

Monitorimi i zgjedhjeve lokale të vitit 2022 në Mal të Zi nga perspektiva gjinore



Monitorimi i zgjedhjeve lokale të vitit 2022 në Mal të Zi nga perspektiva gjinore

Botuesi:

Qendra për Arsimin Qytetar (QAQ)

Në bashkpunim me:

Arhimed SHPK

Redaktore:

Daliborka Ulareviq

Autoret dhe autorët:

Milica Zindoviq

Tamara Terziq

Vasilije Radulloviq

Dejana Ponosh

Dajana Zeçeviq

Jelena Jovanoviq Maroviq

Zorica Sharçeviq Bugarin

Danijel Radeviq

Mirjana Ivanoviq

Jovana Davidoviq

Olivera Komar

Përkthim në gjuhën shqipe:

Monika Mrnjaçeviq

Dizajni dhe produksioni:

Qendra për Arsimin Qytetar (QAQ)

Studimi është bërë në kuadër të projektit “**SPINOFAC 5: Monitorimi i zgjedhjeve lokale të vitit 2022 në Mal të Zi nga perspektiva gjinore**”, e cila mbështetet financiarisht nga Instituti Kombëtar Demokratik (NDI) si pjesë e projektit “Rajoni i Evropës Juglindore: Forcimi i Integritetit Zgjedhor” financuar nga Fondacioni Kombëtar për Demokraci (NED)



Centar za građansko obrazovanje
Centre for Civic Education

Qëndrimet dhe opinionet në këtë botim pasqyrojnë vetëm qëndrimet e autorëve/reve dhe nuk përfaqësojnë qëndrimet zyrtare të NDI dhe NED.

Monitorimi i zgjedhjeve lokale të vitit 2022 në Mal të Zi nga perspektiva gjinore



Përmbajtja

5

Përmbledhje
dhe rekomandime

10

Listat zgjedhore – mes
margjinalizimit dhe “minimalizmit”

18

Barazia gjinore në narrativën
e fushatës parazgjedhore

67

Rrjetet sociale dhe
shtyrja e kufijve

88

Bibliografia

Përmbledhje dhe rekomandime

Barazia gjinore në jetën politike është një nga mekanizmat për arritjen e barazisë së përgjithshme gjinore. Praktika e deritanishme në botë ashtu edhe në Mal të Zi, dëshmon faktin se ka ende dallim të madh mes burrave dhe grave për sa i përket pjesëmarrjes në jetën politike. Mali i Zi nuk ka pasur asnjherë një grua presidente të shtetit apo të qeverisë, dhe numri i grave që ishin në krye të disa prej 25 komunave është jashtëzakonisht i vogël. Përfaqësimi i ulët i grave në jetën politike, duke filluar nga listat zgjedhore e deri te nivelet e ndryshme të vendimmarrjes politike, mbetet karakteristikë e proceseve zgjedhore në Mal të Zi.

Megjithatë, në nivelin lokal është shënuar një ndryshim i vogël¹, gjë që mund t'i atribuohet kryesisht dispozitës së Ligjit për zgjedhjen e këshilltarëve dhe deputetëve, që përcakton një minimum kuote prej 30% për përfaqësuesit/et e gjinisë më pak të përfaqësuar, ku në renditjen e kandidatëve/eve në listë duhet të ketë të paktën një përfaqësues/se të gjinisë më pak të përfaqësuar në çdo të katërtin emër, si dhe që në rast të përfundimit të mandatit të këshilltarëve/deputetëve, në vend të saj nuk zgjidhet tjetri në listë nëse nuk është gjinina më pak e përfaqësuar, gjë që ngushton hapësirën për abuzime të mundshme. Kjo masë afirmative jep rezultate të caktuara, ndonëse të gjeturat tregojnë se nuk zbatohet në mënyrë konsistente, gjë që thuhet edhe në raportet përkatëse ndërkombëtare lidhur me zgjedhjet para vjeshtës së vitit 2022².

Në tetor të vitit 2022, zgjedhjet u mbajtën në 14 komuna - në Bijelo Pole, Tivar, Budva, Danilovgrad, Zhabljak, Zetë, Kolashin, Plevla, Plavë, Pluzhine, Podgoricë, Rozhaje, Tivat dhe Shavnik. Për qëllime të këtij studimi janë analizuar 100 lista në 14 komuna. Parregullsitë janë vërejtur në shtatë komuna (Rozhaje, Pluzhine, Kolashin, Tivar, Zhabljak, Plavë dhe Danilovgrad), përkatësisht në 21 lista³, që është më shumë se një e pesta e listave të konfirmuara nga Komisioni Komunal Zgjedhor (KKZ) në kundërshtim me ligjin dhe me këtë KKZ u mundësoi pjesëmarrjen e mëtejshme në garën zgjedhore.

Në këto zgjedhje morën pjesë 3320 kandidatë të të dy gjinive, nga të cilët 1138 gra, ose 34,27% të numrit të përgjithshëm. Krahasuar me shifrat e zgjedhjeve të mëparshme lokale në këto komuna⁴, ku sipas listave të disponueshme ishin gjithsej 2921 kandidatë të të dy gjinive, ku numri i grave ishte 995 ose 34,06%, progresi matet me nuanca.

Gjithashtu, duke krahasuar listat e mëparshme zgjedhore në nivel lokal me ato të vitit 2022, vihet re se ka qarkullim të madh të grave, sepse partitë në nivel lokal nuk tentojnë të përsërisin kandidatet e tyre në listat zgjedhore, me

1 Nga 11% në vitin 2008 në 30% në vitin 2019, ndërsa në dy ciklet e fundit zgjedhor, rritja më e madhe e pjesëmarrjes së grave është shënuar në kuvendet komunale në Mal të Zi, Kvinna Kvinna, Women's Rights in Western Balkans, 2020, https://kvinnatillkvinna.org/wp-content/uploads/2020/11/The-KvinnatillKvinna-Foundation-report-WRWB_2020.pdf

2 Raporti i KE-së për Malin e Zi nga tetori 2022 thekson se në zgjedhjet e fundit lokale në Berane, dy lista që nuk ishin në përputhje me kuotën minimale prej 30% të grave u pranuan dhe u konfirmuan si të plota nga KKZ.

3 Fillimisht janë konstatuar parregullsi në 22 lista, ndërsa pas marrjes së komenteve dhe ri-analizimit të listave zgjedhore, me qëllim të eliminimit të pasaktësive të mundshme, janë konstatuar paligjshmëritë në 21 lista. Gjegjësisht, ka pasur një gabim për shkak të specifikës së emrit të njërit prej kandidatëve dhe një gabim shtypi nga lista "Partia Boshnjake - Saktë për Bijelo Pole" (emri i gjinisë femërore është ngatërruar me gjininë mashkullore).

4 Shënim: lista zgjedhore e Kolashinit nga viti 2018 nuk është e disponueshme.

Monitorimi i zgjedhjeve lokale të vitit 2022 në Mal të Zi nga perspektiva gjinore

përrjashtime të rralla.

Në zgjedhjet lokale të vjeshtës 2022 ka vazhduar praktika e krijuar më parë, por asnjëherë e sanksionuar, e shkeljes së dispozitës së qartë ligjore për përmbushjen e kuotës minimale. Mbetet për t'u parë në vijim nëse abuzimet e tjera të kuotave të përcaktuara do të vazhdojnë, për shembull, zëvendësimin e kandidateve të gjinisë femërore me kolegët e tyre meshkuj në procesin paszgjedhor.

Është e rëndësishme të theksohet se për shkeljen e ligjit në këtë pjesë nuk janë vetëm partitë fajtoare, por përgjegjësia kryesore e kanë Komisionet Komunale Zgjedhore (KKZ) që në mënyrë të kundërligjshme kanë shpallur lista të tilla dhe që ato kalojnë pa asnjë sanksion. Kjo është theksuar me kohë nga organizatat e shoqërisë civile, por edhe nga anëtarët individualë të Komisionit Shtetëror të Zgjedhjeve (KSHZ), i cili nuk ka mundësi ligjore për t'i anuluar ato lista, gjë që tregon edhe mungesën e zbatimit të zgjedhjeve ligjore në këtë segment dhe nevojës që ato të avancohen urgjentisht.

Pra, përdorimi i disa zbrazësive ligjore apo shkelja e ligjit hapur fillon në partitë politike, klubet apo forumet e grave të cilave ende nuk kanë ndikim të mjaftueshëm, por vazhdon me mbështetjen institucionale përmes KKZ-së, dhe KSHZ-ja mbetet e pafuqishme për të ndërhyrë. Kjo e bën të pavlefshëm thelbin e kësaj dispozite ligjore dhe në këtë mënyrë kufizon shtrirjen e saj.

Monitorimi i përmbajtjes mediatike, me vlerësim shtesë të vizualizimit dhe marketingut të mesazheve parazgjedhore, tregon se narrativa e përgjithshme gjatë fushatës parazgjedhore dominohej nga zëri mashkullorë (80%), pra qëndrimi/qëndrimet që vin nga meshkujt (qofshin pjesëmarrës politikë në fushatën parazgjedhore apo subjekte të tjera që komentuan zgjedhjet dhe në këtë mënyrë ndikuan në krijimin e narrativës së përgjithshme (përfaqësues të institucioneve shtetërore, OJQ, individët, analistët, etj.).

Gjetjet tregojnë se gratë janë në përqindje të vogël postesh, më saktë indeksi, si një kategori e cenueshme, dhe çështjet e barazisë gjinore kanë mbetur thuajse të padukshme në narrativën e përgjithshme, megjithëse janë trajtuar dhe adresuar saktë. Barazia gjinore, në tri komunat ku ishte fokusi - Podgorica, Plevla, Budva, nuk u njoh nga partitë politike si temë që mund të ndikojë në vullnetin zgjedhor të qytetarëve. Janë shënuar gjithsej 71 poste mediatike në të cilat tema të ndjeshme gjinore shfaqen si dominuese (primare). Kjo do të thotë se pjesa totale e temave të ndjeshme gjinore (kryesisht të pranishme) në narrativën e përgjithshme është vetëm 2,98% (2385 indekse mediatike). Gjithashtu, çështjet lidhur me gjininë trajtoheshin ekskluzivisht nga gratë, dhe ndjenjat pozitive u bënë nga aktoret dhe jo nga aktorët (aksioni afirmativ edhe në temë kaq të ulët të "barazisë gjinore" u trajtua nga gratë).

