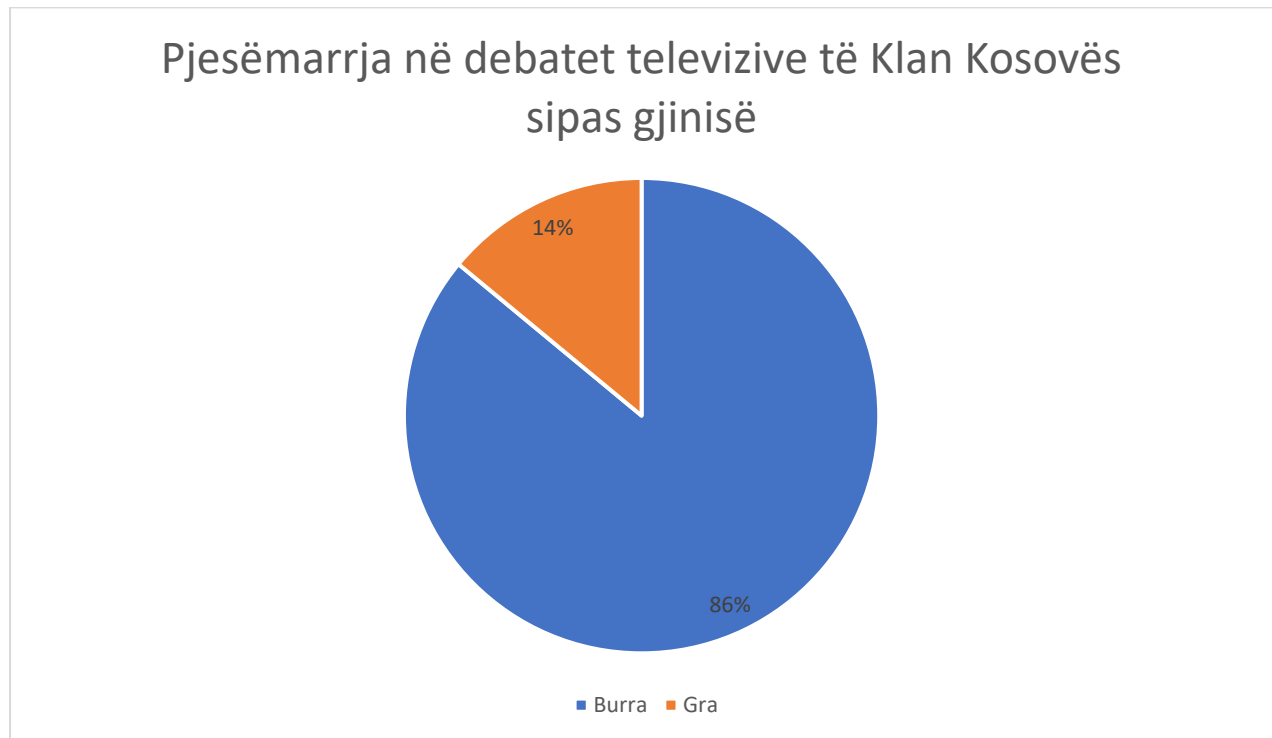


Fig. 42 Pjesëmarrja në debatet televizive të Klan Kosovës sipas gjinisë

Pjesë e debateve televizive në Klan Kosova kanë qenë 18 analistë, ku prej tyre vetëm tri kanë qenë gra. Së bashku kanë pasur 67 paraqitje, ku analistët gra kanë pasur 7 paraqitje, ndërsa analistët burra 60 paraqitje.

Gjatë 29 ditëve të fushatës elektorale, RTV Dukagjini ka transmetuar mbi 2 orë kronika zgjedhore, të dedikuara aktiviteteve të subjekteve politike, si dhe afërsisht 42 orë debate televizive.

Gjatë çdo dite të fushatës janë transmetuar është transmetuar një edicion i kronikave zgjedhore gjatë edicionit qendror të lajmeve.

Gjatë fushatës për zgjedhjet lokale, televizioni Dukagjini realizoi gjithsej 43 debate dhe emisione të lidhura me zgjedhjet. Nga të gjitha këto, vetëm një debat ka përfshirë më shumë subjekte, ndërsa pjesa tjetër ka ndjekur formatin “prezantim i një kandidati”, ku në disa raste dy ose tre kandidatë paraqiteshin njëri pas tjetrit brenda të njëjtit orar. Një pjesë e transmetimeve ishin emisione analitike me gazetarë e analistë, ku komentohej ecuria e fushatës.

Kronika zgjedhore

Hapësira për subjekte politike në kronika zgjedhore, në RTV Dukagjini, ishte përafërsisht e njëjtë për të gjitha subjektet e mëdha.

LVV, LDK dhe PDK kanë pasur secila nga 28 minuta mbulim, ndjekur nga AAK me 26 minuta, PSD me 15 minuta dhe NISMA me 8 minuta. Subjektet tjera kanë pasur mbulim prej 7 minuta

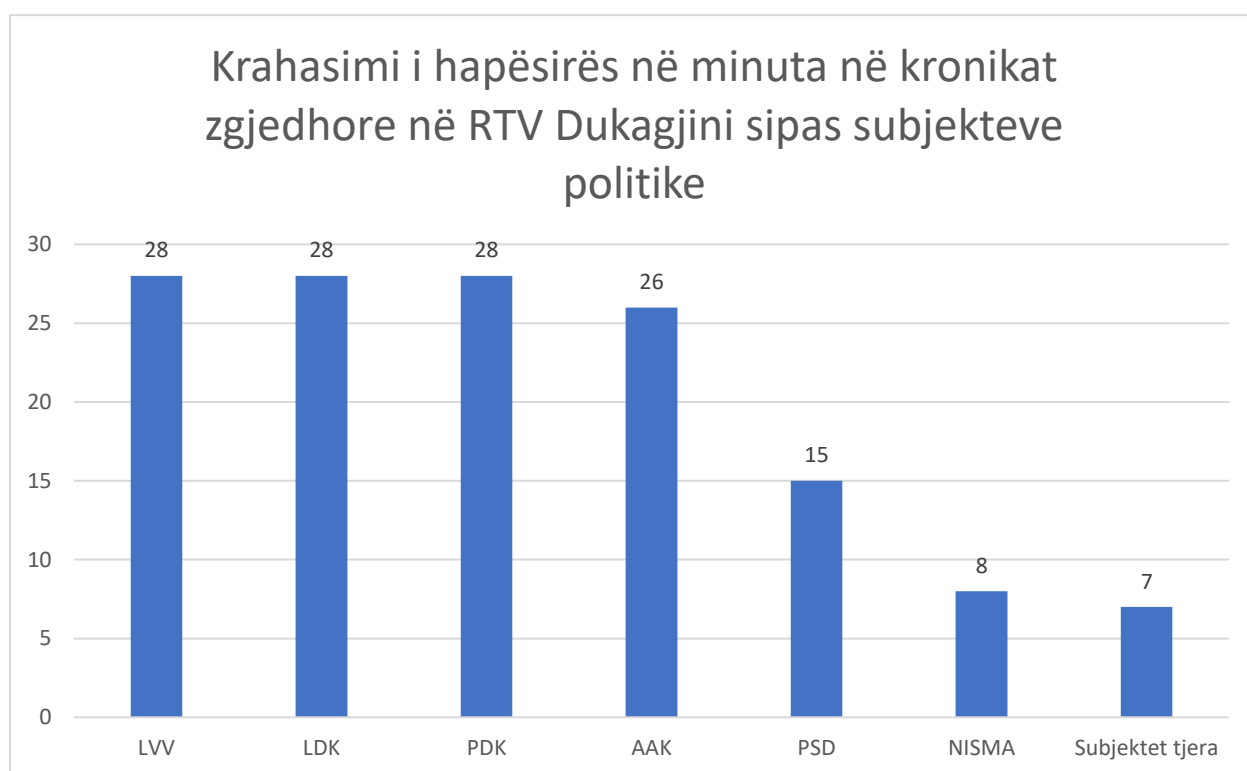


Fig. 43 Krahasimi i hapësirës në minuta në kronikat zgjedhore në RTV Dukagjini sipas subjekteve politike

Sa i përket kandidatëve për kryetarë komunash, kandidatët nga PDK kanë pasur mbulueshmërinë më të madhe me 7 minuta, pasuar nga ata të PSD-së me 6 minuta, LVV-së, LDK-së dhe AAK-së me nga 5 minuta, NISMA dhe subjektet tjera me nga 1 minutë.



Fig. 44 Koha në minuta për kandidatët për kryetarë komunash sipas subjekteve politike në RTV Dukagjini

Në kronikat zgjedhore të transmetuara në RTV Dukagjinin, minutazhi i dedikuar për komunat tregon një shpërndarje të pabarabartë të mbulimit mediatic, me theks të dukshëm në disa qendra më të mëdha.

Komuna e Prishtinës ka marrë dukshëm më shumë kohë televizive se të gjitha të tjerat - 36 minuta, që përbën një dominim të plotë në raport me komunat tjera. Pas saj, Deçani është komuna e dytë më e përfaqësuar me 10 minuta, ndërsa Prizreni dhe Vitia ndjekin me nga 7 minuta secila. Një grup tjetër komunash si Malisheva, Kamenica, Glllogoci, Rahoveci, Lipjani, Gjlani, Vushtrria dhe Fushë Kosova kanë marrë nga 5 deri në 6 minuta secila, duke përfaqësuar një mbulim të moderuar.

Në anën tjetër, një pjesë e madhe e komunave kanë marrë vetëm 1-3 minuta, si Skenderaj, Istogu, Dragashi, Graçanica, Klinë, Suharekë, Podujevë, Gjakovë e Ferizaj, që tregon një vëmendje më të kufizuar. Ndërkaq, komunat e vogla dhe veriore si Kllokoti, Parteshi, Ranillugu, Hani i Elezit, Mamusha, Zveçani, Leposaviqi, Mitrovica e Veriut, Shtërpca e Zubin Potoku nuk janë përfshirë fare në kronikat e RTV Dukagjinit, me 0 minuta mbulim.

Kjo tregon një përqendrim të qartë të raportimit në komunat e mëdha dhe qendrore, sidomos në kryeqytet, ndërsa komunat më të vogla e periferike kanë mbetur pothuajse të papasqyruara në përmbajtjen zgjedhore të televizionit.

Koha e transmetuar për kandidatët ka qenë shumë e shkurtër. Në nivel individual, Besa Shahini e PSD-së, kandidate për Prishtinën, ka marrë gjithsej 3 minuta mbulim. Pas saj renditen Uran Ismaili i PDK-së për Prishtinën, Labinot Bislimi i AAK-së për Vitinë, Përparim Rama i LDK-së për Prishtinën, Qëndron Kastrati i PSD-së për Kamenicën dhe Petrit Hajdari i PDK-së për Glllogocin, të gjithë me nga 2 minuta secili.

Ky shpërndarje tregon një hapësirë të kufizuar kohore për secilin kandidat, pa dallime të mëdha mes tyre dhe me fokus të pjesshëm në disa qendra të veçanta si Prishtina.

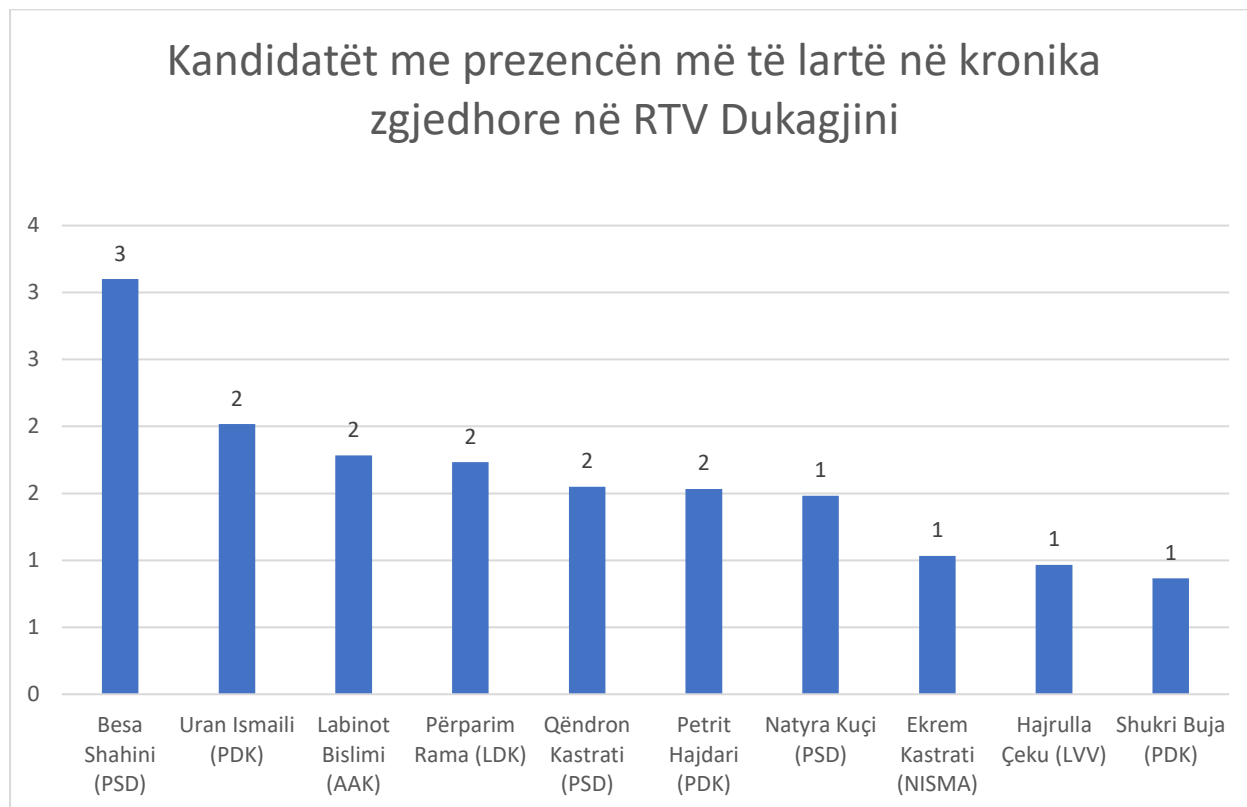


Fig. 45 Kandidatët me prezencën më të lartë në kronika zgjedhore në RTV Dukagjini

Pavarësisht se një kandidate grua ka pasur mbulueshmërinë më të lartë në RTV Dukagjini, përfaqësimi i kandidateve të tjera gra mbetet i ulët. Nga gjithsej 30 minuta të dedikuara për kandidatët për kryetarë komunash, vetëm 5 minuta (17%) u janë kushtuar grave, ndërsa 25 minuta (83%) kandidatëve burra.



Fig. 46 Hapësira televizive e kandidatëve për kryetarë komunash gjatë kronikave zgjedhore në RTV Dukagjini - sipas gjinisë

Kandidatët për kuvende komunale kanë pasur një mbulueshmëri jashtëzakonisht të kufizuar në RTV Dukagjini, me vetëm 22 sekonda gjithsej në kronikat zgjedhore. E gjithë kjo kohë i është kushtuar kandidatëve burra, ndërsa nuk është transmetuar asnjë material për kandidate gra, duke reflektuar mungesë të plotë të barazisë gjinore në raportimin për garat për kuvendet komunale.

Në rreth 52% të kronikave zgjedhore të RTV Dukagjinit janë përfshirë deklarata apo paraqitje të liderëve të partive politike, ndërsa në 48% të kronikave nuk është regjistruar fare prania e tyre. Kjo tregon se televizioni ka ruajtur një balancë të moderuar mes fokusit në figurat qendrore dhe atyre lokale gjatë raportimit të fushatës.

Gjatë fushatës për zgjedhjet lokale, televizioni Dukagjini realizoi gjithsej 43 debate dhe emisione të lidhura me zgjedhjet. Nga të gjitha këto, vetëm një debat ka përfshirë më shumë subjekte, ndërsa pjesa tjetër ka ndjekur formatin “prezantim i një kandidati”, ku në disa raste dy ose tre kandidatë paraqiteshin njëri pas tjetrit brenda të njëjtit orar. Një pjesë e transmetimeve ishin emisione analitike me gazetarë e analistë, ku komentohej ecuria e fushatës. Kjo strukturë tregon se RTV Dukagjini e ka ndërtuar mbulimin mediatik më shumë mbi ekspozimin individual të kandidatëve sesa mbi ballafaqimin e tyre programor, duke e zhvendosur fokusin nga përplasjet politike drejt një modeli më prezantues sesa debatues.

Analiza e përgjithshme tregon se gjuha e përdorur ishte përgjithësisht e moderuar, edhe pse në shumë raste rivaliteti politik mbizotëronte mbi debatin për politika konkrete. Diskursi shpesh zhvendosej nga çështjet programore drejt kritikës personale apo retorikës përjashtuese, në forma që nuk arrinin nivelin e gjuhës së urrejtjes, por megjithatë cenonin cilësinë e debatit. Disa raste të veçanta tregojnë prani të toneve nënvlerësuese ndaj grave. Më i theksuari ndër to është rasti kur kandidati për Kryetar të Drenasit, Ramiz Lladrovci, deklaroi se kandidatja e Lëvizjes Vetëvendosje, Egzona Tërdevci, “nuk zgjedh metodë për t’u avancuar” - një shprehje që bart nëntekst ofendues, sugjeron sjellje joprofesionale dhe cenon integritetin personal të kundërshtares. Edhe pse i izoluar, ky rast është ndër shembujt e qartë të gjuhës me seksizëm të tërthortë të përdorur gjatë fushatës.

Nga perspektiva gjinore, mbulimi i fushatës nga RTV Dukagjini reflekton një model të qartë të pabarazisë strukturore: debatet dhe analizat dominuan pothuajse tërësisht nga burrat. Në gjithë ciklin e emisioneve, vetëm një grua ishte e ftuar si kandidate, ndërsa në panelet analitike nuk ka marrë pjesë asnjë grua. Prania e grave mbeti e rastësishme dhe e izoluar, ndërsa mungesa e tyre sistematike në analizë dhe debat e riprodhon idenë se politika lokale është një hapësirë e rezervuar kryesisht për burrat.

Premtimet politike për gratë shfaqen herë pas here, por shpesh mbeten deklarative dhe të pakonkretizuara. Disa kandidatë përmendin mbështetjen për bizneset e grave, zgjerimin e çerdheve, qendrat sociale apo bursa për vajza dhe gra në fusha të caktuara. Megjithatë, këto premtime rrallë shoqërohen me masa të qarta implementimi, afate, kosto apo përgjegjësi specifike. Diskursi për barazinë gjinore shpesh reduktohet në simbolizëm politik, ndërkohë që pengesat strukturore - mungesa e rrjeteve të vendimmarrjes, sfidat brenda partive politike, barrierat kulturore dhe mungesa e mekanizmave të mbështetjes institucionale - mbeten të paadresuara.

Sa i përket trajtimit të grave në diskursin politik, ato rrallë shfaqen si aktore me ndikim. Ato përmenden shumë pak në kontekst të kontributeve konkrete dhe pothuajse aspak në lidhje me skandale apo përgjegjësi politike - jo për shkak të mungesës së ndikimit, por për shkak të mungesës së pranisë së tyre në pozita kyçe të qeverisjes lokale.

Në aspektin e barazisë së trajtimit mediatik, u evidentua edhe një rast i raportuar në Komisionin e Pavarur të Mediave nga Partia Socialdemokrate ndaj TV Dukagjinit, me pretendimin se mediumi kishte paralajmëruar transmetimin e emisionit “Debat Plus” me pjesëmarrjen e kandidatëve për kryetar të Prishtinës, duke përjashtuar znj. Besa Shahini dhe kandidatët e tjerë të certifikuar. Ky rast është cilësuar si shembull i mundshëm i cenimit të parimit të trajtimit të barabartë të subjekteve politike gjatë fushatës.

Në tërësi, mbulimi i RTV Dukagjinit gjatë fushatës zgjedhore paraqet një media që ruan gjuhë të moderuar dhe shmang seksizmin e hapur, por megjithatë prodhon dhe riprodhon një kornizë

politikisht të pabarabartë, ku burrat janë aktorët kryesorë dhe gratë mbeten me rol dytësor. Përfshirja gjinore nuk është pjesë organike e programeve politike, ndërkohë që debatet dhe analizat nuk e shtyjnë këtë temë drejt një diskutimi substancial.

Struktura dhe përfshirja në debatet televizive

Gjatë fushatës zgjedhore 13 shtator - 11 tetor në RTV Dukagjini janë transmetuar 43 debate që kanë trajtuar zgjedhjet lokale. Prej tyre kanë dominuar emisionet për prezantimin e një subjekti/kandidati me 25 emisione, pastaj debatet vetëm me analistë me 15 debate, ndërsa debatet me shumë subjekte kanë qenë vetëm dy, ndërsa një emision ka qenë i formatit tjetër.

Në debatet e RTK-së kanë marrë pjesë gjithsej 34 përfaqësues të subjekteve politike, ku kandidatët e LDK-së kanë marrë pjesë në 10 debate, PDK-së në 8 debate, LVV-së në 6 debate, NISMA dhe kandidati Ramiz Lladrovci (Për Drenasin Kampion) në nga dy debate, Aleanca Shqiptare, PSD dhe NDS në nga një debat.

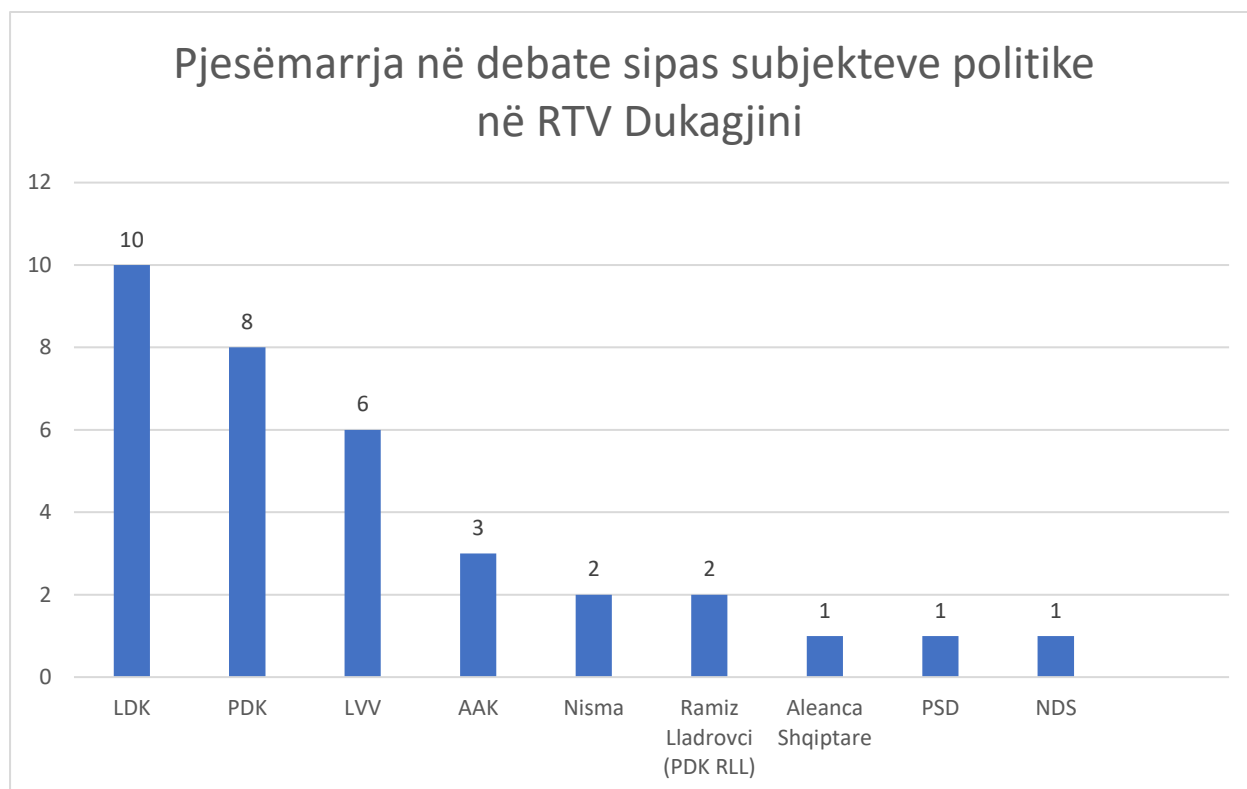


Fig. 47 Pjesëmarrja në debate sipas subjekteve politike në RTV Dukagjini

Në vijim, një tjetër aspekt i rëndësishëm ka të bëjë me përfaqësimin gjinor të kandidatëve në këto debate. Nga gjithsej 34 kandidatë pjesëmarrës, vetëm një (3%) ka qenë grua, çka tregon për një pabarazi të dukshme gjinore në hapësirat televizive gjatë fushatës.

