

FOL

# RAPORTI I MONITORIMIT TË MEDIAVE

ZGJEDHJET E PARAKOHSHME PËR  
KUVENDIN E REPUBLIKËS SË KOSOVËS

28 dhjetor 2025



Përgatitur nga: Lëvizja FOL

Të drejtat e autorit ©2026. Lëvizja FOL

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 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 .....	6
2. KORNIZA LIGJORE PËR MEDIAT GJATË ZGJEDHJEVE .....	8
3. TË DHËNAT E PËRGJITHSHME NGA MONITORIMI.....	10
Kronikat zgjedhore .....	10
Përfaqësimi gjinor gjatë transmetimit të kronikave zgjedhore .....	12
Debatet televizive .....	13
Struktura dhe përfshirja në debatet televizive .....	15
4. Ankesat e parashtruara në Komisionin e Pavarur të Mediave (KPM) gjatë fushatës zgjedhore .....	17
5. GJETJET INDIVIDUALE NGA MONIOTRIMI I TELEZIONEVE .....	18
RADIO TELEVISIONI I KOSOVËS (RTK).....	18
Kronikat zgjedhore .....	18
Debatet televizive .....	20
TELEVIZIONI KOHAVISION .....	23
Kronikat zgjedhore .....	23
Debatet televizive .....	24
Televizioni T7 .....	27
Kronikat zgjedhore .....	27
Debatet televizive .....	28
TELEVIZIONI KLAN KOSOVA.....	31
Kronikat zgjedhore .....	31
Debatet televizive .....	32
TELEVIZIONI RTV DUKAGJINI.....	34
Kronikat zgjedhore .....	34
Debatet televizive .....	35
TELEVIZIONI RTV 21 .....	38
Kronikat zgjedhore .....	38
Debatet televizive .....	40
TELEVIZIONI TËVË1.....	43
Kronikat zgjedhore .....	43
Debatet televizive .....	44
TELEVIZIONI ATV .....	45
Kronikat zgjedhore .....	45

Debatet televizive .....	46
TELEVIZIONI KANAL 10.....	49
Debatet televizive .....	49
REKOMANDIMET .....	51
Duke u bazuar në gjetjet kryesore të raportit, të cilat evidentojnë dominimin e diskursit konfrontues, integrimin e kufizuar të perspektivës gjinore, përfaqësimin e pabalancuar në panele dhe trajtimin kryesisht deklarativ të barazisë gjinore, rekomandimet strukturohen në dy nivele: për mediat dhe për subjektet politike.....	51
Rekomandime për mediat.....	51
Rekomandime për subjektet politike .....	52

## 1. METODOLOGJIA

Lëvizja FOL ka monitoruar mediat gjatë fushatës zgjedhore për Zgjedhjet e Parakohshme për Kuvendin e Republikës së Kosovës.

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 kandidate në krahasim me burrat.

Në veçanti, janë shqyrtuar paraqitjet e grave kandidate për deputete, 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 kandidate.

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 dinamikën e komunikimit - përfshirë ndërprerjet, gjuhën seksiste, komentet denigruese apo objektifikuese.

Monitorimi ka përfshirë analiza të debateve televizive dhe kronikave zgjedhore, duke filluar nga 17 dhjetori deri më 27 dhjetor 2025, që përkon me të gjithë periudhën zyrtare të fushatës zgjedhore.

## **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:

- Televizioni publik: 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 kandidateve 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.

Përveç Kushtetutës, organi ligjvënës ka sjellë edhe një varg ligjesh dhe aktesh nënligjore që e rregullojnë sferën e mediave.

Kësisoj, **Ligji për Komisionin e Pavarur të Mediave**<sup>1</sup>, i cili është miratuar në mars të vitit 2012, ka për qëllim përcaktimin e kompetencave të Komisionit të Pavarur të Mediave (në tekstin e mëtejshëm: KPM) me qëllim të promovimit të zhvillimit të një tregu të shëndoshë të shërbimeve mediale audio-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**<sup>2</sup>, e 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 certifikuar. 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 ua ofrojnë në mënyrë të barabartë të gjitha subjekteve të certifikuar.

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

---

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

<sup>2</sup> Komisioni i Pavarur të Mediave, Rregulloren 2024/03 për Obligimet e Ofruesve të Shërbimeve Mediale gjatë Fushatës Zgjedhore, 16 dhjetor 2024.

Rregullorja gjithashtu i ka obliguar të gjithë ofruesit e shërbimeve mediale (OShM) që të mbajnë ditarë të veçantë ditor për qasjet e siguruara 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 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 Audiovizuale**<sup>3</sup> 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 **Ligjin për Zgjedhjet e Përgjithshëm**, të miratuar në qershor të vitit 2023, 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 këtij ligji 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 rreptësishtë transmetimin ose publikimin e çfarëdo materiali të lidhur me aktivitetet e fushatës zgjedhore brenda periudhës që fillon 24 orë para hapjes së vendotimeve dhe zgjat deri në mbylljen zyrtare të tyre. Këto dispozita synojnë të ruajnë neutralitetin mediatik dhe të parandalojnë ndikimin e padrejtë mbi votuesit në fazën e fundit të procesit zgjedhor.

Ky ligj ka sjellë disa ndryshime në krahasim me ligjin e mëparshëm, që ishte miratuar në qershor të vitit 2008<sup>4</sup>. Ligji i ri ka paraparë obligimin e KPM-së që përmes akteve nënligjore të rregulloj edhe publikimet online gjatë tërë procesit zgjedhor, si dhe e ka forcuar rolin e KPM-së në monitorimin e mediave gjatë periudhës zgjedhore.

---

<sup>3</sup> KPM - 2023 - 02 Rregullore për komunikimet komerciale audio dhe audiovizuale.

<sup>4</sup> Kuvendi i Republikës së Kosovës, Ligji nr. 03/I-073 për Zgjedhjet e Përgjithshme në Republikën e Kosovës.

### 3. TË DHËNAT E PËRGJITHSHME NGA MONITORIMI

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 për zgjedhjet e 28 dhjetorit 2025.

Të dhënat nga monitorimi i 9 televizioneve tregojnë se gjatë kësaj periudhe ka pasur mbi 13 orë kronika zgjedhore dhe mbi 170 orë debate politike.

#### Kronikat zgjedhore

Sipas rezultateve të monitorimit, në kronikat zgjedhore televizive Partia Demokratike e Kosovës (PDK) ka pasur mbulimin më të gjatë me 182 minuta, e ndjekur nga Lëvizja Vetëvendosje me 173 minuta, Lidhja Demokratike e Kosovës (LDK) me 170 minuta, Aleanca për Ardhmërinë e Kosovës (AAK) me 154 minuta, Nisma Socialdemokrate me 87 minuta. Subjektet tjera kanë pasur mbulim prej 20 minuta.

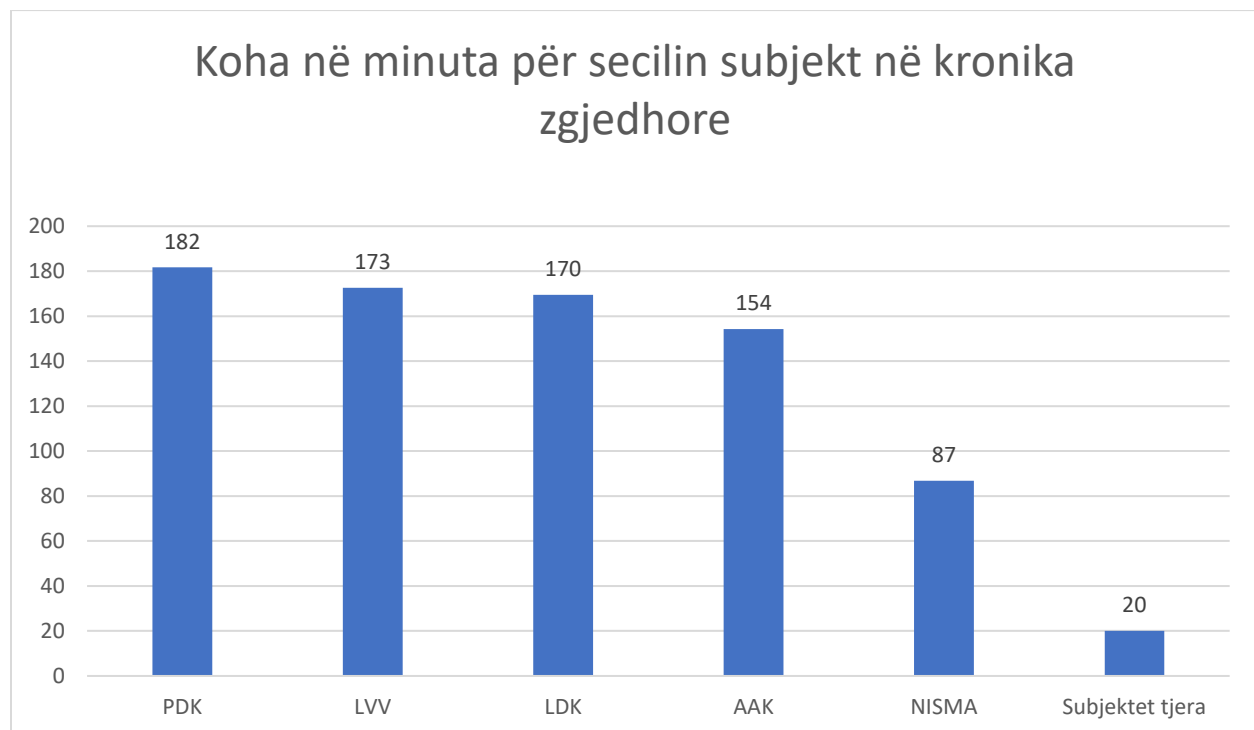
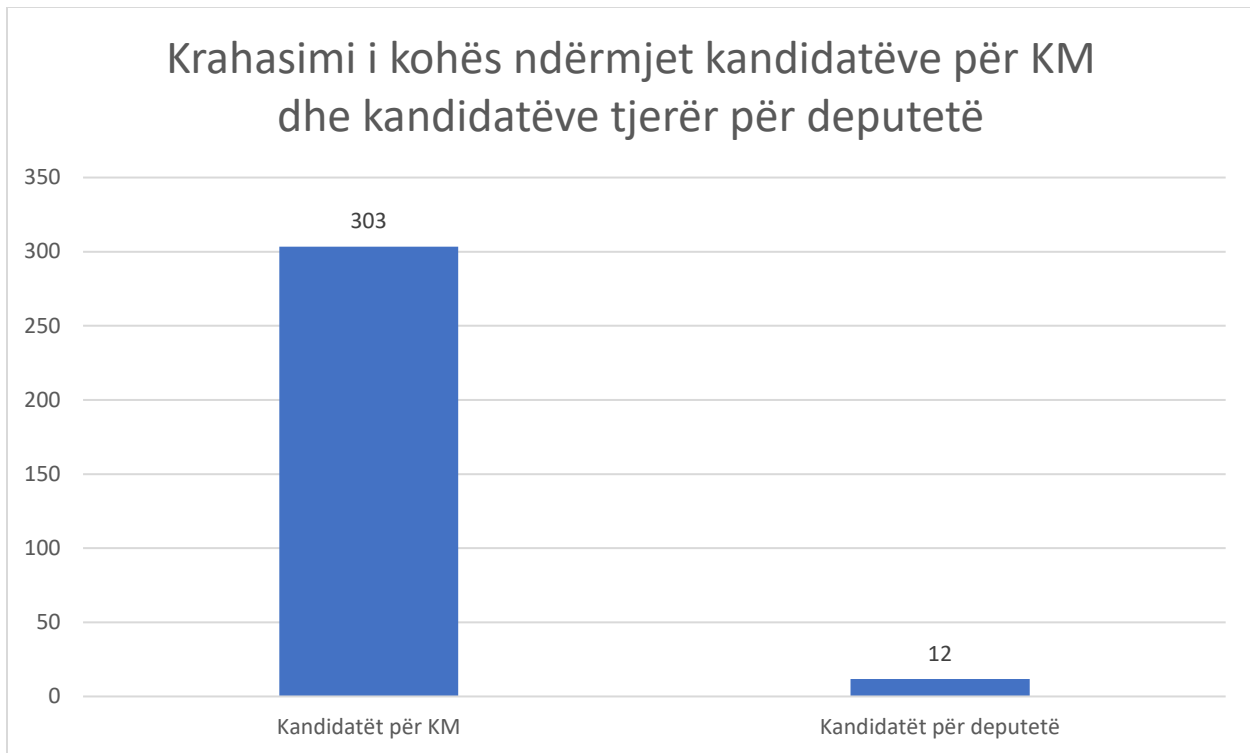


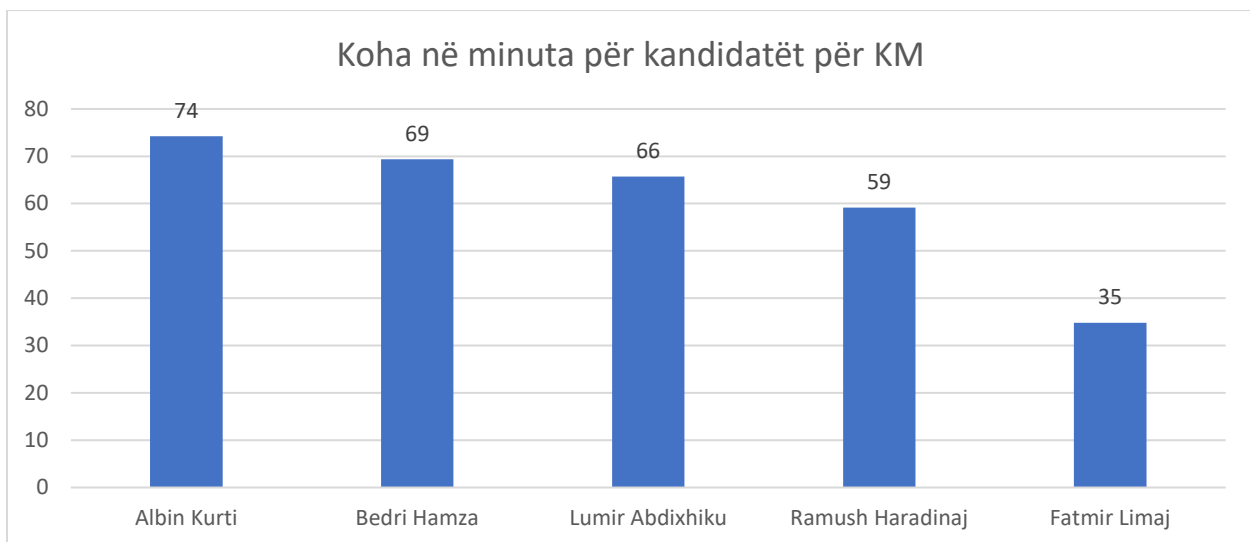
Fig. 1 Koha në minuta për secilin subjekt në kronika zgjedhor

Gjatë kronikave zgjedhore, pjesa më e madhe e hapësirës televizive u është dedikuar kandidatëve për kryeministër ose prijësve të listave garuese, të cilët kanë pasur në dispozicion 303 minuta në total. Në krahasim, kandidatët e tjerë kanë përfituar vetëm 12 minuta.



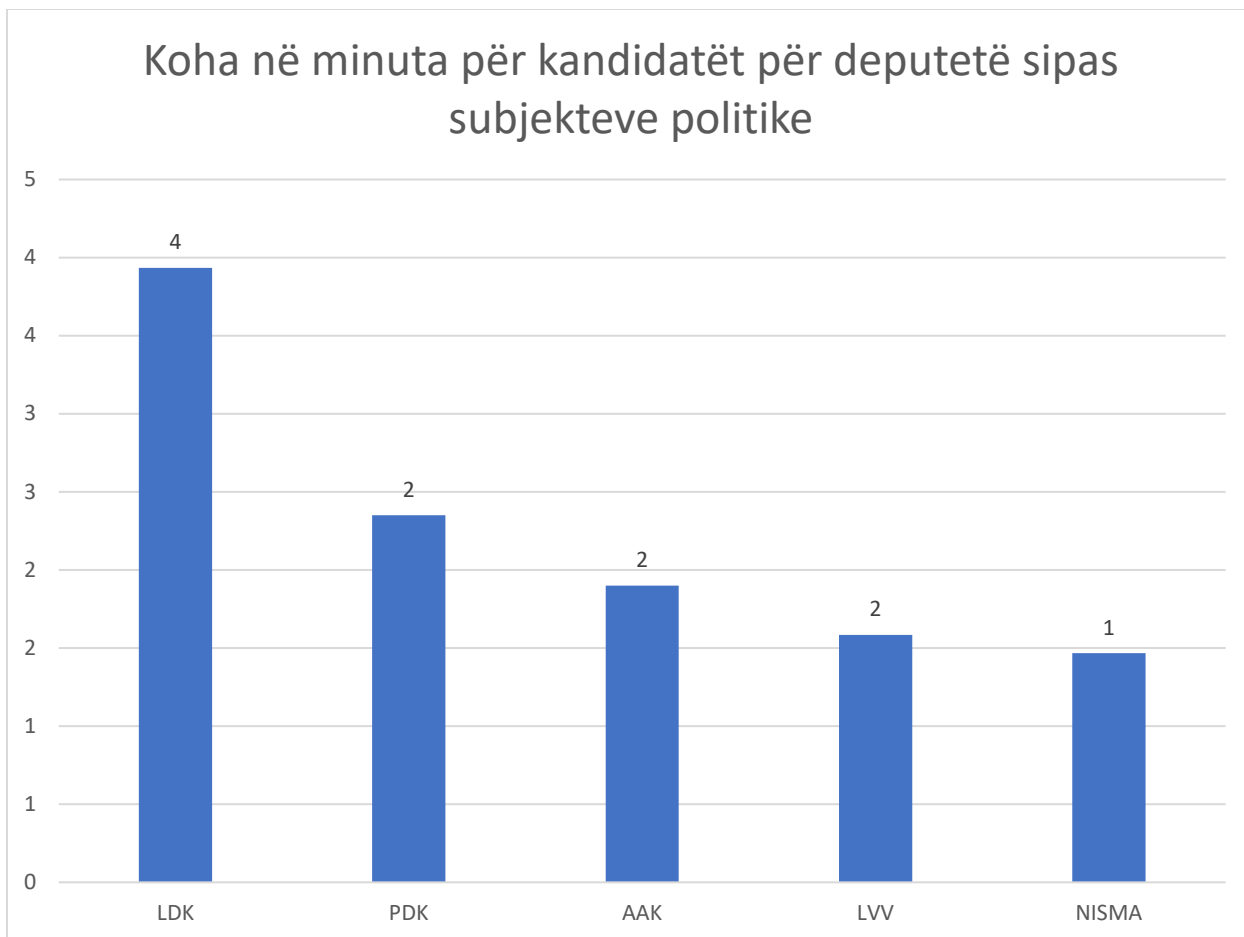
*Fig. 2 Krahasimi i kohës ndërmjet kandidatëve për Kryeministër apo prijësve të listave dhe kandidatëve tjerë për deputetë*

Nga ana e kandidatëve për kryeministër, Albin Kurti (LVV) kryeson me 74 minuta, pasuar nga Bedri Hamza (PDK) me 69 minuta, Lumir Abdixhiku (LDK) me 66 minuta, Ramush Haradinaj (AAK) me 59 minuta dhe Fatmir Limaj me 35 minuta.



*Fig. 3 Koha në minuta për kandidatët për kryeministër*

Sa i përket kandidatëve për deputetë, kandidatët nga LDK, kanë pasur mbulueshmërinë më të madhe me rreth katër minuta, pasuar nga ata të PDK-së, AAK-së dhe LVV-së me nga rreth dy minuta dhe kandidatët e NISMA-s me një minutë.