Është pozitive që nuk ka mizogjini të drejtpërdrejtë në njoftimet zyrtare të regjistruara në mediat tradicionale (TV, media e shkruar dhe ueb portalet), dhe ka një numër relativisht të ulët të njoftimeve në të cilat evidentohet trajtim stereotip i grave (gjithsej 0.92%). Përdorimi i gjuhës së ndjeshme gjinore mbetet në nivel të pakënaqshëm, dhe përgjegjësia për këtë nuk është vetëm e mediave, por edhe e pjesëmarrësve të garës zgjedhore që nuk e kanë përdorur atë.

Sa i përket rasteve të shkeljes së ligjit dhe çështjes së kuotave, 26 njoftime mediatike konsiderohen pozitive, edhe pse këtu u fol më shumë për shkeljen e ligjit për zgjedhjen e deputetëve dhe këshilltarëve sesa për barazinë gjinore në përgjithësi.

Si fakt interesant edhe informues veçojmë faktin se nuk është regjistruar asnjë postim i vetëm që trajton çështjen gjinore nga pikëpamja e të drejtave seksuale dhe riprodhuese. Kjo pyetje u shtrua si një detyrë e veçantë kërkimore



për shkak të rëndësisë në rritje e kësaj teme në nivel global (ndalimi i abortit).

Jo më pak e rëndësishme nga përmbajtjet e tjera, analiza tregoi se në zgjedhjet lokale ka pasur përpjekje për të mos portretizuar gratë në role të seksualizuara dhe stereotipe. Kjo duhet theksuar dhe mbështetur në mënyrë që të shtrihet tek të gjithë pjesëmarrësit e tjerë në hapësirën publike.

Marketingu politik, nga njëra anë, është pasqyrim i realitetit, dhe është e pritshme që një numër i vogël i grave shfaqet në media dhe në hapësirë publike gjatë fushatës parazgjedhore, sepse në fakt vetëm një numër i vogël i grave është në poste të rëndësishme, si p.sh. kryetare të partive apo mbajtëse të listave gjatë atyre zgjedhjeve. Në këtë kuptim, krijohet një rreth vicioz - numri i vogël i grave në politikën reale çon në faktin se më pak gra shihen në hapësirën publike, dhe më pas numri i vogël i grave që shihen në hapësirën publike politike kushtëzon pritshmëritë e politikanëve/eve, kandidatëve/eve dhe votuesve në hapësirën reale politike. Rrjedhimisht, një numër i madh i reklamave politike, qoftë në formë billboardesh apo në formë video politike, shfaqin figurën e të dy gjinive, por në 56% të billboardëve dhe 29% të videove nuk ka gra. Kur shikohen kriteret e tjera, për shembull që lidhet me atë se çfarë roli kanë aktorët e gjinisë mashkullore apo femërore në përmbajtjen specifike, dallimet bëhen shumë më të mëdha. Gjegjësisht, gratë ende paraqiten shumë më rrallë si aktore aktivë politikë sesa meshkujt. Për shembull, edhe pse 45.1% e figurave në billboardë ishin gra, vetëm 20% e atyre figurave ishin gratë që janë mbartëse të listës, d.m.th. protagonistet kryesore të fotos. Në rastet e tjera, gratë janë kryesisht në prapavijë. Gjithashtu, edhe pse gratë janë të pranishme në 70% të videove politike, vetëm në 45.5% thonë diçka.

Nga materiali i analizuar, rezulton gjithashtu se gratë në përgjithësi nuk flasin vetëm për tema që në mënyrë stereotipike konsiderohen femërore, ato duken të sigurta dhe kompetente, gjë që mund t'i atribuohet rritjes së numrit të grave aktive në pozicione që mbartin mundësinë e marrjes së vendimeve në politikë.

Gjithashtu, gratë, si krijuese të përmbajtjes (meta), ishin disi më të pranishme në rrjetet sociale sesa në mediat tradicionale, megjithëse përmbajtja që ishte objekt analize përputhej më së shumti me atë që shfaqej përmes mediave tradicionale, me dominimin e zërit mashkullor. Përkatësisht, partitë u dhanë më shumë hapësirë kandidateve të tyre në rrjetet sociale – përmes njoftimeve, përmbajtjeve të shkurtra, fotografive dhe formateve të ngjashme, dhe në këtë mënyrë i promovuan ato.

Megjithatë, çështjet me rëndësi për arritjen e barazisë gjinore nuk ishin në fokusin e narrativës në rrjetet sociale, gratë nuk e përdorën këtë hapësirë për të komunikuar me dhe për gratë, por merreshin me çështje dhe probleme lokale dhe udhëhoqën fushatën e përgjithshme të partisë për të cilën konkurronin ose, për rrjedhojë, partitë i reklamonin ato, duke ndarë biografite të tyre dhe duke iu referuar punës së tyre, duke prezantuar ata si profesioniste, të afta, të përkushtuara, etj.

Pjesa më e madhe e përmbajtjeve të pranuarra i referoheshin komenteve të drejtuara kandidateve dhe mbartëseve të listave, dhe mund të thuhet se kur gratë janë kandidate për poste politike, ato pothuajse gjithmonë kritikohen në nivel personal dhe jo në bazë të arritjeve të tyre. Me fjalë të tjera, rrjetet sociale regjistrojnë një lidhje të gjerë me jetën personale të kandidateve (partnerët e dashurisë, statusi familjar), komentet për pamjen fizike, etj.

Gjithashtu, pjesa e monitorimit ka përfshirë edhe analizën e financimit të partive dhe reklamimin e tyre në rrjetet sociale, për të cilën QAQ përdori Meta Ad Library Report. Është analizuar se në çfarë mase dhe si partitë politike dhe aktorët e tyre iu drejtuan grave, sa nga shuma totale e alokuar është drejtuar për reklama ndaj grave, d.m.th. sa gra kanë qenë target grupi i reklamave me pagesë dhe sa nga kjo përmbajtje ka arritur tek ato. Partitë që konkurruan në Podgoricë kishin 15 faqe, nëntë prej të cilave ndanë fonde të caktuara për të sponsorizuar

Monitorimi i zgjedhjeve lokale të vitit 2022 në Mal të Zi nga perspektiva gjinore

përmbajtjen.

Analiza tregoi se gratë definitivisht nuk ishin në fokus të fushatës në rrjetet sociale, edhe kur bëhej fjalë për përmbajtje të sponsorizuara. Kjo do të thotë se partitë më së shumti e kanë marginalizuar apo edhe e kanë injoruar këtë kategori, me përjashtim të tri faqeve - Jelena Boroviniq Bojoviq, Aleksa Beçiq - Demokratët dhe Evropa tani - të cilat treguan disa përpjekje në afrimin e grave tek votuesit, ku e para që e bëri këtë në mënyrë të pakrahasueshme më shumë se sa dy të tjerat, por ende jomjaftueshëm dhe joadekuate, pa gjuhë të ndjeshme gjinore dhe duke treguar njëfarë keqkuptimi për kontributin e mundshëm të gruas në shoqëri.

Së fundi, vlen të theksohet se vetëdija, përgjithësisht e pazhvilluar, për rëndësinë e pjesëmarrjes politike nuk është mbështetëse për pjesëmarrje më efektive të grave në politikë në Mal të Zi. Kësaj i bashkangjiten edhe gjetjet e sondazhit të kryer së fundmi nga QAA dhe agjencia Damar⁵, të cilat tregojnë se publiku është i ndarë kur bëhet fjalë për qëndrimin ndaj kësaj çështjeje. Kështu, kur u pyetën drejtpërdrejt nëse gratë ishin të përfaqësuara në mënyrë të barabartë ose në përqindjen minimale ligjore prej 30% në listat zgjedhore në 14 komuna ku u mbajtën zgjedhjet, më shumë se një e treta (36.7%) besonin se ishin, dhe më pak se një e treta (31.6%) se nuk ishin, dhe ka një numër të përafërt të atyre që nuk mund të vendosin për këtë çështje (31.7%). Siç pritej, meshkujt janë ata që kanë perceptimin dominues se përfaqësimi politik ekzistues i grave është i kënaqshëm, por edhe i atyre me nivel më të ulët arsimor. Gjithashtu, perceptimi i ngjashëm ekziston edhe për përfaqësimin e grave në fushatën për zgjedhjet lokale në tetor 2022, kështu që pothuajse dy të pestat e të anketuarve (38%) janë të mendimit se gratë ishin të përfaqësuara në mënyrë të barabartë ose të mjaftueshme në fushatë, ndërsa nga ana tjetër, pak më pak se një e treta e atyre që nuk e ndajnë atë mendim (32%) dhe 30% e tyre nuk mund ta vlerësojnë atë përfaqësim. Edhe në këtë rast, gjinia dhe arsimimi ndikojnë dukshëm në vlerësimin e kësaj çështjeje, pra meshkujt dhe ata me nivel më të ulët arsimor janë të mendimit që gratë janë të përfaqësuara në mënyrë të barabartë.

Përfaqësuesit e institucioneve, partive politike, shoqërisë civile dhe të gjithë aktorët që marrin pjesë në krijimin e diskursit publik duhet t'i kushtojnë vëmendje të veçantë mesazheve që u dërgojnë qytetarëve/eve dhe narrativës që krijojnë. Domethënë, për shkak të potencialit për ndikimin që u takon në baza të ndryshme, mesazhet që burojnë prej tyre kanë një peshë të veçantë. Prandaj, është e rëndësishme të përmbahemi nga krijimi i retorikës që mund të jetë bazë për trajtimin e pabarabartë të gjinive. Gjithashtu, të gjithë aktorët/et duhet të njohin dhe në paraqitjet e tyre publike të theksojnë më shpesh rëndësinë e përfshirjes së plotë dhe barazisë së grave dhe burrave për të demokratizuar shoqërinë.