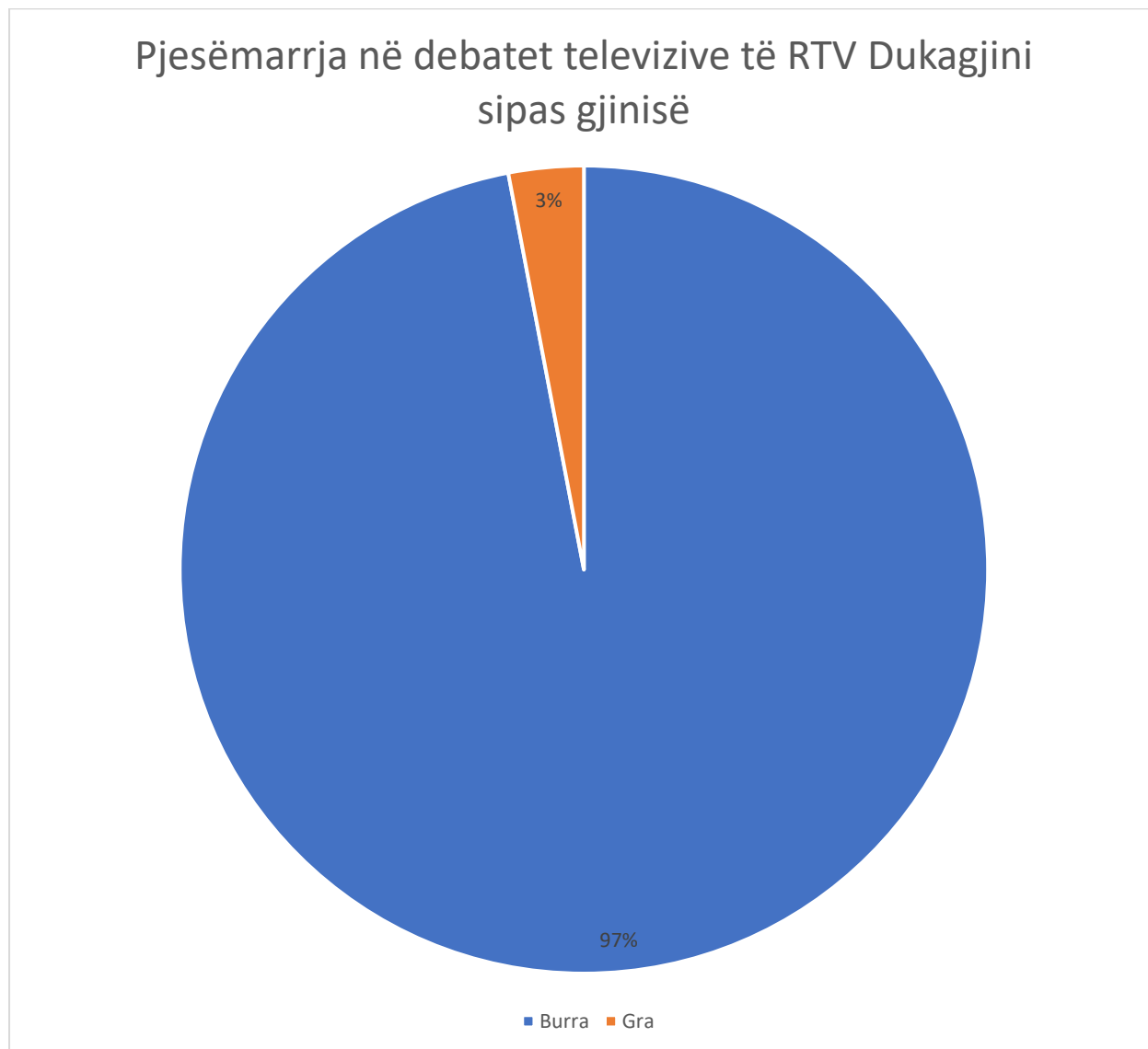


Fig. 48 Pjesëmarrja në debatet televizive të RTV Dukagjini sipas gjinisë

Pjesë e debateve televizive në RTV Dukagjini kanë qenë 13 analistë me 93 paraqitje, si pjesë e analistëve s'ka qenë asnjë grua.

RTV 21

Gjatë 29 ditëve të fushatës elektorale, Radio Televizioni i Kosovës ka transmetuar rreth 4 orë kronika zgjedhore, të dedikuara aktiviteteve të subjekteve politike, si dhe afërsisht 40 orë debate televizive.

Gjatë çdo dite të fushatës janë transmetuar dy edicione të kronikave zgjedhore - një gjatë edicionit qendror të lajmeve dhe një tjetër në lajmet e orës 23:00.

Kronikat zgjedhore

Hapësira për subjekte politike në kronika zgjedhore, në RTV 21, ishte përafërsisht e njëjtë për të gjitha subjektet e mëdha.

LVV ka pasur mbulim me 50 minuta, ndjekur nga PDK me 48 minuta, LDK 39 minuta, AAK 34 minuta, NISMA 29 minuta dhe PSD ka pasur mbulim prej 10 minuta.

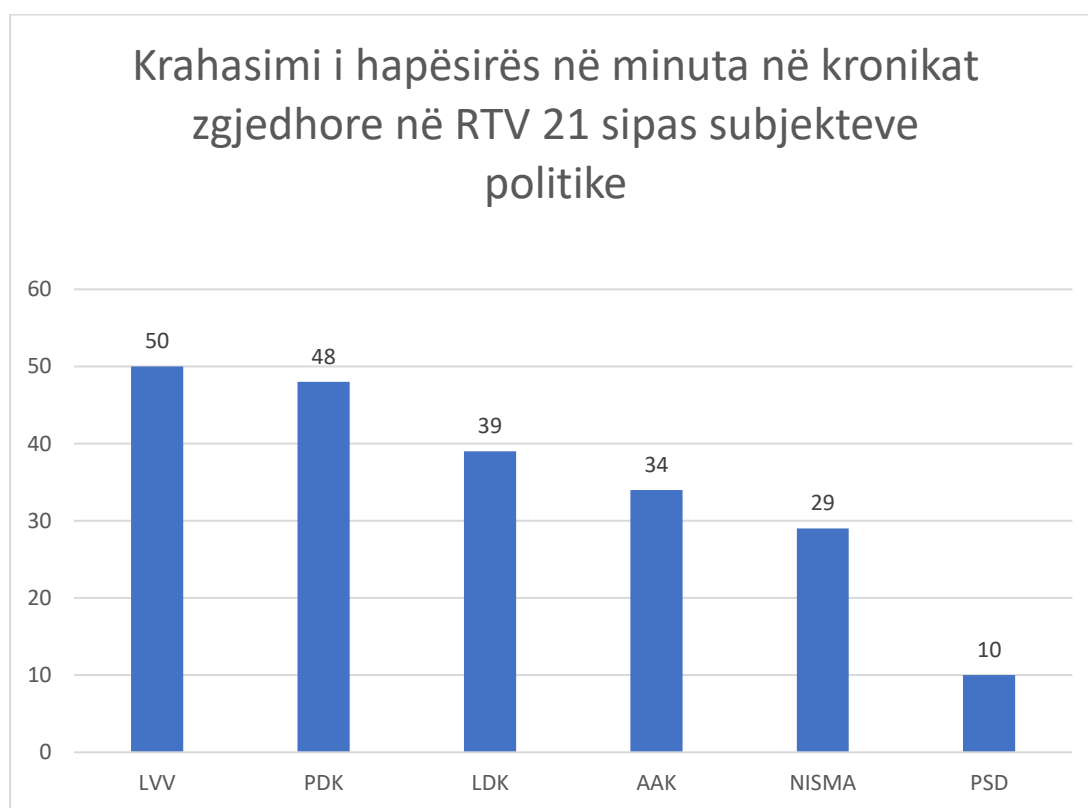


Fig. 49 Krahasimi i hapësirës në minuta në kronikat zgjedhore në RTV 21 sipas subjekteve politike

Sa i përket kandidatëve për kryetarë komunash, kandidatët nga LVV kanë pasur mbulueshmërinë më të madhe me 41 minuta, pasuar nga ata të PDK-së me 32 minuta, AAK-së 24 minuta, LDK-së 23 minuta, NISMA-s dhe PSD-së me 10 minuta.

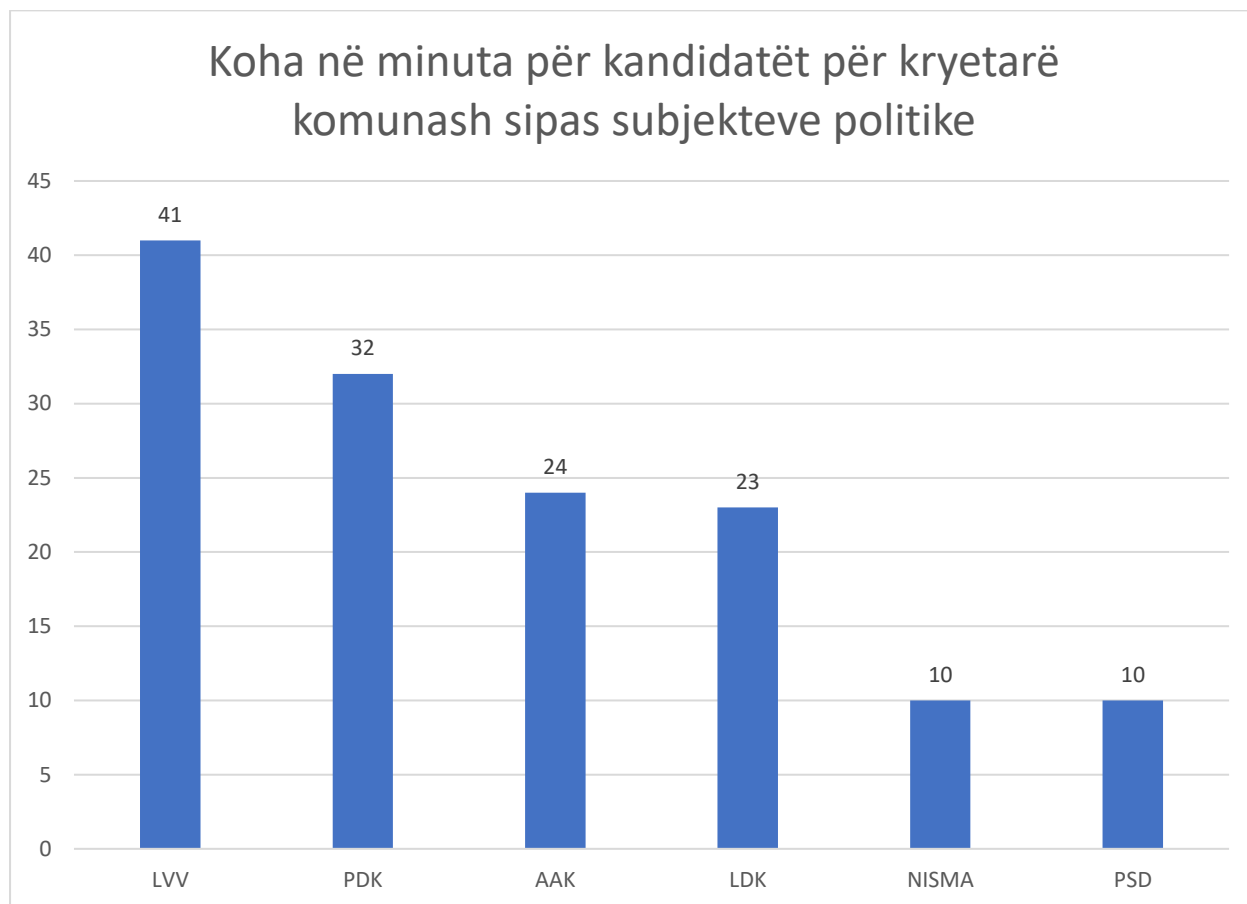


Fig. 50 Koha në minuta për kandidatët për kryetarë komunash sipas subjekteve politike në RTV 21

RTV21 ka dedikuar kohë shumë të pabarabartë komunave gjatë fushatës, me një fokus të theksuar drejt Prishtinës. Kryeqyteti ka marrë bindshëm më së shumti mbulim, me 100 minuta, që e vendos shumë larg të gjitha komunave të tjera dhe tregon qartazi se mbulimi ka qenë i centralizuar rreth garës në Prishtinë.

Pas Prishtinës, komuna me më shumë minuta është Gjilani me 12 minuta, e ndjekur nga Fushë Kosova me 10 minuta dhe Deçani me 8 minuta. Po ashtu Vushtrria dhe Prizreni kanë marrë nga 8 minuta, ndërsa komuna të tjera të mëdha si Ferizaj, Glllogoci, Kaçaniku, Kamenica, Lipjani, Peja, Rahoveci, Podujeva, Suhareka, Istogu dhe Mitrovica e Jugut kanë marrë nga 4-7 minuta secila.

Mbulim minimal është vërejtur në komuna më të vogla, ku Novobërda ka marrë vetëm 1 minutë, ndërsa komunat Dragash, Klinë, Leposaviq, Shtërpçë, Viti, Zubin Potok, Zveçan, Junik, Mamushë, Hani i Elezit, Ranillug, Partesh, Kllokot dhe Mitrovica e Veriut nuk janë mbuluar fare (0 minuta).

Në nivel kandidatësh, Hajrulla Çeku i LVV-së, kandidat për Prishtinën, ka pasur mbulueshmërinë më të lartë në kronikat zgjedhore të RTV21, me gjithsej 27 minuta. Menjëherë pas tij renditet Uran Ismaili i PDK-së, po ashtu kandidat për kryeqytetin, me 23 minuta mbulim.

Përparim Rama i LDK-së është i treti për nga koha e transmetuar, me 13 minuta, ndërsa Bekë Berisha i AAK-së është përfshirë për 11 minuta. Besa Shahini e PSD-së mbyll listën e kandidatëve të Prishtinës që kanë marrë mbulim të theksuar, me gjithsej 10 minuta.

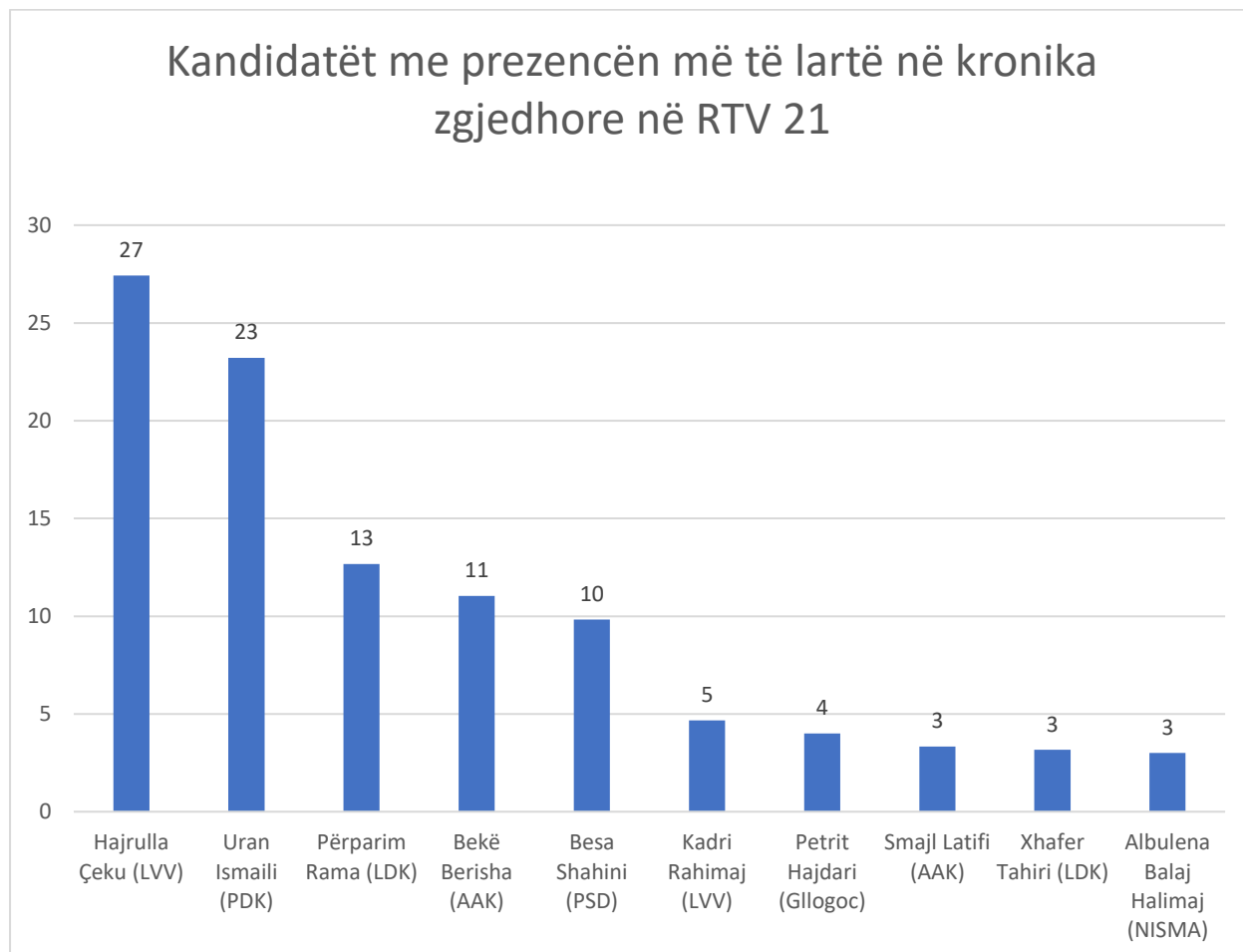


Fig. 51 Kandidatët me prezencën më të lartë në kronika zgjedhore në RTV 21

Kandidatet gra për kryetare komunash kanë pasur një përfaqësim dukshëm të ulët në kronikat zgjedhore të RTV 21. Nga gjithsej 138 minuta të dedikuara kandidatëve për kryetarë komunash, vetëm 14 minuta - pra rreth 1% - u janë kushtuar kandidateve gra, ndërsa 125 minuta (90%) kandidatëve burra.



Fig. 52 Hapësira televizive e kandidatëve për kryetarë komunash gjatë kronikave zgjedhore në RTV 21 sipas gjinisë

Kandidatët për kuvende komunale kanë pasur një mbulueshmëri jashtëzakonisht të kufizuar në RTV 21, me më pak se dy minuta gjithsej në kronikat zgjedhore. E gjithë kjo kohë i është kushtuar kandidatëve burra, ndërsa nuk është transmetuar asnjë material për kandidate gra, duke reflektuar mungesë të plotë të barazisë gjinore në raportimin për garat për kuvendet komunale.

Në rreth 53% të kronikave zgjedhore të RTV 21 janë përfshirë deklarata apo paraqitje të liderëve të partive politike, ndërsa në 47% të kronikave nuk është regjistruar fare prania e tyre. Kjo tregon se televizioni ka ruajtur një balancë të moderuar mes fokusit në figurat qendrore dhe atyre lokale gjatë raportimit të fushatës.

Analiza e përgjithshme e debateve të RTV21 tregon se gjuha e përdorur ishte kryesisht e moderuar, e kontrolluar nga formati i strukturuar dhe koha e barabartë për secilin pjesëmarrës. Edhe pse pati raste me replika më të ashpra - sidomos ndaj kryetarëve aktualë në komuna si Rahoveci - ato rrallë kaluan kufirin e polemikës politike dhe nuk u shndërruan në gjuhë fyese apo denigruese. Në shumicën e debateve, rivaliteti politik mbizotëronte ndaj diskutimit të thelluar të politikave, duke bërë që fokusi të zhvendosej nga programet konkrete drejt kritikave për menaxhimin aktual, mungesën e transparencës dhe problemet e përhershme komunale.

Nga perspektiva gjinore, fushata në RTV21 nxori në pah një realitet të pandryshuar: mungesën pothuajse të plotë të gratë në garat lokale. Shumica absolute e debateve ishin të përbëra vetëm nga kandidatë burra, duke reflektuar jo vetëm konfigurimin e partive politike, por edhe inercinë kulturore dhe strukturore që e mban politikën lokale si një hapësirë të dominuar nga burrat. Në pak raste kur gratë morën pjesë - si në Ferizaj, Kaçanik, Deçan, Drenas apo Vushtrri - ato u trajtuan me hapësirë të barabartë dhe gjuha ndaj tyre mbeti korrekte. Megjithatë, prania e tyre nuk solli domosdoshmërisht thellim të agjendës gjinore, sepse edhe vetë kandidatet shpesh fokusoheshin në temat e përgjithshme programore, pa hapur dimensionin e politikave për barazi.

Sa i përket premtimeve dhe politikave, çështjet gjinore mbetën sipërfaqësore dhe sporadike. Në Podujevë u përmend mbështetja e grave ndërmarrëse, në Vushtrri punësimi i grave, në Suharekë krijimi i një fondi për gratë në bujqësi, ndërsa në Kaçanik kandidatja përmendi mungesën e çerdheve si një problem i theksuar nga gratë. Këto përmendje ishin të izoluara dhe kryesisht të pa shoqëruara me masa konkrete, buxhete, afate kohore apo indikatorë matës. Në shumicën e paneleve, as kandidatët burra dhe as kandidatët gra nuk e shpalosën barazinë gjinore si shtyllë programore, duke e reduktuar këtë çështje në një trajtim sporadik, jo strategjik.

Nga ana tjetër, diskutimet mbi keqmenaxhimin, transparencën dhe skandalet e pretenduara u fokusuan ekskluzivisht te kryetarët aktualë - të gjithë burra - ndërsa gratë nuk u përmendën asnjëherë në lidhje me përgjegjësi politike, skandale apo vendimmarrje të nivelit të lartë. Kjo krijoi një kornizë ku gratë mbeten të padukshme jo vetëm në garë, por edhe në narrativën e performancës politike lokale. Po ashtu, nuk u evidentuan raste të gjuhës seksiste, objektifikimit apo diskriminimit të drejtpërdrejtë; megjithatë, mungesa e tyre nga qendra e debatit është vetë një formë e padukshmërisë strukturore që rrjedh nga mungesa e pjesëmarrjes dhe jo nga trajtimi i tyre mediatik.

Në tërësi, debatet treguan se politika lokale ende nuk e ka përfshirë në mënyrë të qëndrueshme perspektivën gjinore në diskursin publik. Diskutimet mbetën të fokusuara te infrastruktura, uji i pijshëm, buxheti dhe menaxhimi i përditshëm komunal, ndërsa temat e lidhura me barazinë, sigurinë, pjesëmarrjen dhe fuqizimin ekonomik të grave nuk u integruan si pjesë normale e platformave politike. Megjithatë, fakti që në disa raste çështjet e grave u përmendën - qoftë edhe në mënyrë të kufizuar - sinjalizon një ndërgjegjësim të ngadaltë, që megjithatë kërkon shumë më tepër thellim dhe seriozitet për t'u shndërruar në pjesë përbërëse të agjendave politike lokale.

Gjatë fushatës zgjedhore 13 shtator - 11 tetor në RTV 21 janë transmetuar 26 debate që kanë trajtuar zgjedhjet lokale. Prej tyre kanë dominuar debatet me shumë subjekte/kandidatë ,e 22 debate, debate vetëm me analistë kanë qenë dy dhe një emision ka qenë për prezantimin e një subjekti/kandidati.

Në debatet e RTV 21 kanë marrë pjesë gjithsej 97 kandidatë, ku kandidatët e PDK-së kanë marrë pjesë në 18 debate, LDK-së dhe LVV-së në 17 debate, AAK-së në 15 debate NISMA-s në 4 debate, PSD-së dhe SNP-së në nga 2 debate. Në debatet e RTV 21 kanë marrë pjesë edhe 7 kandidat të pavarur dhe 17 kandidatë nga subjektet tjera.

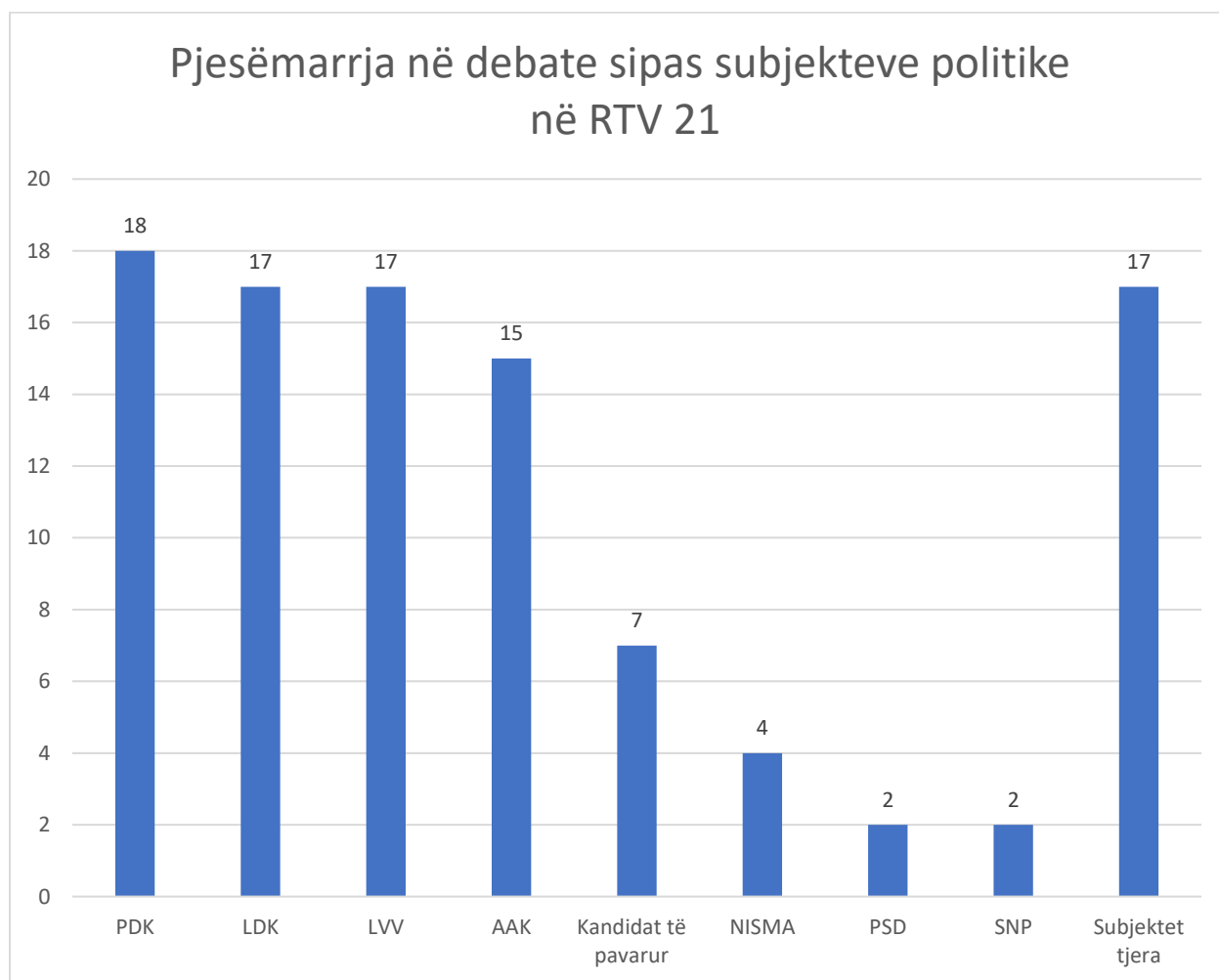


Fig. 53 Pjesëmarrja në debate sipas subjekteve politike në RTV 21

Në vijim, një tjetër aspekt i rëndësishëm ka të bëjë me përfaqësimin gjinor të kandidatëve në këto debate. Nga gjithsej 97 kandidatë pjesëmarrës, vetëm 9% kanë qenë candidate gra, çka tregon për një pabarazi të dukshme gjinore në hapësirat televizive gjatë fushatës.