*Fig. 4 Koha në minuta për kandidatët për deputetë sipas subjekteve politike*

#### Përfaqësimi gjinor gjatë transmetimit të kronikave zgjedhore

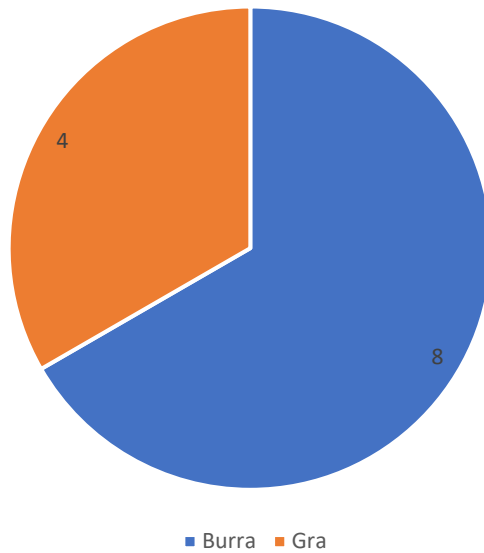
Përfaqësimi gjinor në transmetimet e kronikave zgjedhore për Zgjedhjet e Parakohshme tregon për një pabarazi të theksuar.

Nga 23 subjekte politike që kanë garuar, vetëm dy prej tyre kanë pasur gra si prijëse të listave (Emilja Rexhepi nga NDS dhe Duda Balje nga SDU). Po ashtu, numri i kandidateve gra mbetet i ulët, pasi asnjë subjekt politik nuk ka arritur të tejkalojë përfaqësimin prej 35% gra (përqindja më e lartë në këto zgjedhje).

Kjo pabarazi reflektohet edhe në hapësirën televizive të dedikuar ndaj grave gjatë fushatës. Nga 40 kronika që kanë përfshirë kandidatët për deputetë (gra dhe burra), vetëm 13 prej tyre (33%) u janë kushtuar kandidateve gra.

Gjithashtu edhe koha televizive për kandidatet gra ka qenë shumë më e ulët se sa për kandidatët burra. Nga 12 minuta që janë transmetuar kandidatët për deputetë vetëm 4 minuta (36%) kanë qenë për kandidatët gra.

## Koha në minuta për kandidatë për deputet sipas gjinisë



*Fig. 5 Koha në minuta për kandidatë për deputetë sipas gjinisë*

Këto të dhëna sugjerojnë se, pavarësisht angazhimit për barazi gjinore në politikë, gratë kanë pasur një prezencë shumë më të ulët në mbulimin mediatik gjatë fushatës zgjedhore në televizione. Kjo pabarazi mund të ketë ndikim në perceptimin publik dhe në mundësitë e tyre për të arritur sukses në zgjedhje.

### Debatet televizive

Gjatë periudhës së fushatës zgjedhore, debatet televizive të monitoruara në nëntë media audiovizive ofruan një pasqyrë të gjerë të mënyrës se si zhvillohet diskursi politik në hapësirën publike dhe se si

trajtohen çështjet gjinore në kuadër të këtij diskursi. Nga monitorimi i realizuar rezulton se, pavarësisht dallimeve në format, stil moderimi dhe strukturë programore, debatet ndajnë disa modele të përbashkëta që përsëriten në mënyrë të qëndrueshme.

Në përgjithësi, debatet janë karakterizuar nga një fokus i theksuar në tema politike, institucionale dhe ekonomike, si stabiliteti politik, zhvillimi ekonomik, energjia, siguria dhe marrëdhëniet ndërkombëtare. Diskursi ka qenë kryesisht teknik deri diku programor, megjithëse në një pjesë të debateve është vërejtur edhe një ton konfrontues dhe polarizues, i shoqëruar me akuza dhe përpjekje për delegitimim të kundërshtarëve politikë. Në shumicën e rasteve, këto përplasje kanë mbetur brenda kufijve të diskursit politik dhe nuk janë shoqëruar me gjuhë urrejtjeje të drejtpërdrejtë.

Sa i përket trajtimit të çështjeve gjinore, monitorimi tregon se perspektiva gjinore mbetet kryesisht minimale dhe jo e integruar në mënyrë sistematike në agjendën e debateve. Çështjet e barazisë gjinore, përfaqësimit, punësimit, dhunës me bazë gjinore apo shërbimeve sociale të ndërlidhura me barazinë rrallëherë shfaqen si tema qendrore të diskutimit. Kur përmenden, ato trajtohen më së shumti në mënyrë deklarative, pa u shoqëruar me propozime të strukturuar, masa konkrete apo mekanizma të qartë zbatimi.

Një gjetje e përsëritur në të gjitha mediat e monitoruara lidhet me përbërjen e paneleve dhe dinamikën e përfaqësimit. Në një numër debatesh vërehet mungesë e plotë ose prani minimale e grave në panel, çka ndikon drejtpërdrejt në kufizimin e perspektivave të ndryshme në diskutim. Edhe në rastet kur ka përfaqësim, pjesëmarrja shpesh mbetet e pabalancuar, me dominim të zërave të njëanshëm dhe me ritëm të lartë të replikave, që e bën të vështirë artikullimin e një agjende gjinore të qëndrueshme.

Në aspektin e gjuhës, në shumicën e debateve nuk janë identifikuar forma eksplicite të fyerjes mbi bazë gjinore apo stereotipe të drejtpërdrejta. Megjithatë, monitorimi evidenton prani të formave më të buta të pabarazisë diskursive, të shfaqura përmes përjashtimit strukturor, paternalizmit dhe normalizimit të politikës si hapësirë e dominuar nga një profil i vetëm aktorësh. Në disa segmente të debateve shfaqen edhe kornizime problematike që, ndonëse nuk janë të hapura diskriminuese, prodhojnë një reduktim simbolik të rolit publik. Këto përfshijnë vlerësime që e zhvendosin fokusin nga kompetenca dhe përvoja drejt tipareve si “qetësia” apo “urtësia”, si mënyrë përshkrimi, si dhe referenca që e lidhin legjitimitetin e një figure me marrëdhënie familjare, duke e dobësuar autonominë e prezantimit publik. Në raste të tilla, kriteret e vlerësimit priren të rrëshqasin nga performanca dhe qëndrimet publike drejt roleve shoqërore ose lidhjeve personale, çka ndikon në mënyrë të tërthortë në pabarazinë diskursive.

Një element shqetësues i identifikuar në një pjesë të debateve lidhet me diskursin përjashtues ndaj komuniteteve të marginalizuara, veçanërisht në trajtimin e çështjeve që lidhen me identitetin gjinor. Kjo mënyrë e të folurit, nxit stigmatizimin dhe e bën më të vështirë zhvillimin e një debati të hapur, të informuar dhe gjithëpërfshirës.

Në tërësi, monitorimi i debateve televizive tregon se hapësira e debatit publik mbetet e orientuar kryesisht drejt konkurrencës politike dhe rrallë drejt ballafaqimit programor, ndërsa integrimi i perspektivës gjinore mbetet i kufizuar dhe sporadik. Mungesa e një trajtimi të qëndrueshëm të çështjeve gjinore dhe pabalancimi në përfaqësim sugjerojnë nevojën për një qasje më gjithëpërfshirëse në ndërtimin e debateve, si në nivel të përbërjes së paneleve, ashtu edhe në mënyrën e strukturimit të temave dhe moderimit.

Këto gjetje nënvizojnë rëndësinë e forcimit të standardeve editoriale dhe të praktikave mediatike që nxisin barazi, përfaqësim dhe debat të përgjegjshëm publik, duke e trajtuar barazinë gjinore jo si temë dytësore, por si pjesë integrale të diskursit demokratik.

### Struktura dhe përfshirja në debatet televizive

Gjatë periudhës 17 dhjetor - 27 dhjetor 2025 janë monitoruar 9 televizione në nivel vendi. Gjatë kësaj periudhe janë monitoruar gjithsej 165 debate.

Nga këto debate, dominojnë ato *me vetëm një subjekt politik* (93 debate), pasuar nga debatet *me vetëm analistë* (47 debate).

Gjatë kësaj fushate vërehet mungesa e ballafaqimit të subjekteve politike, ku vetëm në 21 debate kanë qenë me më shumë se një subjekt (15 debate me më shumë subjekte, dhe 6 debate në mes dy subjekteve).

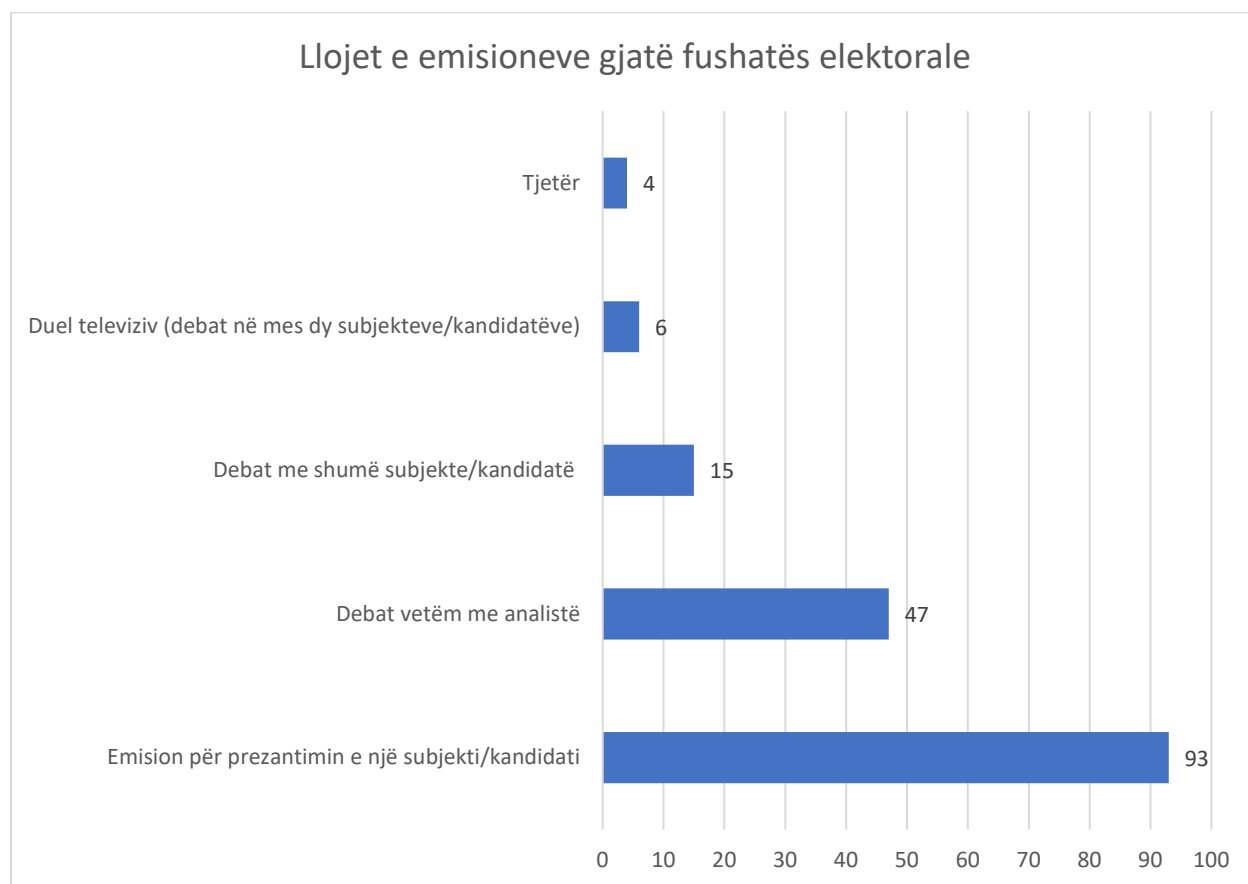


Fig. 6 Llojet e emisioneve gjatë fushatës elektorale

Gjatë fushatës elektorale, PDK ka marrë pjesë në 51 debate, LDK në 41 debate, LVV në 31 debate, AAK në 24 debate dhe NISMA në 13 debate.

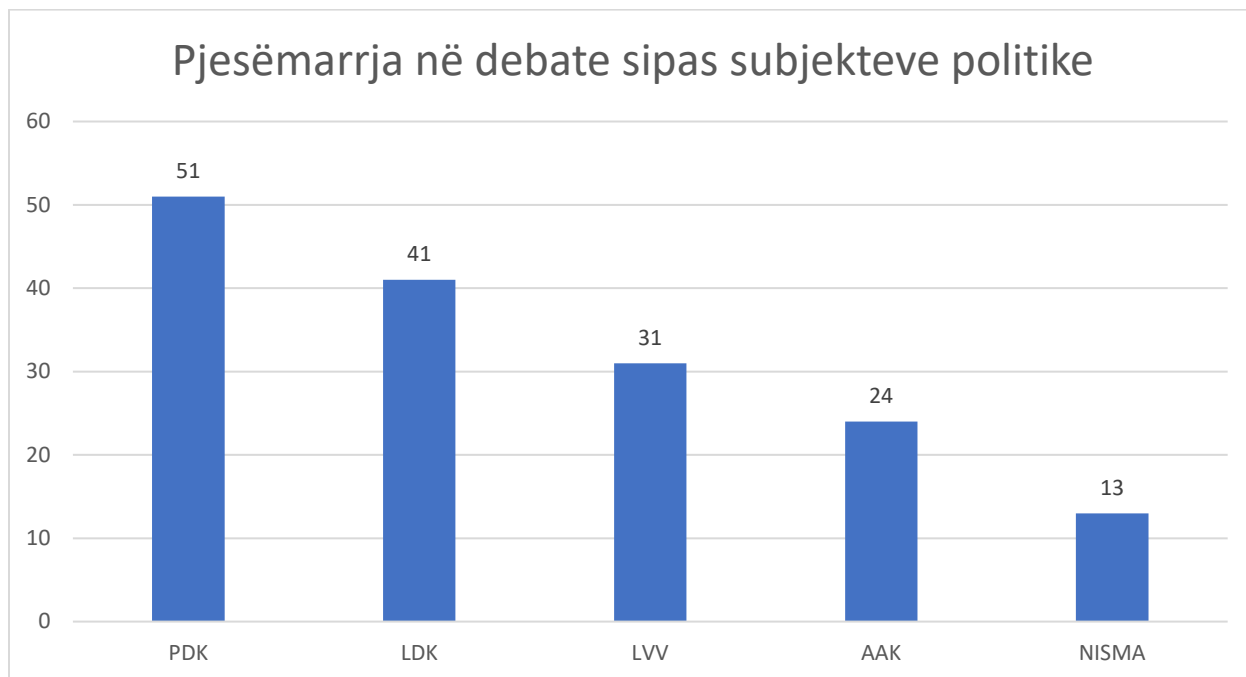


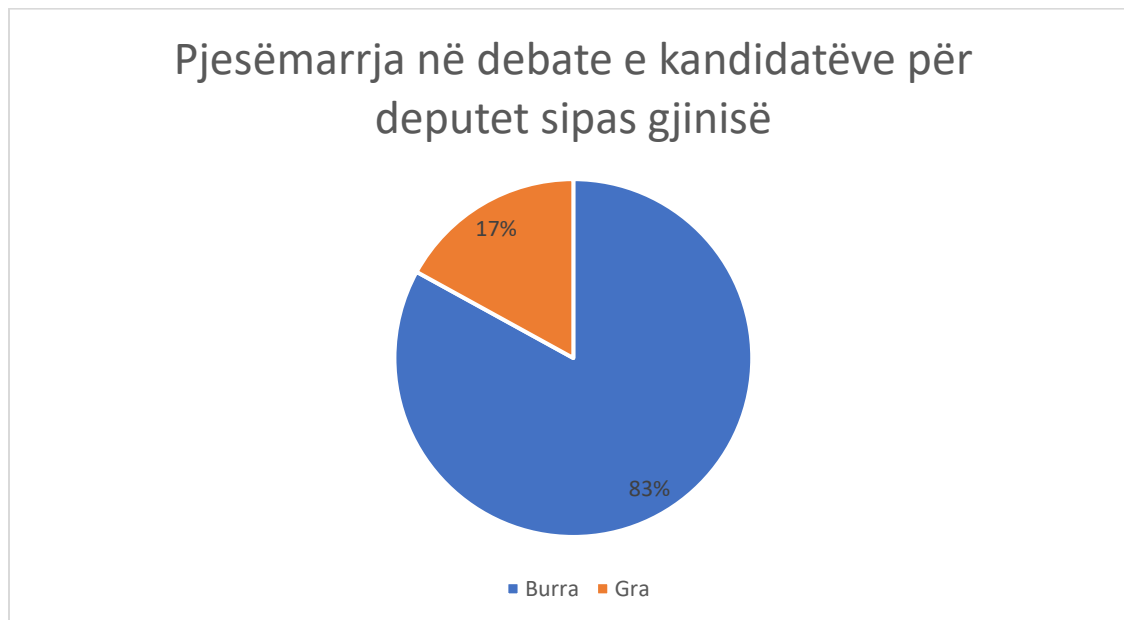
Fig. 7 Pjesëmarrja në debate sipas subjekteve politike

Sa i përket pjesëmarrjes në debate nga kandidatët e subjekteve politike, janë regjistruar gjithsej: 56 paraqitje nga kandidatët e PDK-së, 50 paraqitje nga kandidatët e LDK-së, 31 paraqitje nga kandidatët e AAK-së dhe 13 paraqitje nga kandidatët e NISMA-s.



Fig. 8 Pjesëmarrja e kandidatëve në debate sipas subjekteve politike

Edhe në debate televizive pjesëmarrja e kandidatëve gra është shumë më e ulët se ajo e burrave. 83% e kandidatëve në debate kanë qenë burra, ndërsa vetëm 17% gra.



*Fig. 9 Pjesëmarrja në debate e kandidatëve për deputet sipas gjinisë*

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

Gjatë periudhës së fushatës zgjedhore dhe deri në momentin e publikimit të raportit preliminar, Komisioni i Pavarur për Media (KPM) ka deklaruar se nuk ka pranuar ankesa nga palët e treta lidhur me përmbajtjet programore të transmetuara gjatë fushatës apo gjatë periudhës së heshtjes zgjedhore.

Megjithatë, Departamenti Ligjor i KPM-së ka iniciuar një sërë rastesh ex-officio, të cilat kanë rezultuar me dërgimin e njoftimeve për shkelje ndaj disa ofruesve të shërbimeve mediale audiovizive (OSHMA).

Shkeljet më të shpeshta gjatë fushatës lidhen me reklamimin politik, përfshirë rastet ku janë përfshirë fëmijë në përmbajtje reklamuese, mosidentifikimin e qartë të subjekteve përgjegjëse për pikat reklamuese politike, si dhe sponsorizimin e emisioneve apo debateve politike, në kundërshtim me dispozitat përkatëse të Rregullores KPM-2024/03. Për këto raste janë dërguar gjithsej gjashtë njoftime

për shkelje, kryesisht ndaj Kanal 10, Klan Kosova dhe TV Dukagjini. Po ashtu, është evidentuar edhe një rast i transmetimit të sondazhit pa përmbushur kriteret e parapara ligjore.

Në kuadër të zbatimit të Rregullores për Komunikime KPM-2023/02, Departamenti Ligjor ka ndërmarrë veprime ndaj disa mediave për reklamim me ekran të ndarë dhe vendosje të produkteve, duke dërguar gjithsej pesë njoftime për shkelje, ku janë përfshirë TV Dukagjini, Kanal 10, Klan Kosova, TËVË 1 dhe ATV.

Një pjesë e konsiderueshme e shkeljeve është regjistruar gjatë periudhës së heshtjes zgjedhore, konkretisht në ditën e zgjedhjeve, më 28 dhjetor 2025. Gjatë kësaj periudhe, disa OSHMA kanë transmetuar deklaratat, intervista apo përmbajtje që përbënin material të aktivitetit të fushatës, në kundërshtim me ndalimet e përcaktuara në nenin 14 të Rregullores KPM-2024/03. Në disa raste, mediat kanë ndërmarrë masa korrigjuese të menjëhershme, si ndërprerja e deklaratave ose tërheqja e vërejtjeve për të intervistuarit.

Lidhur me shkeljet e konstatuara gjatë heshtjes zgjedhore, Departamenti Ligjor ka dërguar gjithsej katërbëdhjetë (14) njoftime për shkelje, që përfshijnë transmetimin e deklaratave politike, shprehjen e opinionëve me natyrë nxitëse ose promovuese, si dhe publikimin e konferencave për media apo deklaratave të përfaqësuesve politikë, në kundërshtim me kufizimet ligjore në fuqi.