Rekomandime për vendimmarrësit në nivel (nga institucionet, partitë politike):

- si pjesë e paketës së reformave zgjedhore, është i nevojshëm përmirësimi i zgjedhjeve ligjore që parashikojnë veprime afirmative për gjininë më pak të përfaqësuar në drejtim të mbajtjes së shënimeve të sakta dhe transparente të përfaqësimit të tyre në listat zgjedhore, por edhe sanksioneve për anëtarët e Komisioneve Zgjedhore Komunale nëse e shkelin atë normë ligjore, me kompetencë të shtuar të KSHZ-së në këtë kuadër;
- të gjithë aktorët/et duhet të njohin edhe në paraqitjet e tyre publike më shpesh të theksojnë rëndësinë e përfshirjes së plotë dhe barazisë së gjinive në demokratizimin e shoqërisë, dhe brenda partive duhet

5 Sondazhi për nevojat e CG Puls u krye nga 10 deri më 18 nëntor 2022, dhe CG Puls u prezantua më 24 nëntor, me shënimin se pyetjet rreth barazisë gjinore ishin vendosur veçmas - <https://cgo-ccc.org/en/2022/11/24/citizens-have-more-problems-and-politicians-lack-of-accountability/>



të punohet më shumë për ndërgjegjësimin gjinor, duke filluar nga rëndësia e mos-portretizimit stereotip të figurave të grave në hapësirën publike deri tek pengesat në përfshirjen e barabartë të grave në vendimmarrjen politike;

- vetë aktoret e fushatës zgjedhore, kryesisht kandidatëve dhe mbartëseve, duhet të përdorin më mirë median dhe hapësirën publike në dispozicionin e tyre për të reklamuar mesazhet e tyre politike ose të përgjithshme që mund të forcojnë ndërgjegjësimin e qytetarëve/eve kur bëhet fjalë për barazinë gjinore, veçanërisht pjesëmarrjen politike të grave. Ekziston gjithashtu hapësirë për edukimin e anëtarëve/eve të partive politike për rëndësinë e përdorimit të gjuhës së ndjeshme gjinore në paraqitjet në media, si dhe mënyrat për t'i përdorur ato paraqitje publike në mënyrë më efektive;
- është e nevojshme të punohet në edukimin e studentëve/eve të gazetarisë në temën e barazisë gjinore dhe nevojës për zbrëthimin e stereotipeve të krijuara për rolin e gruas në shoqëri;
- përmirësimet në legjislacionin e medias duhet të adresojnë gjithashtu mizogjininë në media me qëllim që ta sanksionojnë dhe të inkurajojnë mediat të punojnë më shumë për të forcuar standardet profesionale;
- është e nevojshme të pozicionohen në mënyrë adekuate, në arsimin fillor dhe të mesëm, lëndët e edukimit/arsimit qytetar dhe shkrim-leximit mediatic në mënyrë që qëndrimi ndaj gjinisë dhe barazisë gjinore të ndërtohet në kohën e duhur me kuptimin e konceptit modern të të drejtave të njeriut ku manipulimet duhet dekonstruktuar dhe të bëhet dallimi midis informacionit cilësor dhe atij të dobët, paragjykimëve, stereotipeve, mizogjinisë dhe mesazheve të urrejtjes.

Rekomandime për shoqërinë civile (organizatat joqeveritare, mediat, komuniteti akademik):

- organizatat joqeveritare duhet të vazhdojnë të monitorojnë përfaqësimin e grave në listat zgjedhore dhe të reagojnë kur ndodhin parregullsi, por edhe të hetojnë arsyet e qarkullimit të theksuar të grave në listat zgjedhore në nivel lokal dhe në përputhje me rrethanat të bëjnë rekomandime për ndryshimin e këti trendi;
- organizatat joqeveritare duhet të monitorojnë raportimin dhe aktivitetet mediatike në rrjetet sociale, për të kontribuar në profesionalizimin dhe edukimin e gazetarëve, por edhe për të kufizuar deklaratat mizogjene në rrjetet sociale duke vendosur komunikim me moderatorët e atyre rrjeteve (Facebook, Twitter, etj.);
- mediat duhet të tregojnë senzibilitet më të madh ndaj temës së barazisë gjinore gjatë zgjedhjeve, të insistojnë në përdorimin e gjuhës së ndjeshme gjinore, ta shmangin afirmimin e rolit tradicional të grave me narrativën, politikat editoriale, përmbajtjen që tregtojnë dhe mënyrën se si e bëjnë atë, por të kenë edhe funksion korrigjues në mënyrën e përpunimit të informacionit, i cili kërkon edhe edukim shtesë për të njohur pasojat e dëmshme të mizogjinisë dhe domosdoshmërinë e afirmimit të barazisë gjinore për zhvillimin e mëtejshëm të shoqërisë;
- organet vetërregulluese dhe shoqatat mediatike duhet të jenë më proaktive dhe profesionale në monitorimin e mediave dhe inkurajimin e tyre për të korrigjuar mangësitë në këtë fushë;
- komuniteti akademik (universitetet, profesorët, studentët...) duhen të përfshihen më shumë në ngjarjet e përgjithshme në vend, të paktën si komentues dhe krijues të narrativave apo alternativave të narrativave ekzistuese.

Listat zgjedhore – në mes marginalizimit dhe “minimalizmit”

Gjatë analizës së listave zgjedhore të partive që konkurruan në zgjedhjet lokale të vitit 2022, ekipi hulumtues i OAQ-së kryesisht monitoroi **respektimin e dispozitave të Ligjit për zgjedhjen e këshilltarëve dhe deputetëve**, i cili përcakton një **kuotë prej 30% për gjininë më pak të përfaqësuar, si dhe renditjen e kandidateve** (1 grua në çdo 4 emra në listë). Qëllimi i këtij aktiviteti ishte **përcaktimi i numrit dhe përqindjes së përfaqësimit të grave në listat zgjedhore në 14 komuna malazeze ku zgjedhjet u mbajtën në tetor të vitit 2022, me krahasim shtesë me zgjedhjet e mëparshme lokale në të njëjtat komuna të mbajtura në vitin 2018 dhe 2020**, në mënyrë që të përcaktohen tendencat në zbatimin e ligjit dhe pjesëmarrjen e grave në jetën politike. Gjithashtu, ekipi i OAQ-së u përpoq të përcaktonte nëse përfaqësimi i grave në lista ishte formal dhe minimal për t’iu përmbajtur ligjit, pra nëse partitë e tejkaluan atë shifër apo nëse kishte shkelje të ligjit.

Synimi fillestar ishte gjithashtu të analizohej procesi paszgjedhor për të përcaktuar se sa përqind të grave të zgjedhura morën përfundimisht poste këshilltare, apo nëse kishte raste të dorëheqjes së grave në favor të meshkujve, gjë që është në kundërshtim me ligjin edhe pse praktika e mëparshme e ka regjistruar. Megjithatë, duke qenë se procesi paszgjedhor është zgjatur⁶ dhe se deri në përfundimin e studimit nuk ishin shpallur të gjitha rezultatet apo procesi i konstituimit të organeve lokale, kështu që nuk ishte e mundur të përcaktohej ajo pjesë e tendencave. Këto zgjedhje u karakterizuan edhe nga **mosfunksionimi i Gjykatës Kushtetuese**, e cila nuk kishte mjaft gjyqtarë për të vendosur për ankesat zgjedhore. Kjo ishte pasojë e krizës së vazhdueshme politike dhe mungesës së marrëveshjes ndërmjet aktorëve politikë në nivel kombëtar për arritjen e zgjidhjeve të caktuara kompromisi, dhe në këtë mënyrë për të hapur një rrugë ligjore për shpalljen e rezultateve të zgjedhjeve lokale dhe për të parandaluar tensionet e reja që po ndodhin në nivel lokal në lidhje me këtë çështje.

Për qëllime të këtij studimi **janë analizuar 100 lista në 14 komuna ku janë mbajtur zgjedhjet lokale. Parregullsi janë vërejtur në shtatë komuna, përkatësisht në 21 lista**, që është gati një e pesta e numrit të përgjithshëm të listave⁷. Kjo është një shkelje flagrante e Ligjit, që do duhej të kërkohej llogari nga Komisionet

⁶ Studimi përfundoi më 25 nëntor 2022

⁷ Fillimisht janë korigjruar 22 lista, ndërsa pas komenteve dhe ri-analizimit të listave zgjedhore, për eliminimin e gabimeve të mundshme janë konfirmuar paligjshmëri në 21 lista. Gjegjjeshtë, ka pasur gabim për shkak të emrit të njëres kandidate dhe gabim printi të listës "Partia Boshnjake - Saktë për Bijelo Pole" (emri i gruas ngatërruar me të një burri), kuota minimale prej 30% nuk është plotësuar, gjë që nuk ishte rast, sepse përqindja në këtë rast është 32.43%.