Fig. 54 Pjesëmarrja në debatet televizive të RTV 21 sipas gjinisë

Pjesë e debateve televizive në RTV 21 kanë qenë 11 analistë, ku prej tyre vetëm dy ka qenë gra. Së bashku kanë pasur 13 paraqitje, ku analistet gra kanë pasur tri paraqitje, ndërsa analistët burra dhjetë paraqitje.

Tëvë1

Gjatë 29 ditëve të fushatës elektorale, Tëvë1 ka transmetuar rreth një orë kronika zgjedhore, të dedikuara aktiviteteve të subjekteve politike, si dhe afërsisht 20 orë debate televizive.

Gjatë çdo dite të fushatës është transmetuar një edicion i kronikave zgjedhore gjatë edicionit qendror të lajmeve.

Formati i debatit u mbështet kryesisht në intervista individuale me kandidatë për kryetarë komunash, të shoqëruara nga panele analistësh që komentnin premtimet, strategjitë dhe performancën e tyre politike.

Kronikat zgjedhore

Hapësira për subjekte politike në kronika zgjedhore, në Tëvë1, ishte përafërsisht e njëjtë për të gjitha subjektet e mëdha.

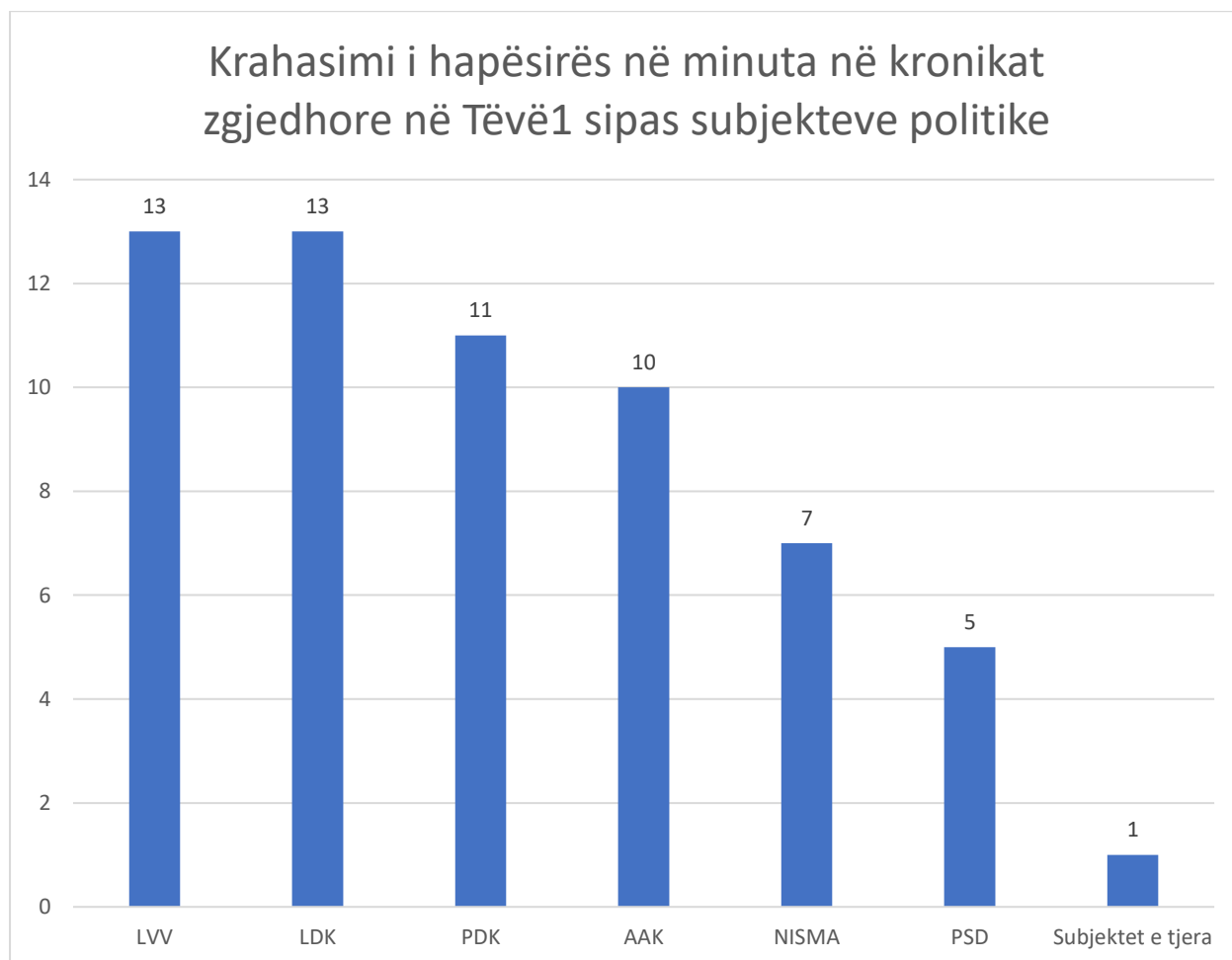


Fig. 55 Krahasimi i hapësirës në minuta në kronikat zgjedhore në Tëvë1 sipas subjekteve politike

Sa i përket hapësirës për kandidatët për kryetarë komunash në Tëvë1, ajo ka qenë shumë e kufizuar, pasi kronikat zgjedhore kanë qenë kryesisht të shkurta dhe me fokus në përmbledhje të përgjithshme të aktiviteteve të fushatës.

Brenda kësaj kohe të kufizuar, kandidatët nga PSD kanë marrë 57 sekonda, kandidatët e AAK-së 18 sekonda, LVV-së 15 sekonda. LDK-së 12 sekonda dhe NISMA-s 3 sekonda. Kandidatët e PDK-së nuk kanë pasur asnjë sekondë transmetim.

Të dhënat e Tëvë1 tregojnë një shpërndarje të ngushtë të mbulueshmërisë nëpër komuna, me diferenca të vogla mes tyre dhe me fokus dukshëm të lartë te Prishtina. Prishtina dominoi mbulimin me gjithsej 14 minuta, duke e tejkaluar dukshëm çdo komunë tjetër.

Pas Prishtinës, niveli i mbulueshmërisë bie dukshëm. Peja është komuna e dytë me mbulim më të lartë (4 minuta), ndërsa grupi i komunave me nga 3 minuta përfshin: Vushtrrinë, Mitrovicën e Jugut, Klinën, Malishevën, Vitinë, Suharekën dhe Podujevën.

Një pjesë tjetër e komunave - si Prizreni, Kamenica, Hani i Elezit, Gjakova, Rahoveci, Fushë Kosova dhe Deçani - kanë pasur nga 2 minuta mbulim, ndërsa disa komuna të tjera, përfshirë Istogun, Gjiilanin, Ferizajn, Glllogocin, Shtimen, Lipjanin dhe Skenderajn, kanë marrë vetëm nga 1 minutë.

Një numër i madh komunash nuk kanë pasur fare mbulueshmëri në Tëvë1 (Parteshi, Ranillugu, Graçanica, Mamusha, Juniku, Zveçani, Zubin Potoku, Shtërpca, Leposaviqi, Kaçaniku, Novobërda, Dragashi, Obiliqi).

Në përgjithësi, mbulueshmëria e Tëvë1 ka qenë e përqendruar te komunat më të mëdha dhe me peshë politike, ndërsa komunat e vogla dhe ato me aktivitet më të ulët zgjedhor kanë marrë shumë pak ose aspak hapësirë.

Në nivel kandidatësh, koha e transmetuar ka qenë shumë e shkurtër. Kandidatja Besa Shahini e PSD-së, për Prishtinën, ka pasur mbulueshmërinë më të lartë me gjithsej 57 sekonda. Pas saj renditen Bekë Berisha i AAK-së, kandidat po ashtu për Prishtinën, me 18 sekonda, si dhe Ramiz Rrustaj i LVV-së, kandidat për Klinën, me 18 sekonda.

Në vijim, Përparim Rama i LDK-së, kandidat për Prishtinën, është përfshirë me 12 sekonda, ndërsa Ekrem Kastrati i NISAM-s, kandidat për Malishevën, ka pasur vetëm 3 sekonda.

Nga gjithsej 105 sekonda mbulim për kandidatët për kryetarë komunash në Tëvë1, 57 sekonda (rreth 54%) iu kushtuan kandidateve gra - të gjitha për Besa Shahinin - ndërsa 48 sekonda (rreth 46%) kandidatëve burra.

Kjo e bën Tëvë1 një nga rastet e rralla ku koha e transmetuar anon lehtësisht në favor të një kandidateje grua, megjithëse kjo vjen pothuajse tërësisht nga prezenca e një emri të vetëm, dhe jo nga një përfaqësim më i gjerë gjinor.



Fig. 56 Hapësira televizive e kandidatëve për kryetarë komunash gjatë kronikave zgjedhore në Tëvë1 - sipas gjinisë

Në kronikat zgjedhore të transmetuara në Tëvë1, kandidatët për kuvende komunale janë paraqitur me vetëm 65 sekonda, e gjithë mbulueshmëria ka qenë për kandidatët burra.

Në kronikat zgjedhore të Tëvë1, prania e liderëve të partive politike ka qenë më e theksuar krahasuar me disa televizione të tjera. Në 73% të kronikave është përfshirë së paku një deklaratë, paraqitje ose referencë ndaj liderëve partiakë, ndërsa vetëm në 27% të kronikave nuk ka pasur fare prezencë të tyre.

Kjo tregon se mbulimi i Tëvë1 ka qenë dukshëm më i orientuar drejt figurave qendrore të partive, duke i vendosur liderët si aktorë kryesorë në narrativen e fushatës edhe kur temat trajtonin çështje lokale.

Formati i emisionit është ndërtuar kryesisht mbi intervista individuale me kandidatët për kryetarë komunash, të shoqëruara me analiza nga panele të përbëra vetëm prej burrash. Përballjet mes më shumë se një kandidati kanë qenë të rralla, gjë që e ka kthyer emisionin më shumë në një platformë prezantuese dhe komentimi sesa në një hapësirë të vërtetë debati. Kjo strukturë ka ndikuar në formësimin e diskursit publik gjatë fushatës, duke privilegjuar interpretimin analitik të panelistëve dhe jo ballafaqimin programor midis kandidatëve.

Gjuha politike e përdorur ka qenë shpesh konfrontuese dhe polarizuese, e mbështetur në theksimin e dështimeve të kundërshtarëve përmes akuzave për keqmenaxhim, korrupsion dhe mungesë rezultatesh. Edhe pse gjuha e hapur e urrejtjes nuk ka qenë e pranishme, janë vërejtur tone nënçmuese dhe qasje denigruese që e ulin cilësinë e debatit publik. Rastet e gjuhës seksiste janë të kufizuara, por disa momente reflektojnë qasje patronizuese ndaj grave, duke treguar se stereotipet gjinore vazhdojnë të jenë të pranishme në mënyrë të tërthortë.

Çështjet gjinore janë trajtuar në mënyrë sipërfaqësore. Premtimet për gratë janë paraqitur zakonisht si angazhime të përgjithshme për përmirësim të kushteve në tregun e punës, arsim dhe përfaqësim, por pa masa konkrete, të matshme ose të shoqëruara me afate e buxhete të qarta. Diskursi për barazinë gjinore ka qenë kryesisht deklarativ dhe jo i integruar në vizionet programore të kandidatëve. Vetëm raste të veçanta kanë ofruar një trajtim më të thelluar të politikave gjinore, por ato kanë mbetur jashtë rrymës dominante të debatit.

Në aspektin e hapësirës dhe trajtimit, pabarazia gjinore është e dukshme. Burrat kanë dominuar pothuajse të gjithë kohën e fjalës dhe temat kryesore - ekonominë, sigurinë, infrastrukturën - ndërsa gratë, kur kanë qenë të pranishme, janë orientuar drejt temave sociale ose janë vendosur në pozita mbështetëse. Ndërprerjet më të shpeshta dhe mosbalancimi i qasjes ndaj tyre pasqyrojnë një kulturë politike ende të rrënjosur në modele patriarkale. Kjo pabarazi në hapësirë dhe rol manifestohet si në diskursin e kandidatëve, ashtu edhe në mënyrën si e moderojnë analizat panelistët.

Në raportimin e kontributeve dhe skandaleve vërehet se shumica e kritikave dhe akuzave për keqmenaxhim, korrupsion apo nepotizëm kanë qenë të drejtuara ndaj kandidatëve burra, çka reflekton faktin se ata mbajnë pjesën më të madhe të pozicioneve qeverisëse ose drejtuesve aktualë. Gratë, duke qenë shumë më pak të përfshira në debate dhe në funksione ekzekutive, janë përmendur më rrallë në këtë kontekst. Kjo ndodh jo si rezultat i një trajtimi të diferencuar nga media, por si pasojë e mungesës së tyre strukturore në pozita ku zakonisht adresohen akuzat politike.

Në përfundim, edhe pse vërehen hapa të vegjël drejt rritjes së përfshirjes së grave në diskursin publik, barazia gjinore mbetet e kufizuar. Premtimet për gratë janë më shumë deklarative sesa substanciale, ndërsa mungesa e adresimit të pengesave strukturore e vështirëson avancimin e tyre real. Debati politik vazhdon të dominohet nga burrat - si në hapësirë, ashtu edhe në temat e trajtuara - duke treguar se transformimi drejt një diskursi vërtet gjithëpërfshirës është ende në fazat e tij të para.

Struktura dhe përfshirja në debatet televizive

Gjatë fushatës zgjedhore 13 shtator - 11 tetor në Tëvë1 janë transmetuar 19 debate që kanë trajtuar zgjedhjet lokale. Prej tyre kanë dominuar emisionet për prezantimin e një subjekti/kandidati me 9 emisione, ndjekur nga debatet vetëm me analistë me 6 debate, debatet me shumë subjekte/kandidatë me 3 debate dhe 1 emision i formatit tjetër.

Në debatet e Tëvë1 kanë marrë pjesë gjithsej 18 kandidatë, ku kandidatët e LVV-së kanë marrë pjesë në 10 debate, PDK-së në 4 debate, Guxo, Për Drenasin Kampion (Ramiz Lladrovci), LDK dhe NISMA në nga një debat.

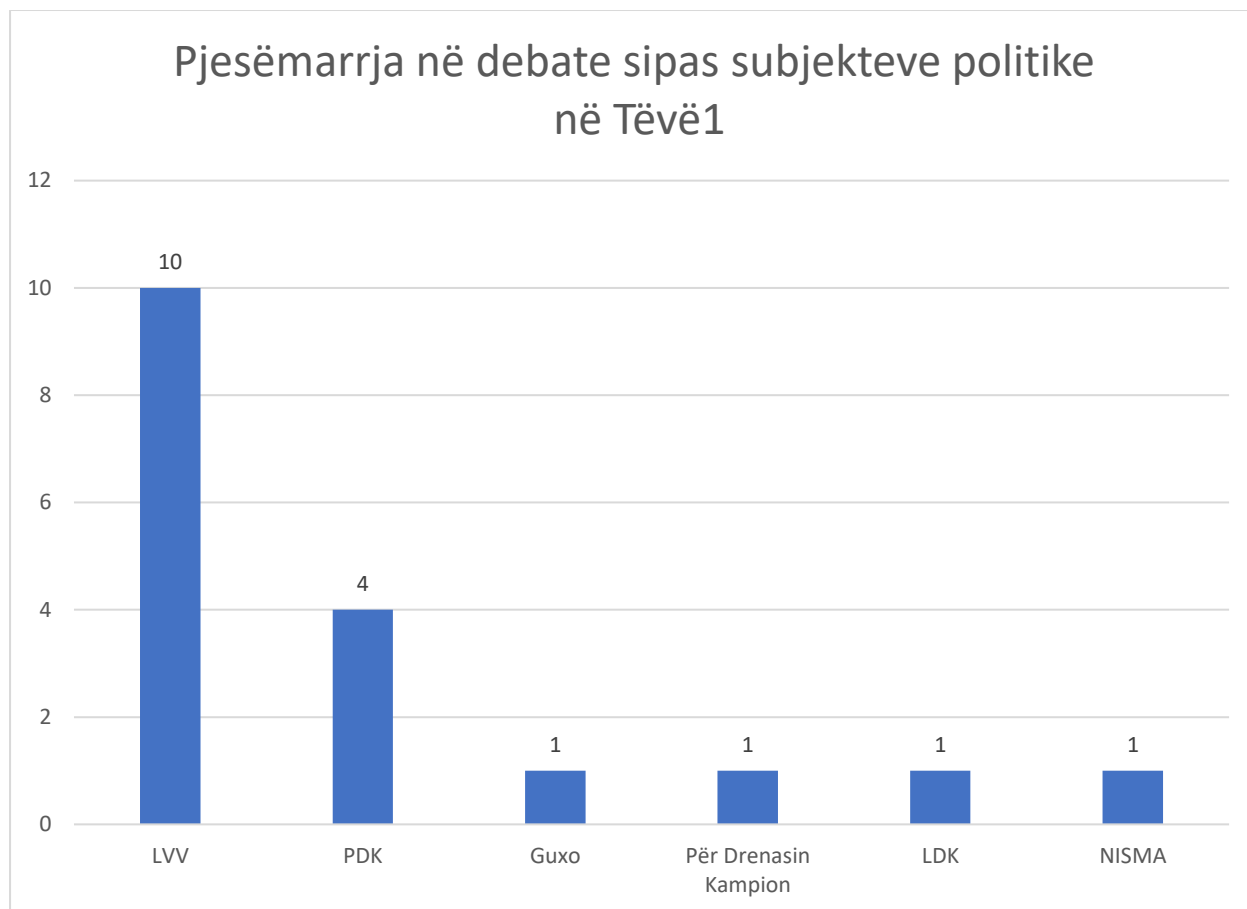


Fig. 57 Pjesëmarrja në debate sipas subjekteve politike në Tëvë1

Në vijim, një tjetër aspekt i rëndësishëm ka të bëjë me përfaqësimin gjinor të kandidatëve në këto debate. Nga 19 kandidatë pjesëmarrës, vetëm një ka qenë grua, çka tregon për një pabarazi të dukshme gjinore në hapësirat televizive gjatë fushatës.

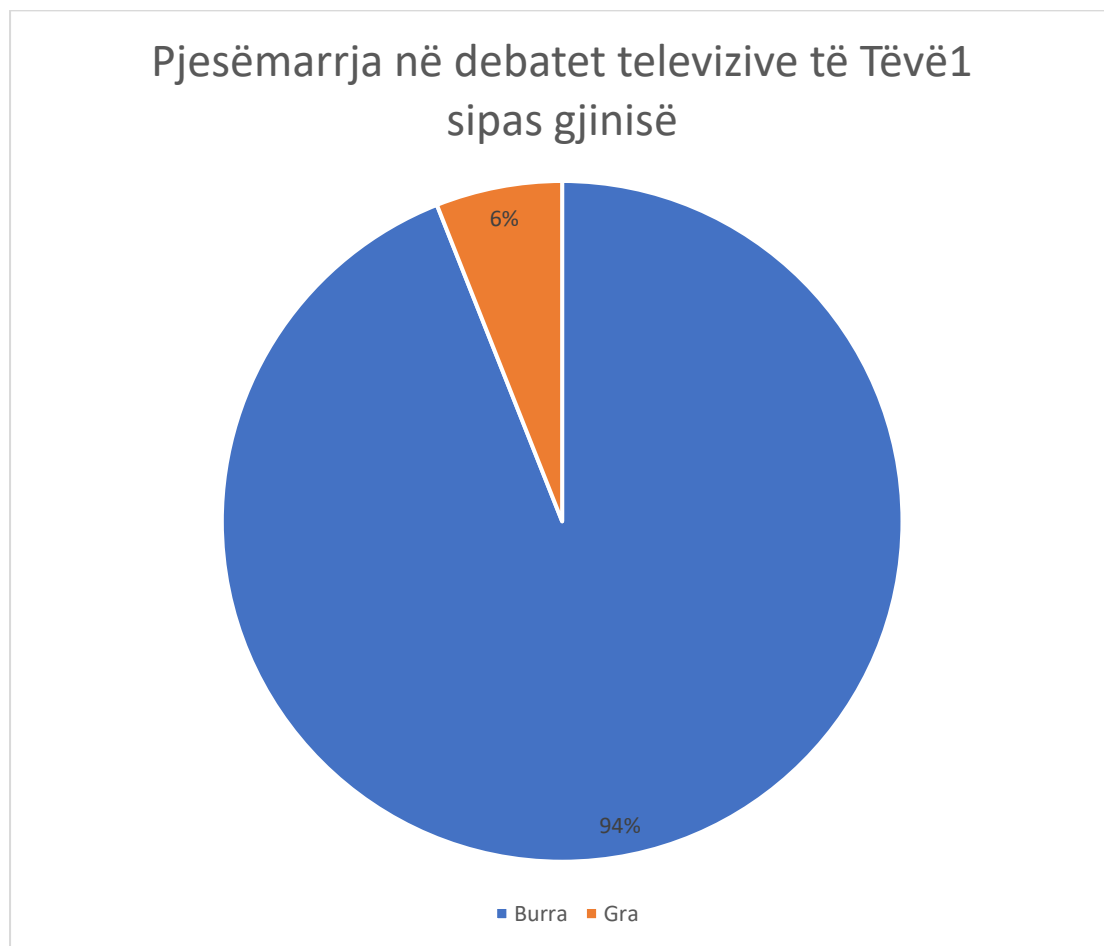


Fig. 58 Pjesëmarrja në debatet televizive të Tëvë1 sipas gjinisë

Pjesë e debateve televizive në Tëvë1 kanë qenë 11 analistë, ku prej tyre vetëm një ka qenë grua. Së bashku kanë pasur 36 paraqitje, ku analistja e vetme grua ka pasur 8 paraqitje, ndërsa analistët burra 28 paraqitje.

ATV

Gjatë 29 ditëve të fushatës elektorale, Radio Televizioni i Kosovës ka transmetuar rreth 4 orë kronika zgjedhore, të dedikuara aktiviteteve të subjekteve politike, si dhe afërsisht 34 orë debate televizive.

Gjatë çdo dite të fushatës është transmetuar një edicion i kronikës zgjedhore - një gjatë edicionit qendror të lajmeve.

Debatet zgjedhore në ATV janë zhvilluar kryesisht në formate me pjesëmarrje të shumë kandidatëve, të strukturuar si përballje të drejtpërdrejta me kohë të barabartë për secilin pjesëmarrës. Për shkak se një pjesë e kandidatëve nuk kanë pranuar të marrin pjesë në përballje me kundërkandidatët, një numër i konsiderueshëm emisionesh janë realizuar me nga një kandidat. Përveç këtyre formateve, janë transmetuar edhe disa debate analitike, ku gazetarët dhe analistët kanë komentuar ecurinë e fushatës nëpër komuna, pa përfshirë përballje me kandidatët.

Kronika zgjedhore

Hapësira për subjekte politike në kronika zgjedhore, në ATV, ishte përafërsisht e njëjtë për të gjitha subjektet e mëdha.

LDK, PDK dhe AAK kanë pasur mbulim me nga 43 minuta secila, ndjekur nga LVV me 42 minuta, NISMA me 36 minuta dhe PSD me 30 minuta. Subjektet tjera garuese kanë pasur mbulim prej 24 minuta.

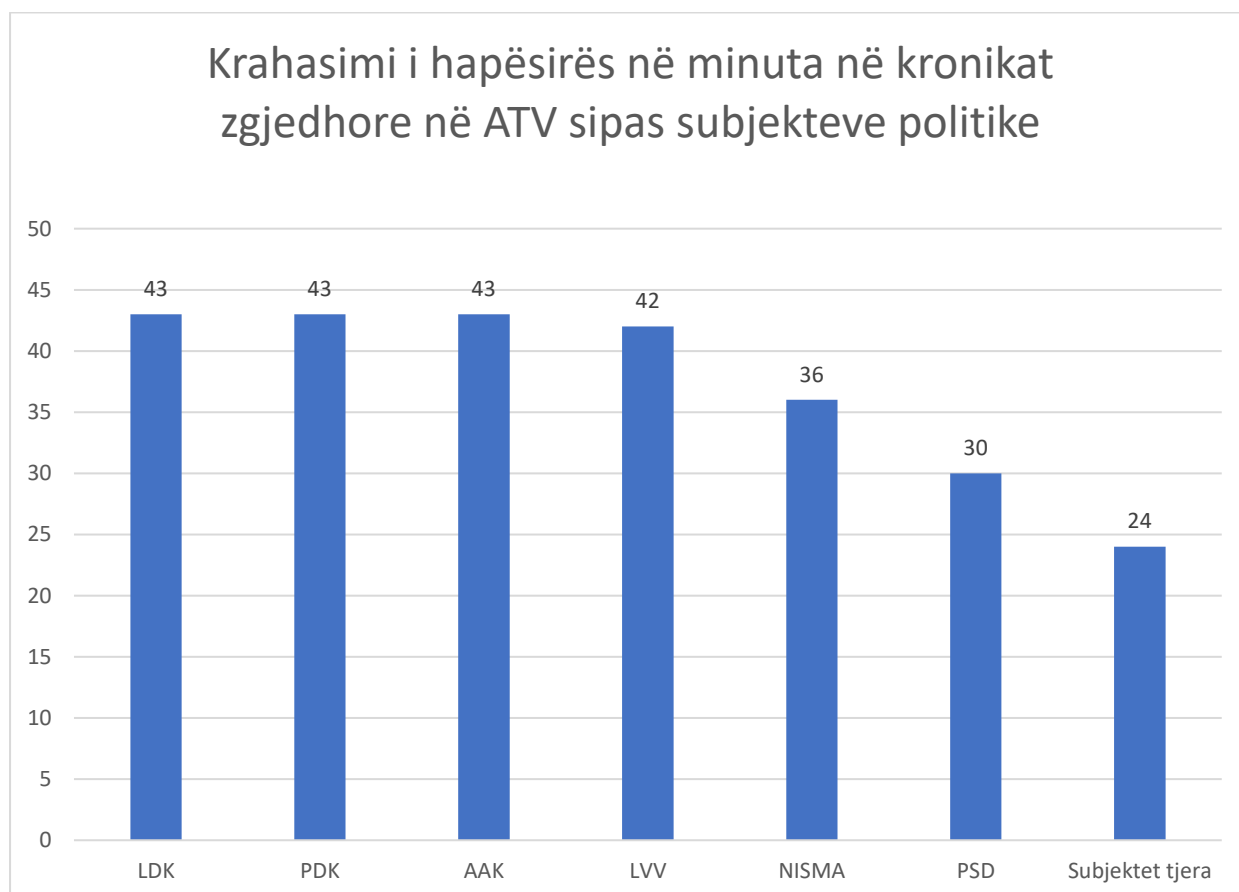


Fig. 59 Krahasimi i hapësirës në minuta në kronikat zgjedhore në ATV sipas subjekteve politike

Sa i përket kandidatëve për kryetarë komunash, kandidatët nga PSD kanë pasur mbulueshmërinë më të madhe me 9 minuta, pasuar nga ata të NISMA-s me 7 minuta, AAK-së me 4 minuta, LDK-së dhe PDK-së me nga 3 minuta, LVV-së me 2 minuta. Kandidatët nga subjektet tjera kanë pasur gjithsej 3 minuta.