Në tërësi, gjetjet tregojnë se, ndonëse nuk ka pasur ankesa formale nga publiku apo subjektet politike, gjatë fushatës dhe veçanërisht gjatë heshtjes zgjedhore janë evidentuar shkelje të shumta të rregulloreve përkatëse, të cilat janë adresuar përmes mekanizmave institucionalë të KPM-së.

## 5. GJETJET INDIVIDUALE NGA MONIOTRIMI I TELEVISIONEVE

### RADIO TELEVISIONI I KOSOVËS (RTK)

Gjatë 11 ditëve të fushatës elektorale, Radio Televizioni i Kosovës ka transmetuar rreth 13 orë kronika zgjedhore, të dedikuara aktiviteteve të subjekteve politike, si dhe 23 orë debate televizive.

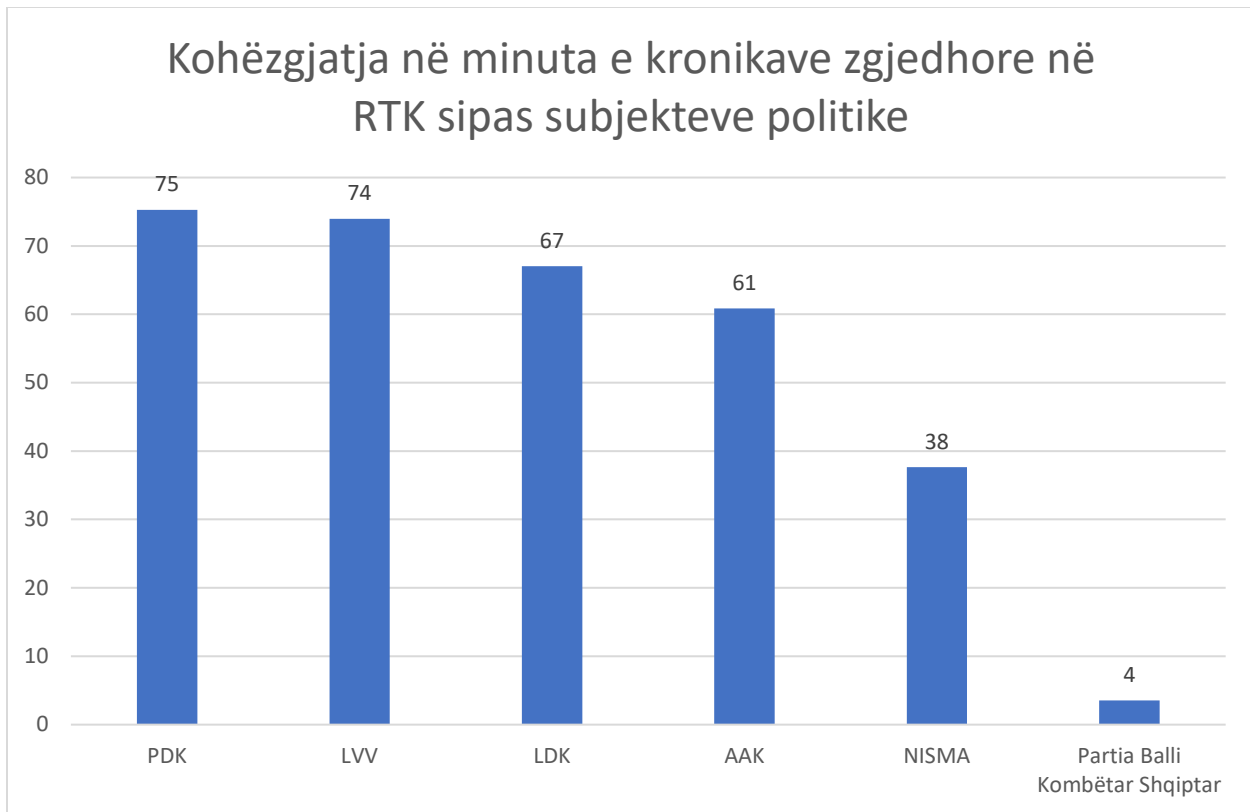
Gjatë çdo dite të fushatës janë transmetuar dy edicione të kronikave zgjedhore - një gjatë edicionit qendror të lajmeve dhe një tjetër në lajmet e orës 22:30.

Debatet në RTK janë konceptuar si përballje të drejtpërdrejta në mes subjekteve politike, 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 përfaqësuar e njëjtë për të gjitha subjektet e mëdha.

Sa i përket hapësirës televizive në minuta në RTK, prin PDK me 75 minuta, LVV me 74 minuta, LDK me 67 minuta, AAK me 61 minuta, NISMA me 38 minuta dhe Partia Balli Kombëtar Shqiptarë me katër minuta.



*Fig. 10 Kohëzgjatja në minuta e kronikave zgjedhore në RTK sipas subjekteve politike*

Kandidati për kryeministër nga LVV, Albin Kurti është kandidati me minutazhën më të gjatë në RTK me 43 minuta, ndjekur nga kandidati i PDK-së, Bedri Hamza 40 minuta, Lumir Abdixhiku nga LDK me 38 minuta, Ramush Haradinaj nga AAK me 37 minuta dhe Fatmir Limaj nga NISMA me 24 minuta.

## Krahasimi i hapësirës në minuta në kronikat zgjedhore në RTK sipas kandidatëve për kryeministër

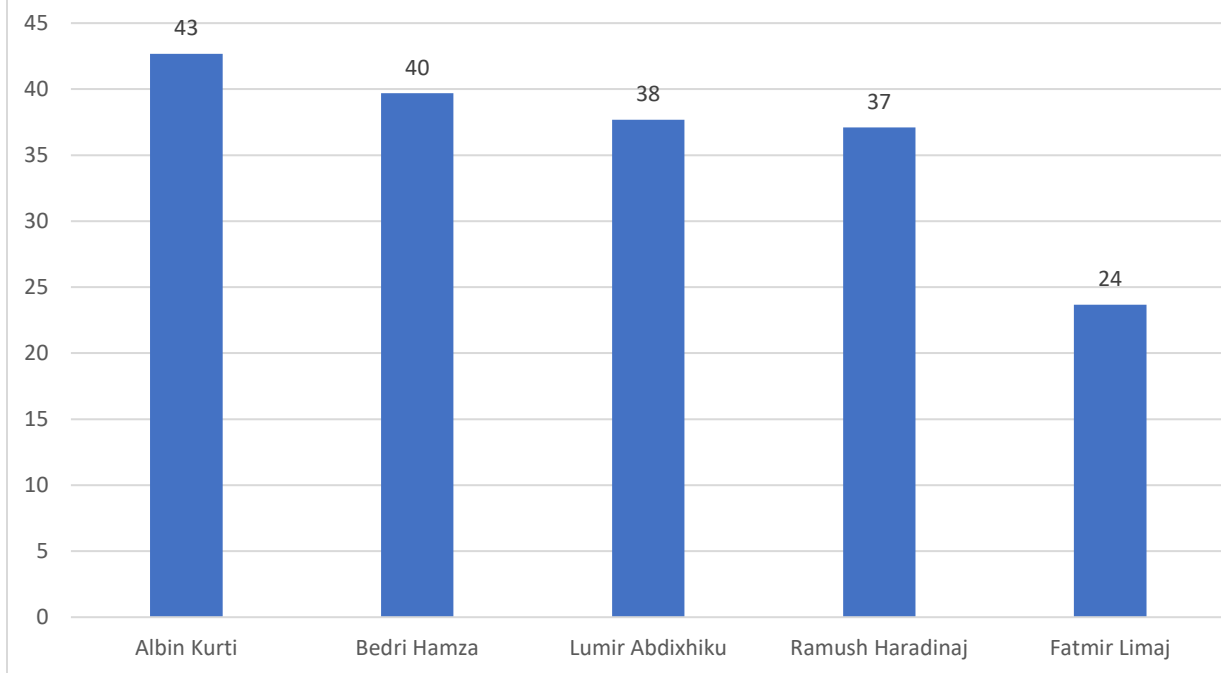


Fig. 11 Krahasimi i hapësirës në minuta në kronikat zgjedhore në RTK sipas kandidatëve për kryeministër

Ndërkohë që kandidatët për kryeministër kanë pasur mbi 180 minuta hapësirë në kronikat zgjedhore, kandidatët e tjerë për deputetë pothuajse nuk kanë pasur fare mbulim. Gjatë kësaj periudhe është transmetuar vetëm një rast i vetëm i paraqitjes së një kandidati, me gjithsej 54 sekonda hapësirë mediatike.

### Debatet televizive

Gjatë fushatës zgjedhore, debatet e transmetuara në RTK janë konceptuar si përballje të drejtpërdrejta mes programeve të subjekteve politike. Megjithatë, në disa raste disa subjekte kanë refuzuar të marrin pjesë, duke kufizuar mundësinë për ballafaqim të plotë programor. Në këto debate nuk është paraparë përballje mes analistëve dhe përfaqësuesve të subjekteve politike, 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.

Nga monitorimi i debateve rezulton që në tërësi, debatet shfaqen si hapësira ku përplasja politike dhe dinamika konfrontuese janë të pranishme në masë të konsiderueshme, gjë që ndikon në mënyrën se si zhvillohet diskutimi mbi temat me interes të gjerë shoqëror. Brenda këtij konteksti, çështjet që lidhen drejtpërdrejt me barazinë gjinore dhe përfshirjen sociale priren të mbeten në plan të dytë. Ato përmenden rrallë dhe zakonisht në mënyrë të përgjithshme, pa u shoqëruar me analiza të strukturuar

apo me artikulum të qartë të përgjegjësive dhe angazhimeve. Kur përfshihen në debat, këto tema shpesh shërbejnë më tepër si elemente mbështetëse në polemikë sesa si pjesë thelbësore e diskutimit politik.

Një tipar i përsëritur i diskursit është përdorimi i gjuhës polemizuese, e cila në disa raste e zhvendos fokusin e debatit nga përmbajtja drejt përballjes personale. Kjo mënyrë komunikimi zhvendos vëmendjen nga përmbajtja drejt konfliktit personal dhe krijon një klimë debati ku argumentimi racional zëvendësohet nga retorika konfrontuese.

Çështjet gjinore rrallë ndërthuren në mënyrë organike me diskutimet mbi politikat publike. Ato shfaqen kryesisht si tema të izoluara, të shkëputura nga fusha të tjera si zhvillimi ekonomik, politikat sociale, arsimit apo shëndetësia. Kjo qasje fragmentare kontribuon në trajtimin e barazisë gjinore si një çështje anësore, e jo si një dimension i integruar i qeverisjes dhe vendimmarrjes publike.

Një element tjetër që ndikon në mënyrën e artikulimit të këtyre temave lidhet me dinamikën e zhvillimit të debatit. Ndërprerjet e shpeshta dhe ritmi i shpejtë i diskutimit e bëjnë të vështirë trajtimin e çështjeve që kërkojnë ndjeshmëri, argumentim dhe reflektim. Si pasojë, temat që lidhen me barazinë dhe përfshirjen mbeten shpesh të pa thelluara dhe të paartikuluara në mënyrë substanciale.

Në përfundim, nga monitorimi i debateve rezultojnë një diskurs publik ku gjuha përdoret kryesisht në funksion të përballjes politike, ndërsa trajtimi i çështjeve gjinore shfaqet në mënyrë të kufizuar dhe jo gjithmonë të integruar në rrjedhën e diskutimit. Këto prirje nxjerrin në pah nevojën për një kulturë debati më të përgjegjshme dhe për standarde komunikimi që nxisin përfshirjen, respektin dhe integrimin e barazisë si pjesë përbërëse e diskutimit publik.

#### *Struktura dhe përfshirja në debatet televizive*

RTK përgjatë periudhës 17 dhjetor - 27 dhjetor, ka realizuar 21 debate televizive. Prej tyre kanë dominuar debatet vetëm me analistë me nëntë debate, pasuar nga debatet me shumë subjekte/kandidatë me gjashtë debate, emisionet me vetëm një kandidat me katër emisione dhe duelet mes dy subjekteve me dy emisione.

Në debatet televizive të RTK-së, LVV ka marrë pjesë në dhjetë debate, PDK në tetë debate, NISMA në gjashtë debate, AAK në katër debate dhe LDK në vetëm dy debate. Në të gjitha debatet e transmetuara në RTK kanë qenë vetëm nga një përfaqësues i subjekteve politike.



Fig. 12 Pjesëmarrja e subjekteve politike në debatet televizive të RTK-së

Nga 30 përfaqësuesit e subjekteve politike që kanë marrë pjesë në debatet e transmetuara në RTK, 25 prej tyre kanë qenë burra (83%) dhe vetëm pesë gra (17%).

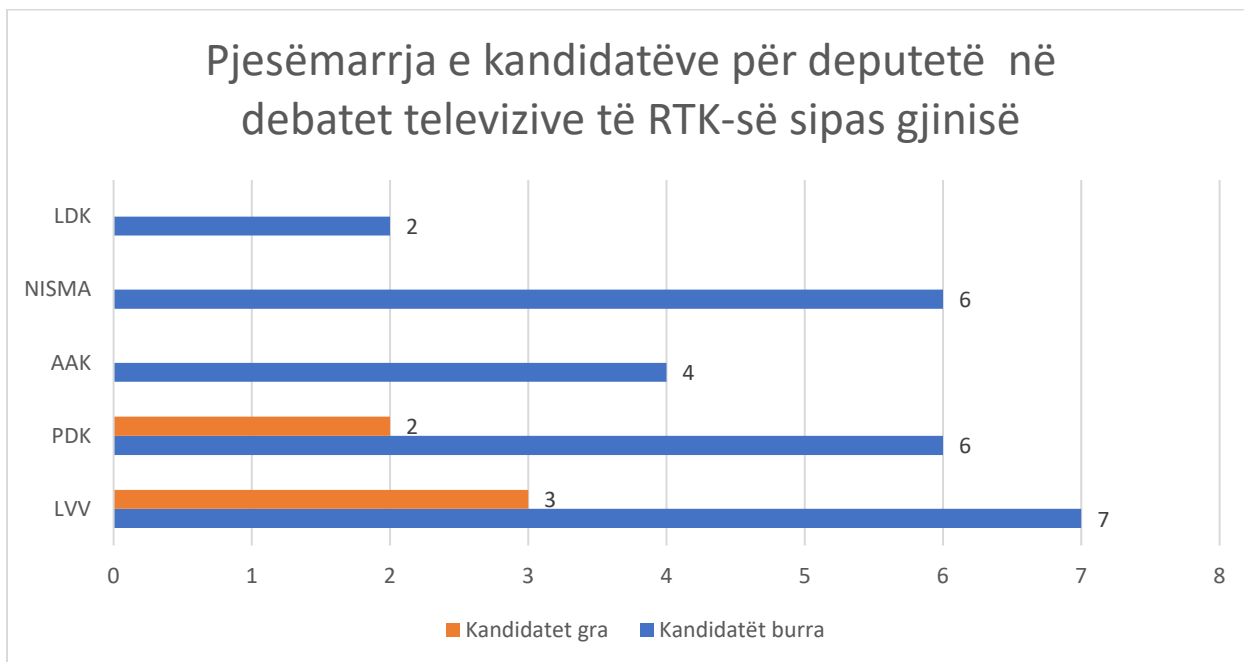


Fig. 13 Pjesëmarrja e kandidatëve për deputetë në debatet televizive të RTK-së sipas gjinisë

Pjesë e debateve televizive në RTK kanë qenë tetë analistë, ku prej tyre vetëm një ka qenë grua. Së bashku kanë pasur 28 paraqitje, ku analistja grua ka pasur tetë paraqitje, ndërsa analistët burra 20 paraqitje.

## TELEVIZIONI KOHAVISION

Gjatë 11 ditëve të fushatës elektorale, Kohavision ka transmetuar rreth tri orë kronika zgjedhore, të dedikuara aktiviteteve të subjekteve politike, si dhe 13 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 transmetuara në KTV janë konceptuar si përballje të drejtpërdrejta mes programeve të subjekteve politike, ku në disa raste disa subjekte nuk kanë marrë pjesë.

### Kronikat zgjedhore

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

Sa i përket hapësirës televizive në minuta në KTV, prin LVV me 39 minuta, LDK me 38 minuta, PDK me 37 minuta, AAK me 34 minuta dhe NISMA me tre minuta.



Fig. 14 Kohëzgjatja në minuta e kronikave zgjedhore në KTV sipas subjekteve politike

Kandidati për kryeministër nga LVV, Albin Kurti është kandidati me minutazhën më të gjatë në KTV me 14 minuta, ndjekur nga kandidati i LDK-së, Lumir Abdixhiku me 13 minuta, Bedri Hamza nga PDK me 12 minuta me dhjetë minuta dhe Fatmir Limaj nga NISMA me një minutë.

## Krahasimi i hapësirës në minuta në kronikat zgjedhore në KTV sipas kandidatëve për kryeministër

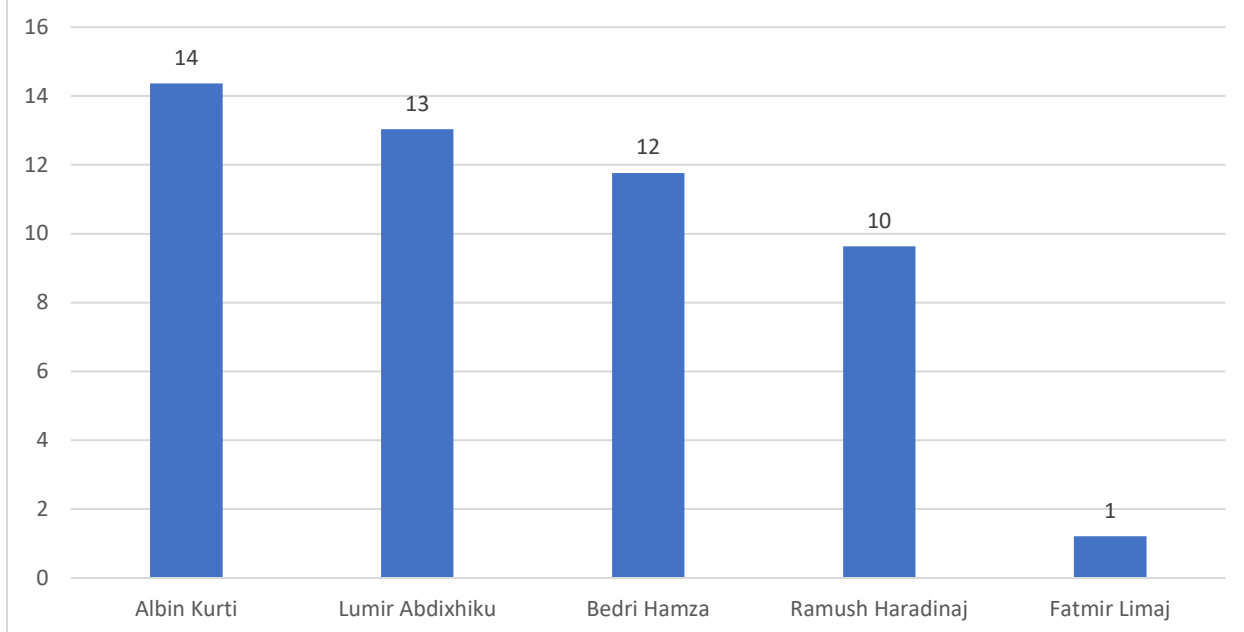


Fig. 15 Krahasimi i hapësirës në minuta në kronikat zgjedhore në KTV sipas kandidatëve për kryeministër

Ndërkohë që kandidatët për kryeministër kanë pasur mbi 50 minuta hapësirë në kronikat zgjedhore, kandidatët e tjerë për deputetë pothuajse nuk kanë pasur fare mbulim. Koha e dedikuar për kandidatët për deputetë ka qenë pak më shumë se dy minuta, ku kandidatët burra kanë pasur mbulim prej 140 sekonda ndërsa kandidatet gra vetëm dhjetë sekonda.

### Debatet televizive

Gjatë fushatës zgjedhore, debatet e transmetuara në KTV janë konceptuar si përballje të drejtpërdrejta mes programeve të subjekteve politike, ku në disa raste disa subjekte nuk kanë marrë pjesë. Në këto debate nuk është paraparë përballje mes analistëve dhe përfaqësuesve të subjekteve politike, por vetëm komentim i zhvillimeve pas përfundimit të tyre.