Komunale Zgjedhore (KKZ) në komunat që në mënyrë të kundërligjshme i shpallën ato lista. Gjithashtu duhet theksuar se ekziston mundësia ligjore, që për shkak të paplotësimit të listave, ato t'u kthehen partive për rishikim për të eliminuar parregullsitë brenda 48 orëve dhe kjo ka ndodhur në disa raste. QAQ nuk ka pasur mundësi të monitorojë listat që janë kthyer për rishikim, por fakti është se në fund të tyre 21 kishin konstatuar parregullsi, të cilat ishin injoruar nga Komisionet Komunale Zgjedhore në **Rozhajë, Pluzhinë, Kolashin, Tivar, Zhablak, Plavë dhe Danilovgrad.**

| Komuna | Numri i listave të deklaruara ilegalisht |
|-------------|--|
| Rozhajë | 3 |
| Pluzhinë | 2 |
| Kolashin | 5 |
| Tivar | 4 |
| Zhablak | 1 |
| Plavë | 4 |
| Danilovgrad | 2 |

Tabela: numri i listave të deklaruara ilegalisht sipas komunave

Më saktësisht, nga 21 lista të deklaruara të paligjshme, në 15 prej tyre nuk është respektuar aplikimi i kuotës prej 30% për përfaqësimin e kandidatëve të gjinisë më pak të përfaqësuar, ndërsa në gjashtë nuk është respektuar renditja e kandidatëve/eve (që duhet të të jetë një grua për çdo katër kandidatë).

| Emri i listës | Përqindja e përfaqësimit të grave në listë | Renditja e kandidatëve/eve në listë (1 në 4) |
|---|--|--|
| Rozhajë | | |
| Evropa tani! për Rozhajë | 26.66% | renditja është respektuar |
| dr Dritan Abazović - Mundet Rozhaja! Mundet Mali i Zi! -Lëvizja civile URA | 29.41% | renditja është respektuar |
| Aleksa Beçiq - Të shkojmë njerëz - Demokratët | 29.41% | renditja është respektuar |
| Pluzhinë | | |
| Mundet Piva! Mundet Mali i Zi! dr Dritan Abazović | 29.16% | renditja është respektuar |
| Zgjidhja e duhur - Koalicioni për përparimin e Pluzhinës / PDS, SD | 30.00% | renditja nuk është respektuar |
| Kolashin | | |
| PSP - Rrënjësisht për Kolashin | 29.03% | renditja është respektuar |
| FD - Për të ardhmen e Kolashinit | 29.03% | renditja është respektuar |
| Grupi i votuesve - Për Kolashin tonë - dr Momçilo Vukçević | 29.03% | renditja është respektuar |
| Vladimir Martinović - Të shkojmë njerëz - Demokratët - MZ i Bashkuar | 29.03% | renditja është respektuar |
| Lëvizja „Bashk ndërtojmë Kolashinin!“ | 29.03% | renditja është respektuar |

Monitorimi i zgjedhjeve lokale të vitit 2022 në Mal të Zi nga perspektiva gjinore

| Tivar | | |
|--|---------|-------------------------------|
| Partia Boshnjake- Saktë per Tivar | 32.43 % | renditja nuk është respektuar |
| Vukan Golluboviq – Mali i Zi i vërtetë - Marko Milaçiç | 37.83% | renditja nuk është respektuar |
| Për të ardhmen e Tivarit - Maja Vukiçeviq | 37.83% | renditja nuk është respektuar |
| PSP – Rrënjësisht për Tivar | 29.72% | renditja është respektuar |
| Zhablak | | |
| Fronti Demokratik – Për të ardhmën e Zhablakut | 30.00 % | renditja nuk është respektuar |
| Plavë | | |
| Partia Boshnjake – Saktë për Plavë | 29.03 % | renditja është respektuar |
| Evropa tani! Për Plavë | 25.00 % | renditja është respektuar |
| PSP – Rrënjësisht për Plavë | 33.33 % | renditja nuk është respektuar |
| Për të ardhmën tonë - Partia Popullore Demokratike, Demokracia e Re Serbe, Mali i Zi i Vërtetë | 25.80 % | renditja është respektuar |
| Danilovgrad | | |
| IQ 21. maj – Branko Balletiq | 21.73% | renditja është respektuar |
| Fronti Demokratik – Për të ardhmën e Danilovgradit | 27.27% | renditja është respektuar |

Tabela: seksioni i paligjshmërisë në 21 lista

KKZ në Kolashin (5), Tivar (4) dhe Plavë (4) konfirmuan numrin më të madh të listave të paplota, të ndjekura nga KKZ-të nga Rozhaja (3), Pluzhina (2), Danilovgradi (2) dhe Zhablaku (1).

Lista *IQ 21 maj - Branko Balletiq* në Danilovgrad (21,73%) ka pasur përqindjen më të ulët të përfaqësimit të grave, si dhe dy listat në Plavë - *Për të ardhmën tonë - Partia Popullore Demokratike, Demokracia e Re Serbe, Mali i Zi i vërtetë* (25,80%) dhe *Evropa tani! për Plavë* (25%). Ndryshe nga ata, për të bërë krahasim, kemi disa nga listat e deklaruar ligjërisht që tejkalojnë përfaqësimin minimal të caktuar të grave, si *Qytetaret e Danilovgradit janë forca e jonë dhe Millo Bozhoviq - Budva në vendin e parë* (me 51,51%); *Radomir Novakoviq Cakan – Zgjedhë Tivarin* (48,64%); *Forumi i Bokës - Për Tivat, dhe për Bokën* (46,87%); *Lëvizja Evropa tani - Podgoricë* (46,55%), *Dr. Dritan Abazoviq - Mundet Tivari! Mundet Mali i Zi!* (43,24%); *PSP - Rrënjësisht për Budvën* (42,42%), dhe *Zeta PSP - Rrënjësisht për Zetën - Sllagjana Kallugjeroviq* (41,93%).

Për më tepër, pjesa më e madhe e partive që kanë shkelur dispozitën ligjore për plotësimin e kuotës prej 30% kanë qenë shumë afër respektimit të minimumit ligjor, d.m.th., zakonisht në listë u mungonte një grua më shumë në mënyrë që ato lista të ishin brenda kornizës ligjore. Natyrisht, kjo nuk e pakëson faktin që Ligji është thyer, pavarësisht përqindjes dhe nëse ishte një lëshim i (pa)qëllimtë i partive. Krijohet përshtypja se shumica e partive ende vetëm formalisht përpiqen t'i afrohen ose të arrijnë kuotën minimale, duke simuluar kështu një angazhim për fuqizimin e grave. Kjo kufizon shtrirjen e kësaj mase të veprimit afirmativ, por mbetet edhe në fushën e politikës së dominuar nga meshkujt dhe marginalizimit të grave nga jeta politike.

Në përgjithësi, **nuk ka uniformitet në qëndrimin e partive për këtë çështje në të gjitha komunat**, kështu mund të konstatohet se një parti apo koalicion i caktuar në disa komuna ka kaluar ndjeshëm kuotën prej 30%,



ndërsa në qytetet e tjera ka shkelur ligjin duke paraqitur dhe dorzuar lista të pa plota.

Vlen gjithashtu të theksohet se përfaqësimi pak më i lartë i grave ishte në ato lista që kishin si mbartëse të listës grua, dhe këto janë tetë lista me përqindje në vazhdim të përfaqësimit të grave:

1. Zeta - Sllagjana Kalugjeroviq - PSP – Rrënjësisht për Zetën - **41.93%**;
2. Bijelo Pole - Suada Zoronjiq - Mundet Bijelo Pole! Mundet Mali i Zi! dr Dritan Abazoviq - **37.83%**;
3. Tivar - Maja Vukiqeviq – Për të ardhmën e Tivarit - **37.83%**, por nuk e kanë respektuar renditjen, pandaj lista është e paplotë dhe është deklaruar e tillë;
4. Tivat - Dubravka Nikçeviq – Zgjidhja e duhur për Tivat - PDS, SD, PSD, PL - **37.5 %**;
5. Rozhajë - Angjella Beloica – Për të ardhmën e Rozhajës - **37.5 %**;
6. Budva - Dragana Mitrovic - Unik për Budvën - **36.36 %**;
7. Tivar - Edina Deshiq – Partia Boshnjake – Saktë për Tivar - **32.43%**, por nuk e kanë respektuar renditjen, pandaj lista është e paplotë ;
8. Podgoricë - Jelena Boroviniq Bojoviq – Për të ardhmen e Podgoricës - **31.03 %**.

Nga ana tjetër, dy lista ku mbartëset e listës ishin gra ishin ndër ato që nuk plotësonin as minimumin ligjor prej 30%:

1. Pluzhinë - Natalija Dobrilloviq Dondiq - Mundet Piva! Mundet Mali i Zi! dr Dritan Abazoviq - **29.16%**;
2. Kolashin – Marta Shqepanoviq – Bashkë ndërtojmë Kolashinin - **29.03%**.

Janë shpallur të paligjshme gjithsej katër lista ku mbartëset ishin gra, përkatësisht dy që nuk kishin kuotë të përcaktuara dhe dy që nuk kishin rendin e përcaktuar sipas ligjit.

Në rubrikën për (mos)respektimin e renditjes së kandidatëve meshkuj dhe gra në lista, janë vërejtur parregullsi në gjashtë lista, të cilat në të njëjtën kohë kanë respektuar kuotën prej 30%. Kështu, për shembull, listat *Vukan Goluboviq – Mali i Zi i vërtetë - Marko Milaçiq ose Për të ardhmen e Tivarit - Maja Vukiqeviq* kishin një përqindje të përfaqësimit të grave prej 37,83%, por ato ende konsiderohen të paplota për shkak të mosrespektimit të kësaj dispozite ligjore. Respektimi i kuotave në përqindje më të lartë se sa është parashikuar, lë mundësinë që këto parti nuk kishin qëllim të mos respektojnë renditjen në listë, pra të kenë pasur lëshim të paqëllimshëm. Megjithatë, këto mungesa nuk duhet të kenë kaluar pa u vënë re nga KKZ-të në këto komuna.

Për më tepër, analiza e emrave të kandidatëve dhe kandidatëve për zgjedhjet lokale nga **100 listat në 14 komuna** tregon se në ato zgjedhje kanë marrë pjesë gjithsej **3320 kandidatë të të dy gjinive**, ndërsa **numri i përgjithshëm i grave në ato lista ishte 1138 , ose 34.27% i numrit total.**

QAQ ka bërë krahasim **me shifrat e zgjedhjeve të mëparshme lokale në 12 komuna⁸, të mbajtura në vitin 2018 dhe 2020 (në dy komuna).** Në atë kohë në lista ishin gjithsej **2921 kandidatë të të dy gjinive, ndërsa numri i grave ishte 995, ose 34,06% në total**, që është pak më pak se përqindja e zgjedhjeve të vitit 2022. Komunat Rozhajë, Shavnik dhe Danilovgrad ndahen si shembuj të komunave ku përqindja e përfaqësimit

⁸ Nuk ka qenë e mundur të bëhet krahasimi me listat e Kolashinit në vitin 2018, pasi KKZ-ja e Kolashinit nuk kishte lista të publikuara publikisht, të cilat nuk ia ishin dorëzuar QAQ-së edhe pas disa kërkesave, ndërsa Zeta nuk ekzistonte si vetëqeversije e pavarur lokale, por është e përpunuar si pjesë e Podgoricës

Monitorimi i zgjedhjeve lokale të vitit 2022 në Mal të Zi nga perspektiva gjinore

të grave u rrit me rreth dy-tre përqind në zgjedhjet e vitit 2022 krahasuar me ciklin e mëparshëm.