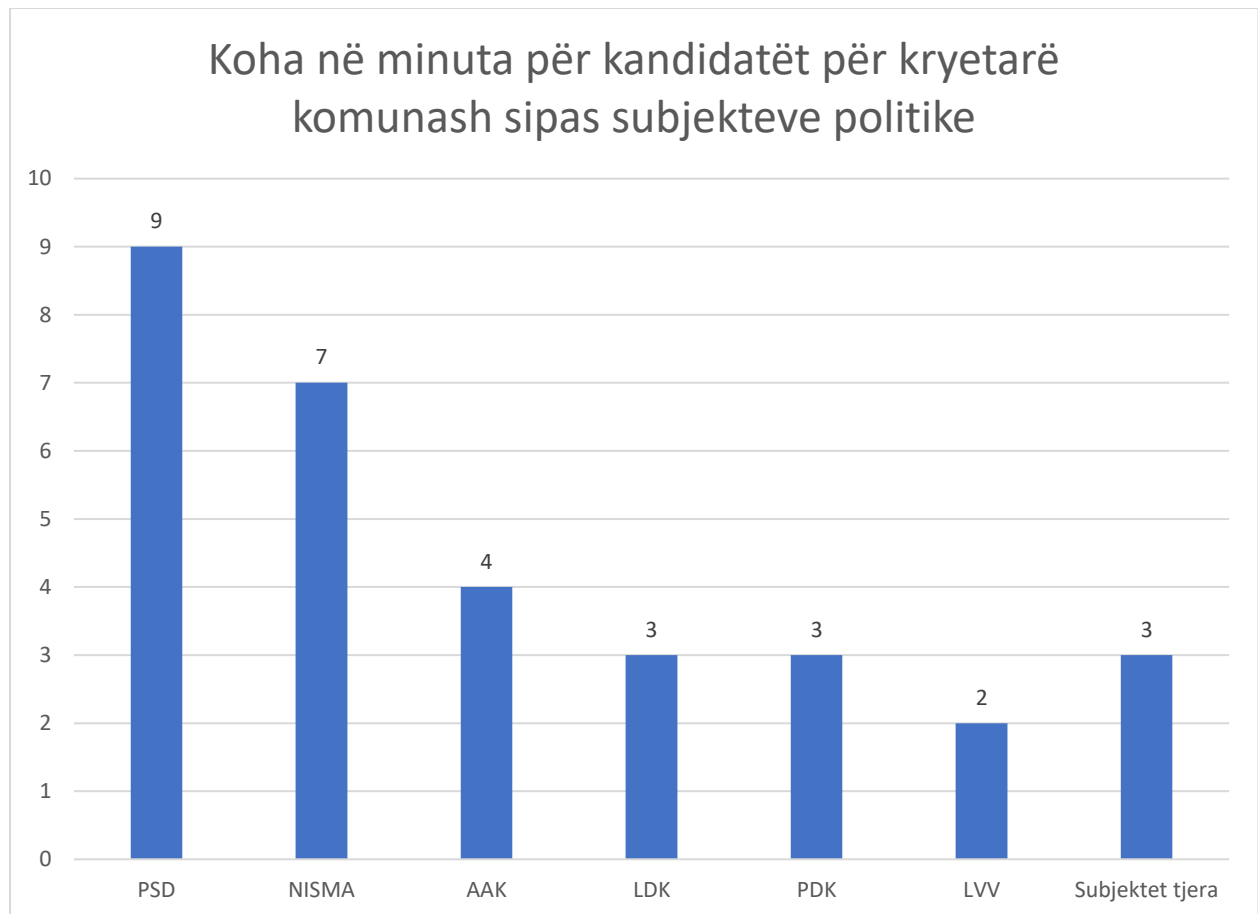


Fig. 60 Koha në minuta për kandidatët për kryetarë komunash sipas subjekteve politike në ATV

Në ATV vërehet një shpërndarje e pabarabartë e mbulueshmërisë së komunave, me një fokus të theksuar në disa qendra kryesore. Komuna e Prishtinës dominoi dukshëm hapësirën televizive, duke u mbuluar për rreth 119 minuta, që përbën diferencën më të madhe krahasuar me të gjitha komunat e tjera. Pas saj renditet Prizreni me 27 minuta dhe Vushtrria me 18 minuta mbulim. Një nivel mesatar mbulimi vërehet në Mitrovicën e Jugut (9 minuta), si dhe në komunat Malishevë, Gjakovë, Gjiilan dhe Deçan, secila me nga 6-7 minuta.

Komunat e mesme, si Lipjani, Suhareka, Rahoveci, Ferizaj, Peja, Vitia, Kamenica, Podujeva dhe Glllogoci, janë mbuluar në intervalin 3-5 minuta. Ndërkohë, një numër i madh komunash kanë marrë mbulim minimal prej 1-2 minutash, përfshirë Fushë Kosovën, Zveçanin, Dragashin, Skenderajn, Mamushën, Mitrovicën e Veriut, Istogun, Obiliqin dhe Shtimen.

Një grup i tërë komunash - Klllokoti, Parteshi, Ranillugu, Graçanica, Hani i Elezit, Zubin Potoku, Shtërpca, Leposaviqi, Klina, Kaçaniku, Novobërda dhe Juniku, nuk janë mbuluar fare.

Në nivel kandidatësh, mbulueshmëria në kronikat zgjedhore të ATV-së ka qenë e përqendruar kryesisht në garën për Prishtinën, ku dominon Besa Shahini e PSD-së me gjithsej 6 minuta kohë transmetimi. Pas saj vijnë dy konkurrense tjera: Xhevahire Izmaqi e NISMA-s nga Vushtrria dhe Natyra Kuçi e PSD-së nga Deçani, secila me nga 3 minuta. Ndërkohë, kandidatët e partive të mëdha në Prishtinë janë mbuluar në mënyrë më të barabartë, me Uran Ismailin e PDK-së dhe Përparim Ramën e LDK-së, të cilët kanë marrë secili nga 2 minuta.

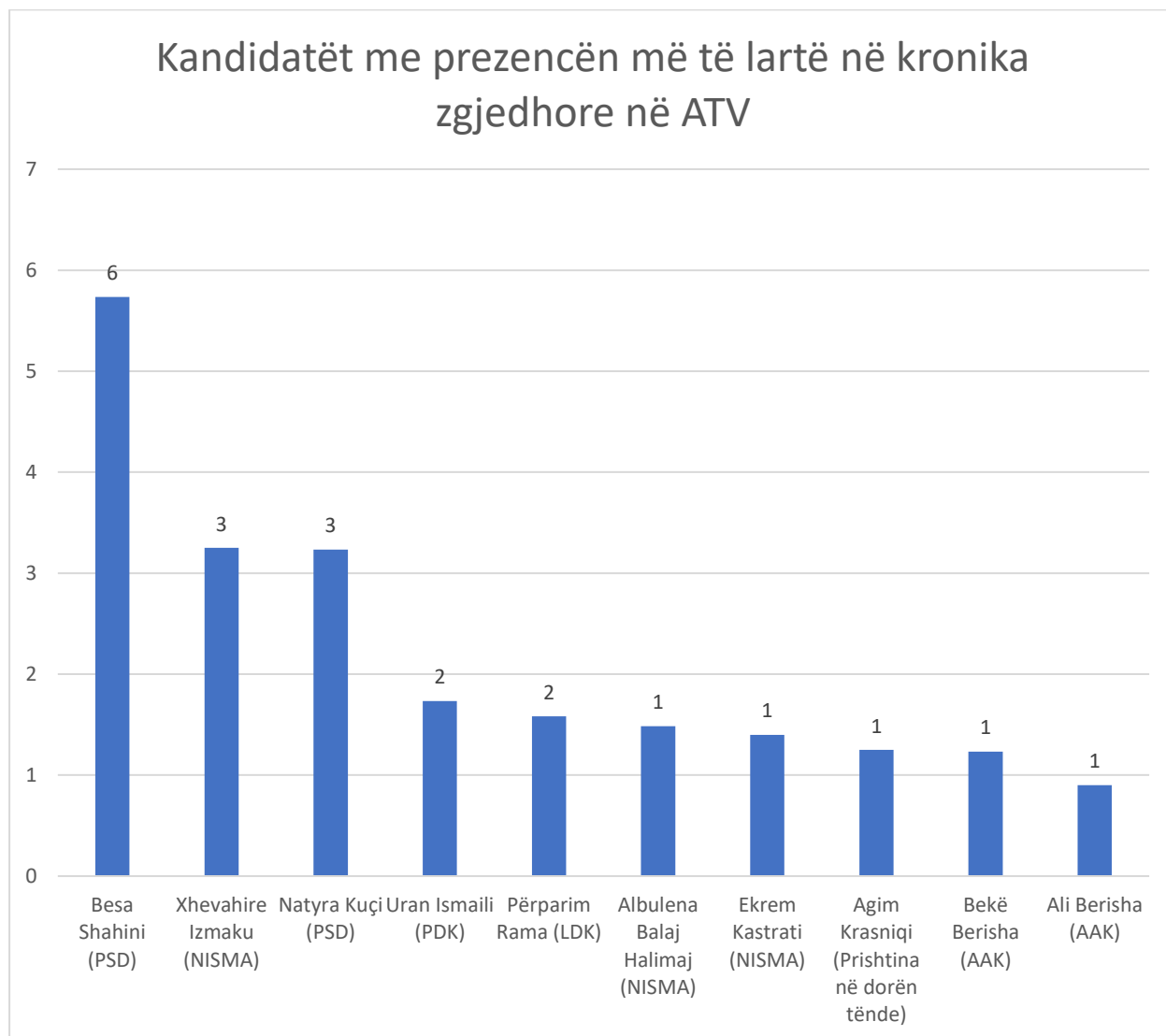


Fig. 61 Kandidatët me prezencën më të lartë në kronika zgjedhore në ATV

Pavarësisht që tri kandidatë gra kanë pasur mbulueshmërinë më të lartë individuale në ATV, përfaqësimi i përgjithshëm i tyre mbetet më i ulët krahasuar me kandidatët burra. Nga gjithsej 34 minuta të dedikuara për kandidatët për kryetarë komunash, vetëm 14 minuta (40%) u janë kushtuar kandidatëve gra, ndërsa 20 minuta (60%) kandidatëve burra.



Fig. 62 Hapësira televizive e kandidatëve për kryetarë komunash gjatë kronikave zgjedhore në ATV - sipas gjinisë

Kandidatët për kuvende komunale kanë pasur një mbulueshmëri shumë të kufizuar, me vetëm 65 sekonda gjithsej në kronikat zgjedhore, e gjitha për kandidatët burra, duke reflektuar një mungesë të dukshme të barazisë gjinore edhe në raportimin për garat për kuvende komunale.

Në kronikat zgjedhore të ATV, prania e liderëve të partive ka qenë pothuajse inekzistente. Vetëm në 6% të kronikave është shënuar ndonjë paraqitje, deklaratë apo referencë ndaj një lideri partiak, ndërsa në 94% të kronikave nuk ka pasur fare prezencë të tyre.

Gjatë fushatës për zgjedhjet lokale, televizioni ATV ka ndërtuar mbulimin e tij mbi formatin e debateve të gjera me shumë kandidatë, të shoqëruara me panele analistësh që komentojnë premtimet, qasjet programore dhe performancën politike të secilit. Megjithatë, ritmi i shpejtë, numri i madh i të ftuarve dhe ndërhyrjet e shpeshta shpesh kanë prodhuar diskutime të fragmentuara dhe polarizuese.

Në aspektin e gjuhës së përdorur, monitorimi tregon se debatet e ATV-së karakterizohen nga tone të ashpra, akuza politike dhe diskurs i personalizuar, por pa raste të gjuhës së urrejtjes së drejtpërdrejtë. Shumë segmente përmbajnë gjuhë nënçmuese, insinuata ose komente ironike, të cilat, ndonëse nuk tejkalojnë kufirin e urrejtjes, ndikojnë negativisht në cilësinë e diskutimit publik. Tendencia më e shpeshtë ka qenë polarizimi politik, personalizimi i akuzave dhe retorika akuzuese, e cila dominon mbi debatin programor.

Në aspektin gjinor, përfshirja e grave në diskutimet e ATV-së mbetet e kufizuar. Edhe pse në disa komuna gratë janë paraqitur si kandidate me programe të qarta, prania e tyre është shumë më e ulët krahasuar me burrat. Diskursi mbi barazinë gjinore trajtohet kryesisht në mënyrë sipërfaqësore: përmenden premtime për përmirësimin e kushteve të grave, qasjen në tregun e punës, shërbimet sociale dhe arsimin, por rrallë paraqiten politika të detajuara, me kosto, afate apo mekanizma konkretë implementimi. Në disa raste të izoluara kandidatët kanë artikuluar qasje më programore për barazinë gjinore, por këto mbetur përjashtime, jo rregull.

Hapësira e fjalës është e dominuar nga burrat, të cilët udhëheqin diskutimet për ekonominë, sigurinë, investimet dhe sfidat e qeverisjes lokale. Gratë, kur janë të pranishme, shpesh fokusohen në tema sociale, duke reflektuar ndarjen tradicionale të roleve politike dhe mungesën e përfaqësimit të tyre në zonat e vendimmarrjes strategjike. Edhe në debate ku tema e barazisë gjinore përmendet, ajo trajtohet si çështje periferike dhe jo si pjesë organike e platformave politike.

Në trajtimin e kontributeve dhe skandaleve vërehet një dinamikë e strukturuar nga realiteti politik: shumica e akuzave për keqmenaxhim, nepotizëm, korrupsion dhe mungesë transparence i adresohen kandidatëve burra, që mbajnë rolet aktuale drejtuese në komuna. Për shkak të mungesës së grave në pozita ekzekutive, ato përmenden rrallë në këtë kontekst. Kjo nuk lidhet me trajtim të diferencuar mediatik, por me pabarazitë strukturore të përfaqësimit.

Në përfundim, analiza e fushatës në ATV tregon se, megjithëse debati është dinamik dhe ballafaques, ai vazhdon të dominohet nga burrat si në hapësirë ashtu edhe në temat thelbësore të politikës lokale. Barazia gjinore mbetet e kufizuar në diskurs deklarativ, ndërsa gjuha e përdorur ruan tone të ashpra dhe polarizuese, por pa kaluar në gjuhë të urrejtjes. Përfshirja e grave dhe adresimi i politikave gjinore kërkon zgjerim më substancial në formatet e ardhshme të debatit.

Struktura dhe përfshirja në debatet televizive

Gjatë fushatës zgjedhore 13 shtator - 11 tetor në ATV janë transmetuar 25 debate që kanë trajtuar zgjedhjet lokale. Prej tyre kanë dominuar debatet me shumë subjekte/kandidatë me 13 debate, emisionet për prezantimin e një kandidati me 7 emisione, debatet vetëm me analistë me 3 debate dhe 1 duel televiziv mes dy subjekteve/kandidatëve.

Në debatet e ATV-së kanë marrë pjesë gjithsej 70 kandidatë, ku kandidatët e LVV-së kanë marrë pjesë në 17 debate, LDK-së në 15 debate, AAK-së në 12 debate, PSD-së në 3 debate, NISMA-s në 2 debate. Kandidatët nga subjektet tjera kanë marrë pjesë në 7 debate.

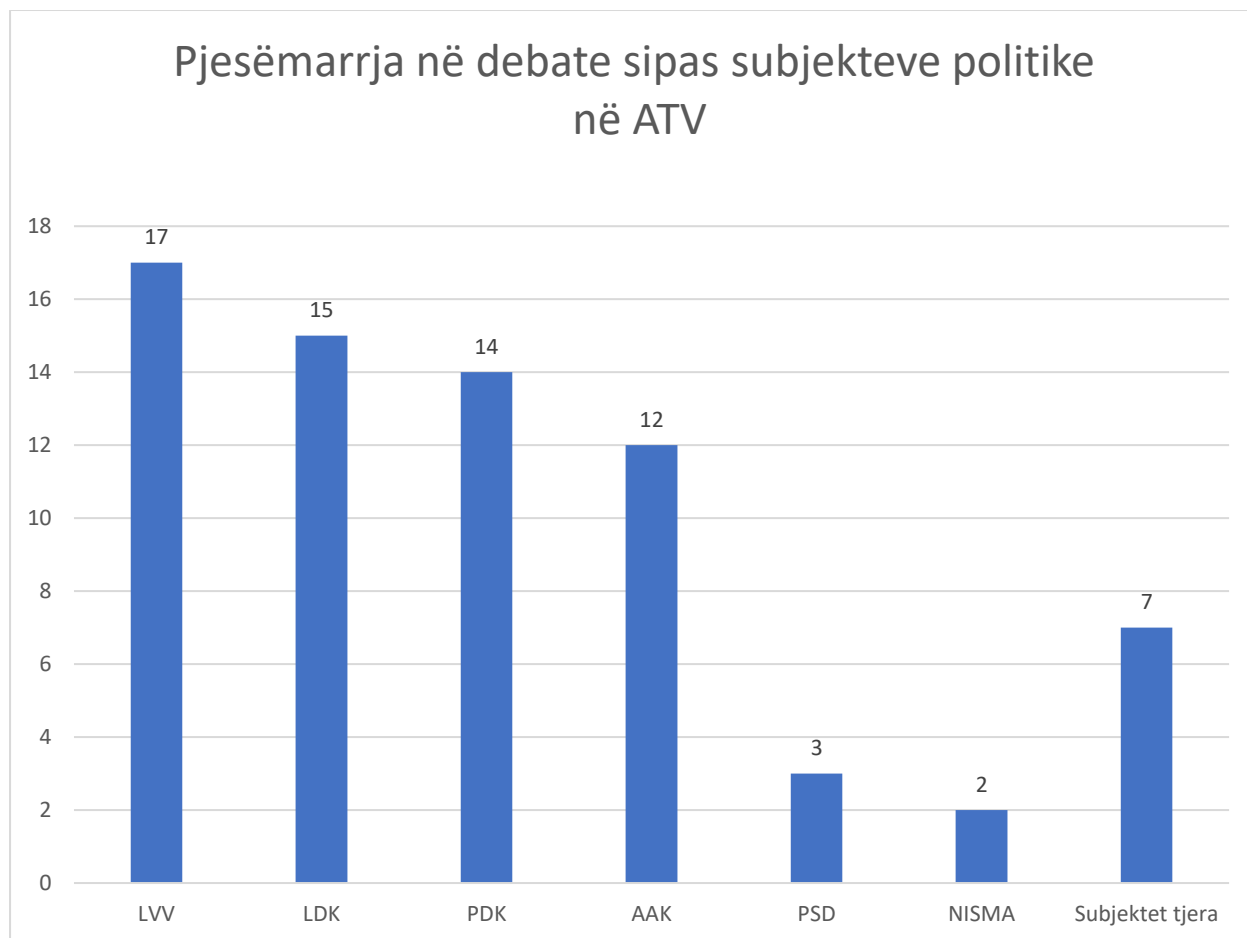


Fig. 63 Pjesëmarrja në debate sipas subjekteve politike në debatet e transmetuara në ATV

Në vijim, një tjetër aspekt i rëndësishëm ka të bëjë me përfaqësimin gjinor të kandidatëve në këto debate. Nga gjithsej 70 kandidatë pjesëmarrës, vetëm 9% kanë qenë kandidate gra, çka tregon për një pabarazi të dukshme gjinore në hapësirat televizive gjatë fushatës.

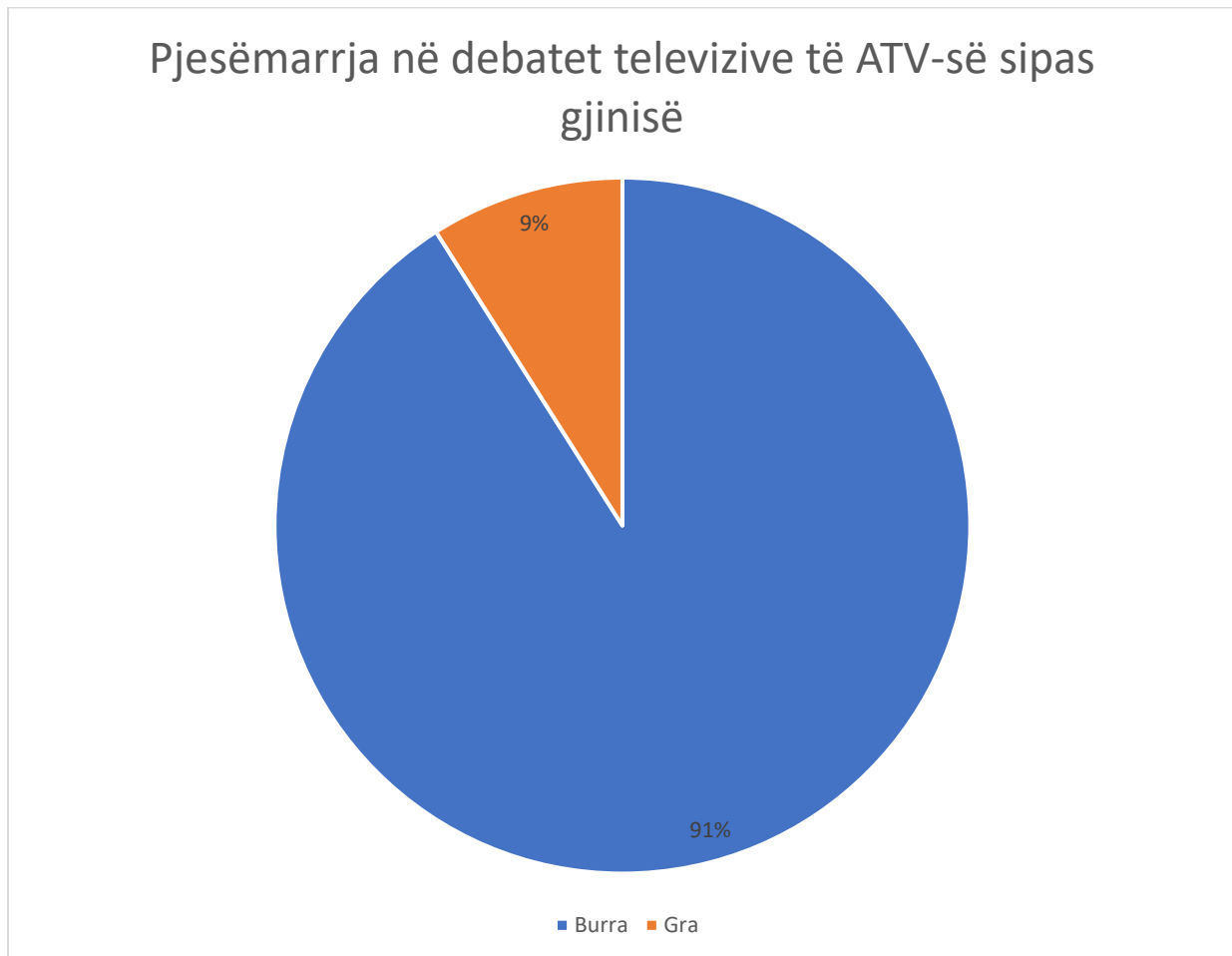


Fig. 64 Pjesëmarrja në debatet televizive të ATV-së sipas gjinisë

Pjesë e debateve televizive në ATV kanë qenë 7 analistë me 16 paraqitje. Të gjithë analistët kanë qenë burra.

Kanal 10

Kanal 10, gjatë fushatës elektorale, ka transmetuar kronika zgjedhore vetëm në ditën e parë të fushatës. Për pjesën tjetër të periudhës zgjedhore, televizioni ka vendosur të mos transmetojë kronika nga aktivitetet apo tubimet e subjekteve politike. Për shkak se bëhet fjalë për një mbulim të cunguar, kronikat e ditës së parë nuk janë përfshirë në këtë raport.

Ndërsa gjatë kësaj periudhe janë transmetuar mbi 59 orë debate televizive kushtuar fushatës zgjedhore.

Debatet televizive

Gjatë fushatës për zgjedhjet lokale 2025, televizioni Kanal 10 e bazoi të gjithë mbulimin zgjedhor ekskluzivisht në debate dhe emisione në studio, pa transmetuar asnjë kronikë zgjedhore nga terreni, pa pasqyrime të tubimeve, vizitave, takimeve me qytetarë apo aktiviteteve të fushatës në komuna. Çdo mbrëmje në orarin prime-time u transmetuan dy formate të njëpasnjëshme: “Politiko Lokale”, ku kandidatët prezantonin programet dhe ballafaqoheshin për çështjet komunale, dhe “Adresa”, një emision analitik ku panelistët, komentorin pikat kryesore të debatit paraprak.

Debatet e periudhës së monitorimit (13 shtator - 11 tetor 2025) karakterizoheshin nga gjuhë e moderuar, pa raste të gjuhës së urrejtjes dhe me tone të kontrolluara nga struktura e emisionit. Megjithatë, pabarazia gjinore ishte e dukshme: gratë ishin të pranishme shumë më rrallë se burrat, shpesh vetëm një kandidate përballë disa burrave, e nganjëherë asnjë. Moderatorët ndërhynin pak për të balancuar kohën e fjalës, duke bërë që temat kryesore - ekonomia, siguria, menaxhimi komunal dhe financat - të dominoheshin nga zërat mashkullorë. Kjo ndikoi drejtpërdrejt në mungesën e trajtimit të çështjeve që prekin gratë.

Raste të veçanta ku temat gjinore u prekën më qartë përfshijnë debatet me Egzona Tërnovcin (Glllogoc) dhe Besa Shahinin (Prishtinë), ku u hapën diskutime mbi shëndetin e grave, mungesën e çerdheve dhe mbështetjen për sipërmarrjen e grave. Megjithatë, këto mbetën episode të izoluar dhe jo shenjë e një qasjeje të integruar ndaj barazisë gjinore.