Në tërësi, debatet karakterizohen nga polarizim i lartë dhe nga një stil komunikimi ku polemika, delegjitimimi i palës tjetër dhe etiketimet politike marrin shpesh më shumë hapësirë sesa argumentimi i thelluar. Në kuptimin strikt nuk u identifikua gjuhë urrejtjeje e drejtuar ndaj grupeve të mbrojtura, por u vërejt përdorim i shpeshtë i gjuhës përçmuese dhe akuzave (p.sh. mashtrim, dezinformata, kornizime stigmatizuese) që rrisin tensionin dhe e ngushtojnë debatin. Dimensioni gjinor rrallë trajtohet si çështje strukturore (pabarazi, përfaqësim, dhunë me bazë gjinore, hendeku i pagave, ekonomia e kujdesit). Më shpesh gratë shfaqen në diskurs si kategori sociale përmes politikave të kujdesit dhe mirëqenies (nëna, lehona, fëmija), ndërsa referencat për barazi dhe fuqizim janë kryesisht deklarative. Megjithatë, kur gratë janë në panel, ato kontribuojnë edhe në tema "të forta" (p.sh. energjia, politika e jashtme dhe siguria), duke dëshmuar se kornizimi i tyre nuk duhet të mbetet vetëm te temat sociale.

Sa i përket premtimeve dhe programeve për politikën ndaj grave, ato duken më përmbajtësore vetëm kur lidhen me masa të prekshme dhe të matshme (si zgjerimi i shërbimeve të edukimit të hershëm dhe kapaciteteve të çerdheve, bursat, apo skemat e mbështetjes për lehonat dhe fëmijët). Në shumicën e rasteve, megjithatë, mungojnë elementët që i bëjnë zotimet të verifikueshme: buxhetimi, afatet, indikatorët e suksesit dhe mekanizmat e zbatimit, si dhe lidhja me reforma strukturore që do të ndikonin drejtpërdrejt në pozitën ekonomike dhe shoqërore të grave.

Gjatë monitorimit të debatave nuk u identifikuan raste të objektifikimit (komente për pamje, veshje apo trup) dhe as gjuhë haptazi diskriminuese ndaj grave si grup.

Përmirësimi i moderimit (ndarje më e barabartë e fjalës, kufizim i ndërprerjeve, adresim respektues) dhe integrimi i një perspektive gjinore me masa të matshme do ta rrisnin cilësinë e debatit dhe llogaridhënien për politikën që prekin gratë jo vetëm në nivel përfitimesh sociale, por edhe në udhëheqje, punësim dhe siguri.

#### *Struktura dhe përfshirja në debatet televizive*

KTV përgjatë periudhës 17 dhjetor - 27 dhjetor, ka realizuar 13 debate televizive. Prej tyre kanë dominuar *debatet vetëm me analistë* me gjashtë debate, pasuar nga *debatet me shumë subjekte/kandidatë* me katër debate, *duetet mes dy subjekteve* me tri debate dhe *një emision me vetëm një kandidat*.

Në debatet e KTV-së, LVV ka marrë pjesë në shtatë debate, PDK në pesë debate, LDK dhe AAK nga katër debate. Në të gjitha debatet e transmetuara në KTV kanë qenë vetëm nga një përfaqësues i subjekteve politike.

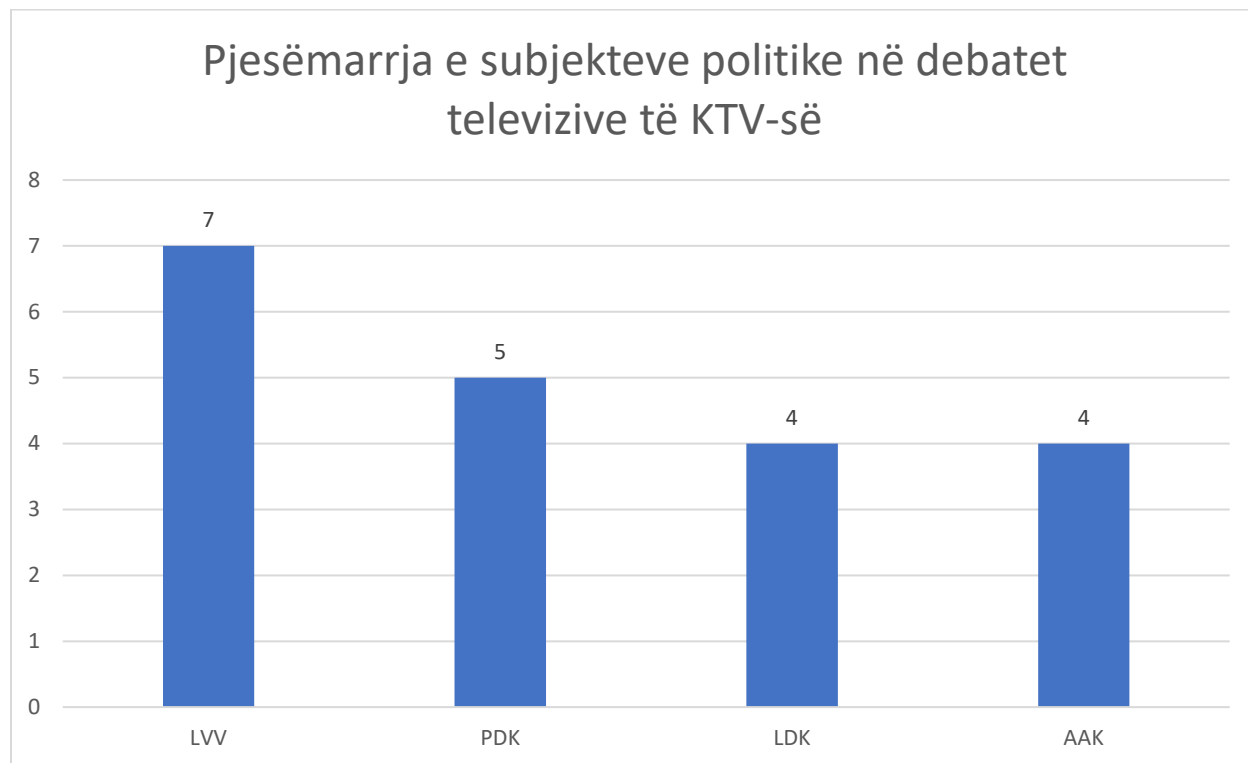
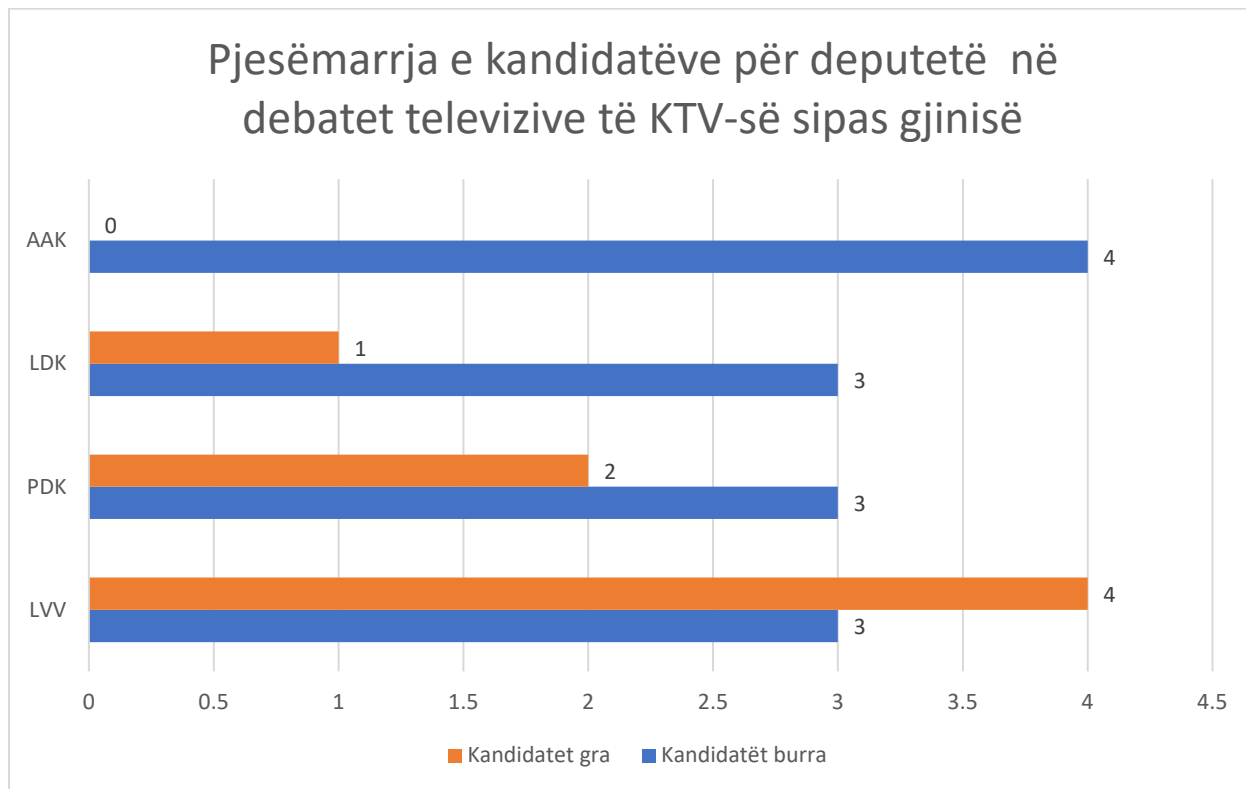


Fig. 16 Pjesëmarrja e subjekteve politike në debatet televizive të KTV-së

Nga 20 përfaqësues të subjekteve politike që kanë marrë pjesë në debatet e transmetuara në KTV, 17 prej tyre kanë qenë burra (65%) dhe vetëm shtatë gra (35%).



*Fig. 17 Pjesëmarrja e kandidatëve për deputetë në debatet televizive të KTV-së sipas gjinisë*

Pjesë e debateve televizive në KTV kanë qenë 17 analistë, ku prej tyre vetëm katër kanë qenë gra. Të gjithë analistët kanë pasur nga një paraqitje.

## Televizioni T7

Gjatë 11 ditëve të fushatës elektorale, T7 ka transmetuar më pak se një orë kronikë zgjedhore, të dedikuara aktiviteteve të subjekteve politike, si dhe 23 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 subjekteve politike, ku në disa raste janë përfshirë dy ose tri subjekte njëra 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.

Sa i përket hapësirës televizive në minuta në T7, prin LVV me nëntë minuta, PDK dhe LDK kanë pasur nga gjashtë minuta mbulim secila, AAK me pesë minuta dhe NISMA me katër minuta. Subjektet tjera kanë pasur mbulim prej tre minutash.



Fig. 18 Kohëzgjatja në minuta e kronikave zgjedhore në T7 sipas subjekteve politike

Kandidatët për kryeministër nga LVV dhe PDK, Albin Kurti dhe Bedri Hamza kanë pasur mbulim me nga tre minuta secili, pasuar nga kandidatët për kryeministër nga LDK dhe AAK, Lumir Abdixhiku dhe Ramush Haradinaj me nga dy minuta secili, ndërsa kandidati për kryeministër nga NISMA, ka pasur gjithsej një minutë mbulim mediatik.

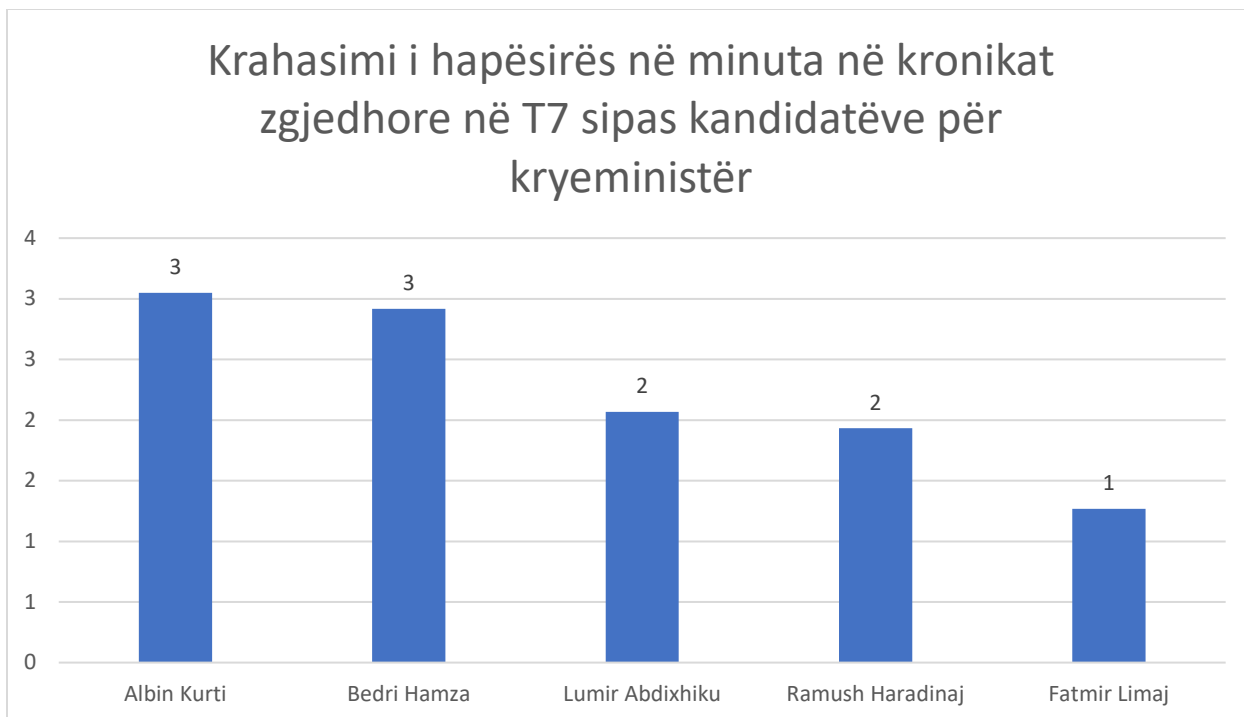


Fig. 19 Krahasimi i hapësirës në minuta në kronikat zgjedhore në T7 sipas kandidatëve për kryeministër

Ndërkohë që kandidatët për kryeministër kanë pasur mbi 11 minuta hapësirë në kronikat zgjedhore, kandidatët e tjerë për deputetë pothuajse nuk kanë pasur fare mbulim. Koha e dedikuar për kandidatët për deputetë ka qenë pak më shumë se dy minuta. E gjithë koha e transmetimit për kandidatët për deputetë ka qenë e dedikuar për kandidatet gra.

#### Debatet televizive

Debatet në T7 janë strukturuar kryesisht si *prezantime individuale të subjekteve politike*, ku në disa raste janë përfshirë dy ose tri subjekte njëra 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. Në emisionet e T7 gjatë fushatës zgjedhore nuk ka pasur asnjë përballje në mes subjekteve politike.

Gjatë monitorimit të debateve politike të transmetuara në Televizionin T7 gjatë fushatës zgjedhore, vërehet se dimensionin gjinor në diskursin publik shfaqet në mënyrë selektive dhe jo i integruar në mënyrë të qëndrueshme në temat kryesore të debatit. Në pjesën më të madhe të përmbajtjes së monitoruar, diskutimi dominohet nga klimë politike e përçarë, akuza ndërpartiake, çështjet e qeverisjes dhe temat e llogaridhënies, ndërsa çështjet që prekin drejtpërdrejt barazinë gjinore dhe fuqizimin e grave trajtohen kryesisht në kontekst social dhe shpesh pa u shndërruar në politika të strukturuar apo zotime të matshme.

Kur çështjet gjinore paraqiten qartë, ato lidhen kryesisht me punësimin e grave dhe me barrën e kujdesit për fëmijët, në veçanti me koston e kujdesit institucional dhe ndikimin e kësaj barre në pjesëmarrjen e grave në tregun e punës. Në disa segmente të debatit, u artikulua drejtpërdrejt ideja se gratë dhe nënat vendosen përballë një zgjedhjeje të detyruar mes punësimit dhe përkujdesjes për fëmijët për shkak të mungesës së mbështetjes së mjaftueshme institucionale. Në të njëjtën linjë, u evidentua kritikë ndaj

qasjeve që e reduktojnë mbështetjen për gratë në forma pagesash për qëndrim në shtëpi, të cilat u problematizuan si masa që e mbyllin potencialin zhvillimor dhe kapitalin ekonomik e social të grave në sferën private, në vend se të lehtësojnë integrimin e tyre në tregun e punës. Këto elemente tregojnë se çështjet gjinore hyjnë në debat kryesisht kur lidhen me politika sociale, por rrallë shoqërohen me një qasje të gjerë mbi barazinë gjinore, ndarjen e përgjegjësisë të kujdesit, apo mekanizmat e avancimit profesional të grave.

Në monitorimin e përmbajtjes së debateve, gratë rrallë shfaqen si aktore politike të trajtuara në mënyrë të barabartë në temat e “politikës së madhe” – si ekonomia në nivel makro, siguria, politika e jashtme apo reforma institucionale – dhe më shpesh përmenden në funksion të rolit të tyre familjar (nënë, fëmijë, kujdes) ose si kategori që “përfitojnë” nga masa sociale. Kjo prirje prodhon një kornizim që e ngushton rolin e gruas në diskurs, duke e zhvendosur nga subjekti politik me agjendë dhe kompetencë të plotë në një objekt të politikave sociale.

Një element tjetër i evidentuar gjatë monitorimit është mënyra se si, në disa raste, gratë përmenden në kontekste të konfliktit politik, dyshimeve për ndikim apo skandalesh të pretenduara. Kjo nuk shfaqet si model i vazhdueshëm në të gjitha debatet, por mbetet një tregues i rëndësishëm i mënyrës se si figura të caktuara gra futen në diskurs më shumë si objekt polemikash sesa si bartëse politikash.

Sa i përket gjuhës së urrejtjes dhe diskursit përjashtues, në debatet e monitoruara u evidentuan referenca ndaj një klime të përgjithshme të ashpërsimit të komunikimit publik, ku përmenden “linçimi”, “urrejtja” dhe normalizimi i sulmeve verbale në bazë të bindjes politike. Kjo gjuhë paraqitet kryesisht si kritikë ndaj kulturës së komunikimit dhe jo domosdoshmërisht si thirrje direkte për dhunë, ndërsa në pjesët e monitoruara nuk rezultojnë se kjo retorikë është e drejtuar në mënyrë të qartë dhe sistematike kundër grave si grup shoqëror. Po ashtu, nuk u identifikuan raste të verifikueshme të komenteve të drejtpërdrejta seksiste, objektifikuese apo fyerjeve të hapura me bazë gjinore.

Temat e sigurisë u trajtuan në disa debate kryesisht në kuptimin e sigurisë shtetërore dhe kombëtare, përfshirë sigurinë energjetike dhe rolin e institucioneve, por pa u shoqëruar me një perspektivë gjinore apo me diskutim për sigurinë e grave në kuptimin e dhunës me bazë gjinore, mbrojtjes sociale apo aksesit të barabartë në mekanizma mbrojtës. Kjo tregon se edhe kur temat janë të gjera dhe me ndikim të drejtpërdrejtë në jetën e qytetarëve, dimensionin gjinor nuk paraqitet si pjesë integrale e analizës apo e politikëbërjes.

Në përfundim, monitorimi i debateve në Televizionin T7 tregon se çështjet gjinore janë të pranishme, por kryesisht të reduktuara në politika sociale dhe në rolin e gruas si nënë ose përfituese e masave mbështetëse, ndërsa gratë rrallë trajtohen si subjekte të plota politike në spektrin e plotë të politike bërjes. Në mungesë të zotimeve të matshme dhe të një kornize të integruar për barazinë gjinore, diskursi i monitoruar krijon një hapësirë ku çështjet që lidhen me gratë paraqiten sporadikisht dhe jo si pjesë e një debati të konsoliduar mbi barazinë, përfaqësimin dhe llogaridhënien për politikën që ndikojnë në mënyra të ndryshme për gra dhe burra.

#### *Struktura dhe përfshirja në debatet televizive*

T7 përgjatë periudhës 17 dhjetor - 27 dhjetor, ka realizuar 23 debate televizive. Prej tyre kanë dominuar *debatet me vetëm një subjekt politik* me 19 debate gjithsej, ndërsa 4 debate tjera kanë *qenë vetëm me analistë*.