Gjithashtu është e rëndësishme të theksohet se numri i përgjithshëm i grave që ishin në listat zgjedhore në të gjitha komunat e përmendura nuk është aq autoritativ sa numri i grave në listat specifike partiake, por jep një pasqyrë të mirë të përgjithshme të pjesëmarrjes politike të grave në qytetet ku u organizuan zgjedhjet lokale.

| Komuna – zgjedhjet 2022 | Numri i përgjithshëm i kandidatëve të të dy gjinive në të gjitha listat në komunë | Numri i përgjithshëm i kandidateve gra në të gjitha listat në komunë | % e grave në krahasim me meshkujt | Komuna – zgjedhjet 2018 (2020) | Numri i përgjithshëm i kandidatëve të të dy gjinive në të gjitha listat në komunë | Numri i përgjithshëm i kandidateve gra në të gjitha listat në komunë | % e grave në krahasim me meshkujt |
|-------------------------|---|--|-----------------------------------|--------------------------------|---|--|-----------------------------------|
| Rozhajë | 224 | 70 | 31.25 % | Rozhajë | 305 | 89 | 29.18% |
| Pluzhinë | 144 | 47 | 32.64 % | Pluzhinë | 143 | 48 | 33.57% |
| Kolashin | 212 | 67 | 31.60 % | Kolashin ⁹ | | | |
| Tivar | 358 | 133 | 37.15 % | Tivar | 357 | 129 | 36.13% |
| Shavnik | 90 | 31 | 34.44 % | Shavnik | 90 | 28 | 31.11% |
| Zhablak | 173 | 56 | 32.37 % | Zhablak | 93 | 29 | 31.18% |
| Plavë | 169 | 52 | 30.77 % | Plavë | 255 | 77 | 30.20% |
| Bijelo Pole | 386 | 131 | 33.94 % | Bijelo Pole | 333 | 115 | 34.53% |
| Zeta | 127 | 43 | 33.86 % | N/I | | | |
| Danilovgrad | 342 | 121 | 35.38 % | Danilovgrad | 212 | 69 | 32.55% |
| Plevla | 191 | 62 | 32.46 % | Plevla | 168 | 55 | 32.74% |
| Tivat | 287 | 106 | 36.93 % | Tivat | 213 | 81 | 38.03% |
| Budva | 209 | 81 | 38.76 % | Budva | 220 | 83 | 37.73% |
| Podgoricë | 408 | 138 | 33.82 % | Podgoricë (+ Zeta) | 532 | 192 | 36.09% |
| TOTAL | 3320 | 1138 | 34.27 % | TOTAL | 2921 | 995 | 34.06% |

Tabela: krahasimi i listave 2018 (2020) dhe 2022 dhe përfaqësimi i kandidateve gra kundrejt meshkujve

⁹ Lista nuk ishte në dispozicion



Gjithashtu, duke marrë parasysh praktikën e krijuar në nivel kombëtar, ku është evidente se të njëjtët kandidatë dhe kandidatë janë pothuajse gjithmonë në listat partiake, QAQ-ja u përpoq të përcaktojë nëse e njëjta qasje zbatohet në nivel lokal, **pra sa përqindje e grave që ishin në listat e partive të tyre gjatë dy cikleve të fundit zgjedhore.**

Është e rëndësishme të theksohet se **statistika e vitit 2018, pra 2020 dhe 2022 nuk është plotësisht e krahasueshme**, pasi partitë kanë qenë pjesë e koalicioneve të ndryshme parazgjedhorë. Gjithsesi, duke pasur parasysh këtë, u bë përpjekje për të zbërthyer ato koalicione dhe për të analizuar paraprakisht tendencën e grave për të rihyrë në garën zgjedhore. Sfidë tjetër ishte fakti që disa gra ndryshuan partinë apo mbiemrin, etj. Gjithashtu, numri i grave që kanë qenë në listat zgjedhore, gjatë dy cikleve të zgjedhjeve lokale, është mbi 2000, kështu që përbënte një sfidë edhe gjatë përpunimit. Prandaj, në këtë pjesë fokusi është **në tri komuna nga tre rajone - Danilovgrad, Plavë dhe Tivat**. Ekipi hulumtues vuri në dukje tendencë të ndryshme në nivel lokal, përmes këtyre tre shembujve, nga ai kombëtar, d.m.th se ka një qarkullim më të madh të grave.

| 2018 – Emri i listës zgjedhore | Numri i grave në listë | 2022 – Emri i listës zgjedhore | Numri i grave në listë | Numri i grave të përsëritura (në lista) |
|---|------------------------|---|------------------------|---|
| Aleksa Beçiq - Dritan Abazović | 10 | Aleksa Beçiq- Demokrate | 11 | 5 |
| Aleksa Beçiq - Dritan Abazović | | dr Dritan Abazović - URA | 12 | 0 |
| Socialdemokrat - Ivan Brajović | 10 | Zgjidhja e duhur- PDS, SD i PL | 10 total | 1 |
| Koalicioni PDS-PL | 11 | Zgjidhja e duhur- PDS, SD i PL | | 1 |
| PSD | 9 | PSD | 11 | 0 |
| Demokracia e Re Serbe – LpN - Për marrëveshjen serbo-malazeze | 11 | FD (Demokracia e Re Serbe, PPD, LpN, Partia e Punëtorëve) | 9 total | 1 |
| Koalicioni Popullor – PPD , PSP dhe Partia Komuniste Jugosllave e Malit të Zi | | FD - (Demokracia e Re Serbe, PPD, LpN, Partia e Punëtorëve) | | 1 |
| Koalicioni popullor – PPD , PSP dhe Partia Komuniste Jugosllave e Malit të Zi | 11 | PSP | 12 | 1 |
| Marko Milačić-Mali i Zi i vërtetë | 7 | Të bashkuar për qytet të vërtetë | 13 | 1 |

Tabela: krahasimi i listave zgjedhore 2018 dhe 2022 në Danilovgrad në kontekstin e kandidateve femra që përsëriten

Gjetjet tregojnë se një numër i vogël i grave në këto lista janë përsëritur ose se asnjë nga ato nuk ishte në zgjedhjet e mëparshme. Kështu, për shembull, në Danilovgrad, Demokratët dhe URA kishin listën e përbashkët në zgjedhjet e vitit 2018, të quajtur Aleksa Beçiq - Dritan Abazović, e cila përfshinte gjithsej 10 emra grash, ndërsa në zgjedhjet e vitit 2022, këto dy parti ishin të ndara, ku në një listë ishin 11, dhe në tjetrën 12 gra. Nga numri i përgjithshëm i grave në zgjedhjet e vitit 2018 (10), lista e Aleksa Beçiq-Demokratët përsëriti pesë, ndërsa kandidatet nga lista e re e URA nuk ishin në listën e mëparshme.

Monitorimi i zgjedhjeve lokale të vitit 2022 në Mal të Zi nga perspektiva gjinore

| 2018 – Emri i listës zgjedhore | Numri i grave në listë | 2022 – Emri i listës zgjedhore | Numri i grave në listë | Numri i grave të përsëritura (në lista) |
|---|------------------------|--------------------------------|------------------------|---|
| Socijaldemokrat | 10 | Koalicioni - SD, PDS, PSD | 11 | 2 |
| PDS | 9 | Koalicioni - SD, PDS, PSD | | 1 |
| Për të mirën e qytetarëve të Plavës, fitimtar!- PDS | 10 | Koalicioni - SD, PDS, PSD | | 0 |
| Alternativa Shqiptare | 5 | LC URA - ASH | 11 | 2 |
| Partia Boshnjake | 9 | Partia Boshnjake | 9 | 2 |
| Koalicioni FD - PSP | 9 | PSP | 7 | 1 |
| Aleksa Beçiq - Demokratët | 10 | N/I | | |
| Partia për Drejtësi dhe Pajtim | 6 | N/I | | |
| Grupi i votuesve Zgjedh Plavin | 9 | N/I | | |

Tabela: Krahasimi i listave zgjedhore 2018 dhe 2022 në Plavë në kontekstin e kandidateve që janë përsëritur

| 2020 – Emri i listës zgjedhore | Numri i grave në listë | 2022 – Emri i listës zgjedhore | Numri i grave në listë | Numri i grave të përsëritura (në lista) |
|--|------------------------|---|------------------------|---|
| Socijaldemokrat - Ivan Brajoviq! | 16 | Zgjidhja e duhur për Tivatin e të gjithëve Kolaicioni PDS, SD, PSD, PL | 12 total | 1 |
| PDS - Millo Gjukanoviq! | 13 | Zgjidhja e duhur për Tivatin e të gjithëve Kolaicioni PDS, SD, PSD, PL | | 2 |
| PSD – Ta mbrojmë qytetin | 8 | Zgjidhja e duhur për Tivatin e të gjithëve Kolaicioni PDS, SD, PSD, PL | | 0 |
| Goran Bozhoviq - Me nder dhe përgjegjësi për Tivat! | 8 | Veprimi Tivat dhe Goran Bozhoviq | 12 | 2 |
| Forumi Bokës - Njerëzit e Bokës e dinë | 12 | Forumi i Bokës- Për Tivat, Për Bokën! | 15 | 10 |
| ICK. Me gjithë zemër për Tivat | 11 | ICK Tivat - vendi ynë nën diell! | 13 | 8 |
| Lista zgjedhore e koalicionit Populli fiton! | 10 | Zhelko Komnenoviq – Populli fiton, Demokratët, DSS (Partia Demokratike Serbe), Evropa tani! | 10 | 2 |

Tabela: Krahasimi i listave zgjedhore në 2020 dhe 2022 në Tivat në kontekstin e kandidateve

Përmbledhja për Danilovgrad dhe Tivat tregon tendencë të ngjashme, sepse të njëjtat gra në përgjithësi nuk përsëriten në lista si në zgjedhjet e mëparshme. Përrashtim bëjnë dy lista - *Forumi i Bokës - Njerëzit e Bokës e dinë dhe ICK. Me gjithë zemër për Tivat!*, të cilën kanë përsëritur 10 (nga 15) dhe tetë (nga 13) gra në krahasim me zgjedhjet e mëparshme.