Në planin programor, premtimet për gratë u paraqitën në mënyrë të përgjithshme - “fuqizimi i grave”, “pjesëmarrja në vendimmarrje”, “mbështetje për gratë në punësim” - por rrallë u konkretizuan me masa të matshme, buxhete të dedikuara apo afate zbatimi. Programet e kandidatëve nuk adresuan në mënyrë të thelluar qasjen e grave në pronë, shërbimet e kujdesit, transportin e sigurt, pabarazitë në tregun e punës apo mekanizmat institucionalë që kushtëzojnë pjesëmarrjen e tyre politike. Barazia gjinore u paraqit më shumë si element deklarativ sesa si prioritet programor.

Në trajtimin e kontributeve, skandaleve dhe llogaridhënies publike, fokusi ishte pothuajse ekskluzivisht te kandidatët burra, si pasojë e faktit që pozitat aktuale ekzekutive dhe kritikën publike lidhen kryesisht me ta. Gratë përmendeshin rrallë, kryesisht në kontekst të iniciativave sociale ose përfshirjes në komunitet, duke reflektuar mungesën e tyre në strukturat ekzekutive lokale.

Në përfundim, ndonëse Kanal 10 ruajti një standard të moderuar të gjuhës dhe një format të strukturuar debati, mbulimi i fushatës nxori në pah padukshmërinë strukturore të grave në diskursin politik lokal. Barazia gjinore mbeti një temë anësore dhe sporadike, pa integrim në programet e kandidatëve dhe pa hapësirë të barabartë në studio. Mungesa e plotë e kronikave nga terreni, së bashku me dominimin e burrave në debate dhe analiza, kufizoi shumë larminë e perspektivave dhe e orientoi mbulimin drejt një diskursi të ngushtë dhe të centralizuar në studio.

Struktura dhe përfshirja në debatet televizive

Gjatë fushatës zgjedhore 13 shtator - 11 tetor në Kanal 19 janë transmetuar 49 debate që kanë trajtuar zgjedhjet lokale. Prej tyre kanë dominuar debatet me shumë subjekte/kandidatë me 17 debate, debatet vetëm me analistë me 15 debate, emisionet për prezantimin e një subjekti/kandidati me 14 emisione, duelet televizive mes dy subjekteve/kandidatëve me 1 emision, dhe 2 emisione të formateve tjera.

Në debatet e Kanal 10 kanë marrë pjesë gjithsej 89 kandidatë, ku kandidatët e LVV-së kanë marrë pjesë në 23 debate, PDK-së në 20 debate, LDK-së në 16 debate, AAK-së në 15 debate, PSD-së dhe NISMA-s në nga 3 debate. Pjesë e debatave kanë qenë edhe 4 kandidatë të pavarur, ndërsa nga subjektet tjera kanë qenë 5 pjesëmarrës.

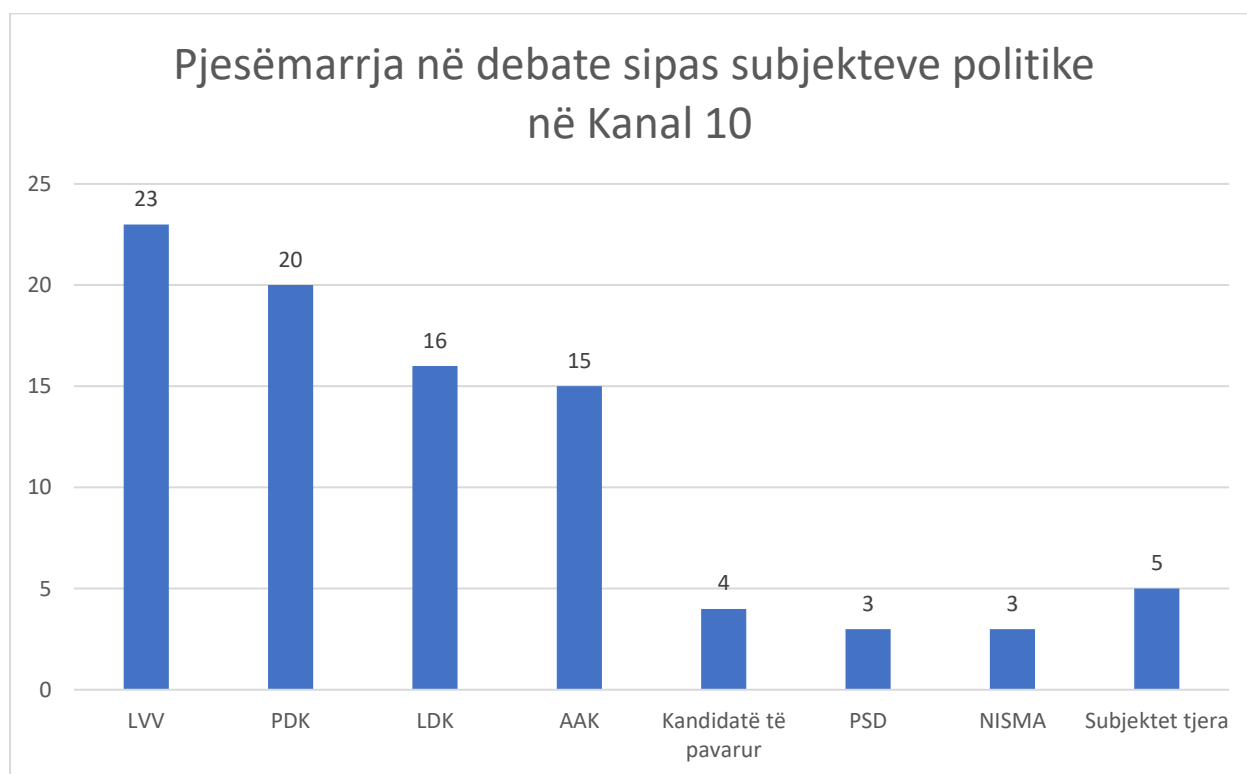


Fig. 65 Pjesëmarrja në debate sipas subjekteve politike në Kanal 10

Në vijim, një tjetër aspekt i rëndësishëm ka të bëjë me përfaqësimin gjinor të kandidatëve në këto debate. Nga gjithsej 89 kandidatë pjesëmarrës, vetëm 7% kanë qenë kandidate gra, çka tregon për një pabarazi të dukshme gjinore në hapësirat televizive gjatë fushatës.

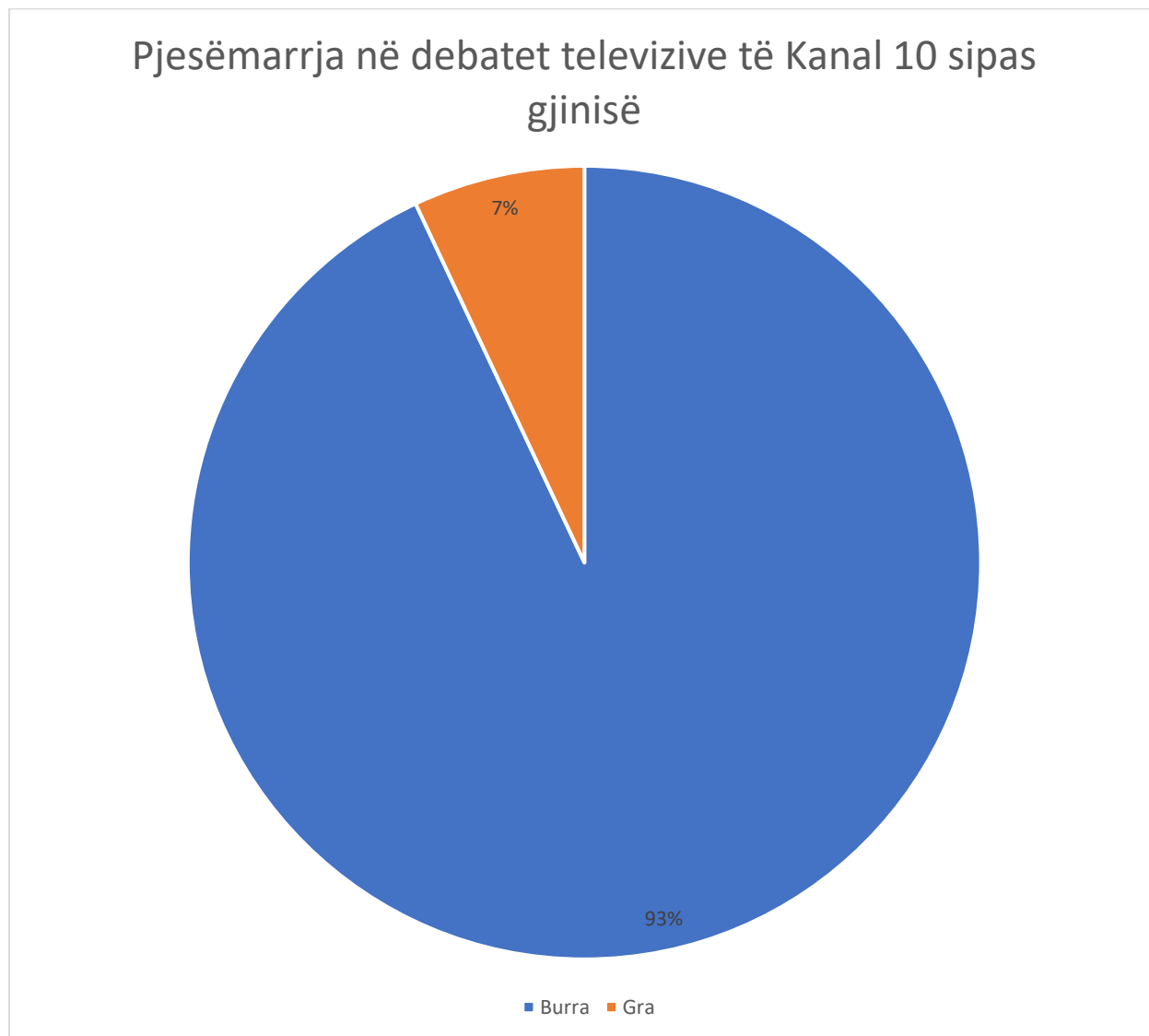


Fig. 66 Pjesëmarrja në debatet televizive të Kanal 10 sipas gjinisë

Pjesë e debateve televizive në Kanal 10 kanë qenë 16 analistë, ku prej tyre vetëm dy kanë qenë gra. Së bashku kanë pasur 101 paraqitje, ku analistet gra kanë pasur 13 paraqitje, ndërsa analistët burra 88 paraqitje.

Raundi i dytë

Radio Televizioni i Kosovës

Gjatë 6 ditëve të fushatës elektorale në fazën e balotazhit, Radio Televizioni i Kosovës ka transmetuar rreth 3 orë kronika zgjedhore, të dedikuara aktiviteteve të subjekteve politike, si dhe mbi 5 orë debate televizive.

Debatet e raundit të dytë në RTK janë konceptuar si përballje të drejtpërdrejta midis kandidatëve për kryetarë komunash, me fokus në programet e tyre zgjedhore, mirëpo në vetëm një rast kanë marrë pjesë dy kandidatët. Në kuadër të këtyre debateve nuk është paraparë përballje mes analistëve dhe kandidatëve, por vetëm komentim i zhvillimeve pas përfundimit të tyre.

Kronikat zgjedhore

Hapësira për subjekte politike në kronika zgjedhore, në Radio Televizionin e Kosovës, ishte përafërsisht e njëjtë për të gjitha subjektet.

LVV dhe LDK kanë pasur mbulim me nga 39 minuta, pasuar nga PDK me 38 minuta dhe AAK me 35 minuta.

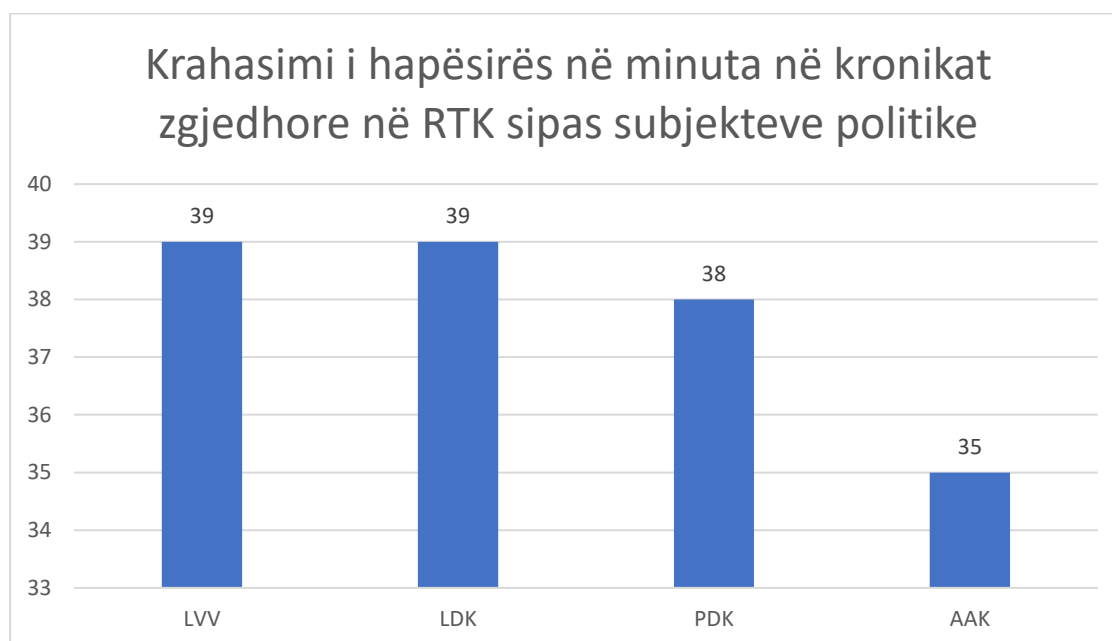


Fig. 66 Krahasimi i hapësirës në minuta në kronikat zgjedhore në RTK sipas subjekteve politike

Sa i përket kandidatëve për kryetarë komunash, kandidatët nga PDK kanë pasur mbulueshmërinë më të madhe me gjithsej 14 minuta, pasuar nga LDK me 12 minuta, AAK me 11 minuta dhe LVV me 10 minuta.

Gara për Prishtinën ka marrë kohën më të madhe me gjithsej 24 minuta. Pas saj vjen Mitrovica e Jugut me 20 minuta, ndërsa Rahoveci ka pasur 17 minuta mbulim. Gjakova dhe Prizreni, secila me nga 13 minuta. Më poshtë vijon Vitia me 11 minuta, Klina me 10 minuta, si dhe Peja me 9 minuta.

Garat për Vushtrrinë dhe Fushë Kosovën janë mbuluar me nga 7 minuta, ndërsa Juniku me 5 minuta dhe Dragashi e Gjiłani me nga 4 minuta. Në fund të listës renditen Suhareka dhe Kaçaniku, secila me nga 3 minuta mbulim gjatë periudhës së monitoruar.

Në nivel kandidatësh, Përparim Rama i LDK-së, kandidat për Prishtinën, ka pasur mbulueshmërinë më të lartë në kronikat zgjedhore me gjithsej 6 minuta. Pas tij renditet Smajl Latifi i AAK-së, kandidat

për Rahovecin, me 5 minuta, Shaqir Totaj i PDK-së, kandidat për Prizrenin, ka pasur 4 minuta mbulim, njësoj si Arian Tahiri i PDK-së, kandidat për Mitrovicën e Jugut, Ardian Gjini i AAK-së për Gjakovën dhe Sokol Haliti i LDK-së për Vitinë, kanë pasur nga 3 minuta secili.

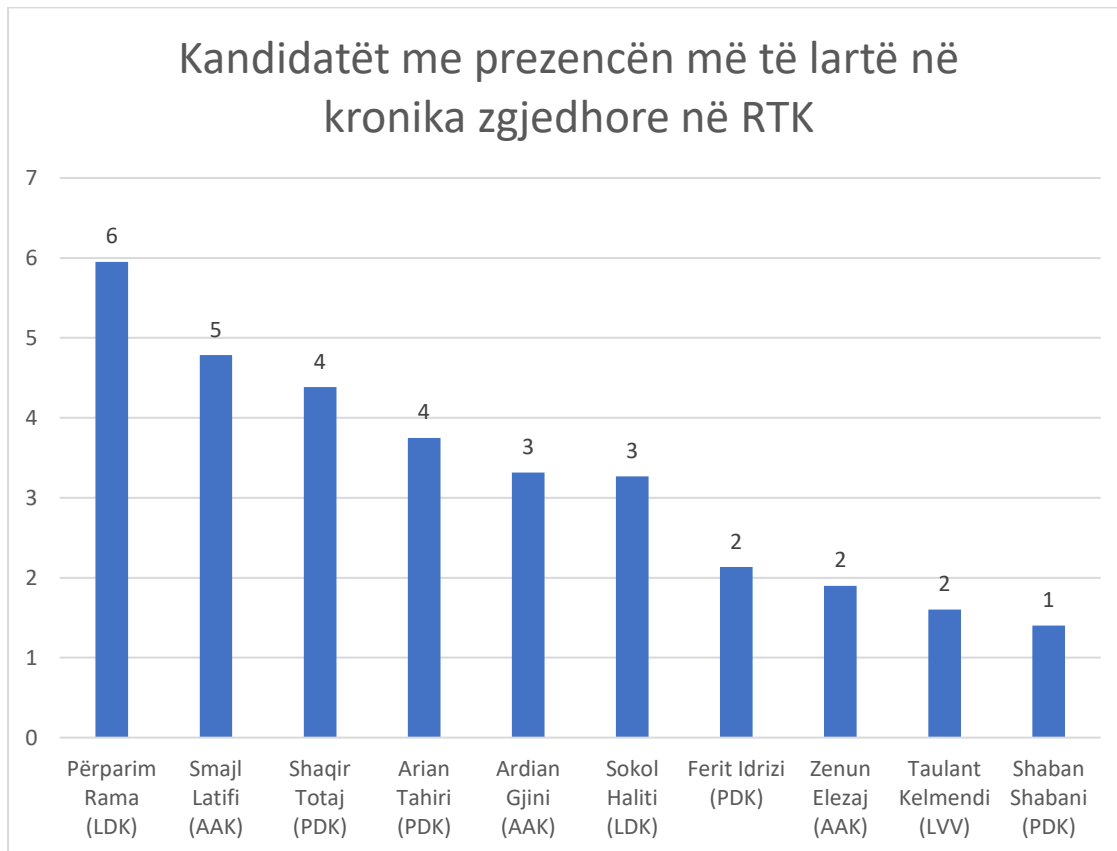


Fig. 67 Kandidatët me prezencën më të lartë në kronika zgjedhore në RTK

Debatet televizive

Debatet e raundit të dytë në RTK janë konceptuar si përballje të drejtpërdrejta midis kandidatëve për kryetarë komunash, me fokus në programet e tyre zgjedhore, mirëpo në vetëm një rast kanë marrë pjesë dy kandidatët . Në kuadër të këtyre debateve nuk është paraparë përballje mes analistëve dhe kandidatëve, por vetëm komentim i zhvillimeve pas përfundimit të tyre.

Gjatë kësaj periudhe janë transmetuar 8 debate që kanë trajtuar zgjedhjet lokale. Prej tyre kanë dominuar emisionet me vetëm një kandidat me pesë emisione, 2 emisione kanë qenë vetëm me analistë dhe një debat ka qenë përballje në mes dy kandidatëve.

Në debatet e RTK-së kanë marrë pjesë gjithsej 7 kandidatë, ku kandidatët e LVV-së kanë marrë pjesë në 5 debate, LDK-së në dhe AAK-së në 1 debat.

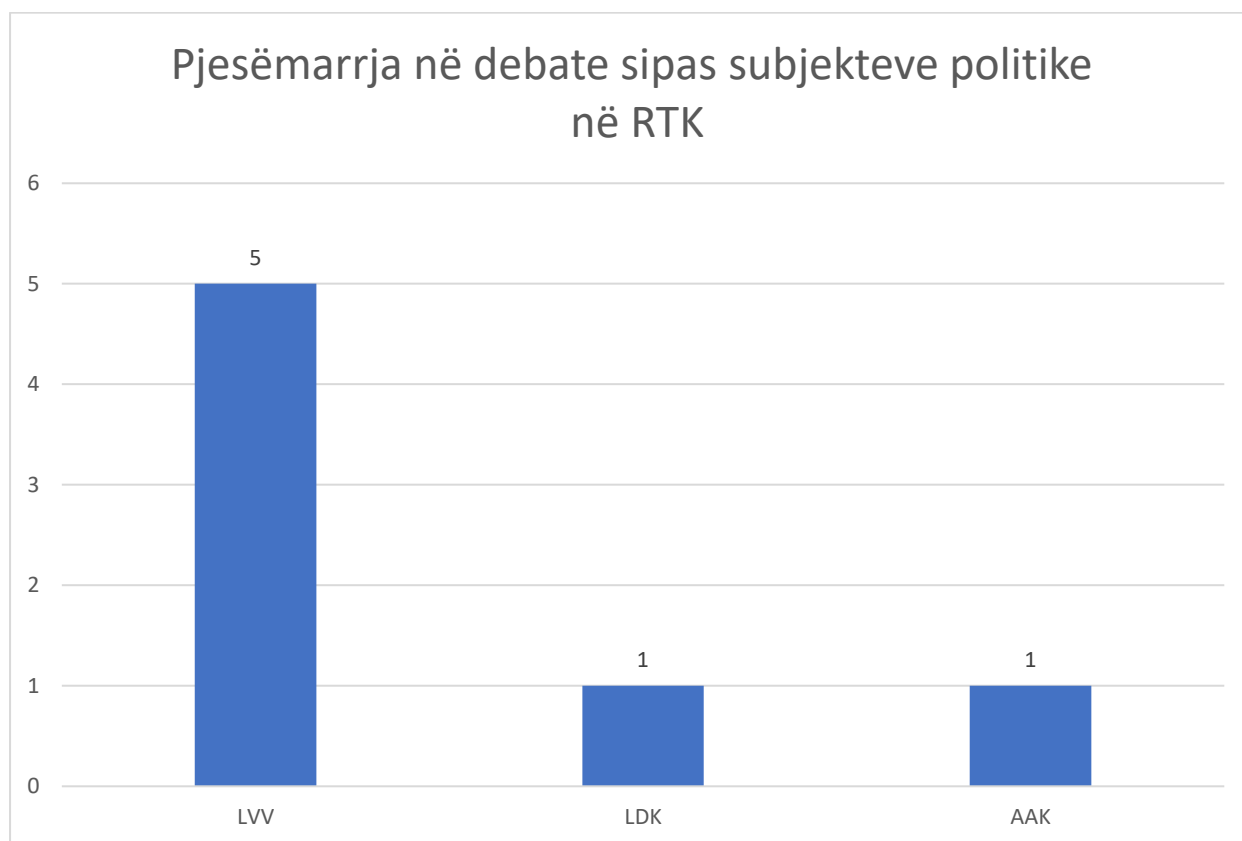


Fig 68. Pjesëmarrja në debate sipas subjekteve politike në RTK

Gjuha e përdorur në këto debate ndryshon në intensitet, por ruan disa tipare të përbashkëta. Në shumicën e rasteve, ajo mbetet institucionale, duke kritikuar kundërshtarët për çështje të menaxhimit të komunave, mungesës së transparencës apo zbatimit të dobët të projekteve. Megjithatë, në disa prej debateve gjuha merr trajta të ashpra ndaj kundërshtarëve të tjerë politikë, sidomos kur flitet për keqpërdorime të mundshme në pushtet, keqmenaxhim financiar, mungesë integriteti apo shmangie nga llogaridhënia publike. Termat nënvlerësues, ironizimet dhe fuqizimi i narrativës për paafësi politike janë të shpeshta. Në debatin ku ka pasur përballje të drejtpërdrejtë, gjuha është dukshëm më konfrontuese dhe e mbushur me akuza për korrupsion, nepotizëm dhe përfitime të paligjshme. Edhe kur emisioni është vetëm me një person, kandidati përdor gjuhë përjashtuese ndaj kundër kandidatit.

Ndër akuzat më të theksuara në të gjitha debatet përfshihen: keqmenaxhimi financiar dhe administrativ, shpërdorimi i detyrës, mungesa e transparencës procedura të prokurimit,

mosfunksionimi i shërbimeve komunale, paaftësia për të sjellë investime, shmangia nga pjesëmarrja në debate dhe përgjegjësi publike.

Edhe pse këto akuza qëndrojnë brenda logjikës politike të fushatës, ato shpesh përdoren për të delegjitimuar tërësisht kundërshtarin, duke e zhvendosur debatin nga politikat në rivalitet personal.

Në asnjë prej debateve çështjet gjinore nuk zënë vend qendror dhe në shumicën nuk përmenden fare. Edhe kur kandidatët e përmendin këtë fushë, premtimet mbeten në nivel deklarativ dhe sipërfaqësor, pa elaborim të mekanizmave konkretë. Në disa raste përmendet: përkrahja e grave në ndërmarrësi, qendrat e shëndetit të gruas, shërbimet e kujdesit për fëmijët, përfitime nga grantet komunale.

Megjithatë, në të gjitha këto raste mungon një shpjegim i qartë se si do të zbatohen këto politika, cili do të jetë buxheti, cilat kategori të grave synohen, cilat barrierat strukturore adresohen dhe cilat institucione do të mbajnë përgjegjësi për zbatimin. Këto premtime nuk trajtojnë sfidat thelbësore si qasja në punësim, përfaqësimi në vendimmarrje, siguria, dhuna me bazë gjinore, pabarazitë ekonomike apo roli i shërbimeve sociale në fuqizimin e grave. Për pasojë, çështjet gjinore shfaqen më shumë si element retorik sesa si pjesë integrale e vizionit për qeverisje lokale.

Në përgjithësi, rezulton se debatet mbeten të ndërtuara mbi rivalitete politike dhe përplasje mbi performancën institucionale, ndërsa politikat për barazi dhe përfshirje sociale trajtohen sipërfaqësisht ose anashkalohen plotësisht. Diskursi është i përqendruar te menaxhimi komunal, projektet infrastrukturore dhe kritikën ndërpartiake, por jo te planifikimi strategjik i politikave që prekin grupe të ndryshme të shoqërisë. Mungesa e perspektivës gjinore në diskutim, në programet e prezantuara dhe në mënyrën e komunikimit e bën të dukshme se barazia gjinore mbetet ende jashtë thelbit të agjendës politike në garat lokale.