Në debatet e T7, PDK ka marrë pjesë në nëntë debate, LDK në tetë debate, ndërsa AAK dhe NISMA në nga një debat secila.

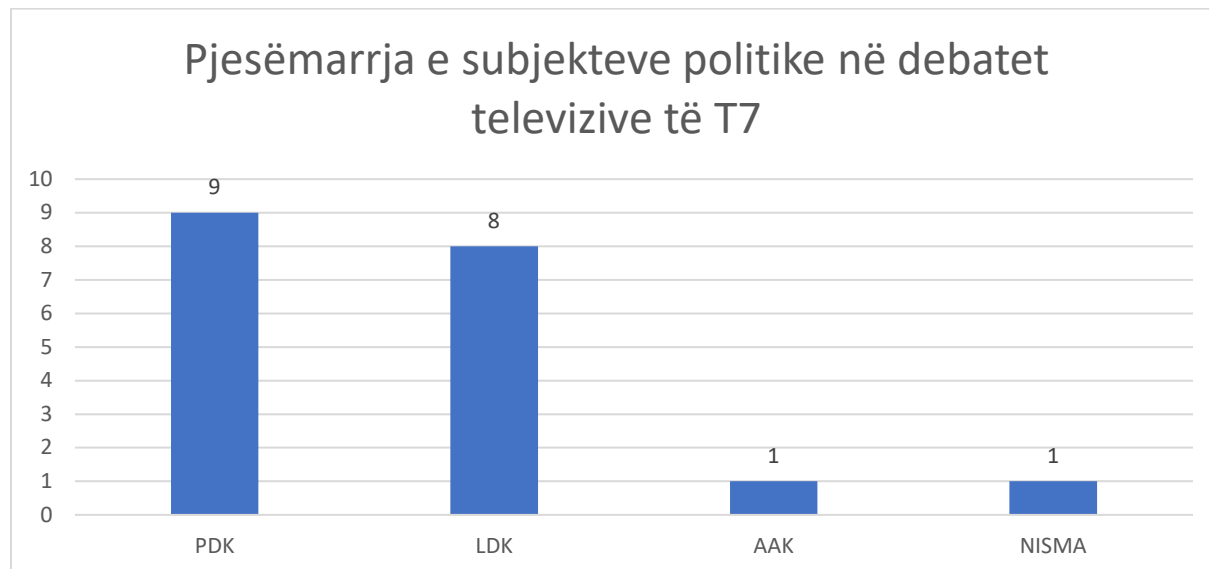


Fig. 20 Pjesëmarrja e subjekteve politike në debatet televizive të T7

Sa i përket përfaqësuesve të subjekteve politike, PDK dhe LDK kanë marrë pjesë me nga 13 kandidatë, ndërsa AAK dhe NISMA me nga një kandidat.

Nga 28 përfaqësuesit e subjekteve politike që kanë marrë pjesë në debatet e transmetuara në T7, 23 prej tyre kanë qenë burra (82%) dhe vetëm pesë gra (18%).

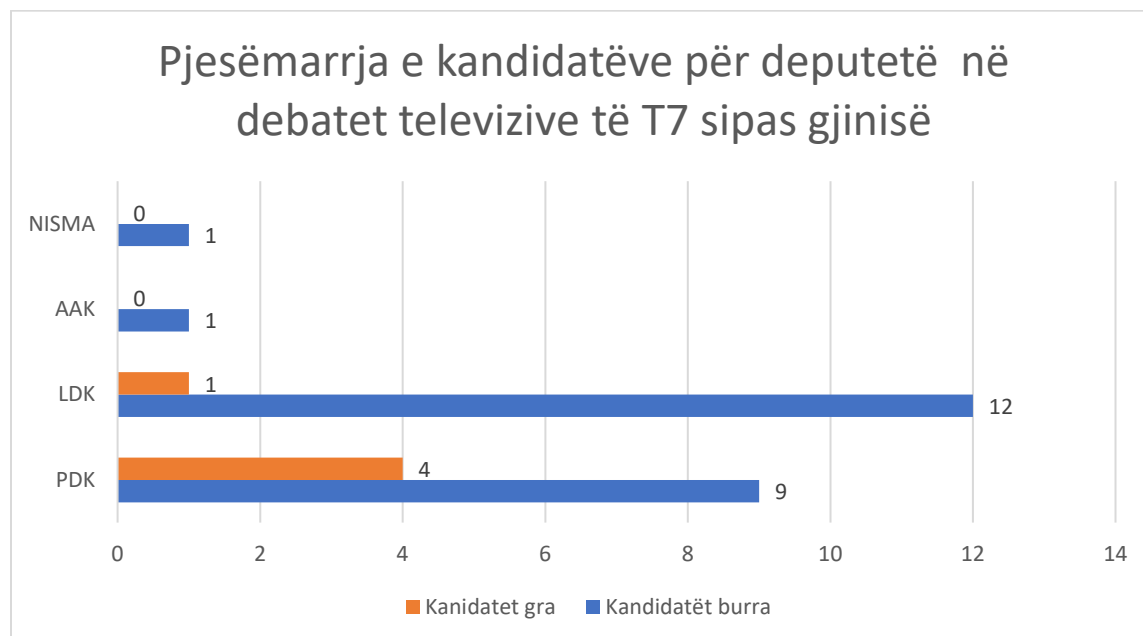


Fig. 21 Pjesëmarrja e kandidatëve për deputetë në debatet televizive të T7 sipas gjinisë

Pjesë e debateve televizive në T7 kanë qenë nëntë analistë, ku prej tyre vetëm një ka qenë grua. Nga 28 paraqitje që kanë pasur të gjithë analistët, vetëm një paraqitje ka qenë grua.

## TELEVISIONI KLAN KOSOVA

Gjatë 11 ditëve të fushatës elektorale, Klan Kosova ka transmetuar më shumë se dy orë kronika zgjedhore, të dedikuara aktiviteteve të subjekteve politike, si dhe mbi 11 orë debate televizive.

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

Gjatë fushatës zgjedhore, Klan Kosova e ka strukturuar mbulimin e saj përmes intervistave individuale me kandidatë dhe emisioneve analitike me gazetarë e analistë, duke mos përballje 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.

Sa i përket hapësirës televizive në minuta në Klan Kosova, prin PDK me 32 minuta, LDK me 27 minuta, NISMA dhe AAK me nga 24 minuta dhe LVV me 19 minuta.

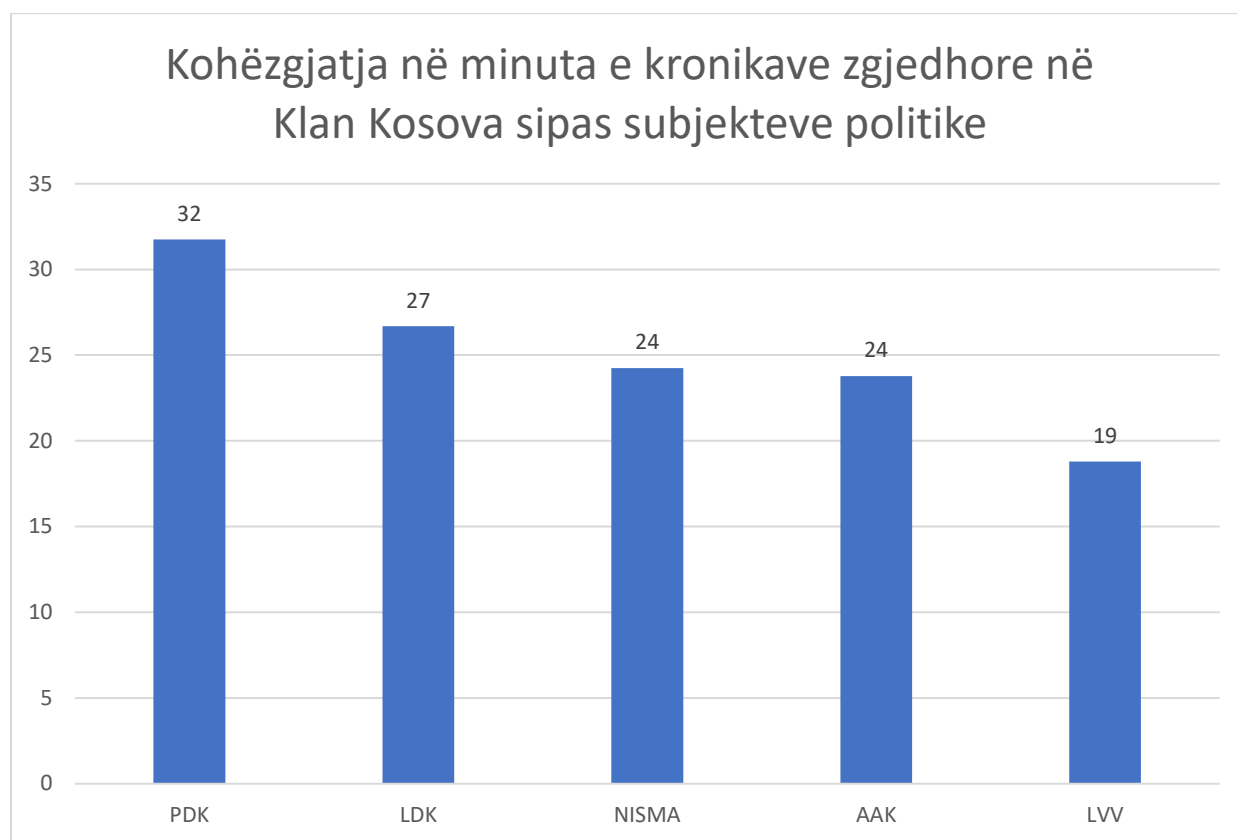
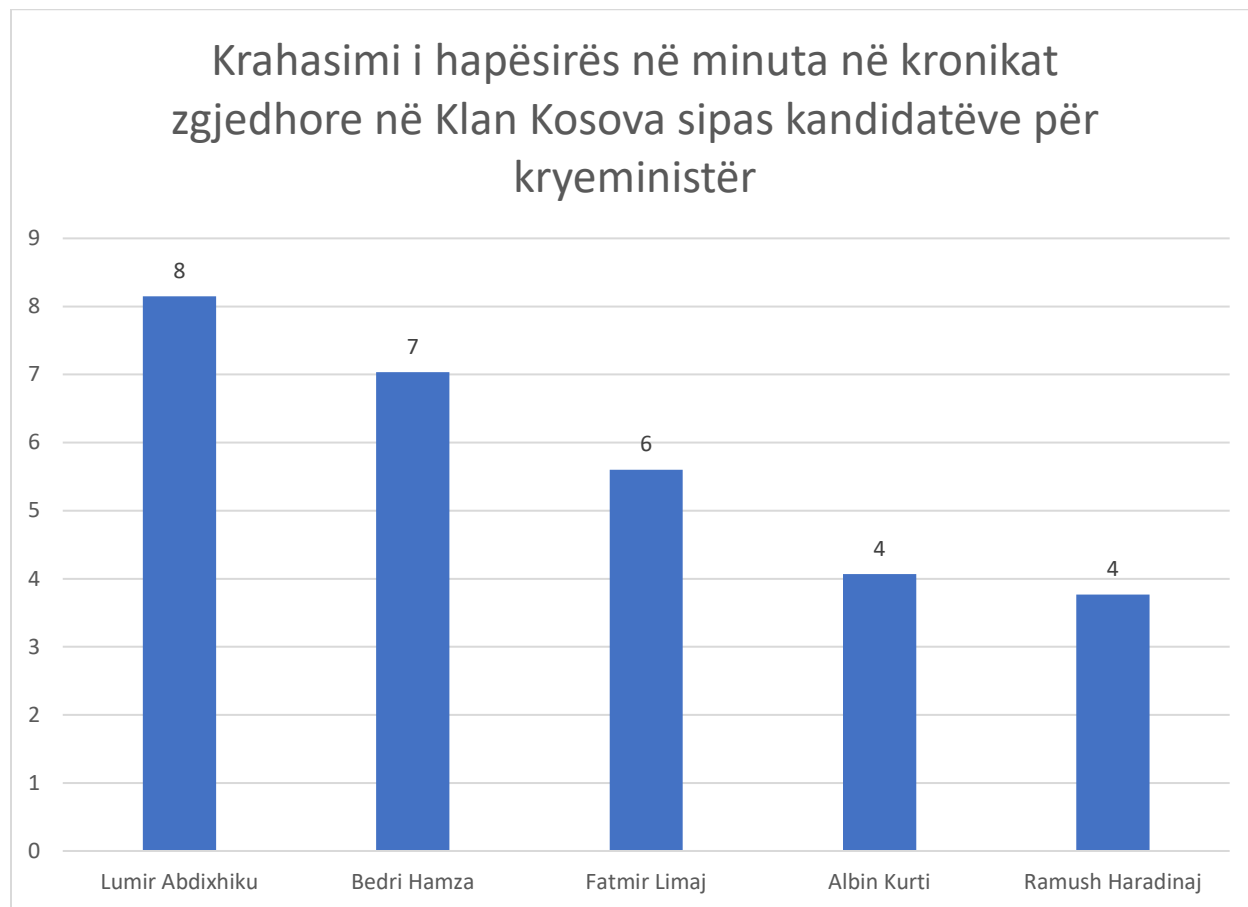


Fig. 22 Kohëzgjatja në minuta e kronikave zgjedhore në Klan Kosova sipas subjekteve politike

Kandidati për kryeministër nga LDK, Lumir Abdixhiku ka pasur mbulueshmërinë më të lartë me tetë minuta, Bedri Hamza nga PDK me shtatë minuta, Fatmir Limaj nga NISMA me gjashtë minuta, Albin Kurti nga LVV dhe Ramush Haradinaj nga AAK me nga katër minuta secili.



*Fig. 23 Krahasimi i hapësirës në minuta në kronikat zgjedhore në Klan Kosova sipas kandidatëve për kryeministër*

Ndërkohë që kandidatët për kryeministër kanë pasur afër 29 minuta, kandidatët për deputetë kanë pasur afër pesë minuta kohë transmetimi. Nga këto pesë minuta, vetëm një minutë ka qenë për kandidatet gra.

#### Debatet televizive

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 mos pasur përballje 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.

Gjatë monitorimit të përmbajtjeve politike në televizionin Klan Kosova gjatë fushatës zgjedhore, u vu re se hapësira e debatit publik është ndërtuar kryesisht përmes dy formateve: intervista individuale me politikanë dhe debate me analistë. Ky konfigurim ka ndikuar drejtpërdrejt në dinamikën e diskutimit, në përdorimin e gjuhës dhe në mënyrën se si janë trajtuar çështjet politike.

Në paraqitjet e politikanëve, formati ka qenë kryesisht intervistë individuale, pa ballafaqim të drejtpërdrejtë me kundërshtarë politikë. Ky lloj komunikimi ka krijuar një ambient më të qetë dhe më të kontrolluar, ku të ftuarit kanë pasur mundësi të shpalosin qëndrimet e tyre pa presionin e përplasjes në studio. Megjithatë, kjo qasje ka prodhuar edhe një diskutim të orientuar më shumë drejt mesazheve të përgjithshme politike dhe vetë-prezantimit partiak, ndërsa temat që lidhen drejtpërdrejt me barazinë gjinore nuk kanë qenë pjesë e një agjende të qëndrueshme. Kur janë përmendur, ato janë lidhur kryesisht me çështje të mirëqenies sociale, sigurisë, dhunës ose punësimit, pa u ndjekur me diskutim të thelluar për masa konkrete dhe përgjegjësi institucionale.

Në anën tjetër, debatet me analistë kanë pasur një dinamikë më të ngarkuar dhe më konfrontuese. Replikat e shpejta, ndërhyrjet e shpeshta dhe konkurrenca për dominim në studio kanë ndikuar që gjuha të bëhet më e ashpër dhe më polarizuese. Pikërisht në këto formate është vërejtur më qartë normalizimi i etiketimeve dhe i një fjalori denigrues, qoftë si mjet sulmi politik, qoftë si shembull për të kritikuar gjendjen e debatit publik. Edhe kur gjuha e tillë problematizohet, ajo shpesh rikthehet në diskutim dhe bëhet pjesë e narrativës, duke treguar se standardet e komunikimit mbeten të paqëndrueshme.

Sa i përket çështjeve gjinore, monitorimi tregon se ato nuk kanë qenë në qendër të vëmendjes në shumicën e emisioneve. Diskutimet janë dominuar nga temat e ditës, përplasjet politike dhe interpretimet e zhvillimeve të fushatës, ndërsa politikat që adresojnë pabarazitë strukturore, sigurinë dhe përfshirjen ekonomike të grave janë trajtuar në mënyrë sipërfaqësore. Edhe në rastet kur këto tema janë hapur, ato janë prezantuar më shumë si probleme të përgjithshme shoqërore, sesa si fusha që kërkojnë diskutim të vazhdueshëm dhe të strukturuar mbi zgjidhjet konkrete.

Në tërësi, monitorimi i Klan Kosova gjatë fushatës zgjedhore tregon një debat publik të karakterizuar nga polarizimi dhe nga një fokus i fortë në përplasjen politike, ku gjuha shpesh shërben si instrument i diferencimit dhe delegitimimit. Në këtë kontekst, çështjet që lidhen me barazinë gjinore mbeten në periferi të diskutimit dhe nuk shndërrohen në pjesë integrale të debatit programor. Kjo nënvizon nevojën për një qasje më të qëndrueshme editoriale dhe moderuese, që do të krijonte më shumë hapësirë për trajtimin e këtyre temave në mënyrë të rregullt, të qartë dhe të kuptueshme për publikun.

#### *Struktura dhe përfshirja në debatet televizive*

Klan Kosova përgjatë periudhës 17 dhjetor - 27 dhjetor, ka realizuar 12 debate televizive. Prej tyre kanë dominuar debatet me vetëm një subjekt politik me dhjetë debate gjithsej, ndërsa dy debate tjera kanë qenë vetëm me analistë.

Në debatet e Klan Kosova, LDK ka marrë pjesë në gjashtë debate dhe PDK në katër debate.

Nga dhjetë përfaqësuesit e këtyre dy subjekteve politike vetëm një kandidate pjesëmarrëse në debat ka qenë grua.

Nga 18 paraqitje që kanë pasur të gjithë analistët, vetëm tri kanë qenë nga analistet gra.

## TELEVIZIONI RTV DUKAGJINI

Gjatë 11 ditëve të fushatës elektorale, RTV Dukagjini ka transmetuar më pak se një orë kronikë zgjedhore, të dedikuara aktiviteteve të subjekteve politike, si dhe rreth 26 orë debate televizive.

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

Debatet e transmetuara në RTV Dukagjini janë konceptuar kryesisht si emisione ku një kandidat apo përfaqësues i një subjekti politik ka pasur hapësirë për të prezantuar programin dhe qëndrimet e tij përballë panelit të analistëve. Paralelisht, një pjesë e debateve është zhvilluar pa pjesëmarrjen e kandidatëve, duke u fokusuar ekskluzivisht në diskutime mes analistëve mbi zhvillimet dhe temat politike.

### Kronikat zgjedhore

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

Sa i përket hapësirës televizive në minuta në RTV Dukagjini, prin PDK me 12 minuta, LDK dhe LVV me nga 11 minuta secila, AAK me dhjetë minuta dhe NISMA me nënë minuta. Subjektet tjera kanë pasur mbulim me një minutë.