Kjo përmbledhje përmes tri komunave ilustruese tregon se, në nivel lokal, partitë nuk kanë tendencë të zhvilluar të përsërisin kandidatet e tyre gra në listat zgjedhore, me përjashtime të rralla. Gjithashtu, për disa analiza të mëvonshme, do të ishte interesante të merren të gjitha komunat në Mal të Zi, në mënyrë që të monitorohet në mënyrë sistematike ky trend dhe të përcaktohen arsyet për këtë qarkullim të konsiderueshëm në nivel lokal. Është rëndësishme të dihet nëse kjo shkakton zhgënjimin e grave që më parë ishin në ato lista, kështu që hoqën vetë hoqën dorë, apo nëse partitë i zëvendësuan me kandidate të tjera.

Së fundi, vlen të theksohet se **vetëdija përgjithësisht e pazhvilluar për rëndësinë e pjesëmarrjes politike nuk është mbështetëse për pjesëmarrje më efektive të grave në politikë në Mal të Zi.** Kësaj i bashkangjiten edhe gjetjet e sondazhit të kryer së fundmi nga QAAQ dhe agjencia Damar¹⁰, të cilat tregojnë se publiku është i ndarë kur bëhet fjalë për qëndrimin ndaj kësaj çështjeje. Kështu, kur u pyetën drejtpërdrejt nëse gratë ishin të përfaqësuara në mënyrë të barabartë ose në përqindjen minimale ligjore prej 30% në listat zgjedhore në 14 komuna ku u mbajtën zgjedhjet, më shumë se një e treta (36.7%) besonin se ishin, dhe më pak se një e treta (31.6) % se nuk ishin, kurse një numër i përafërt i atyre që nuk mund të vendosin për këtë çështje (31.7%). Është e pritur që, janë burrat ata që kanë perceptimin dominues se përfaqësimi politik ekzistues i grave është i kënaqshëm, por edhe i atyre me nivel më të ulët arsimor. Gjithashtu, perceptim i ngjashëm ekziston edhe për përfaqësimin e grave në fushatën për zgjedhjet lokale në tetor të vitit 2022, kështu që pothuajse dy të pestat e të anketuarve (38%) janë të mendimit se gratë ishin të përfaqësuara në mënyrë të barabartë ose të mjaftueshme në fushatën zgjedhore, ndërsa nga ana tjetër, pak më pak se një e treta e atyre që nuk e ndajnë këtë besim (32%), dhe 30% e tyre nuk mund ta vlerësojnë këtë përfaqësim. Edhe në këtë rast, gjinia dhe arsimimi ndikojnë dukshëm në vlerësimin e kësaj çështjeje, pra burrat dhe ata me nivel më të ulët arsimor janë mendimit që gratë janë të përfaqësuara në mënyrë të barabartë.

10 Sondazhi për nevojat e CG Puls u krye nga 10 deri më 18 nëntor 2022, dhe CG Pulse u prezantua më 24 nëntor, me shënimin se pyetjet rreth barazisë gjinore ishin vendosur veçmas - <https://cgo-ccc.org/en/2022/11/24/citizens-have-more-problems-and-politicians-lack-of-accountability/>

Barazia gjinore në narrativën e fushatës zgjedhore

Korniza konceptuale

Për kuptim të qartë të konceptit të barazisë gjinore, në këtë pjesë merret përkufizimi ligjor, i cili nën barazinë gjinore nënkupton pjesëmarrjen e barabartë të grave dhe burrave në të gjitha fushat e sektorit publik dhe privat, pozitë të barabartë dhe mundësi të barabarta për ushtrimin e të gjitha të drejtave dhe lirive dhe përdorimin e njohurive dhe aftësive personale për zhvillimin e shoqërisë, si dhe arritjen e përfitimeve të barabarta nga rezultatet e punës.¹¹

Për më tepër, janë përcaktuar udhëzimet për të kuptuar dhe definuar stereotipin në kontekstin e gjinisë dhe roleve gjinore. Kjo është e rëndësishme duke pasur parasysh se media ka fuqi të madhe në formimin e opinionëve dhe përcaktimin e sjelljes normative, por edhe në nxitjen e stereotipeve dhe paragjytimeve, dërgimin e mesazheve për konsumatorët (aktivë apo pasivë) me përmbytje mediatike për vendin e gruas, rolin, jetën dhe pozicionin e saj në shoqëri.

Problemi i parë me përfaqësimin e grave në media është se nuk ka pothuajse asnjë përfaqësim aty ku duhet. Në rastin kur përshkrimi ekziston, ai përgjithësohet në mënyrë që gratë përshkruhen më së shumti në rolet e tyre tradicionale - si nëna, amvise, të dashura dhe me inteligjencë të dyshimtë, dhe të ngjashme, ndërsa janë dukshëm më pak të përfaqësuara në tema të interesit politik ose publik. Bashkëbiseduesit janë kryesisht meshkuj dhe kryesisht janë aktorët kryesorë të përmbytjes mediatike. Kjo analizë tregon gjithashtu se sa roli i gruas dhe perceptimi i saj në realitet u pasqyrua përmes narrativës së krijuar në fushatën parazgjedhore (në përmbytjen mediatike) dhe pjesëmarrjes së gruas në vetë procesin zgjedhor.

Aspekti sociologjik

Karakterit gjinor i zgjedhjeve lokale në Mal të Zi është konfirmim shtesë i mospërputhjes ndërmjet kornizës formale ligjore dhe gjendjes thelbësore në fushën e barazisë gjinore në nivel kombëtar. Zgjedhjet lokale, pra, në kontekstin gjinor, treguan disa tendenca të rëndësishme.

¹¹ Ligji për Barazinë Gjinore, neni 2



Së pari, marginalizimi i grave në periudhën parazgjedhore është një nga indikatorët e lidhjes mes patriarkatit privat dhe publik. Patriarkia publike, e dukshme në zgjedhjet lokale në Mal të Zi, përdor mekanizma (in)direkte të nënshtrimit të grave. Mekanizmat direkte lidhen me shkeljen e normave ligjore që nënkuptojnë pjesëmarrjen politike të gjinisë më pak të përfaqësuar, ndërsa teknikat e nënkuptuara kryesisht u fokusuan në diskursin publik në të cilin vihen re manifestimet e patriarkatit privat ose padukshmëria e grave. Izolimi nga lidhshipi dhe pozita e pushtetit e kthen gruan në sferën private të patriarkatit, ku kapacitetet e saja profesionale janë të parëndësishme. Rrjedhimisht, **mediat** pasqyrojnë në mënyrë autentike **çekuilibrin e pushtetit politik në Mal të Zi, kështu që politikanet ishin vazhdimisht të nënpërfaqësuar si bashkëbiseduese**. Ky fakt mund të interpretohet në dy mënyra. Nga njëra anë, **media nuk mund të shfaqin shpërndarje më të barabartë të pushtetit politik nëse nuk egziston**. Megjithatë, **media duhet të theksojë dhe analizojë temën e disbalancës gjinore në politikë, në mënyrë që të mos kontribuojë në riprodhimin e besimeve patriarkale, si rezultat i të cilave gratë mbeten të bllokuara në sferën private**.

Së dyti, **monitorimi i parregullt mediatik i organeve vetërregulluese në Mal të Zi, nga aspekti gjinor, dërgon mesazh të qartë se (ri)ndërtimi i roleve gjinore në media nuk është i rëndësishëm**. Kjo promovon zbatimin e pabarabartë të Kodit të Gazetarëve/eve në Mal të Zi dhe rregulloreve ligjore, ku gjithashtu i lë hapësirë mediave të mos merren me karakteristikat gjinore në diskursin mediatik. **Organet vetërregulluese dhe mekanizmat e tjerë të vetërregullimit në Mal të Zi duhet të kenë udhëzime të definuara qartë dhe të disponueshme për publikun për raportimin gazetaresk mbi çështjen gjinore**. Në këtë mënyrë, mediave u jepen udhëzime se çfarë pritet prej tyre në kontekstin e raportimit të ndërgjegjshëm gjinor, por edhe kontribuojnë në edukimin e tyre dhe parandalimin e shembujve të keq të praktikës mediatike.

Së treti, **pavarësisht se mediat duhet të kenë rol proaktiv dhe t'i qasen në mënyrë kritike çekuilibrit gjinor në fushën e pushtetit në Mal të Zi, ata janë të kufizuara në aftësitë e tyre. Fushatat parazgjedhore afirmojnë modelet tradicionale gjinore** që media, për të përmbushur funksionin e informimit, duhet t'i përcjellë publikut dhe ata nuk i krijuan në mënyrë të pavarur. Në fushatën parazgjedhore për zgjedhjet lokale në Mal të Zi kemi pasur shembuj të natyralizimit të identitetit të gruas, pra këmbënguljes në rolet që gratë kanë në jetën private dhe reduktimit të tyre në rolin e nënës. Kështu, gruaja në fushatë shpesh shfaqet në kontekst familjar, e rrethuar me fëmijë, ku përmendet si “nënë”. Është po aq e rëndësishme të theksohet se kandidatët meshkuj në zgjedhjet lokale kanë përdorur gjithashtu mjedisin familjar për të komunikuar mesazhin politik. Përfaqësimi i familjes heteroseksuale dhe roleve tipike gjinore mashkullore dhe femërore në të është mjet i fushatës parazgjedhore. Kjo arrin tek votuesit, të cilët identifikohen me këto përshkrime familjare. Në këta shembuj të fushatave parazgjedhore, mesazhet për lidhshipin ideal projektohen përmes “idealit” të prindërimit. Prandaj, në një pjesë të madhe të fushatës parazgjedhore për zgjedhjet lokale, çështjet gjinore përdoren ekskluzivisht si mjet për arritjen e qëllimeve politike.