Gjatë 6 ditëve të fushatës elektorale në fazën e balotazhit, Kohavision ka transmetuar rreth 2 orë kronika zgjedhore, të dedikuara aktiviteteve të subjekteve politike, si dhe afër 6 orë debate televizive.

Debatet e raundit të dytë në KTV janë konceptuar si përballje të drejtpërdrejta midis kandidatëve për kryetarë komunash, me fokus në programet e tyre zgjedhore, mirëpo në vetëm një rast kanë marrë pjesë dy kandidatët.

Kronikat zgjedhore

Hapësira për subjekte politike në kronika zgjedhore, në KTV, ishte përafërsisht e njëjtë për të gjitha subjektet

LDK ka pasur mbulim me 29 minuta, ndjekur nga LVV me 28 minuta, PDK me 25 minuta dhe AAK me 22 minuta.

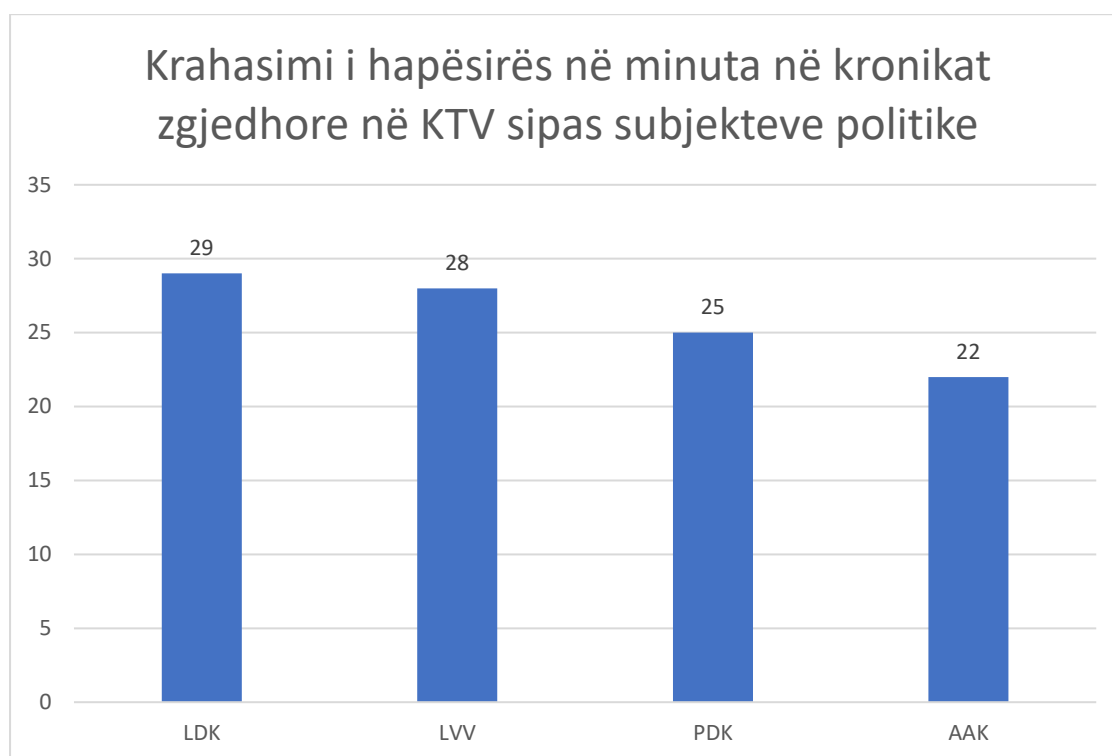


Fig. 69 Krahasimi i hapësirës në minuta në kronikat zgjedhore në KTV sipas subjekteve politike

Sa i përket kandidatëve për kryetarë komunash, kandidatët nga LVV kanë pasur mbulueshmërinë më të madhe me gjithsej 11 minuta, pasuar nga LDK me 10 minuta, PDK me 7 minuta dhe AAK me 6 minuta.

Gara për Gjakovën ka marrë mbulueshmërinë më të madhe me gjithsej 13 minuta, duke u renditur e para në listë. Pas saj vjen Prishtina me 12 minuta, ndjekur nga Mitrovica e Jugut me 11 minuta. Më poshtë renditet Prizreni dhe Suhareka, secila me nga 7 minuta mbulim. Gjilani, Vushtrria dhe Obiliqi kanë pasur nga 6 minuta secili, ndërsa Juniku, Dragashi, Rahoveci, Kaçaniku dhe Vitia janë mbuluar me nga 5 minuta. Në fund të listës renditet Klina, me gjithsej 4 minuta mbulim gjatë periudhës së monitorimit.

Në nivel kandidatësh, mbulueshmëria ka qenë e barabartë për pesë kandidatë: Faton Peci i LVV-së për Mitrovicën e Jugut, Xhafer Gashi i LDK-së për Obiliqin, Shaqir Totaj i PDK-së për Prizrenin, Hajrulla

Çeku i LVV-së për Prishtinën dhe Ardian Gjini i AAK-së për Gjakovën secili me nga 3 minuta mbulim në kronikat zgjedhore.



Fig. 70 Kandidatët me prezencën më të lartë në kronika zgjedhore në KTV

Debatet televizive

Debatet e raundit të dytë në KTV janë konceptuar si përballje të drejtpërdrejta midis kandidatëve për kryetarë komunash, me fokus në programet e tyre zgjedhore, mirëpo në vetëm një rast kanë marrë pjesë dy kandidatët.

Gjatë kësaj periudhe janë transmetuar 7 debate që kanë trajtuar zgjedhjet lokale. Prej tyre kanë dominuar emisionet me vetëm një kandidat me 6 emisione dhe një debat ka qenë përballje në mes dy kandidatëve.

Në debatet e KTV-së kanë marrë pjesë gjithsej 8 kandidatë, ku kandidatët e LVV-së kanë marrë pjesë në 5 debate, AAK-së në 2 debate dhe PDK-së 1 debat.

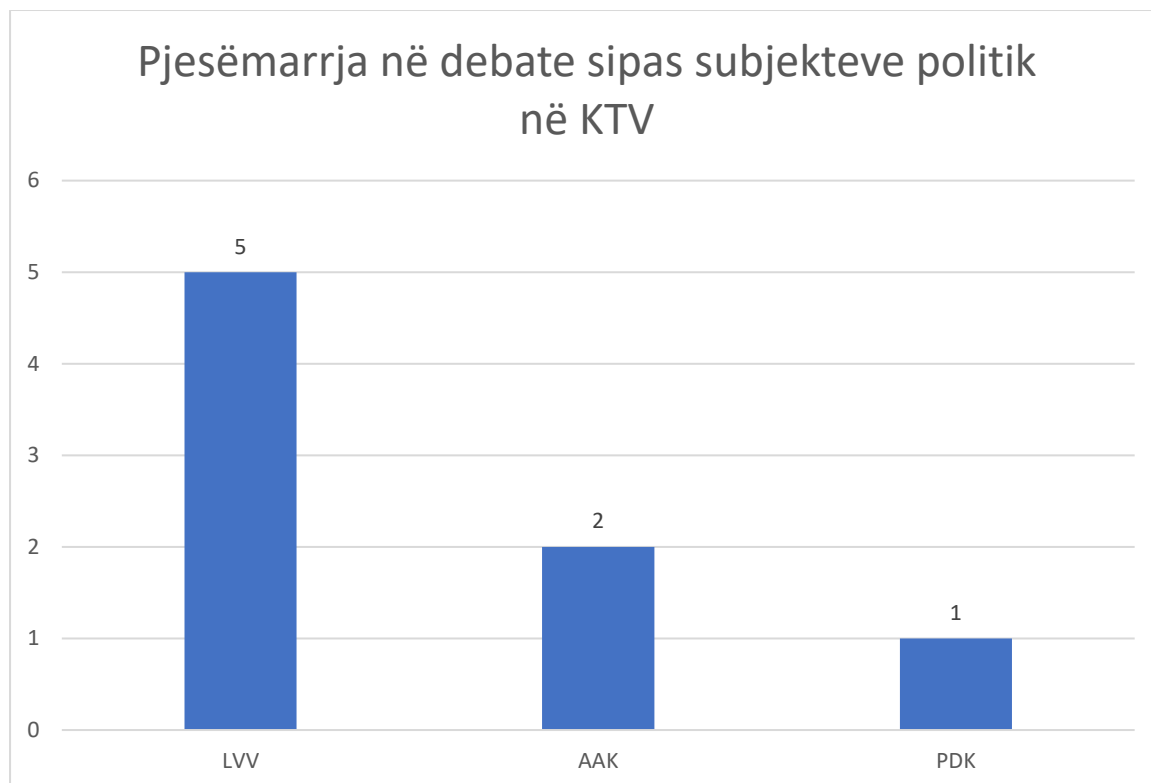


Fig. 71 Pjesëmarrja në debate sipas subjekteve politik në KTV

Sa i përket gjuhës së urrejtjes, në asnjërin prej debateve nuk janë identifikuar sulme apo fyerje ndaj grave si gra, as seksizëm i drejtpërdrejtë apo objektifikim. Toni në shumicën e rasteve është politikisht i ashpër, por i fokusuar te akuza për keqqeverisje, korrupsion, tenderë ose lidhje me subjekte tjera politike. Në këtë aspekt, standardet minimale të mos-diskriminimit gjinor në gjuhë përgjithësisht respektohen, edhe pse debati shpesh mbetet i tensionuar dhe polarizues.

Dimensioni gjinor në përmbajtje, megjithatë, është kryesisht i dobët ose inekzistent. Në Gjakovë, Klinë dhe Rahovec, temat dominohen nga urbanizimi, mjedisi, ujësjellësi, bujqësia, transparencja dhe korrupsioni, pa politika të artikuluar për barazinë gjinore, pjesëmarrjen e grave në vendimmarrje, dhunën me bazë gjinore apo sigurinë e grave në hapësira publike. Në Viti, gratë përmenden vetëm në mënyrë të përgjithshme si kategori që duhet të mbështetet në punësim dhe trajnim, por pa një platformë të detajuar gjinore: nuk flitet për çerdhe si instrument barazie, për kuota, buxhetim gjinor apo shërbime të dedikuara.

Tri raste dallohen si më pozitive në raport me politikat për gratë, por edhe aty premtimet mbeten pjesërisht sipërfaqësore. Në Vushtrri, kandidati prezanton një paketë më të strukturuar: qendër të

shëndetit të gruas brenda QKMF, shërbime këshillimi për shtatzëni dhe planifikim familjar, skringing për kancerin e gjirit dhe të qafës së mitrës, si dhe fonde prej rreth 1 milion euro për biznese të rinjve dhe grave, bashkë me bursa. Këto paraqesin politika me elemente përmbajtjesore, sidomos në fushën e shëndetit riprodhues dhe fuqizimit ekonomik, por mungojnë detajet për buxhetimin e qëndrueshëm, indikatorët e matjes dhe lidhja me një strategji më të gjerë komunale për barazinë gjinore.

Në Kaçanik, në përgjigje të pyetjeve të drejtpërdrejta të moderatorës për gratë, paraqiten masa të qarta: mbështetje financiare dhe profesionale për bizneset e grave, fonde për gra fermere dhe sipërmarrëse të reja, Qendër Këshillimi për vajza e gra me shërbime sociale/psikologjike, mbështetje për nënat e reja dhe përmirësim të kushteve të kujdesit ndaj fëmijëve. Në letër, kjo është një platformë relativisht e pasur, që prek si dimensionin socio-ekonomik, ashtu edhe atë psiko-social. Megjithatë, sërish nuk shpjegohet se si do të integrohen këto masa në buxhetin komunal, çfarë kriteresh do të përdoren, apo si do të sigurohet akses i barabartë për gratë nga zonat rurale apo grupet më të marginalizuara.

Në Obiliq, kandidati premton që 50% e drejtorive komunale do të udhëhiqen nga gra dhe bën thirrje për angazhim më të madh të grave në politikë, gjë që shkon përtej diskursit klasik të “grave si përfituese” dhe synon rritje të përfaqësimit. Megjithatë, ky premim nuk shoqërohet me mekanizma konkretë përzgjedhjeje, garantimi të meritokracisë apo mbrojtjeje nga instrumentalizimi i kuotave për interesa partiake. Për më tepër, gratë përmenden edhe si “gruaja e tij” në kontekst të dyshimeve për pronësi, çka e kthen rolin e tyre sërish në sferën familjare, jo politike.

Në të gjitha debatet, gratë pothuajse nuk shfaqen si aktore politike me emër e mbiemër (përjashtoj përmendjen kalimtare të ish-kryetares në Gjakovë apo të një kandidateje nga raundi i parë në Kaçanik), nuk trajtohen si bartëse të kontributeve politike dhe nuk lidhen disproporcionalisht me skandale apo kritika. Më së shumti ato shihen si kategori “qytetare”, si nëna, paciente apo përfituese të granteve. Çështjet e sigurisë për gratë -dhuna në familje, ngacmimet në hapësira publike, transporti i sigurt -mungojnë plotësisht, ndonëse siguria në kuptim të gjerë (zjarr, kamera sigurie, konflikt politik) përmendet në disa komuna, por pa lente gjinore.

Në përgjithësi, mund të thuhet se, ndonëse në këto debate nuk haset gjuhë e urrejtjes ndaj grave dhe ka disa premtime të veçuara që prekin shëndetin, ekonominë dhe përfaqësimin e tyre, barazia gjinore mbetet kryesisht në margjinë të agjendës. Politikën ndaj grave janë më së shumti fragmentare dhe të pa-integruara në një vizion të qartë transformues për komunën. Struktura e paneleve -pa gra kandidate dhe me pyetje të kufizuara mbi gjininë -e përforcon përshtypjen se barazia gjinore trajtohet ende më shumë si shtojcë programi ose slogan fushate, sesa si prioritet i përmbajtjes së qeverisjes lokale.

T7

Gjatë 6 ditëve të fushatës elektorale në fazën e balotazhit, T7 ka transmetuar vetëm 9 minuta kronika zgjedhore, të dedikuara aktiviteteve të subjekteve politike, si dhe afër 7 orë debate televizive.

Debatet e raundit të dytë në T7 janë konceptuar si përballje të drejtpërdrejta midis kandidatëve për kryetarë komunash

Kronikat zgjedhore

Hapësira për subjekte politike në kronika zgjedhore, në T7, ishte përafërsisht e njëjtë për të gjitha subjektet.

LVV ka pasur mbulim prej 4 minuta, LDK me 3 minuta, PDK dhe AAK me nga 1 minutë secila.

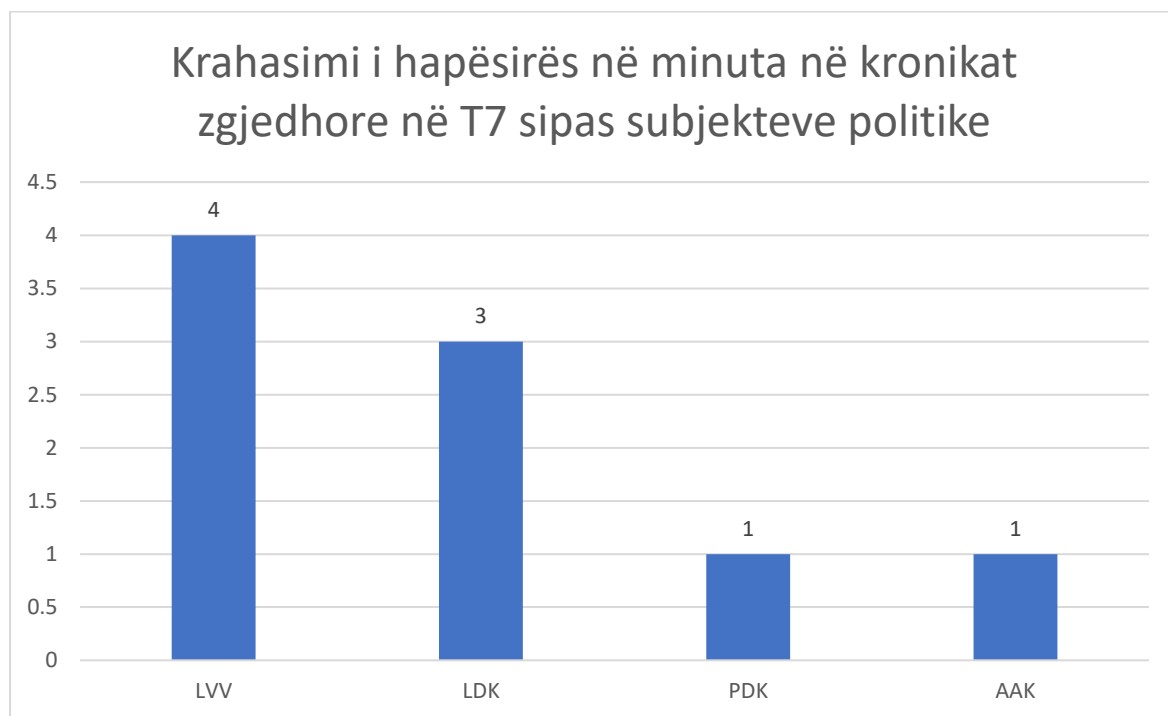


Fig. 72 Krahasimi i hapësirës në minuta në kronikat zgjedhore në T7 sipas subjekteve politike

Sa i përket kandidatëve për kryetarë komunash, prezenca e tyre në kronikat zgjedhore të T7 ka qenë pothuajse inekzistente. Koha e dedikuar për fjalimet e kandidatëve ka qenë minimale, me gjithsej vetëm 15 sekonda transmetim.

Gara për Prishtinën ka marrë kohën më të madhe me gjithsej 3 minuta, ndërsa Mitrovica e Jugut dhe Suhareka janë mbuluar me nga 2 minuta secila. Më poshtë renditen Gjilani me 1 minutë, ndërsa Vushtrria, Prizreni, Gjakova, Peja, Obiliqi, Fushë Kosova dhe Vitia janë mbuluar secila me më pak se një minutë gjatë periudhës së monitorimit.

Debatet televizive

Debatet e raundit të dytë në T7 janë konceptuar si përballje të drejtpërdrejta midis kandidatëve për kryetarë komunash

Gjatë kësaj periudhe janë transmetuar 5 debate televizive. Prej tyre 2 debate kanë qenë përballje në mes dy kandidatëve, 2 debate kanë qenë vetëm me analistë dhe 1 emision për prezantimin e një kandidati.

Në debatet e T7 kanë marrë pjesë 5 kandidatë, ku kandidatët e LVV-së kanë marrë pjesë në 2 debate, ndërsa kandidatët e LDK-së, PDK-së dhe AAK-së në nga 1 debat.

Gjatë fazës së balotazhit, monitorimi i debateve në televizionin T7 tregon një fokus të qëndrueshëm në performancën komunale dhe prioritetet e shërbimeve, në çështjet e urbanizmit dhe prokurimit, si dhe në narrativa politike që shpesh dilnin përtej agjendës lokale; diskursi paraqitet i kontrolluar, pa gjuhë të urrejtjes ose nënçmime me bazë gjinore.

Dimensioni gjinor mbetet periferik: nuk shfaqen politika të strukturuar për gratë (punësim, shërbime të kujdesit, siguri me bazë gjinore, përfaqësim në vendimmarrje, buxhetim i ndjeshëm gjinor), ndërsa rastet e përmendura kanë natyrë menaxheriale/procedurale (p.sh., përmendja e një drejtoreshë çerdheje në Gjakovë) dhe jo kornizë të qartë politike me objektiva, afate, tregues dhe burime. Në Gjakovë, debati qendërzohet te urbanizmi: rritja e lejeve para miratimit të hartës zonale, cilësia e planifikimit dhe transparencja e kontratave; diskutimet për “skandalet” adresohen ndaj zyrtarëve dhe praktikave institucionale, pa ngarkim disproporcional të grave, ndërsa siguria trajtohet kryesisht si mjedisore/shëndet publik (ndotje, kolektorë). Në Mitrovicë, retorika është institucionale me theks te menaxhimi komunal dhe shërbimet bazike, por narrativat nacionale shpesh mbulojnë nevojat sociale të përditshme; masa specifike për gratë nuk artikulohen. Në Prishtinë, polemika lëviz ndërmjet “bllokadave” të projekteve dhe vizionit urban, kulturës e sportit, me tension mes listimit të projekteve dhe mungesës së një vizioni të detajuar në disa fusha; edhe këtu mungojnë politika të posaçme për gratë.

Në tërësi, diskutimet për përgjegjësinë institucionale dhe skandalet vendosin në qendër praktikën e administratës dhe zyrtarë burra; nuk identifikohen komente seksiste, objektifikim apo gjuhë diskriminuese ndaj grave. Përfundimisht, debatet janë kryesisht teknike dhe të fokusuara në urbanizëm, prokurim dhe performancë komunale, por lënë një boshllëk të qartë në trajtimin programor të barazisë gjinore: premtimet dhe programet për gratë rezultojnë të pakta ose sipërfaqësore dhe pa kornizë zbatimi, ndërsa mungesa e pjesëmarrjes së grave në panele e zbeh më tej dukshmërinë e këtij dimensionit në agjendën publike.

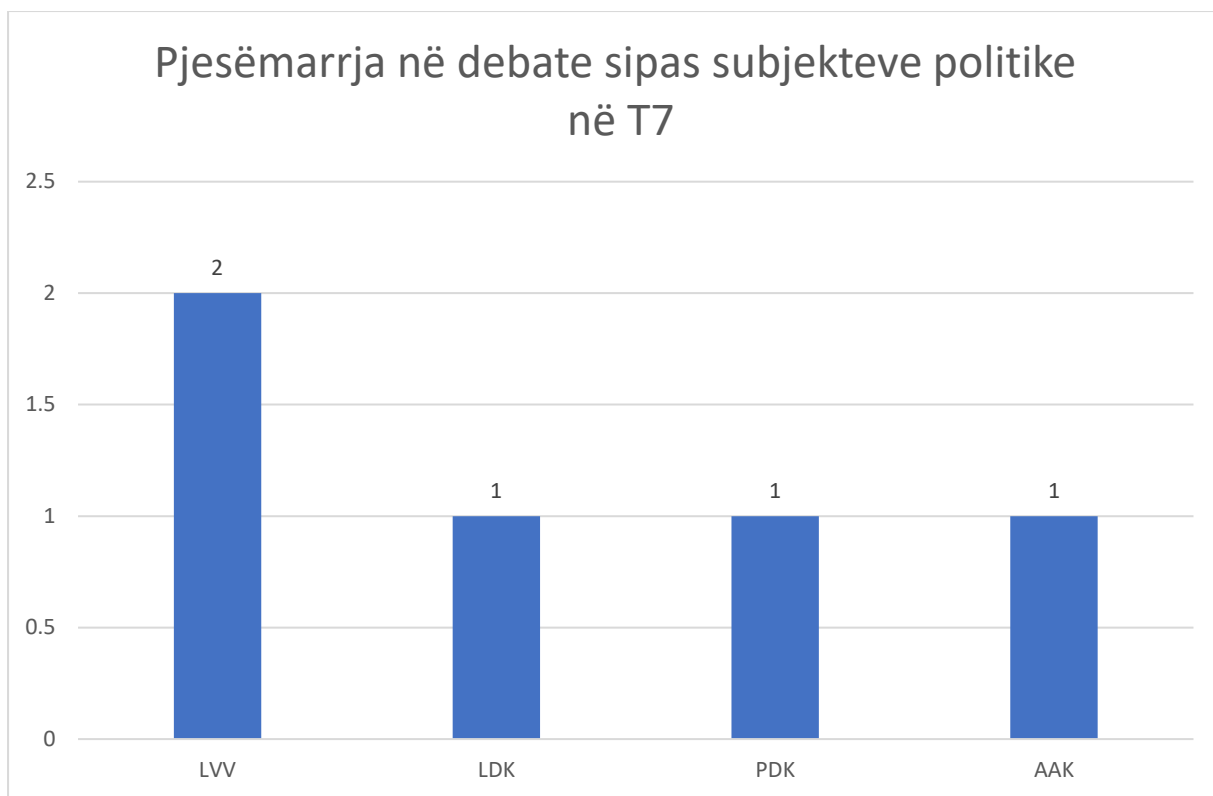


Fig. 73 Pjesëmarrja në debate sipas subjekteve politike në T7

Gjatë 6 ditëve të fushatës elektorale në fazën e balotazhit, Klan Kosova ka transmetuar mbi 1 orë kronika zgjedhore, të dedikuara aktiviteteve të subjekteve politike, si dhe afër 6 orë debate televizive.

Debatet e raundit të dytë në Klan Kosova kanë qenë kryesisht emisione për prezantimin e një kandidati dhe debate me analistë.

Kronikat zgjedhore

Hapësira për subjekte politike në kronika zgjedhore, në Klan Kosova, ishte përafërsisht e njëjtë për të gjitha subjektet.

LVV dhe LDK kanë pasur mbulim me nga 25 minuta, pasuar nga PDK me 16 minuta dhe AAK me 12minuta.