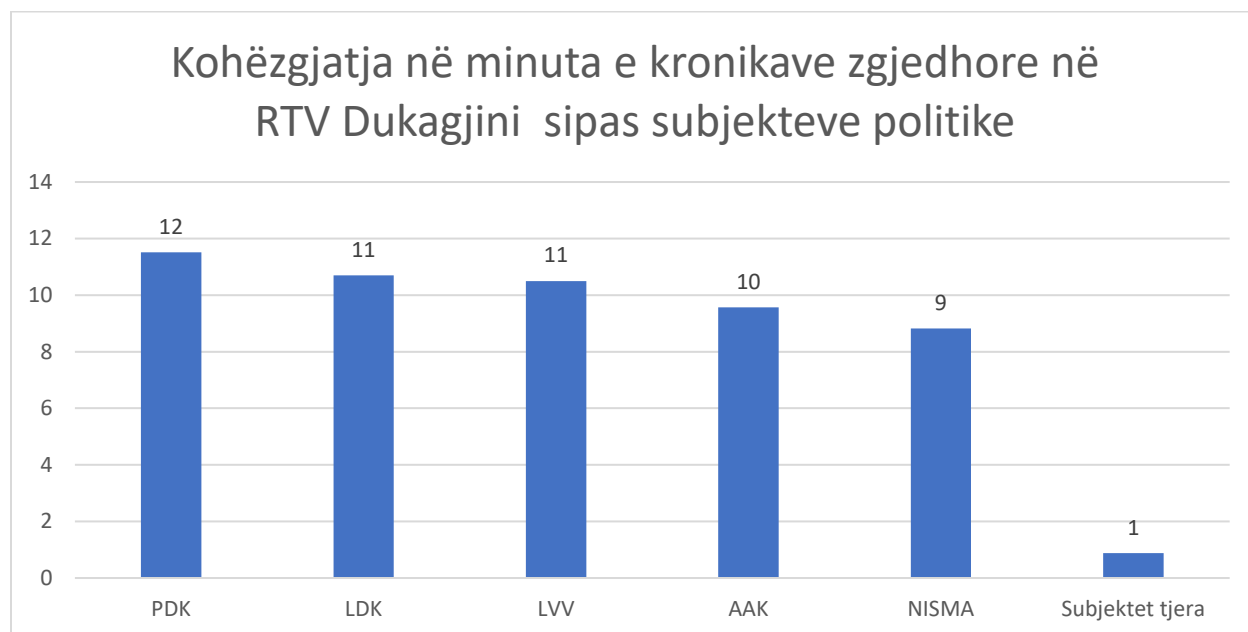
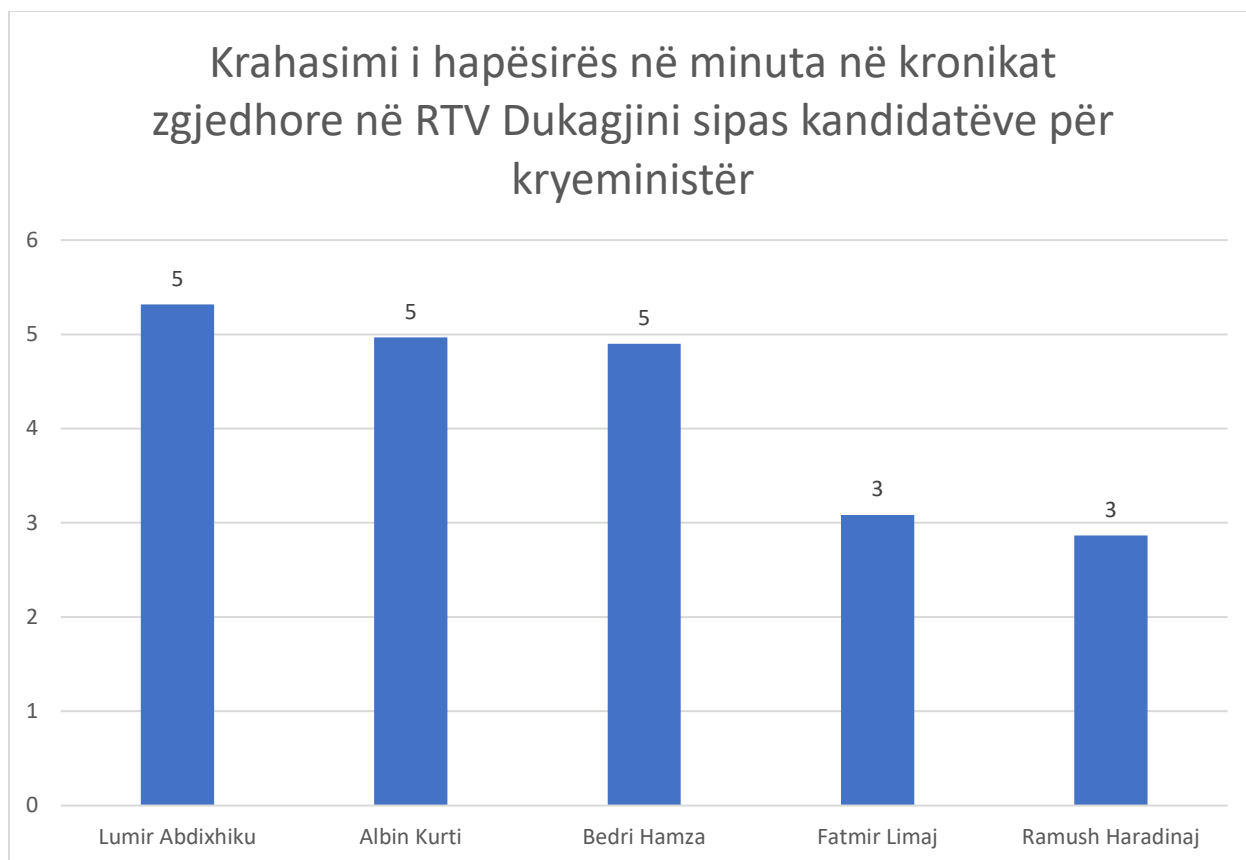


Fig. 24 Kohëzgjatja në minuta e kronikave zgjedhore në RTV Dukagjini sipas subjekteve politike

Sa i përket kohës së transmetimit për kandidatët për kryeministër, kandidatë nga LDK, PDK dhe AAK (Lumir Abdixhiku, Bedri Hamza dhe Albin Kurti) kanë pasur mbulueshmëri pothuajse të njëjtë me nga rreth pesë minuta secili. Ndërsa Fatmir Limaj (NISMA) dhe Ramush Haradinaj (AAK) kanë pasur mbulueshmëri me nga rreth dy minuta secili.



*Fig. 25 Krahasimi i hapësirës në minuta në kronikat zgjedhore në RTV Dukagjini sipas kandidatëve për kryeministër*

Ndërkohë që kandidatët për kryeministër kanë pasur mbi 21 minuta hapësirë në kronikat zgjedhore, kandidatët e tjerë për deputetë pothuajse nuk kanë pasur fare mbulim. Koha e dedikuar për kandidatët për deputetë ka qenë 30 sekonda, kohë e gjithë për një kandidate grua.

#### Debatet televizive

Debatet e transmetuara në RTV Dukagjini janë konceptuar kryesisht si emisione ku një kandidat apo përfaqësues i një subjekti politik ka pasur hapësirë për të prezantuar programin dhe qëndrimet e tij përballë panelit të analistëve. Paralelisht, një pjesë e debateve është zhvilluar pa pjesëmarrjen e kandidatëve, duke u fokusuar ekskluzivisht në diskutime mes analistëve mbi zhvillimet dhe temat politike.

Në tërësinë e debateve të monitoruara, trajtimi i çështjeve gjinore del më shumë si “nëntekst” i diskutimeve politike sesa si bosht i qëndrueshëm programor. Vëmendja kryesore e debateve rrotullohet rreth garës politike, qeverisjes, ekonomisë, sigurisë dhe marrëdhënieve ndërkombëtare; në këtë kornizë, temat që lidhen me barazinë dhe përfshirjen gjinore shfaqen zakonisht të ndërthurura me çështje sociale (kujdesi për fëmijët, arsimi, punësimi), ose si referenca për përfaqësim në lista dhe kuota, pa një elaborim të vazhdueshëm të masave konkrete.

Në nivelin e gjuhës dhe kulturës së debatit publik, nuk del si prirje e verifikueshme përdorimi i gjuhës së urrejtjes të drejtuar ndaj grupeve të mbrojtura. Megjithatë, përsëritet një stil komunikimi i ashpër, polarizues dhe herë-herë denigruës, me etiketime dhe fraza agresive që shërbejnë për diskreditim politik

të kundërshtarit, duke e rritur temperaturën e debatit dhe duke e zhvendosur vëmendjen nga përmbajtja tek përplasja. Ky “normalizim” i konfrontimit shfaqet si karakteristikë e përgjithshme e hapësirës së diskutimit, jo si sulm i strukturuar me bazë gjinore.

Sa i përket temave që prekin në mënyrë të drejtpërdrejtë pabarazitë strukturore, në disa debate vërehet një lidhje e qartë mes politikave publike dhe mundësive reale për pjesëmarrje në tregun e punës, sidomos përmes diskutimit mbi çerdhet dhe mësimin gjithë ditor. Këto tema paraqiten si çështje infrastrukture sociale dhe organizim të jetës familjare, ku theksohet se mungesa e shërbimeve të kujdesit për fëmijët ose organizimi joefektiv i arsimit krijon barriera reale për punësim dhe avancim profesional. Kjo qasje e “politikave që prodhojnë pasoja të pabarabarta” është ndër rastet më të prekshme ku dimensionin gjinor del me përmbajtje më konkrete.

Në shumë raste të tjera, çështjet gjinore nuk trajtohen si paketë politike me masa, buxhete apo objektiva të qarta (p.sh. dhuna me bazë gjinore, barazia ekonomike, shërbimet e specializuara, mekanizmat e llogaridhënies), por më tepër si deklarime të përgjithshme për përfaqësim (“sa më shumë gra në politikë...”) ose si përmendje e kuotës. Kjo e bën praninë e temës më shumë simbolike sesa programore.

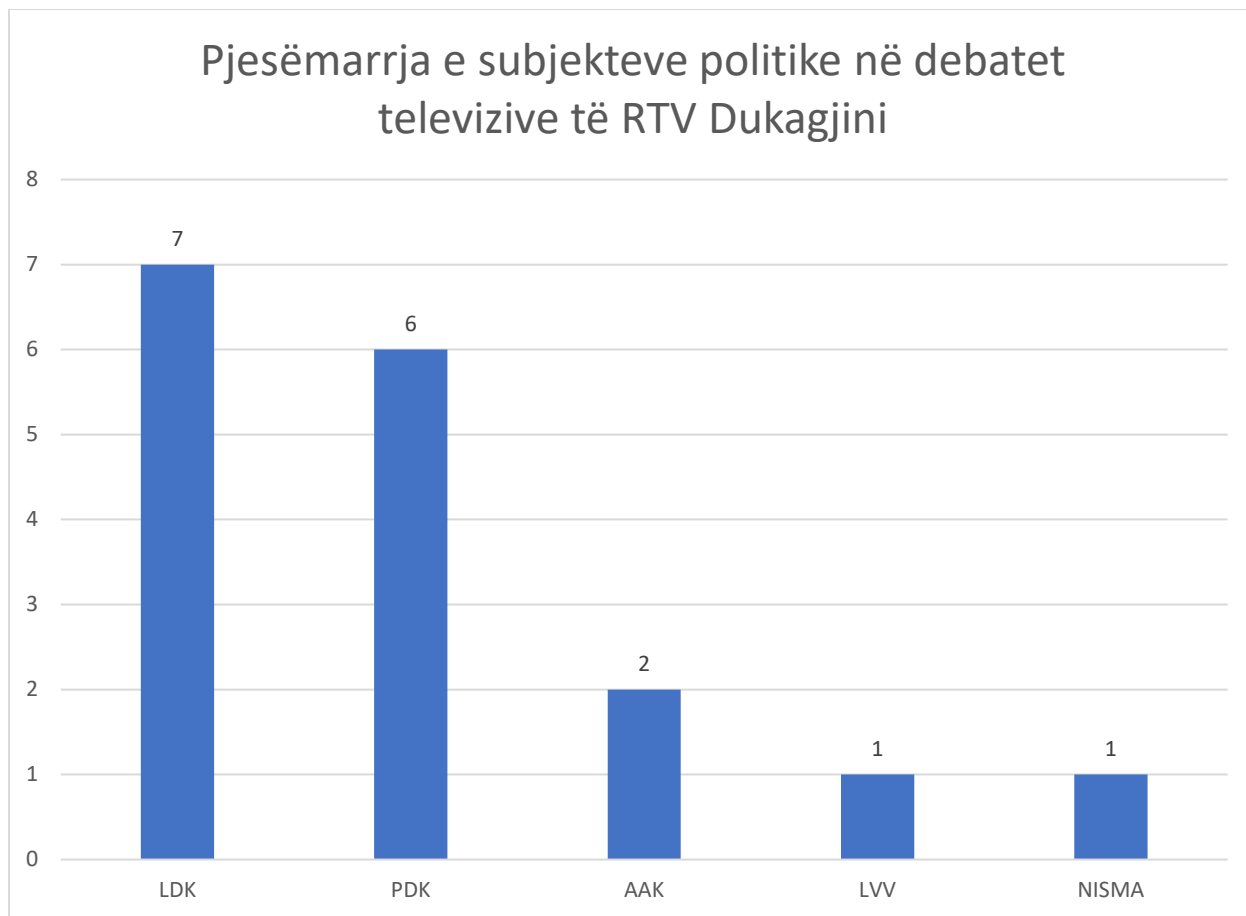
Në disa debate, gratë në politikë përmenden më shumë në mënyrë formale ose si objekt kritikash personale, sesa për punën dhe kompetencën e tyre. Ndonjëherë ato vlerësohen pozitivisht për kontributin profesional, por shpesh përdoren edhe përshkrime që e minimizojnë rolin e tyre publik, duke u fokusuar te tipare personale ose lidhje familjare. Kjo tregon se vlerësimi shpesh largohet nga performanca profesionale dhe zhvendoset në role shoqërore.

Së fundi, edhe kur temat e sigurisë dhe krizave trajtohen gjerësisht (veriu, NATO, kapacitetet mbrojtëse), ato rrallë lidhen me dimensione të sigurisë njerëzore apo të sigurisë në jetën e përditshme nga këndvështrimi i barazisë dhe përfshirjes. Kur shfaqen tema të mbrojtjes sociale dhe rreziqeve (p.sh. rreziqet për të mitur në hapësirën digjitale), ato trajtohen kryesisht si shqetësim i përgjithshëm shoqëror dhe jo si analizë e diferencave të ndikimit sipas grupeve.

#### *Struktura dhe përfshirja në debatet televizive*

RTV Dukagjini përgjatë periudhës 17 dhjetor - 27 dhjetor, ka realizuar 27 debate televizive, ku nga këto 19 debate kanë qenë për *prezantimin e një subjekti/kandidati* dhe nëntë debate tjera *vetëm me analistë*.

Në debatet e RTV Dukagjini, LDK ka marrë pjesë në shtatë debate, PDK në gjashtë debate, AAK në dy debate, LVV dhe NISMA në një debat.



*Fig. 26 Pjesëmarrja e subjekteve politike në debatet televizive të RTV Dukagjini*

Sa i përket përfaqësuesve të subjekteve politike, LDK ka marrë pjesë me dhjetë kandidatë, PDK me gjashtë kandidatë, AAK me dy kandidatë, LVV dhe NISMA me nga një kandidatë.

Nga 20 përfaqësuesit e subjekteve politike që kanë marrë pjesë në debatet e transmetuara në RTV Dukagjini, 17 prej tyre kanë qenë burra (85%) dhe vetëm tri gra (15%).

## Pjesëmarrja e kandidatëve për deputetë në debatet televizive të RTV Dukagjini sipas gjinisë

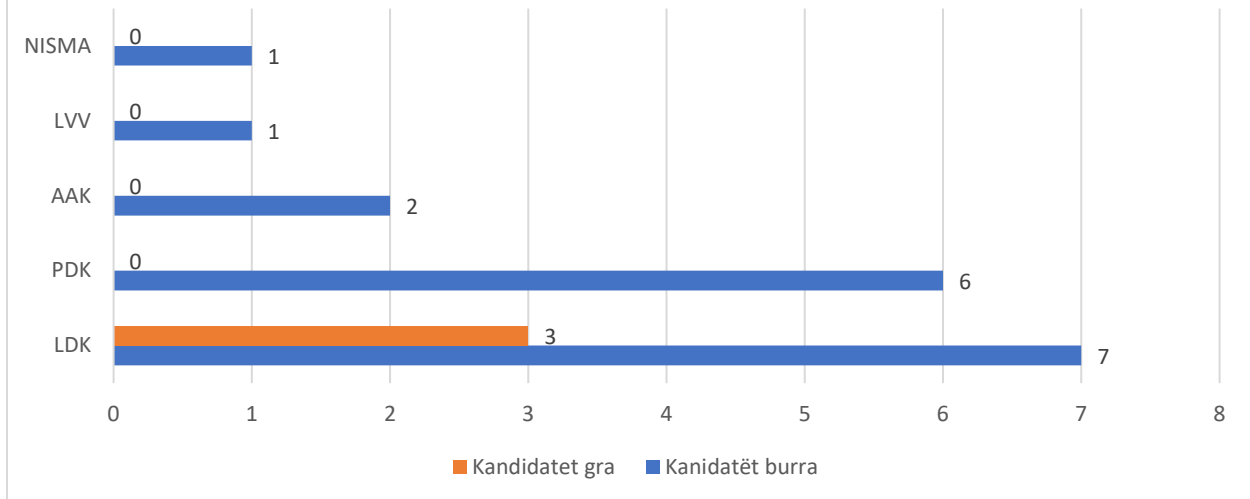


Fig. 27 Pjesëmarrja e kandidatëve për deputetë në debatet televizive të RTV Dukagjini sipas gjinisë

Pjesë e debateve televizive në RTV Dukagjini kanë qenë 13 analistë me 59 paraqitje, të gjithë analistët kanë qenë burra.

### TELEVIZIONI RTV 21

Gjatë 11 ditëve të fushatës elektorale, RTV 21 ka transmetuar më pak se një orë kronikë zgjedhore, të dedikuara aktiviteteve të subjekteve politike, si dhe rreth 13 orë debate televizive.

RTV 21 ka transmetuar kronika zgjedhore vetëm në dy edicione të lajmeve, ndërsa ditët tjera nuk ka pasur transmetim të aktiviteteve të subjekteve politike gjatë fushatës.

Debatet e transmetuara në RTV 21 janë konceptuar kryesisht si emisione ku një kandidat apo përfaqësues i një subjekti politik ka pasur hapësirë për të prezantuar programin dhe qëndrimet e tij përballë panelit të analistëve. Paralelisht, një pjesë e debateve është zhvilluar pa pjesëmarrjen e kandidatëve, duke u fokusuar ekskluzivisht në diskutime mes analistëve mbi zhvillimet dhe temat politike.

### Kronikat zgjedhore

Hapësira për subjekte politike në kronika zgjedhore, në RTV 21 ka qenë shumë e kufizuar, për shkak që gjatë gjithë fushatës vetëm dy herë janë transmetuar aktivitetet e subjekteve politike.

Nga këto transmetime, LVV, AAK dhe LDK kanë pasur rreth katër minuta mbulueshmëri, ndërsa PDK ka pasur rreth tre minuta.



*Fig. 28 Kohëzgjatja në minuta e kronikave zgjedhore në RTV 21 sipas subjekteve politike*

Sa i përket kohës së transmetimit për kandidatët për kryeministër, Albin Kurti (LVV) dhe Lumir Abdixhiku (LDK) kanë pasur nga rreth katër minuta kohë të transmetimit, ndërsa Ramush Haradinaj (AAK) dhe Bedri Hamza (PDK) kanë pasur nga rreth tre minuta kohë transmetimi.