Në të njëjtën kohë, **edhe pse autoritetet lokale nuk mund të modifikojnë politikën sistematike të barazisë gjinore, ata kanë një sërë mundësish për të përfshirë çështjet gjinore në narrativat e tyre parazgjedhore, pra në aktivitetet e tyre paszgjedhore**. Karta Evropiane për Barazinë Gjinore në Nivel Lokal është një nga sërë dokumentesh relevante për qeveritë lokale në Mal të Zi. Në shumicën e narrativave parazgjedhore, nuk flitej për forcimin e sipërmarrjes femërore, përmirësimin e sistemit të kujdesit shëndetësor në nivel lokal, inkurajimin e mediave lokale për të drejtuar programe të përgjegjshme gjinore, krijimin e një baze të dhënash unike për përfaqësimin e grave në organet dhe shërbimet, dhe të ngjashme në qeverisjen lokale.

Monitorimi i zgjedhjeve lokale të vitit 2022 në Mal të Zi nga perspektiva gjinore

Së fundi, **margjinalizimi i vazhdueshëm i çështjeve gjinore në diskursin parazgjedhor dhe stereotipizimi i politikaneve ka pasoja të shumëfishta**. Para së gjithash, kombinimi i padukshmërisë dhe dukshmërisë stereotipike në hapësirën *online* intensifikon gjuhën e urrejtjes, diskriminimit, dënimin dhe fajësimin, si reagime të audiencës me të cilat përballen gjithnjë e më shumë politikanet në Mal të Zi. Në të njëjtën kohë, **ky mjedis është dekurajues për gratë që potencialisht do të donin të përfshiheshin politikisht**. Politikanet në Mal të Zi, të cilat nuk kanë të njëjtin pushtet si politikanët, nuk kanë përfaqësim të barabartë në diskursin publik dhe rrallë kanë mundësi të dekonstruktojnë imazhin e tyre virtual. Prandaj, duhet të theksohen vazhdimisht aktorët dhe praktikët përgjegjëse që mund të përmirësohen, veçanërisht duke pasur parasysh se një numër i konsiderueshëm i grave në Mal të Zi, përkundër pengesave të shumta, ende besojnë se pjesëmarrja në jetën politike mund të sjellë ndryshime reale në shoqëri¹².

Kuadri metodologjik

Analiza e përmbajtjes mediatike paraqet qasje metodologjike që përfshin **monitorimin e përmbajtjes mediatike dhe analizën e përmbajtjes së përzgjedhur mediatike, bazuar në kriteret dhe parametrat e përcaktuar më parë**. Është e mundur të kryhet në lidhje me institucion, person, ngjarje, si dhe çdo gjë tjetër që mund të jetë objekt i vëmendjes së medias për të përcaktuar imazh realist mediatik të një subjekti ose teme, në kornizë kohore të zgjedhur, dhe në kuadrin e të gjithë skenës mediatike apo dikujt nga pjesa e përzgjedhur e saj. Qëllimet mund të jenë të ndryshme, por më së shpeshti bëhet fjalë për kontroll të sasisë dhe cilësisë së prezencës mediatike të subjektit të vëzhguar, pra përmirësimin e shikueshmërisë mediatike dhe cilësisë së prezantimit të subjektit apo teme të caktuar në publik.

Prandaj, për të konfirmuar ose hedhur poshtë supozimin fillestar, analistët pozicionuan axhendën gjinore gjatë fushatës zgjedhore përmes **pyetjeve të mëposhtme kërkimore**:

- narrativa e përgjithshme e krijuar gjatë fushatës zgjedhore lidhur me barazinë gjinore;
- trajtimi që gratë kishin përgjithësisht në atë narrativ;
- kush është përgjegjës për atë narrativ (mediat, gratë, burrat, subjektet e tjerë...);
- mënyra se si u paraqitën gratë;
- prania e stereotipeve në fushatën zgjedhore.

Në këtë kuadër, janë përzgjedhur dhe analizuar të gjitha njoftimet mediatike që janë postuar në mediat në Mal të Zi, të cilat ose përmbajnë fjalën kyçe “zgjedhjet lokale” ose në ndonjë mënyrë tjetër kanë treguar praninë e informacionit apo temën “zgjedhjet lokale” në media. Për të thelluar analizën, edhe pse zgjedhjet për kuvendin lokal janë mbajtur në 14 komuna më 23 tetor 2022, janë monitoruar dhe analizuar njoftimet mediatike lidhur me zgjedhjet lokale **në tre rajone gjeografike - në Podgoricë, Plevla dhe Budva**.

Për më tepër, parametrat analitikë u janë caktuar institucioneve/organizatave në vazhdim:

- ZGJEDHJET LOKALE NË PODGORICË 2022
- ZGJEDHJET LOKALE NË BUDVA 2022

¹² Fondacioni Westminster në Mal të Zi 2021, 34



- ZGJEDHJET LOKALE NË PLEVLA 2022
- PSP-RRËNJËSISHT PËR PODGORICË-PODGORICË 2022
- LISTA SERBE SHËN SAVA-PODGORICË 2022
- EVROPA TANI-PODGORICË 2022
- SHKOJMË NJERËZ-DEMOKRATËT-TË BASHKUAR-DEMOS-PODGORICË 2022
- PËR TË ARDHMEN E PODGORICËS-FD-E VËRTETË-E LIRË-PKJ-PODGORICË 2022
- MUNDET PODGORICA-URA-CIVIS-ASH-PODGORICË 2022
- NDRYSHIM-2022
- TË GJITHË PËR QYTETIN TONË-PDS-SD-PSD-21.MAJ-PL-PB-PODGORICË 2022
- BUDVA NË VEND TË PARË-FD-BUDVA 2022
- UNIK PËR BUDVËN-PDS-SD-PSD-21.MAJ-PL-BUDVA 2022
- MALI I ZI I VERTETË-BUDVA 2022
- PSP-RRËNJËSISHT PËR BUDVËN-BUDVA 2022
- SHKOJMË NJERËZ-DEMOKRATËT-DEMOS-BUDVA 2022
- AKSIONI QYTETAR-PËR BUDVË MË TË MIRË-BUDVA 2022
- MUNDET BUDVA-LC URA-BUDVA 2022
- TË FITOJË PLEVLA-PDS-SD-PSD-PB-PLEVLA 2022
- EVROPA TANI-PLEVLA 2022
- SHKOJMË NJERËZ-DEMOKRATËT-TË BASHKUAR-LEVIZJA PËR PLEVLËN-PLEVLA 2022
- ME TEMEL PËR PLEVLA MË TË MIRË-PPS-LC URA-PLEVLA 2022
- PËR TË ARDHMEN E PLEVLËS-FD-PLEVLA 2022
- PDP PARTIA PËR DREJTËSI DHE PAJTIM – PLEVLA 2022

Monitorimi i përmbajtjes mediatike është bërë nga data 29 shtator, ditën kur KKZ-ja përfundoi dorëzimin e listave zgjedhore, **deri më 21 tetor 2022**, d.m.th. në ditën kur filloi heshtja parazgjedhore.

Mediat nga të tre kategoritë (TV, media e shkruar dhe portalet online/lajme) janë monitoruar. Me rastin e zgjedhjes së mediave, pikënisja ishte ndikimi tek konsumatorët e informacionit, dhe në lidhje me vlerësimin e shikueshmërisë (TV), tirazhit (medias së shkruar), apo numrit të vizitave¹³(portale). Meqenëse përmbajtja mediatike është parë nga këndvështrimi i zgjedhjeve për kuvendet lokale dhe me fokus në temën primare “barazia gjinore”, pavarësisht nga ndikimi i tyre real në nivel të Malit të Zi apo komunitetit lokal, është përfshirë edhe përmbajtja e gjashtë mediave lokale (tre TV që janë gjithashtu shërbime mediatike publike lokale dhe tre portale lokale). Në

13 <https://www.similarweb.com/>

Monitorimi i zgjedhjeve lokale të vitit 2022 në Mal të Zi nga perspektiva gjinore

këtë mënyrë mbulohen të gjitha mediat relevante nga aspekti i ndikimit në formimin e opinionit publik, informimit, funksionit korrigjues, si një nga funksionet bazë të mediave, por edhe polarizimit mediatic në Mal të Zi, si pasojë e polarizimit socio-politik. Më saktësisht janë **përzgjedhur televizionet**: TVCG, TV Vijesti, PRVA, Nova TV, Adria TV, si transmetues publik lokal Gradska TV, RTV Pljevlja dhe TV Budva. Gjithashtu janë përzgjedhur **tre media të shkruara**: Vijesti, Dan dhe Pobjeda, si dhe **12 media online** - Portal Vijesti, CdM, Analitika, rtcg.me, AntenaM, IN4S, Pobjeda, Borba.me, Aktuelno, Gradski.me, rtvbudva.me dhe pvportal.me.

Pas përzgjedhjes së subjekteve primare të monitorimit (temat e zgjedhjeve lokale, listat zgjedhore, mbartësit dhe mbartëset e listave zgjedhore, kandidatët dhe kandidatet nga listat zgjedhore, të tjerët, institucionet dhe subjektet e tjera të përfshira në procesin zgjedhor...), u përcaktuan **parametrat analitikë** që janë të strukturuar në një mënyrë që do t'u sigurojë analistëve të dhëna të mjaftueshme të fokusuara qartë të nevojshme për nxjerrjen e përfundimeve, pra si përgjigje në pyetjet e vendosura kërkimore, ku shumica e parametrave analitikë u caktuan për të gjitha subjektet e përzgjedhura për vëzhgim.

Në këtë kontekst u vendos qëndrimi dominues në raport me gjininë: meshkujt (dominues); femrat (dominuese); përfaqësimi i barabartë; postime të paspecifikuara gjinore. Ky parametër ishte i thjeshtë dhe informues. Gjegjësisht, indeksi është caktuar në lidhje me përfaqësimin e qëndrimeve të seksit, ku qëndrimi dominues mashkullor apo femëror nënkupton atë publikim mediatic në të cilin dominon qëndrimi i shprehur nga një burrë apo grua. Përcaktimi i dominimit të qëndrimit sipas gjinisë, vlerësohet nga pozicioni i deklaratës, d.m.th. nëse në titullin e njoftimit, mbititullin, hyrjen e programit televiziv apo ilustrimin është veçuar një deklaratë specifike dhe më pas vërehet dhe përcaktohet marrëdhënia e ndërsjellë ndërmjet informacionit të ardhur nga burrat dhe gratë për të marrë një vlerësim se cili qëndrim dominon në njoftimin specifik mediatic. Së fundi, gjithçka çon në vlerësim të perceptimit të mundshëm të konsumatorit të informacionit, d.m.th. nëse pas shikimit të publikimit (dhe pajisjes së publikimit) do të kenë perceptimin se u krijua kryesisht si rezultat i paraqitjes së grave apo burrave.