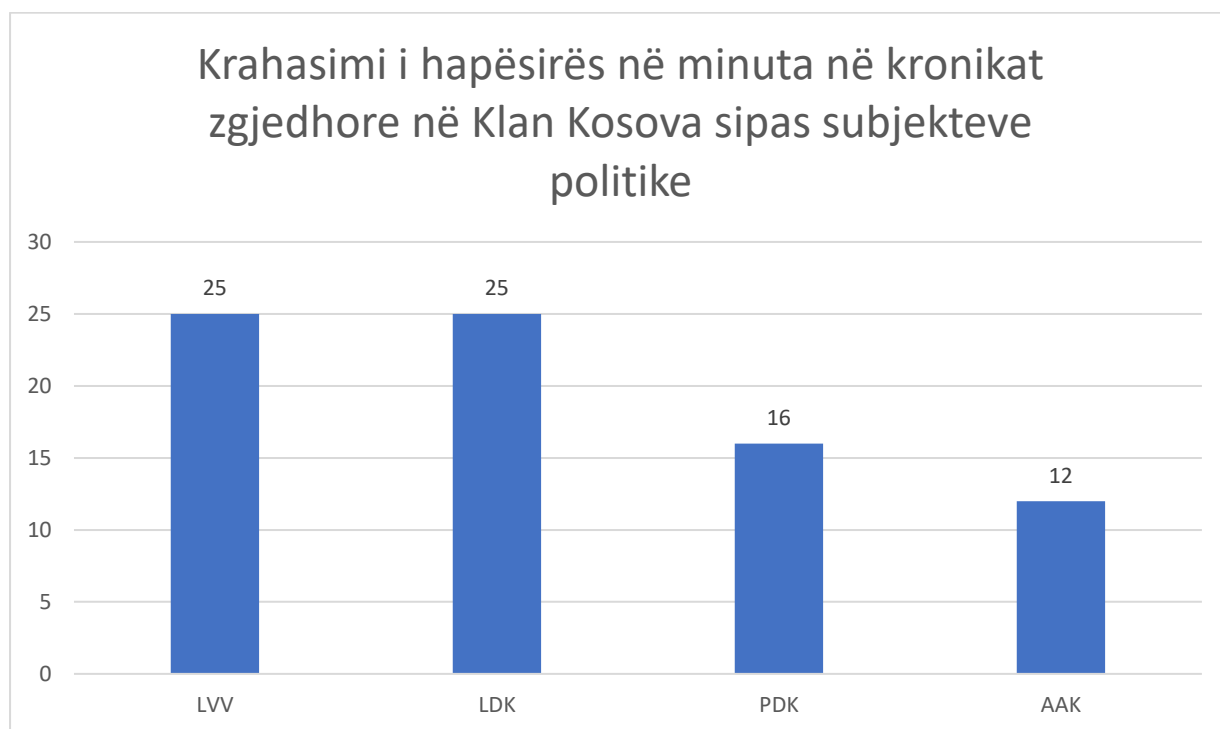


Fig. 74 Krahasimi i hapësirës në minuta në kronikat zgjedhore në Klan Kosova sipas subjekteve politike

Sa i përket kandidatëve për kryetarë komunash, kandidatët nga LDK dhe PDK kanë pasur mbulueshmërinë më të madhe me nga 3 minuta, pasuar nga kandidatët e AAK-së me pak më shumë se një minutë dhe ata të LVV-së me më pak se një minutë.

Gara për Prishtinën ka marrë mbulimin më të madh me gjithsej 12 minuta. Pas saj renditet Prizreni me 8 minuta, ndërsa Vushtrria, Peja, Vitia dhe Dragashi janë mbuluar secila me nga 7 minuta. Gjakova ka pasur 6 minuta mbulim, e ndjekur nga Klina dhe Gjilani me nga 5 minuta. Suhareka dhe Rahoveci janë mbuluar me nga 4 minuta, ndërsa Kaçaniku me 3 minuta. Në fund të listës renditen Mitrovica e Jugut me 2 minuta, si dhe Fushë Kosova, Juniku dhe Obiliqi me nga 1 minutë secili.

Në nivel kandidatësh, hapësira e dedikuar në kronikat zgjedhore të Klan Kosovës ka qenë shumë e kufizuar. Vetëm një kandidat ka pasur mbi një minutë kohë transmetimi, ndërsa të gjithë kandidatët e tjerë janë përfshirë me më pak se një minutë secili, duke reflektuar një mbulueshmëri jashtëzakonisht të ulët për secilin prej tyre.

Debatet televizive

Debatet e raundit të dytë në Klan Kosova kanë qenë kryesisht emisione për prezantimin e një kandidati dhe debate me analistë.

Gjatë kësaj periudhe janë transmetuar 7 debate që kanë trajtuar zgjedhjet lokale. Prej tyre kanë dominuar debatet vetëm me analistë me 4 debate dhe 3 emisione kanë qenë për prezantim të një kandidati.

Në debatet e Klan Kosova kanë marrë pjesë 3 kandidatë, 2 nga PDK dhe 1 nga AAK.

Debatet e balotazhit në Klan Kosova paraqesin një panoramë të gjerë të diskursit politik lokal, ku fokusi kryesor mbetet te bilanci i mandateve të para, premtimet për infrastrukturë dhe raportet mes komunave dhe qeverisë qendrore. Format i lëviz mes intervistave “një me një” me kryetarë në detyrë dhe debateve me analistë politikë, ku balotazhi shihet si garë jo vetëm mes kandidatëve, por edhe si test i ndikimit të qendrës në nivel lokal. Në intervistat me kryetarë komunash dominojnë temat si projektet kapitale (rrugë, ujësjellës, kanalizim, gjelbërim), zonat industriale, stacionet e autobusëve, çerdhet dhe zgjerimi i objekteve shkollore, ndërsa në debatet me analistë theksi zhvendoset te krizat kushtetuese/buxhetore, kalkulimet partiake dhe siguria zgjedhore.

Sa i përket gjuhës dhe tonit, në përgjithësi debati është relativisht korrekt, por nuk mungon retorika e ashpër politike, sidomos në emisionet me analistë dhe në finalen zgjedhore. Përdoren etiketime të forta për akterët politikë, akuza për korrupsion, keqqeverisje dhe “prirje autoritare”, si dhe narrativë e polarizuar rreth marrëdhënies mes pushtetit lokal dhe atij qendror.

Struktura e debateve i jep hapësirë të madhe drejtuesve aktualë të komunave për të mbrojtur performancën e tyre dhe për të paraqitur projekte të reja. Ata theksojnë numrin e projekteve të realizuara, rritjen e të hyrave komunale, investimet në gjelbërim rreth zonave të ndotura, zhvillimin e zonave të biznesit, si dhe planin për mandate të ardhshme (stacione të autobusëve, zgjerim rrugësh, rrugë njëkahëshe, parkime, mbyllje të ciklit të ujësjellësit në fshatra, çerdhe dhe shkolla të reja). Në disa raste diskutohet edhe për gjetjet e auditorëve, problemet në prokurim apo regjistrimin e pasurisë, por këto trajtohen kryesisht si çështje teknike dhe jo si skandale individuale “moralizuese”. Edhe investimet në rini, bursa studimi, trajnime profesionale në IT dhe zanate paraqiten si histori suksesi të komunave, me premtime për rritje të buxhetit në këto fusha.

Dimensioni gjinor, megjithatë, mbetet dukshëm periferik. Pothuajse të gjitha formatet janë të dominuara nga burra -si moderatorë, si kandidatë, ashtu edhe si analistë. Gratë përmenden rrallë dhe kryesisht si figura partiake apo si pjesë e koalicioneve politike, jo si bartëse të qarta agjendash me prioritetet e tyre. Edhe aty ku flitet për çerdhe, shkolla, siguri publike, transport apo trajnime profesionale, këto prezantohen si politika neutrale “për qytetarët”, pa u artikuluar ndikimi specifik te gratë dhe vajzat (p.sh. qasja e grave në punë falë çerdheve, siguria e vajzave në transport dhe hapësirë publike, përfaqësimi i grave në drejtoritë komunale, etj.).

Premtimet dhe programet për politikën ndaj grave, nëse shfaqen, janë më shumë në nivel deklarativ sesa të strukturuar. Në debatet me analistë ka raste kur dhuna ndaj grave përmendet si shembull në kontekste më të gjera politike, por kjo nuk shoqërohet me diskutim të detajuar të masave konkrete (shërbime mbështetëse, strehimore, buxhete të dedikuara, indikatorë të matshëm). Në intervistat me kryetarë komunash, nuk ka premtime të qarta për rritjen e përfaqësimit të grave në vendimmarrje, nuk artikulohen objektiva numerike për punësimin e grave, as nuk përmenden buxhete të përgjegjshme gjinore. Politikën që potencialisht mund të përfitojnë gratë (çerdhe, siguri në rrugë, mundësi arsimore) mbeten të prezantuara si masa universale, pa lente gjinore.

Në tërësi, balotazhi në Klan Kosova, ashtu si reflektohet nga këto debate, konfirmon një fushatë ku çështjet e qeverisjes lokale, zhvillimit ekonomik dhe infrastrukturës janë në qendër të vëmendjes, ndërsa barazia gjinore dhe politikat për gratë mbetin në sfond.

RTV Dukagjini

Gjatë 6 ditëve të fushatës elektorale në fazën e balotazhit, Radio Televizioni i Kosovës ka transmetuar rreth 24 minuta kronika zgjedhore, të dedikuara aktiviteteve të subjekteve politike, si dhe mbi 11 orë debate televizive.

Gjatë periudhës së balotazhit, debatet në RTV Dukagjini u fokusuan kryesisht te dinamika e garës, aritmetika e koalicioneve dhe pritjet për rezultatin në komuna kyçe, teksa temat e qeverisjes lokale (buxhet, urbanizëm, infrastrukturë, arsim/shëndetësi) u mbuluan në formate ballafaqese dhe panele analitike.

Kronikat zgjedhore

Hapësira për subjekte politike në kronika zgjedhore, në RTV Dukagjini, ishte e njëjtë për të gjitha subjektet.

LVV, LDK, PDK dhe AAK të gjitha patën rreth 6 minuta koha transmetimi në kronika zgjedhore.

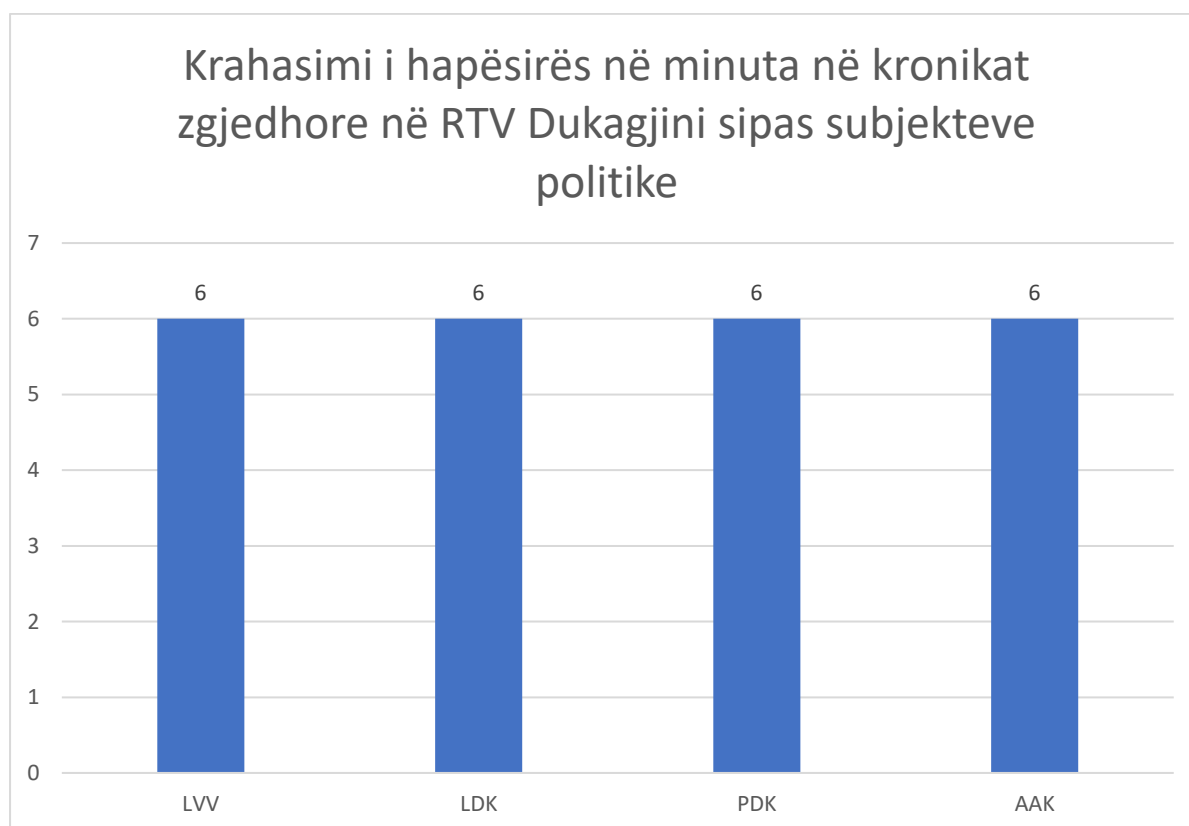


Fig. 75 Krahasimi i hapësirës në minuta në kronikat zgjedhore në RTV Dukagjini sipas subjekteve politike

Sa i përket kandidatëve për kryetarë komunash, prezenca e tyre në kronikat zgjedhore të T7 ka qenë pothuajse inekzistente. Të gjithë kandidatët kanë pasur më pak se 4 minuta kohë transmetimi. Kandidatët e LVV-së dhe PDK-së kanë pasur pak më shumë se një minutë, ndërsa kandidatët e LDK-së dhe AAK-së më pak se një minutë.

Gara për Prishtinën ka marrë mbulimin më të madh me gjithsej 4 minuta. Pas saj renditet Gjakova me 3 minuta, ndërsa Prizreni është mbuluar me 3 minuta. Më poshtë vijon Klina, Rahoveci, Gjiłani, Mitrovica e Jugut dhe Suhareka, secila me nga 2 minuta mbulim. Ndërkaq, Vitia dhe Obiliqi kanë marrë nga 1 minutë secili. Në fund të listës renditen Vushtrria, Kaçaniku, Dragashi dhe Fushë Kosova, të gjitha me më pak se një minutë mbulim në kronikat zgjedhore.

Gjatë periudhës së balotazhit, debatet në RTV Dukagjinit u fokusuan kryesisht te dinamika e garës, aritmetika e koalicioneve dhe pritjet për rezultatin në komuna kyçe, teksa temat e qeverisjes lokale (buxhet, urbanizëm, infrastrukturë, arsim/shëndetësi) u mbuluan në formate ballafaqese dhe panele analitike.

Gjatë kësaj periudhe janë transmetuar 9 debate që kanë trajtuar zgjedhjet lokale. Prej tyre kanë dominuar debatet me analistë me 5 debate, dy debate në mes kandidatëve dhe 1 emision për prezantimin e kandidatit. Gjithashtu në debatin e parë gjatë fushatës ka qenë i ftuar kryetari i zgjedhur në raundin e parë në komunën e Glogocit, Ramiz Lladrovci.

Në debatet e RTV Dukagjini kanë marrë pjesë vetëm 4 përfaqësues nga subjektet politike, 2 nga LVV, ndërsa LDK dhe PDK kanë marrë pjesë në nga një debat.

Gjatë balotazhit të zgjedhjeve lokale 2025, televizioni Dukagjini u fokusua kryesisht në dinamikën e garës, zhvillimet elektorale në komuna kyçe dhe llogaritjet politike mes subjekteve në garë. Debatet ballafaqese dhe panelet analitike u përdorën për të adresuar temat e qeverisjes lokale -si urbanizimi, infrastruktura, buxhetet dhe shërbimet komunale -ndërsa vëmendja kryesore mbeti te rivaliteti politik dhe pritjet për rezultatin. Format i mediatik i kësaj faze ishte i orientuar më shumë drejt analizës së garës sesa integritetit të çdo dimensionit të qeverisjes lokale, dhe për pasojë aspekti gjinor mbeti i kufizuar.

Në nivel të gjuhës së përdorur, debatet karakterizoheshin nga tone të ashpra mes kandidatëve burra, me akuza politike dhe kundërkuzat për keqmenaxhim, por pa raste të gjuhës së urrejtjes së drejtpërdrejtë ndaj grave, edhe për faktin se ato nuk ishin të pranishme në debate. Nuk u identifikuan komente seksiste, objektifikim apo gjuhë diskriminuese.

Çështjet gjinore u përmendën sporadikisht dhe vetëm në mënyrë deklarative, përmes referencave të përgjithshme ndaj përfaqësimit të grave apo synimeve për barazi. Nuk pati diskutim të politikave konkrete si buxhetimi gjinor lokal, shërbimet e kujdesit, transporti i sigurt, qasja në punësim apo mekanizmat institucionalë për rritjen e pjesëmarrjes së grave në vendimmarrje. Gratë u përmendën më shumë si kategori sociale -p.sh., në kontekst të grupeve të votuesve -sesa si aktore politike.

Edhe çështjet e sigurisë -si integriteti i procesit zgjedhor, rendi publik apo incidentet e, u trajtuan pa lente gjinore. Nuk pati diskutime mbi sigurinë e grave në hapësirat publike, ndriçimin, transportin e sigurt apo çështjet e dhunës me bazë gjinore, të cilat zakonisht janë pjesë e debateve të ndjeshme ndaj dimensionit gjinor.

Në përfundim, pasqyrimi i balotazhit në TV Dukagjinin ishte i fokusuar dhe dinamik në aspektin politik, por me mungesë të qartë të dimensionit gjinor, e cila buron si nga struktura e garës, ashtu edhe nga formati i debateve dhe paneleve. Për të siguruar një diskurs më gjithëpërfshirës, mbetet e rëndësishme fuqizimi i pranisë së grave në studio, integrimi i politikave gjinore në analizat e qeverisjes lokale dhe strukturimi i segmenteve që adresojnë barazinë në mënyrë sistematike gjatë fazave kyçe të procesit zgjedhor.

Gjatë 6 ditëve të fushatës elektorale në fazën e balotazhit, RTV 21 ka transmetuar vetëm 24 minuta kronika zgjedhore, të dedikuara aktiviteteve të subjekteve politike, si dhe ka mbajtur vetëm një debat zgjedhor për zgjedhjet lokale, ndërsa pjesa tjetër e debateve ishin të orientuara tek formimi i qeverisë.

Kronikat zgjedhore

Hapësira për subjekte politike në kronika zgjedhore, në RTV 21, ishte përafërsisht e njëjtë për të gjitha subjektet.

LDK ka pasur mbulim me nga 9 minuta, pasuar nga LVV me 8 minuta, PDK me 6 minuta dhe AAK me 2 minuta.

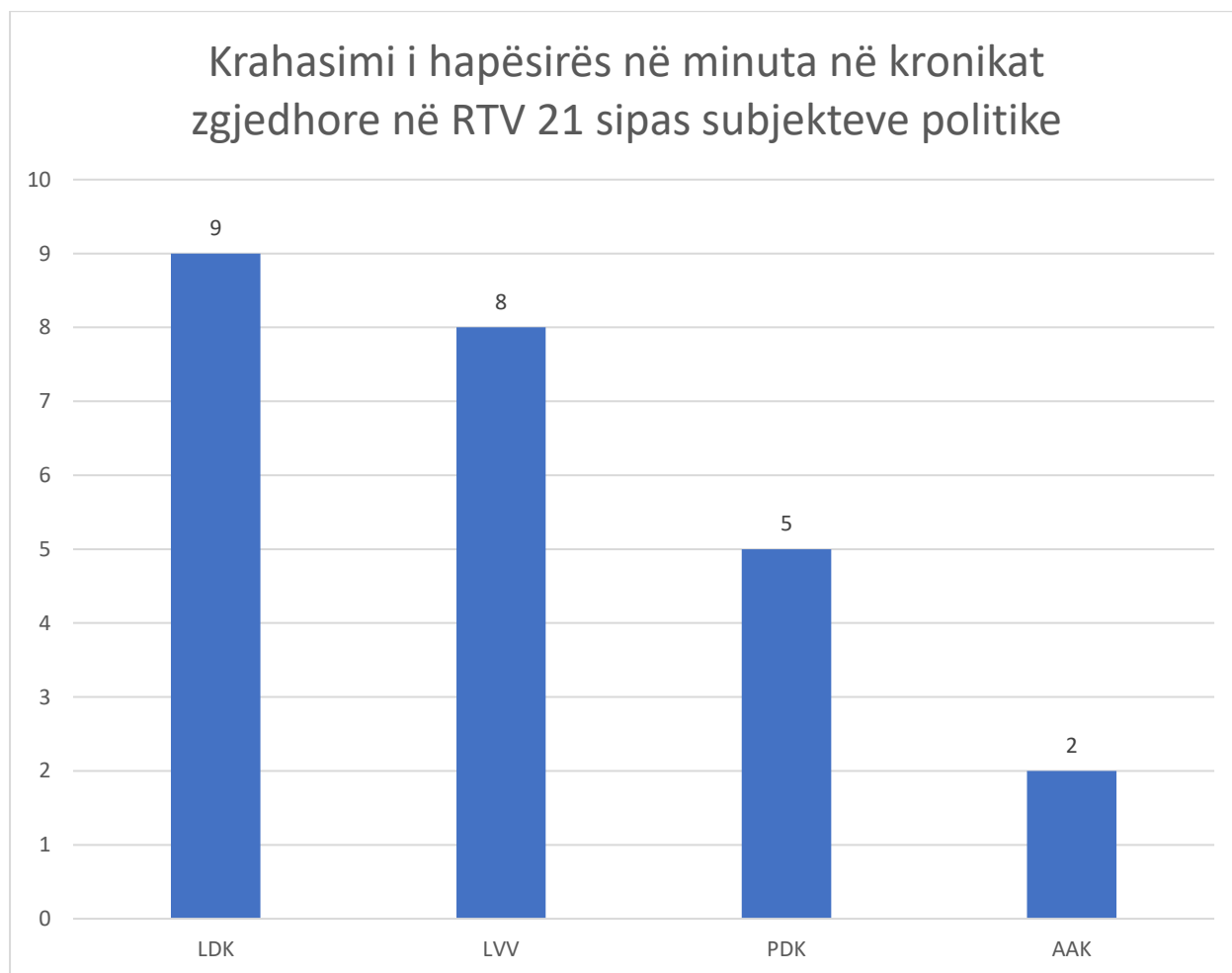


Fig. 76 Krahasimi i hapësirës në minuta në kronikat zgjedhore në RTV 21 sipas subjekteve politike

Sa i përket kandidatëve për kryetarë komunash, kandidatët nga LDK dhe LVV kanë pasur mbulueshmërinë më të madhe me nga 7 minuta, pasuar nga kandidatët e PDK-së me 5 minuta dhe AAK-së me 2 minuta.

Gara për Prishtinën ka dominuar ndjeshëm mbulimin në kronikat zgjedhore, me gjithsej 10 minuta, duke u renditur bindshëm në krye të listës. Më pas vijon Gjakova me 4 minuta mbulim, ndërsa Prizreni është pasuar me 3 minuta. Suhareka dhe Gjilani kanë marrë nga 2 minuta secila, njësoj si

Mitrovica e Jugut. Në fund të listës renditen Vitia dhe Klina, secila me nga 1 minutë mbulim gjatë periudhës së monitorimit.

Në nivel kandidatësh, Hajrulla Çeku i LVV-së dhe Përparim Rama i LDK-së, të dy kandidatë për Prishtinën, kanë pasur mbulueshmërinë më të lartë në kronikat zgjedhore, secili me nga 4 minuta. Pas tyre renditet Shaqir Totaj i PDK-së, kandidat për Prizrenin, me gjithsej 3 minuta. Një grup më i gjerë kandidatësh, Ardian Shala i LDK-së për Suharekën, Ardian Gola i LVV-së dhe Ardian Gjini i AAK-së për Gjakovën, Alban Hyseni i LVV-së për Gjiilanin, si dhe Arian Tahiri i PDK-së për Mitrovicën e Jugut, kanë pasur nga 2 minuta mbulim secili. Ndërkohë, Sokol Haliti i LDK-së për Vitinë dhe Sokol Bashota i PDK-së për Klinën kanë pasur nga vetëm 1 minutë prezencë në kronikat zgjedhore.

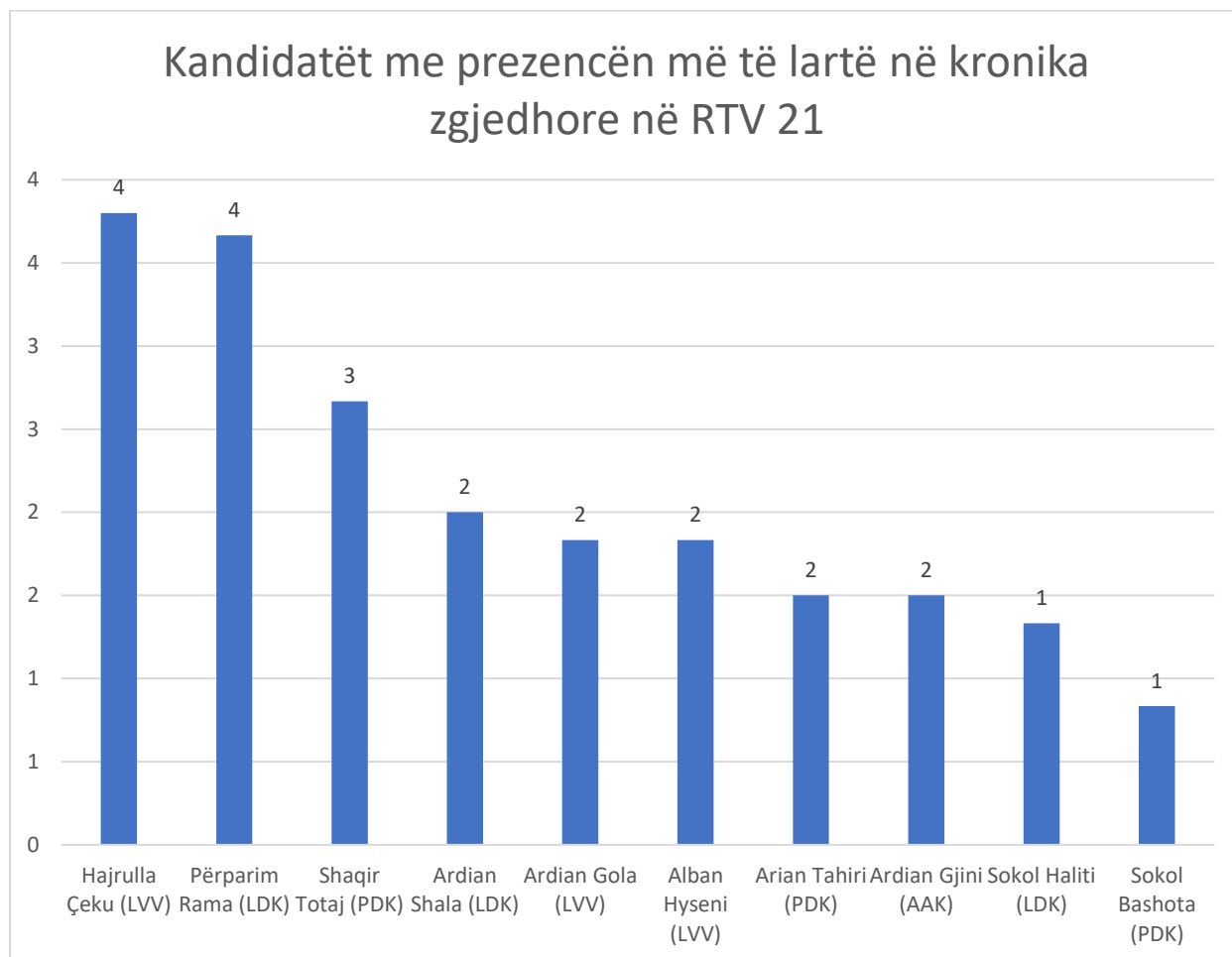


Fig. 77 Kandidatët me prezencën më të lartë në kronika zgjedhore në RTV 21

Debatet televizive

Gjatë fushatës zgjedhore për balotazhin e komunave, RTV 21 ka mbajtur vetëm një debat zgjedhor për zgjedhjet lokale, ndërsa pjesa tjetër e debateve ishin të orientuara tek formimi i qeverisë.