## Krahasimi i hapësirës në minuta në kronikat zgjedhore në RTV 21 sipas kandidatëve për kryeministër

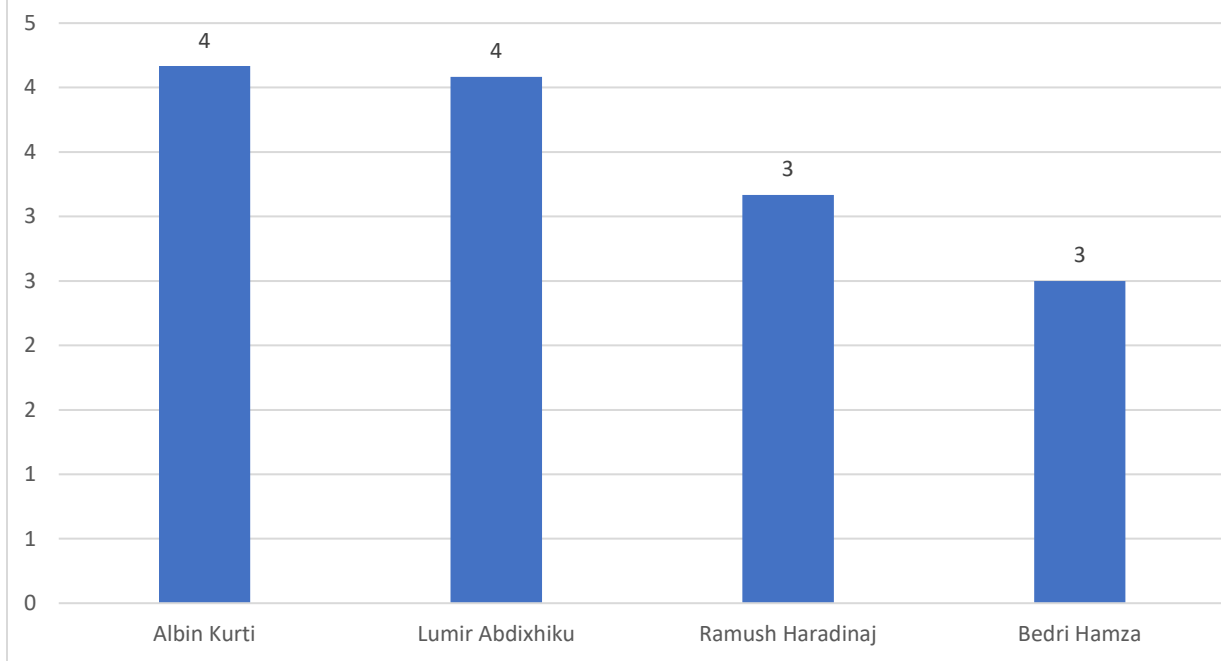


Fig. 29 Krahasimi i hapësirës në minuta në kronikat zgjedhore në RTV 21 sipas kandidatëve për kryeministër

Në kronikat e transmetuara në RTV 21 nuk ka pasur mbulueshmëri të kandidatëve për deputetë.

### Debatet televizive

Gjatë periudhës së monitorimit të debateve zgjedhore në RTV 21 (17–27 dhjetor), është vërejtur një format dominues i emisioneve i bazuar kryesisht në intervista individuale me kandidatë ose analiza në studio pa përballje direkte ndërmjet përfaqësuesve partiakë. Kjo ka ndikuar që dinamika e diskutimeve të jetë përgjithësisht e qetë, me mungesë të konfrontimeve të drejtpërdrejta politike dhe pa eskalim verbal ndërmjet subjekteve zgjedhore.

Nga këndvështrimi i përdorimit të gjuhës, diskursi i vëzhguar në këto emisione ka mbetur brenda kufijve të komunikimit politik të pranueshëm publik. Edhe në rastet kur janë artikulluar kritika të forta ndaj kundërshtarëve politikë apo ndaj qeverisjes aktuale, ato kanë qenë të orientuara kryesisht drejt performancës politike, vendimmarrjes dhe drejtimit institucional, pa u shoqëruar me gjuhë urrejtjeje apo me referenca denigruese ndaj grupeve të mbrojtura. Tensioni verbal, aty ku është shfaqur, ka qenë i natyrës polemike politike dhe jo i natyrës përjashtuese apo diskriminuese.

Megjithatë, një gjetje e qëndrueshme në të gjitha debatet e monitoruara është mungesa pothuajse e plotë e trajtimit të çështjeve që lidhen me barazinë gjinore dhe përfaqësimin e grave. Edhe në diskutime që kanë trajtuar programet partiake, orientimet qeverisëse, politikat sociale apo zhvillimin institucional, dimensionin gjinor nuk është integruar si pjesë e analizës apo e ofertës politike të prezantuar. Çështje të

tilla si pjesëmarrja e grave në vendimmarrje, fuqizimi ekonomik i grave, apo politikat që adresojnë pabarazitë me bazë gjinore, nuk janë ngritur në mënyrë substanciale as nga moderatorët dhe as nga të ftuarit.

Në rastet e emisioneve me analistë, fokusi ka qenë i përqendruar kryesisht në strategjitë e komunikimit politik, perceptimin publik të liderëve dhe dinamikat e fushatës, ndërsa roli i grave në fushatë dhe përfaqësimi i tyre politik kanë mbetur jashtë vëmendjes analitike. Kjo tregon një prirje për ta trajtuar diskursin zgjedhor kryesisht përmes gjuhës së rivalitetit politik dhe performancës mediatike të liderëve, duke lënë në plan të dytë dimensionet e përfshirjes dhe barazisë.

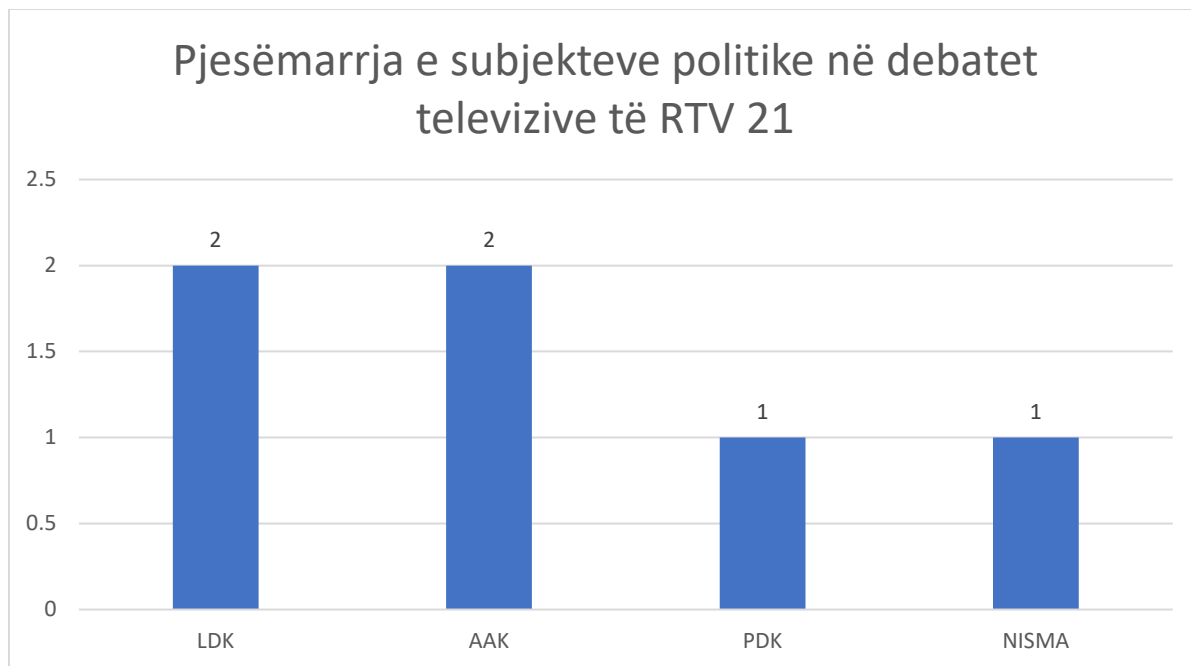
Një tjetër element që karakterizon këto debate është natyra e kontrolluar e formatit, e cila, ndonëse ka kontribuar në uljen e toneve konfrontuese, njëkohësisht ka kufizuar hapësirën për debat ndërpartiak dhe për ballafaqim të drejtpërdrejtë të qëndrimeve. Si rrjedhojë, diskutimet kanë marrë më tepër formën e prezantimit të pozicioneve politike individuale sesa të një debati të strukturuar ndërmjet alternativave konkurruese, gjë që ndikon edhe në mënyrën se si temat me ndjeshmëri shoqërore, përfshirë ato gjinore, mbeten të paartikuluara.

Në përmbledhje, monitorimi i debateve në RTV 21 evidenton një diskurs të moderuar në aspektin e gjuhës dhe mungesë të gjuhës së urrejtjes, por njëkohësisht një boshllëk të theksuar në integrimin e perspektivës gjinore në diskutimet politike. Kjo prirje sugjeron se, ndonëse standardet bazë të komunikimit publik janë respektuar, përfshirja e barazisë gjinore si dimension i rregullt i debatit politik mbetet e kufizuar dhe jo e institucionalizuar në agjendën mediatike zgjedhore.

#### *Struktura dhe përfshirja në debatet televizive*

RTV 21 përgjatë periudhës 17 dhjetor - 27 dhjetor, ka realizuar dhjetë debate televizive, ku nga këto shtatë debate kanë qenë për prezantimin e një subjekti/kandidati dhe tri debate tjera vetëm me analistë.

Në debatet e RTV 21, LDK dhe AAK kanë marrë pjesë në nga dy debate, ndërsa PDK dhe NISMA në nga një debat.



*Fig. 30 Pjesëmarrja e subjekteve politike në debatet televizive të RTV 21*

Në të gjitha debatet kanë qenë vetëm nga një përfaqësues i subjekteve politike. Në këto debate nuk ka marrë pjesë asnjë kandidatet grua.

Pjesë e debateve televizive në RTV 21 kanë qenë tre analistë, ku një prej tyre ka qenë grua.

## TELEVISIONI TËVË1

Gjatë 11 ditëve të fushatës elektorale, TËVË1 ka transmetuar më pak se një orë kronikë zgjedhore, të dedikuara aktiviteteve të subjekteve politike, si dhe rreth 13 orë debate televizive.

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

Debatet e transmetuara në Tëvë1 janë konceptuar kryesisht si emisione ku një kandidat apo përfaqësues i një subjekti politik ka pasur hapësirë për të prezantuar programin dhe qëndrimet e tij përballë panelit të analistëve. Paralelisht, një pjesë e debateve është zhvilluar pa pjesëmarrjen e kandidatëve, duke u fokusuar ekskluzivisht në diskutime mes analistëve mbi zhvillimet dhe temat politike.

### Kronikat zgjedhore

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

Sa i përket hapësirës televizive në minuta në Tëvë1, PDK dhe LVV kanë pasur nga rreth katër minuta, LDK dhe AAK rreth tre minuta secila dhe NISMA një minutë.



Fig. 31 Kohëzgjatja në minuta e kronikave zgjedhore në Tëvë1 sipas subjekteve politike

Fjalimet e kandidatëve për kryeministër dhe të kandidatëve për deputetë nuk janë transmetuar fare në Tëvë1.

## Debatet televizive

Debatet e transmetuara në Tëvë1 janë konceptuar kryesisht si emisione ku një kandidat apo përfaqësues i një subjekti politik ka pasur hapësirë për të prezantuar programin dhe qëndrimet e tij përballë panelit të analistëve. Paralelisht, një pjesë e debateve është zhvilluar pa pjesëmarrjen e kandidatëve, duke u fokusuar ekskluzivisht në diskutime mes analistëve mbi zhvillimet dhe temat politike.

Nga monitorimi i debateve rezulton se përfaqësimi gjinor në panele përbën një nga dimensionet më problematike të diskursit të vëzhguar. Në disa debate, panelet janë të përbëra vetëm nga burra ose me prani minimale të grave, gjë që kufizon ndjeshëm mundësinë për përfshirjen e perspektivave të ndryshme gjinore në diskutim.

Nga këndvështrimi i përmbajtjes, çështjet gjinore rrallë trajtohen si bosht i mirëfilltë politikash. Në debatet e monitoruara mungojnë në masë të madhe premtime të strukturuar apo diskutime të thelluara mbi barazinë gjinore, fuqizimin ekonomik të grave, dhunën me bazë gjinore, kujdesin për fëmijët, shëndetin riprodhues apo rritjen e përfaqësimit të grave në vendimmarrje. Edhe kur gratë përmenden, kjo ndodh shpesh në formë thirrjesh të përgjithshme ose në kontekst të figurave individuale politike, pa u shoqëruar me analizë të rolit të tyre nga perspektiva e barazisë gjinore. Në disa segmente, përmendjet për gratë lidhen kryesisht me role tradicionale familjare, duke e reduktuar çështjen e barazisë në norma sociale dhe jo në dimension strukturor politik.

Në aspektin e gjuhës së përdorur, në shumicën e materialeve nuk evidentohet gjuhë urrejtjeje në kuptimin e drejtpërdrejtë të nxitjes së urrejtjes apo armiqësisë ndaj grave si grup.

Një aspekt veçanërisht problematik i diskursit përjashtues vërehet në trajtimin e çështjeve që lidhen me komunitetin LGBTI+, ku në një debat kjo temë paraqitet në mënyrë që nxit frikë dhe stigmatizim, përmes narratives të ashtuquajtur "panikë morale" që lidhen me identitetin gjinor dhe ndryshimet ligjore respektivisht nëse ndodh që votohet Kodi Civil.

Nga monitorimi në përgjithësi vërehet se problemi kryesor lidhet me mungesën e grave në panele, gjë që e lë perspektivën gjinore në periferi të debatit zgjedhor. Çështjet gjinore nuk trajtohen si pjesë e rregullt e agjendës politike, ndërsa mënyrat tradicionale të përfaqësimit vazhdojnë të riprodhojnë pabarazi simbolike. Edhe pse nuk ka fyerje të drejtpërdrejta gjinore, përfaqësimi i ulët dhe mungesa e trajtimit programor e dobësojnë dukshëm dimensionin gjinor në diskursin e fushatës zgjedhore.

### *Struktura dhe përfshirja në debatet televizive*

Tëvë1 përgjatë periudhës 17 dhjetor - 27 dhjetor, ka realizuar dhjetë debate televizive, ku nga këto tetë debate kanë qenë për prezantimin e një subjekti/kandidati dhe dy debate tjera vetëm me analistë.

Në debatet e Tëvë1, PDK ka marrë pjesë në tri debate, LVV dhe LDK në nga dy debate dhe NISMA në një debat.



*Fig. 32 Pjesëmarrja e subjekteve politike në debatet televizive të Tëvë1*

Sa i përket përfaqësuesve të subjekteve politike, PDK ka marrë pjesë me katër kandidatë, LDK me tre kandidatë, LVV me dy kandidatë dhe NISMA me një kandidat.

Nga dhjetë kandidatët e subjekteve politike që kanë qenë pjesë e debateve, vetëm një prej tyre ka qenë grua.

Pjesë e debateve televizive në Tëvë1 kanë qenë nëntë analistë me 29 paraqitje, prej tyre vetëm një ka qenë grua, e cila ka pasur katër paraqitje.

#### TELEVIZIONI ATV

Gjatë fushatës elektorale, ATV ka transmetuar pak më shumë se një orë kronikë zgjedhore, të dedikuara aktiviteteve të subjekteve politike, si dhe 17 orë debate televizive.

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

Debatet e transmetuara në ATV janë konceptuar kryesisht si emisione ku një kandidat apo përfaqësues i një subjekti politik ka pasur hapësirë për të prezantuar programin dhe qëndrimet e tij përballë panelit të analistëve. Paralelisht, një pjesë e debateve është zhvilluar pa pjesëmarrjen e kandidatëve, duke u fokusuar ekskluzivisht në diskutime mes analistëve mbi zhvillimet dhe temat politike.

#### Kronikat zgjedhore

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

Katër subjekte (AAK, PDK, LVV dhe LDK) kanë pasur përafërsisht nga 14 minuta, NISMA ka pasur tetë minuta, ndërsa subjektet tjera garuese kanë pasur gjithsej 11 minuta kohë transmetimi.

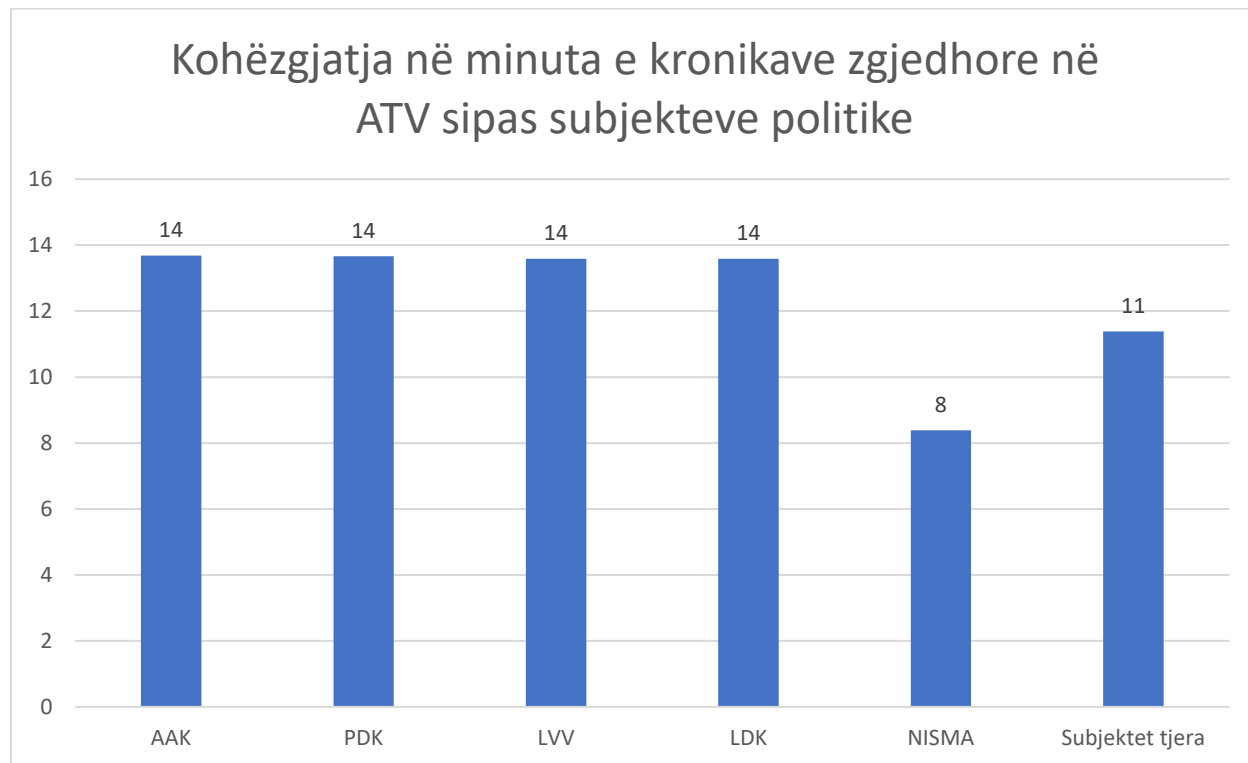


Fig. 33 Kohëzgjatja në minuta e kronikave zgjedhore në ATV sipas subjekteve politike

Sa i përket kohës së transmetimit për kandidatët për kryeministër, ajo ka qenë shumë e shkurtër. Për asnjërin nga kandidatët, koha e transmetimit nuk arrin as një minutë.

E njëjta situatë vlen edhe për kandidatët e tjerë për deputetë, ku gjithsej janë transmetuar vetëm 23 sekonda nga fjalimet e tyre. Prej kësaj kohe, 7 sekonda i kanë takuar një kandidateje grua.

### Debatet televizive

Gjatë periudhës së monitorimit në televizionin ATV, debatet zgjedhore janë zhvilluar kryesisht në formate të orientuara drejt paraqitjeve individuale, ku një kandidat apo përfaqësues i një subjekti politik ka pasur hapësirë për të prezantuar programin dhe qëndrimet e tij përballë moderatorit dhe panelit të analistëve. Ky konfigurim ka ndikuar që një pjesë e konsiderueshme e emisioneve të mos kenë natyrë të drejtpërdrejtë ballafaqese ndërmjet kandidatëve. Paralelisht, janë transmetuar edhe emisione të ndërtuara vetëm me analistë, të fokusuar në interpretimin e zhvillimeve politike dhe dinamikave të fushatës, pa praninë e kandidatëve në studio.

Nga këndvështrimi i gjuhës së përdorur, diskursi në debatet e monitoruara paraqitet kryesisht formal dhe i orientuar drejt prezantimit programor, megjithëse në disa raste shfaqen tone konfrontuese dhe përpjekje për diskreditim politik të rivalëve. Këto ndërveprime kanë mbetur brenda kufijve të polemikës politike dhe nuk është evidentuar përdorim i gjuhës së urrejtjes apo referenca denigruese ndaj grupeve

të mbrojtura. Moderimi i debateve paraqitet përgjithësisht neutral dhe i orientuar drejt ruajtjes së rendit të diskutimit dhe balancës kohore ndërmjet pjesëmarrësve.