Në debatin e mbajtur me 04 nëntor 2025, pjesëmarrës ishte kandidati i LVV -së për kryetar të Komunës së Prizrenit, Artan Abrashi.

Pjesa më e madhe iu kushtua problemeve në Komunën e Prizrenit gjatë qeverisjes aktuale. Në këtë debat nuk u trajtuan fare çështjet gjinore dhe politikat për barazi gjinore.

Tëvë 1

Gjatë 6 ditëve të fushatës elektorale në fazën e balotazhit, Tëvë 1 ka transmetuar vetëm 8 minuta kronika zgjedhore, të dedikuara aktiviteteve të subjekteve politike, si dhe afër 3 orë debate televizive.

Debatet e raundit të dytë në Tëvë 1 janë konceptuar si përballje të drejtpërdrejta midis kandidatëve për kryetarë komunash, me fokus në programet e tyre zgjedhore, mirëpo nga dy debatet vetëm në një kanë marrë pjesë dy kandidatët .

Kronikat zgjedhore

Hapësira për subjekte politike në kronika zgjedhore, në Tëvë 1, ishte e njëjtë për të gjitha subjektet.

Të gjitha subjektet (LVV, LDK, PDK, AAK) kanë pasur nga 2 minuta kohë transmetimi.

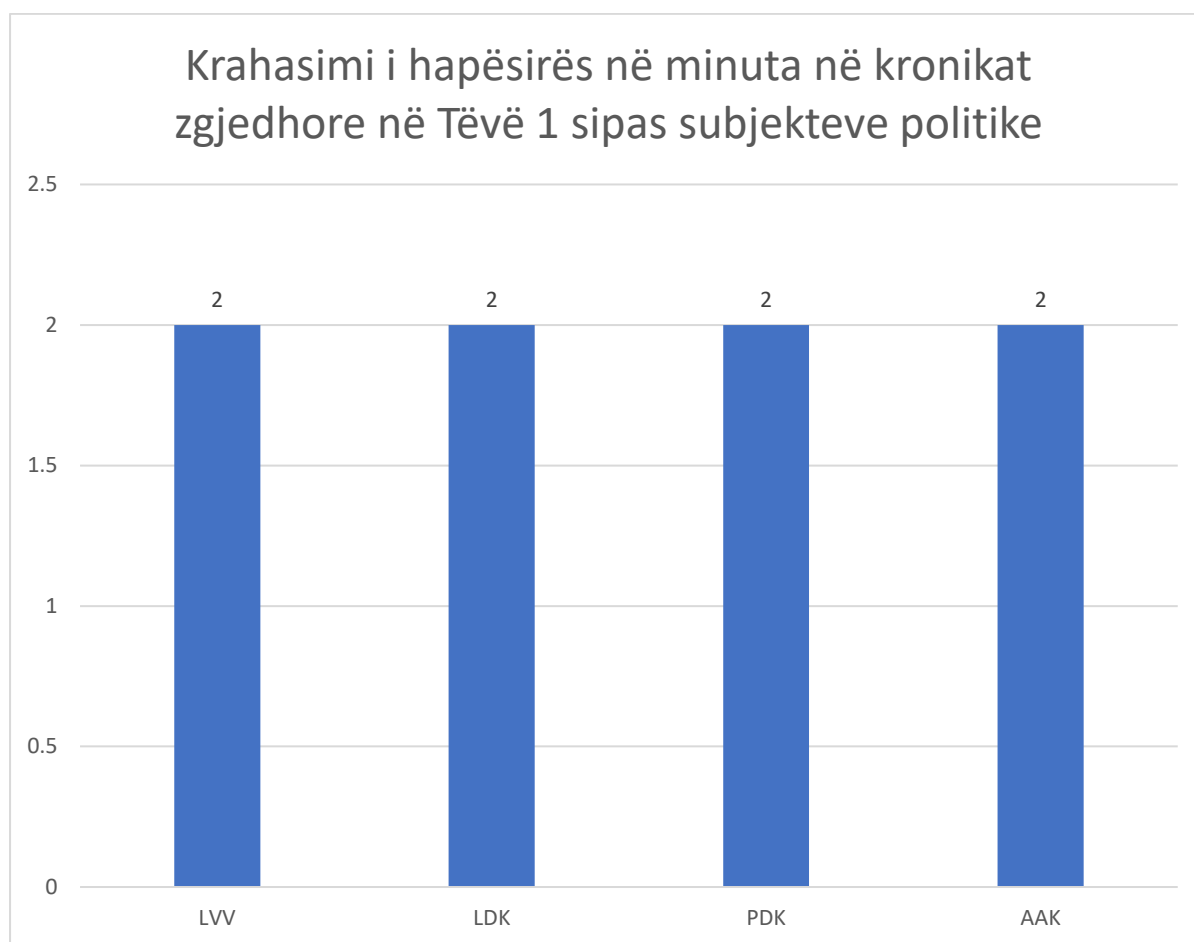


Fig. 78 Krahasimi i hapësirës në minuta në kronikat zgjedhore në Tëvë 1 sipas subjekteve politike

Sa i përket kandidatëve për kryetarë komunash, prezenca e tyre në kronikat zgjedhore të Tëvë 1 ka qenë pothuajse inekzistente. Koha e dedikuar për fjalimet e kandidatëve ka qenë minimale, me gjithsej vetëm 21 sekonda transmetim.

Ndërsa sa i përket komunave, gara për Prishtinën ka pasur hapësirën më të lartë me gati 2 minuta kohë transmetimi, pas saj Gjakova me pak më shumë se 1 minutë. Komunat tjera kanë pasur të gjitha nga më pak se një minutë kohë transmetimi.

Debatet televizive

Debatet e raundit të dytë në Tëvë 1 janë konceptuar si përballje të drejtpërdrejta midis kandidatëve për kryetarë komunash, me fokus në programet e tyre zgjedhore, mirëpo nga dy debatet vetëm në një kanë marrë pjesë dy kandidatët.

Gjatë kësaj periudhe janë transmetuar 3 debate, 1 duel mes dy kandidatëve, 1 emision për prezantimin e një kandidati dhe 1 debat vetëm me analistë.

Në këto debate kanë marrë pjesë 3 kandidatë, 2 nga LVV dhe 1 nga PDK>

Sa i përket gjuhës së urrejtjes, në asnjërin prej debateve nuk haset thirrje e drejtpërdrejtë për urrejtje ndaj ndonjë grupi të mbrojtur apo gjuhë e rrezikshme në kuptimin ligjor. Diskursi është megjithatë i ashpër: kandidatët përdorin etiketime politike, akuza për korrupsion, nepotizëm, menaxhim të dobët. Në këtë kuptim, debati shpesh largohet nga diskutimi i politikave konkrete dhe rrëshqet në konfrontim personal dhe narrativë polarizuese, por pa kaluar në gjuhë të urrejtjes ndaj grave apo ndonjë komuniteti specifik.

Kur flitet për gratë si përfitues, programet dhe premtimet fokusohen në masa sociale dhe ekonomike: subvencione për gratë dhe të rejat në biznes, mbështetje për lehonat dhe fëmijët e posalindur, subvencione për të porsalindurit, rritje bursash për nxënëse/studente, ndërtim çerdhesh që në mënyrë indirekte u lejojnë grave të punësohen. Po ashtu, në disa raste përmendet nevoja për më shumë çerdhe dhe kushte më të mira në shkolla si mbështetje për familjet dhe veçanërisht nënat. Megjithatë, këto angazhime mbeten kryesisht në nivel deklarativ dhe sipërfaqësor: mungon artikulimi i një politike të plotë gjinore në nivel komunal (p.sh. objektiva të matshme për punësimin e grave në administratë lokale, pjesëmarrjen e tyre në vendimmarrje, mekanizma kundër dhunës me bazë gjinore, qasje të barabartë në shërbime dhe buxhetim të ndjeshëm ndaj gjinisë).

Çështjet e sigurisë trajtohen kryesisht në dy dimensione: (1) siguria institucionale dhe kriza e buxhetit në nivel shtetëror, (2) probleme lokale si mungesa e ujit të pijshëm, infrastruktura, rrugët, apo madje edhe qentë endacakë. Këto tema nuk lidhen asnjëherë drejtpërdrejt me sigurinë e grave (p.sh. ndriçimi publik si çështje sigurie për vajzat dhe gratë, transporti i sigurt, dhuna në familje).

Në përfundim, debatet e balotazhit në Tëvë 1 kontribuojnë në rritjen e transparencës për projektet komunale dhe ofrojnë një pasqyrë të qartë të konfliktit politik lokal dhe të krizës qendrore, por riprodhojnë modelin e politikës së dominuar nga burrat dhe e trajtojnë dimensionin gjinor vetëm në mënyrë të pjesshme dhe pragmatike. Premtimet për gratë mbesin kryesisht në nivel social-shpërndarës, pa u shndërruar në strategji të mirëmenduara për fuqizimin e grave dhe vajzave në qeverisjen lokale.

ATV

Gjatë 6 ditëve të fushatës elektorale në fazën e balotazhit, ATV ka transmetuar më pak se 1 orë kronika zgjedhore, të dedikuara aktiviteteve të subjekteve politike, si dhe mbi 4 orë debate televizive.

Të gjitha debatet e transmetuara në ATV kanë qenë me nga një kandidat.

Kronikat zgjedhore

Hapësira për subjekte politike në kronika zgjedhore, në ATV, ishte përafërsisht e njëjtë për të gjitha subjektet.

LVV ka pasur mbulim me 12 minuta, LDK dhe PDK me nga 11 minuta dhe AAK me 9 minuta.

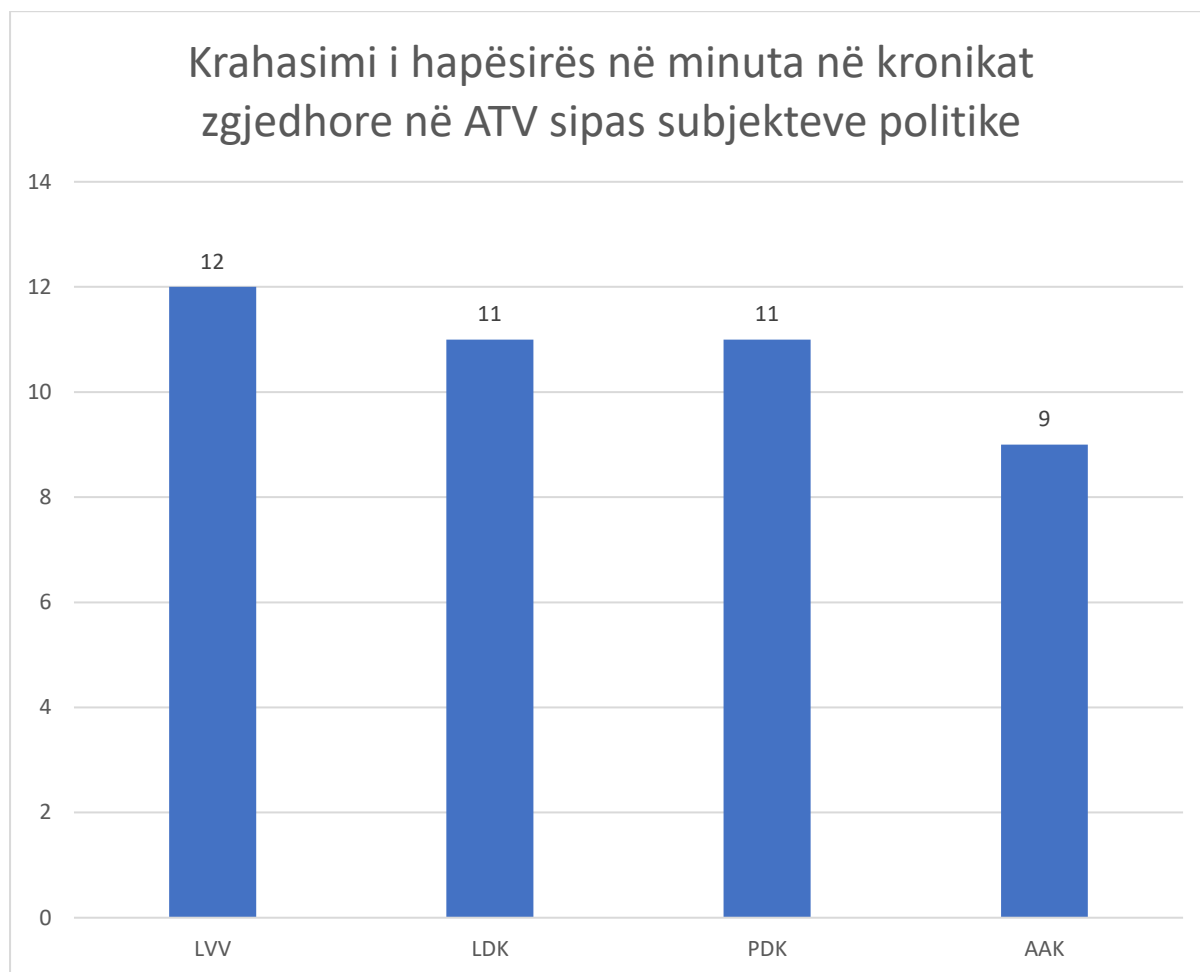


Fig. 79 Krahasimi i hapësirës në minuta në kronikat zgjedhore në ATV sipas subjekteve politike

Sa i përket kandidatëve për kryetarë komunash, kandidatët nga PDK dhe LDK kanë pasur mbulueshmërinë me nga 2 minuta, pasuar nga kandidatët e AAK-së me 1 minutë, dhe kandidatët nga LVV me më pak se një minutë kohë transmetimi.

Mamusha ka minutazhin më të lartë të mbulimit me gjithsej 7 minuta. Pas saj vjen Gjakova me 6 minuta, ndërsa Prizreni dhe Prishtina ndajnë vendin e tretë me nga 5 minuta secila. Mitrovica e Jugut ka 4 minuta mbulim. Një grup komunash -Obiliqi, Juniku, Klina dhe Vushtrria -kanë secila nga 3 minuta.

Me nga 2 minuta paraqiten: Suhareka, Gjilani, Vitia, Rahoveci, Fushë Kosova, Klllokoti, Kaçaniku dhe Peja. Ndërsa Dragashi ka minutazhin më të ulët me vetëm 1 minutë mbulim.

Në nivel kandidatësh, asnjë kandidat për kryetar komune nuk ka pasur kohë transmetimi që arrin një minutë.

Debatet televizive

Debatet e raundit të dytë në ATV janë konceptuar si përballje të drejtpërdrejta midis kandidatëve për kryetarë komunash, me fokus në programet e tyre zgjedhore, mirëpo në të gjitha rastet debatet kanë përfunduar si emisione më nga një kandidat për shkak të mos pjesëmarrjes së kandidatëve kundërshtarë.

Gjatë kësaj periudhe janë transmetuara gjithsej 5 emisione, të gjitha me nga vetëm një pjesëmarrës.

Nga kandidatët pjesëmarrës 3 kanë qenë nga LVV dhe 2 nga PDK.

Gjatë garës së balotazhit për zgjedhjet lokale 2025, debatet televizive të mbajtura në komunat Gjakovë, Rahovec, Prizren, Mitrovicë e Jugut dhe Vushtrri u përqendruan kryesisht në tema të menaxhimit komunal, zhvillimit ekonomik dhe qeverisjes transparente. Kandidatët prezantuan zotimet e tyre për përmirësimin e shërbimeve publike, investimet infrastrukturore dhe rritjen e efikasitetit të administratës. Megjithatë, në të gjitha debatet vërehet një mungesë e theksuar e perspektivës sociale dhe gjinore, çka tregon se barazia dhe përfaqësimi i grave mbeten jashtë fokusit të diskursit politik lokal.

Në Gjakovë, debati u dominua nga temat ekonomike, parqet industriale, krijimi i vendeve të punës, infrastruktura dhe nevoja për komunikim të hapur me qytetarët. U theksua transparenca dhe nevoja për qeverisje efikase, por nuk pati asnjë referencë për çështjet gjinore, rolin e grave në politikë apo politikat që ndikojnë në jetën e tyre sociale dhe ekonomike.

Në Rahovec, diskutimet u fokusuan në qeverisjen lokale, bujqësinë si shtyllë ekonomike, përmirësimin e shëndetësisë dhe arsimit, si dhe zhvillimin e rinisë dhe sportit. Edhe pse debati mbuloi një spektër të gjerë politikash lokale, mungoi plotësisht qasja gjinore: nuk pati asnjë përmendje për përfaqësimin e grave, barazinë në vendimmarrje apo sfidat strukturore me të cilat ato përballen në komunitet.

Në Prizren, zhvillimi ekonomik, turizmi dhe infrastruktura ishin temat kryesore. Diskursi u ndërtua mbi nevojën për qeverisje transparente dhe llogaridhënie, por çështjet sociale, të drejtat e punëtorëve, barazia gjinore dhe mirëqenia e qytetarëve mbetën të pa adresuara. Debati shfaqti fokus të ngushtë ekonomik, duke lënë në hije përmasat sociale dhe gjinore të zhvillimit.

Në Mitrovicën e Jugut, theks i madh iu dha problemeve financiare, borxheve komunale, sfidave mjedisore dhe menaxhimit të qëndrueshëm. U përmend rëndësia e angazhimit qytetar dhe procesit zgjedhor të drejtë, por, sërish, aspekti gjinor mungoi tërësisht. Nuk pati diskutim mbi përfaqësimin e grave, kushtet e punës apo politikat mbështetëse për to.

Në Vushtrri, fokusi kryesor ishte te investimet kapitale, arsimi, çerdhet, rinia, punësimi dhe përmirësimi i klimës së biznesit. Megjithëse u trajtuan temat e pjesëmarrjes qytetare dhe transparencës, nuk u diskutua barazia gjinore, as politika që lidhen me fuqizimin ekonomik të grave apo rolin e tyre në vendimmarrje. Debati mbeti i orientuar drejt zhvillimit infrastrukturor, duke anashkaluar aspektet sociale dhe gjinore.

Në tërësi, debatet e balotazhit paraqesin një diskurs politik të përqendruar te administrimi lokal dhe zhvillimi ekonomik, por të mangët në trajtimin e dimensionit gjinor. Në asnjë nga debatet nuk u

shtjelluan politikat për barazinë, përfaqësimin e grave, qasjen në punësim, shërbimet sociale apo sigurinë publike nga perspektiva gjinore. Gratë nuk u përmendën as në kontekst të kontributeve, as në atë të llogaridhënies, çka dëshmon marginalizimin e tyre në narrativën politike lokale. Kjo qasje tregon se, pavarësisht retorikës për zhvillim dhe reformë, barazia gjinore mbetet ende një temë e pazhvilluar dhe jashtë agjendës së kandidatëve në hapësirat televizive të balotazhit.

Kanal 10

Gjatë 6 ditëve të fushatës elektorale në fazën e balotazhit, Kanal 10 përsëri nuk ka transmetuar kronika zgjedhore.

Gjatë kësaj periudhe janë realizuar 8 debate, ku prej tyre vetëm dy debate kanë qenë me kandidatët që kanë garuar në balotazh. Edhe këto dy debate kanë qenë me nga vetëm një kandidatë pa pasur përballje direkte. Pjesa më e madhe e debateve ka qenë vetëm me analistë. Gjithashtu në këtë periudhë ka qenë i ftuar edhe Zafir Berisha kandidat për kryetar të Prizrenit në raundin e parë, pavarësisht që i cili nuk ka shkuar në balotazh, por ka mbështetur një kandidat tjetër.

Nga dy kandidatët pjesëmarrës, 1 ka qenë nga LVV dhe 1 nga AAK.

Gjatë serisë së debateve të monitoruara në këtë cikël emisionesh, diskursi politik karakterizohet përgjithësisht nga mungesa e gjuhës së hapur të urrejtjes ndaj grave apo grupeve të tjera të mbrojtura. Edhe pse toni shpesh është i ashpër, me akuza për manipulim të listave të votuesve, etiketime politike dhe replika personalizuese (p.sh. “shpifje”, “rrenca”, “mos rrej, profesor pa lidhje”, “dangall) këto mbeten kryesisht fyerje politike dhe personale, jo sulme të strukturuar ndaj një grupi në bazë gjinie. Fokusi kryesor i debateve është aritmetika elektorale, balotazhet, koalicionet, integriteti i procesit të votimit dhe performanca e qeverisjes lokale/qendrore.

Dimensioni gjinor në përfaqësim është i dobët pothuajse në të gjitha debatet: shumica e paneleve janë tërësisht me burra -moderatorë, analistë dhe kandidatë -dhe gratë mungojnë si zëra aktivë, përveç një rasti ku në panel është vetëm një grua mes disa burrave. Edhe në këtë debat, ajo prezantohet fillimisht përmes një kornize estetike (“jep shumë shmek debatit”).

Sa i përket përmbajtjes, premtimet dhe programet për politikën ndaj grave janë pothuajse mungojnë. Në shumicën e debateve nuk trajtohen fare tema si barazia në punësim, kujdesi për fëmijët, dhuna me bazë gjinore, shërbimet e kujdesit apo përfaqësimi i grave në vendimmarrje; gratë përmenden më shumë si figura individuale brenda pazareve politike apo si pjesë e listave, sesa si grup me nevoja dhe të drejta specifike që kërkojnë politika të targetuara. Përrashtim i pjesshëm është rasti i Rahovecit, ku gratë përmenden në mënyrë afirmative si aktore ekonomike në Krushë, të lidhura me përpunimin e perimeve dhe eksportin, si shembull i qëndrueshmërisë dhe suksesit lokal. Megjithatë, edhe aty, vëmendja mbetet kryesisht në rrëfimin e arritjeve ekzistuese dhe jo në prezantimin e një pakete të qartë masash të reja (me buxhet, afate, indikatorë) që do t'i mbështesnin më tej gratë fermere apo do ta zgjeronin këtë model në sektorë të tjerë. Në debate të tjera, përmendje sporadike si ideja që një komunë “të ketë në të ardhmen një kandidat ose një kandidatë” mbeten në nivel simbolik dhe jo programatik. Në këtë kuptim, politikën ndaj grave ose mungojnë, ose trajtohen sipërfaqësisht, më shumë si narrative pozitive dhe deklarative, pa shndërrim në angazhime konkrete të matshme.

Në përgjithësi, këto debate ofrojnë një pasqyrë të diskursit politik ku gjuha e urrejtjes dhe seksizmi i hapur nuk janë karakteristikë dominuese.

Gratë shfaqen më shumë si përrashtim se si rregull, ndërsa çështjet që lidhen me to ose nuk trajtohen fare, ose mbesin në nivel rrëfimesh të përgjithshme e simbolike, pa politikë të thelluar dhe pa premtime për ndryshim strukturor.

4. REKOMANDIME

Bazuar në gjetjet e Raportit të Monitorimit të Mediave gjatë Fushatës Zgjedhore për Zgjedhjet Lokale 2025, rekomandohet që subjektet politike dhe mediat të ndërmarrin këto masa për përmirësimin e transparencës, barazisë dhe etikës në komunikimin publik:

Rekomandime për Subjektet Politike

- Sigurimi i përfaqësimit real dhe të barabartë gjinor në kandidime, duke ndalur praktikën e vendosjes së grave në komuna ku mungon baza elektorale apo ku gara është simbolike. Kandidaturat e grave duhet të vendosen në zona me peshë politike dhe potencial elektor real.
- Zhvillimi i platformave konkrete për barazinë gjinore dhe fuqizimin e grave, të mbështetura me masa të matshme, burime të përcaktuara dhe objektiva të qarta zbatimi, në mënyrë që angazhimet për barazi të mos mbeten në nivel deklarativ.
- Integrimi i çështjeve gjinore dhe sociale në programet zgjedhore, duke i trajtuar si pjesë përbërëse të politikave publike lokale dhe jo si tema të përdorura vetëm për efekt fushate.
- Ruajtja e standardeve etike gjatë komunikimit publik, me shmangien e gjuhës fyese, denigruese apo seksiste në debate dhe deklarata politike. Kandidatët dhe përfaqësuesit e partive duhet të respektojnë parimet e komunikimit civil dhe të bazuar në argument.
- Organizimi i trajnimeve për komunikim etik dhe barazi gjinore për kandidatët, zëdhënësit dhe përfaqësuesit e subjekteve politike, si dhe krijimi i mekanizmave të brendshëm disiplinorë për rastet e shkeljeve.

Rekomandime për Mediat

- Garancia e paanshmërisë dhe trajtimit të barabartë të subjekteve politike, duke siguruar qasje të njëjtë për të gjitha partitë dhe kandidatët në kronika, debate dhe emisione. Përfshirja e kandidatëve të certifikuar duhet të shmanget në çdo rast.
- Ndërhyrja e moderatorëve në raste të përdorimit të gjuhës nxitëse, denigruese ose përjashtuese, me qëllim mbajtjen e debateve në nivel të civilizuar dhe në përputhje me Kodin e Etikës.
- Rritja e përfaqësimit të grave në përmbajtjet mediatike, si në rolin e kandidateve dhe përfaqësueseve politike, ashtu edhe si analiste, gazetare dhe moderatore, për të balancuar perspektivat në diskursin publik.
- Thellimi i debatit publik në çështje me interes qytetar, si politikat sociale, barazia gjinore, transparenca lokale dhe përfshirja qytetare, në vend të fokusit në përplasje personale dhe retorikë përjashtuese.

- Zbatimi rigoroz i rregulloreve të Komisionit të Pavarur të Mediave, duke përfshirë dorëzimin e ditarëve javorë, publikimin e orareve dhe çmimeve, si dhe ndalimin e çdo forme të sponsorizimit të fshehur apo të reklamimit të ndaluar.
- Promovimi i edukimit mediatik dhe profesionalizmit gazetaresk, përmes trajnimeve të brendshme dhe bashkëpunimit me organizata të shoqërisë civile, me qëllim forcimin e kulturës së debatit demokratik dhe respektimit të standardeve etike.

FOL