Sa i përket përmbajtjes tematike, debatet janë përqendruar kryesisht në çështje të stabilitetit politik dhe institucional, sfidat ekonomike, menaxhimin e energjisë, marrëdhëniet ndërkombëtare dhe investimet strategjike në infrastrukturë. Diskursi ka qenë kryesisht teknik dhe i fokusuar në prioritetet qeverisëse dhe orientimin strategjik të vendit, duke lënë në plan të dytë temat me dimension social dhe gjinor.

Në aspektin e përfshirjes gjinore, monitorimi evidenton një prani të kufizuar të perspektivës gjinore në diskursin e përgjithshëm të debateve. Edhe pse në nivel formal është ofruar hapësirë e barabartë për kandidatët e pranishëm, temat që lidhen me barazinë gjinore, përfaqësimin e grave në vendimmarrje dhe politikat e dedikuara për fuqizimin e tyre janë trajtuar rrallë dhe zakonisht në mënyrë të përgjithshme. Kur gratë përmenden, kjo ndodh më shpesh në kontekst të politikave sociale ose ekonomike si përfituese të masave, dhe jo si aktore të barabarta në proceset e vendimmarrjes dhe në strukturat drejtuese.

Nuk janë evidentuar komente stereotipe, nënvlerësuese apo diskriminuese ndaj grave gjatë moderimit apo nga pjesëmarrësit, dhe nuk vërehet objektifikim apo trajtim i drejtpërdrejtë denigrues mbi bazë gjinie. Megjithatë, mungesa e integritetit të çështjeve gjinore në diskutimet programore dhe prirja për t'i vendosur gratë kryesisht në rolin e përfitueseve pasive të politikave publike tregojnë një formë të padukshmerisë strukturore gjinore në diskursin zgjedhor.

Në disa raste janë përmendur politika që lidhen me barazinë gjinore, trajnimin apo fuqizimin e grave, por këto referenca kanë mbetur kryesisht në nivel deklarativ, pa elaborim të mekanizmave të zbatimit apo dimensionit buxhetor. Në tërësi, monitorimi i debateve në ATV tregon një diskurs zgjedhor të fokusuar në çështje makro-politike dhe institucionale, me respektim të standardeve bazë të komunikimit publik, por me integrim të kufizuar të perspektivës gjinore si pjesë e rregullt e debatit politik. Kjo thekson nevojën për një qasje më gjithëpërfshirëse në trajtimin mediatik të fushatave, ku barazia gjinore të paraqitet si dimension i integruar i politikave dhe jo si temë dytësore apo e rastësishme.

#### *Struktura dhe përfshirja në debatet televizive*

ATV përgjatë periudhës 17 dhjetor - 27 dhjetor, ka realizuar 21 debate televizive, ku nga këto 13 debate kanë qenë për prezantimin e një subjekti/kandidati, katër debate vetëm me analistë, tri debate në mes shumë subjekteve dhe një debat në mes dy subjekteve.

Në debatet e ATV-së, PDK ka marrë pjesë në tetë debate, AAK në shtatë debate, LVV në pesë debate, LDK në katër debate dhe NISMA në dy debate.

Në të gjitha këto debate, kanë marrë pjesë vetëm nga një përfaqësues i subjekteve politike.



Fig. 34 Pjesëmarrja e subjekteve politike në debatet televizive të ATV

Nga 26 përfaqësuesit e subjekteve politike që kanë marrë pjesë në debatet e transmetuara në ATV, 22 prej tyre kanë qenë burra (85%) dhe vetëm katër gra (15%).

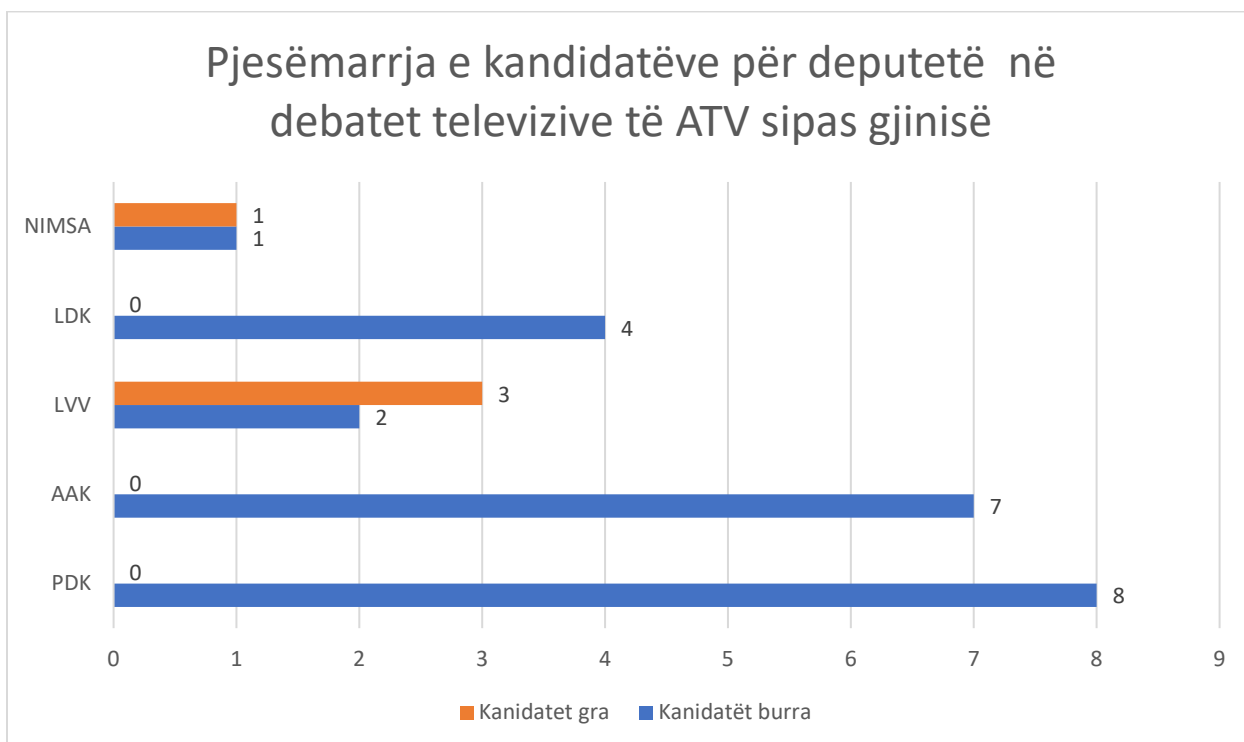


Fig. 35 Pjesëmarrja e kandidatëve për deputetë në debatet televizive të ATV sipas gjinisë

Pjesë e debateve televizive në ATV kanë qenë nëntë analistë me dhjetë paraqitje, të gjithë analistët kanë qenë burra.

## TELEVIZIONI KANAL 10

Kanal 10, gjatë fushatës elektorale, nuk ka transmetuar kronika zgjedhore.

Ndërsa gjatë kësaj periudhe janë transmetuar mbi 31 orë debate televizive kushtuar fushatës zgjedhore.

### Debatet televizive

Gjatë periudhës së monitorimit në Kanal 10, debatet politike të transmetuara në kuadër të fushatës për zgjedhjet e jashtëzakonshme janë karakterizuar nga formate të ndryshme, duke përfshirë debate me disa kandidatë, emisione me një kandidat të vetëm, si dhe diskutime analitike me ekspertë. Këto formate u kanë ofruar kandidatëve mundësi për të prezantuar programet dhe qëndrimet e tyre politike, ndërsa emisionet me analistë janë fokusuar në interpretimin e zhvillimeve të fushatës dhe performancës së aktorëve politikë.

Nga këndvështrimi i gjuhës së përdorur, diskursi në shumicën e debateve paraqitet kryesisht programor dhe teknik, i orientuar drejt prezantimit të prioriteteve politike dhe sfidave kryesore me të cilat përballet vendi. Temat më të shpeshta kanë qenë stabiliteti politik dhe institucional, sfidat ekonomike, menaxhimi i energjisë, marrëdhëniet ndërkombëtare me partnerët kryesorë dhe zhvillimi i infrastrukturës strategjike. Në disa raste debatet kanë marrë tone konfrontuese dhe partiake, me përpjekje për diskreditim politik të rivalëve, megjithatë pa u evidentuar përdorim i gjuhës së urrejtjes apo referenca përjashtuese ndaj grupeve të mbrojtura.

Sa i përket dimensionit gjinor, monitorimi tregon se, në nivel formal, grave kandidate u është ofruar hapësirë për të paraqitur programet dhe qëndrimet e tyre. Nuk janë evidentuar komente diskriminuese ndaj grave gjatë moderimit apo nga pjesëmarrësit. Megjithatë, përfaqësimi dhe trajtimi i grave në diskursin e përgjithshëm mbetet i kufizuar në aspektin strukturor. Gratë shfaqen më shpesh në kontekst të temave sociale dhe ekonomike, ndërsa roli i tyre si aktore vendimmarrëse dhe si bartëse të agjendave të qarta politike del më pak i theksuar.

Diskursi mbi çështjet që lidhen me gratë dhe barazinë gjinore është kryesisht deklarativ. Referencat për përfaqësimin e grave, punësimin, arsimin apo shërbimet sociale nuk shoqërohen në shumicën e rasteve me elaborim të mekanizmave të zbatimit, masave konkrete apo dimensionit buxhetor. Gratë nuk shfaqen si objekt i sulmeve apo i kornizimeve negative, por mungesa e integritetit sistematik të perspektivës gjinore në debat tregon një pjesëmarrje të kufizuar në nivelin e përmbajtjes politike.

Në tërësi, monitorimi i debateve në Kanal 10 paraqet një diskurs zgjedhor të fokusuar kryesisht në çështje makro-politike dhe institucionale, me respektim të standardeve bazë të komunikimit publik. Megjithatë, përfaqësimi dhe trajtimi i dimensionit gjinor mbeten të kufizuara dhe jo të integruara në mënyrë të rregullt në diskutimet politike, çka thekson nevojën për një qasje më gjithëpërfshirëse që e vendos barazinë gjinore si pjesë përbërëse të debatit publik gjatë fushatave zgjedhore.

### *Struktura dhe përfshirja në debatet televizive*

Kanal 10 përgjatë periudhës 17 dhjetor - 27 dhjetor, ka realizuar 28 debate televizive, ku nga këto 13 debate kanë qenë për prezantimin e një subjekti/kandidati, nëntë debate vetëm me analistë, dy debate me shumë subjekte, dhe katër debate më format tjetër.

Në debatet e Kanal 10, PDK ka marrë pjesë në shtatë debate, LVV dhe LDK kanë marrë pjesë me nga gjashtë debate, AAK në katër debate dhe NISMA në një debat.

Në të gjitha këto debate, kanë marrë pjesë vetëm nga një përfaqësues i subjekteve politike.

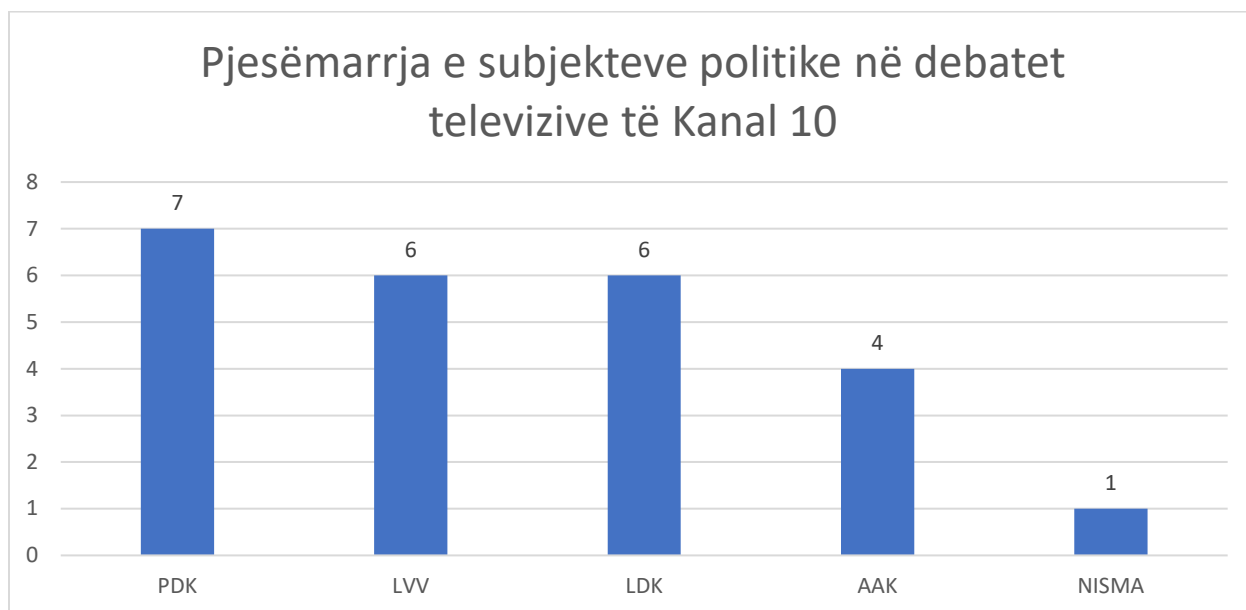


Fig. 36 Pjesëmarrja e subjekteve politike në debatet televizive të Kanal 10

Nga 24 përfaqësuesit e subjekteve politike që kanë marrë pjesë në debatet e transmetuara në Kanal 10, 21 prej tyre kanë qenë burra (88%) dhe vetëm tri gra (12%).

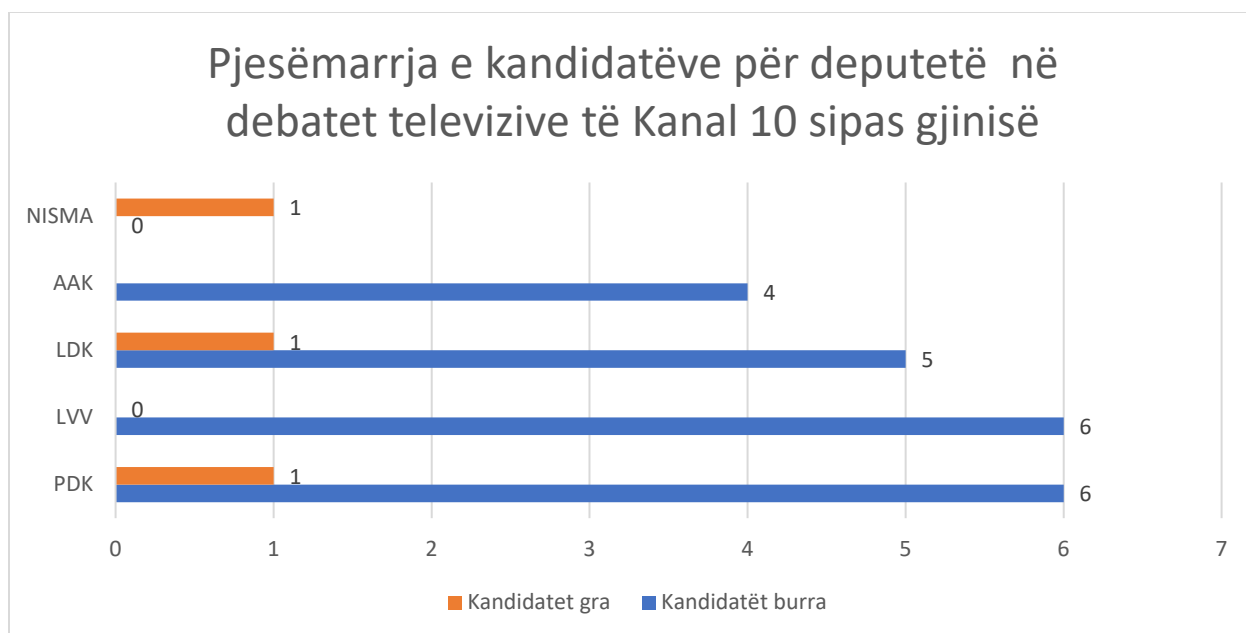


Fig. 37 Pjesëmarrja e kandidatëve për deputetë në debatet televizive të Kanal 10 sipas gjinisë

Pjesë e debateve televizive në Kanal kanë qenë 18 analistë me 56 paraqitje, prej tyre 16 analistë kanë qenë burra me 50 paraqitje dhe vetëm tri gra me gjithsej gjashtë paraqitje.

## REKOMANDIMET

Duke u bazuar në gjetjet kryesore të raportit, të cilat evidentojnë dominimin e diskursit konfrontues, integrimin e kufizuar të perspektivës gjinore, përfaqësimin e pabalancuar në panele dhe trajtimin kryesisht deklarativ të barazisë gjinore, rekomandimet strukturohen në dy nivele: për mediat dhe për subjektet politike.

### Rekomandime për mediat

**1. Rritja e balancës gjinore në përbërjen e paneleve:** Mediat duhet të synojnë në mënyrë sistematike përfshirjen e grave si kandidatë, eksperte dhe analiste në debatet politike. Përfaqësimi i balancuar nuk duhet të mbetet rastësor, por të kthehet në standard redaktorial, në mënyrë që perspektivat gjinore të jenë pjesë e rregullt e diskutimit publik;

**2. Integrimi i perspektivës gjinore në agjendën e pyetjeve:** Moderatorët dhe redaksitë duhet të përfshijnë në mënyrë të qëndrueshme pyetje që lidhen me barazinë gjinore, përfaqësimin e grave, politikat për fuqizimin ekonomik, kujdesin, dhunën me bazë gjinore dhe qasjen në shërbime. Këto tema nuk duhet të trajtohen vetëm si segmente sociale, por si pjesë e diskutimit mbi politikat zhvillimore, ekonomike dhe institucionale.

**3. Menaxhimi i dinamikave të debatit:** Nevojitet moderim më aktiv për të kufizuar ndërprerjet, mbivendosjet dhe dominimin e diskutimit, kjo është veçanërisht e rëndësishme kur në panel ka përfaqësim minimal të grave, për të siguruar që hapësira e tyre e të folurit të mos reduktohet edhe më tej.

**4. Forcimi i standardeve të komunikimit publik:** Mediat duhet të vazhdojnë të ruajnë distancë nga gjuha denigruese, etiketimet dhe kornizimet përjashtuese. Edhe kur debatet janë polemike, roli i medias është të nxisë argumentim mbi politika dhe jo përplasje personale.

**5. Trajnime për ndjeshmëri gjinore për moderatorë dhe redaksitë:** Zhvillimi i kapaciteteve profesionale për identifikimin e formave të buta të seksizmit, paternalizmit dhe përjashtimit simbolik do të ndihmonte që këto dukuri të adresohen në kohë reale gjatë transmetimeve.

## Rekomandime për subjektet politike

- 1. Integrimi i barazisë gjinore në programet politike:** Subjektet politike duhet ta trajtojnë barazinë gjinore si dimension të integruar të politikave publike, dhe jo si temë dytësore. Kjo nënkupton lidhjen e saj me ekonominë, punësimin, arsimin, shëndetësinë dhe zhvillimin institucional.
- 2. Kalimi nga deklaratat e përgjithshme në masa konkrete:** Premtimet për fuqizimin e grave dhe përfaqësimin e tyre duhet të shoqërohen me masa të qarta, mekanizma zbatimi dhe parashikime buxhetore, në mënyrë që të shmanget trajtimi simbolik i këtyre çështjeve.
- 3. Promovimi i grave si aktore vendimmarrëse:** Subjektet politike duhet të promovojnë më shumë gra si zëra kryesorë në debatet publike, jo vetëm si përfaqësuese të temave sociale, por si bartëse të agjendave për ekonomi, siguri, zhvillim dhe politikë të jashtme.
- 4. Shmangia e diskursit përjashtues dhe polarizues:** Përfaqësuesit politik duhet të shmangin retorikën që prodhon stigmatizim ndaj identiteteve gjinore dhe seksuale, duke kontribuar në një klimë debati më përfshirëse dhe të bazuar në të drejta.
- 5. Përmirësimi i kulturës së debatit:** Subjektet politike kanë përgjegjësi të kontribuojnë në një diskurs më të përgjegjshëm, duke respektuar rregullat e komunikimit publik, duke shmangur sulmet personale dhe duke u fokusuar në argumente programore.