Aktorët u përcaktuan për çdo publikim mediatic të përzgjedhur sipas parimit të përfaqësimit parësor. Ky parametër analitik është i rëndësishëm nga disa aspekte. Së pari, ofron një shtresim të materialit mediatic në lidhje me atë se cilët nga aktorët janë përgjegjës për krijimin e narrativës së përgjithshme, si dhe se cilat ishin narrativat individuale. Së dyti, me kryqëzimin e të dhënave në lidhje me parametra të tjerë analitikë, fitohen të dhëna shtesë lidhur me nivelin e përfaqësimit të pozicionit dominues femëror apo mashkullor në publikimin specifik dhe total. Në këtë kuadër, u bë ndarja e aktorëve në vijim: qëndrimi/përmendja e mbartësve/esve të listës (të planifikuara dhe të paplanifikuara); qëndrimi/përmendja e kandidatëve/eve në listë (të planifikuar dhe të paplanifikuar); qëndrimi (aktorë/subjekte të tjerë politikë) (vetëm i planifikuar); të tjera (OJQ, individë, analistë...) (vetëm të planifikuar).

Shënim: Në rastin e mbartësve të listave dhe kandidatëve nga lista, është regjistruar prania e planifikuar (deklaratat, paraqitjet pas ftesave, komentet apo njoftimet që ata nënshkruajnë...) dhe e paplanifikuar (përmendjet nga subjektet e tjerë), kjo për të mos humbur ndonjë stereotip ose ndonjë ndikim tjetër negativ që synon një aktor specifik ose nga aktori specifik. Në rastin e subjekteve të tjerë, u regjistrua vetëm paraqitja/prezenca e planifikuar në media.

Për shtresimin e mëtejshëm të materialeve mediatike, d.m.th. nëse një subjekt apo aktor i caktuar politik kishte prani të planifikuar apo të paplanifikuar në media, u përdor parametri i zakonshëm analitik "planifikimi



publicitetit”. Indekset për **publicitetin** e planifikuar futen në lidhje me vlerësimin e prezencës së listave zgjedhore, mbartësve dhe mbarteseve të listave apo kandidatëve dhe kandidateve nga lista, si dhe aktorëve të tjerë. Prandaj, prezenca e planifikuar mediatike në rastin e listave zgjedhore konsiderohet si paraqitje (in) direkte e planifikuar (nëpërmjet kandidatëve/eve, mbartësve/esve, shpalljeve, përfaqësuesve të kryesisë politike/lidershipit të partive që përbëjnë listat...) , d.m.th. komunikim që mund të pretendohet se ka ardhur nga subjekti i vëzhguar dhe si rrjedhim ka përcjellë mesazhe dhe qëndrime politike. Tek personat që janë në krye të listës ose janë në listë, dalje e planifikuar mediatike konsiderohet ekskluzivisht dalja e tyre personale mediatike (deklarata, intervista, citate, deklarata që kanë nënshkruar etj.). Përkatësisht, pavarësisht se është planifikuar lista në të cilën bën pjesë personi i caktuar, prania e informacionit për kandidatin/en konsiderohet e paplanifikuar nëse publikimi nuk përmban drejtpërdrejt pozicionin e tij/saj (citim, intervistë, shpallje, deklarata të nënshkruar, etj.).

Ndarjet tematike ndahen në dy nivele: primare dhe sekondare të pranishme. Temat primare janë ato të cilave postimet e vëzhguara i kushtohen tërësisht ose në një pjesë të madhe, pra të cilat dominojnë në raport me temat e tjera të pranishme. Sekondare janë ato tema që janë zgjedhur sipas parimit të dominimit sekondar në raport me temat që janë bërë prezente. Temat që janë përzgjedhur:

1. BARAZIA GJINORE - E PËRGJITHSHME
2. TË DREJTAT SEKSUALE DHE RIPRODHUESE
3. DHUNA NDAJ GRAVE
4. TË DREJTAT EKONOMIKE, SOCIALE DHE KULTURORE
5. PJESËMARRJA POLITIKE E GRAVE
6. EKONOMIA - E PËRGJITHSHME
7. ARSIMI - I PËRGJITHSHËM
8. SHËNDETI - I PËRGJITHSHËM
9. POLITIKAT SOCIALE - TË PËRGJITHSHME (VARFËRIA, PAPUNËSIA...)
10. EKOLOGJIA
11. TEMA TJERA
12. TEMA LOKALE
13. ÇËSHTJET E PËRGJITHSHME POLITIKE
14. IDENTITETI DHE ÇËSHTJET FETARE
15. SIGURIA (NDIKIMI I QENDRAVE TË FUQISË, KRIMI, KORRUPSIONI...)
16. KULTURA

Publikimi mediatik mund të përmbajë disa tema të vëzhguara (siç ishte rasti), kurse analistët zgjedhën ato primare dhe sekondare duke parë përmbajtjen. Gjithashtu, temat janë konceptuar në përputhje me narrativën e supozuar, më saktë janë emërtuar temat e përgjithshme që kanë dominuar në ciklet zgjedhore të vëzhguara më herët. Megjithatë, në përputhje me pyetjen e hulumtimit, u emëruan disa tema që lidhen veçanërisht me “barazinë gjinore”.

Sentimenti i temës u përcaktua ekskluzivisht në lidhje me temën primare dhe në total, d.m.th. në lidhje me

Monitorimi i zgjedhjeve lokale të vitit 2022 në Mal të Zi nga perspektiva gjinore

supozimin e perceptimit të konsumatorit për përmbajtjen mediatike. Gjithashtu, u përcaktua në lidhje me subjektet e vëzhguar (listat zgjedhore dhe personat). Në këtë mënyrë, u morën të dhënat sentimentale të temave në lidhje me narrativën e përgjithshme dhe në lidhje me narrativën ose “fajësinë/përgjegjësinë” e mundshme të një subjekti të caktuar politik (listës zgjedhore apo personit). Për më tepër, kryqëzimi i të dhënave në lidhje me përfaqësimin e qëndrimit (qëndrimi burrit - gruas) siguron të dhëna informuese dhe të detajuara që në një farë mënyre u drejtohen iniciatorëve të sentimentit të temës.

Të gjitha temat shihen në lidhje me pyetjen kërkimore, d.m.th. temën kryesore të analizës (barazia gjinore). Kjo do të thotë se pavarësisht se, për shembull, një nga subjektet ka folur në mënyrë afirmative për ekonominë, arsimin apo shëndetësinë, nëse në fjalimin e tij për publikun nuk ka prekur në asnjë mënyrë “barazinë gjinore”, tema është caktuar me indeks neutral (zero). Sentimentet e polarizuara (minus një - 1 (negative/joafirmative) ose një 1 (afirmative) u caktuan ekskluzivisht nëse tema ishte e ngjyrosur nga aspekti i “barazisë gjinore”.

Prania e stereotipeve u përcaktua në lidhje me përmbajtjen e postimit të përgjithshëm, pavarësisht se kush e ka bërë. Gjithashtu, fokusi ishte ekskluzivisht tek stereotipet, prania e të cilave ndikon negativisht në barazinë gjinore. Për qëllime të kësaj analize, ishte e nevojshme të përcaktohej nëse kishte stereotip drejtuar ndaj një personi të caktuar (grave) në publikimin mediatik. Janë bërë të ashtuquajturit *nxitësit* në rastin e pranisë së stereotipi është bërë nga vetë personi (burri dhe gruaja), pra në rastin e pranisë së stereotipit të vuajtur nga personi (nga kushdo: subjekte të tjera politike, media, etj.).

Toni i shpalljes përcaktohet në lidhje me listën ose personat që janë në krye të listës ose në vetë listën parazgjedhore, d.m.th. se si në publikimin specifik, sipas vlerësimit të analistëve apo perceptimit të mundshëm të konsumatorëve paraqitet lista apo personi, me aplikimin e shkallës tre nivelesh pozitive/negative/neutrale.

Kolona e **dukshmërisë** për temën përdoret për të përcaktuar vizualizimin: ekziston vizualizimi (imazhi, video, lloj tjetër ilustrimi) - titulli; në rast se mungon vizualizimi, nuk futet në indeks.

Për çdo temë, listës dhe personit të “zgjedhjeve lokale”, u përcaktua **fokusi**, domethënë vlerësimi i përfaqësimit të informacioneve për subjektin specifik në lidhje me informacionet që përmbante postimi i vëzhguar. Në këtë drejtim, është përdorur një nga parametrat bazë analitikë - ndarja në prezencë mediatike primare, sekondare dhe terciare.

Një pjesë e analizës i referohet **paraqitjes vizuale** të grave në përmbajtjen mediatike për zgjedhjet lokale në Podgoricë, Budva dhe Plevla. Në lidhje me përmbajtjen e përzgjedhur mediatike, u monitorua nëse ka gra në artikuj apo foto, dhe si shfaqen ato - nëse zënë pozicionin qendror apo janë dytësorë në raport me aktorët dhe burrat kyç, cili është roli i tyre në përmbajtjen vizuale.



| SUBJEKTI | PRANIA E STEREOTIPI | LËNDA E PËRFAQËSUAR SEKONDARE | LËNDA E PËRFAQËSUAR PRIMARE | SENTIMENTI I TEMËS | AKTORËT | FOKUSI I TEMËS | QËNDRIMI DOMINANT NË LIDHJE ME GJININ | DUKSHMËRIA |
|------------------------------|--|---|---|--------------------|--|----------------|---------------------------------------|--|
| TEMA: ZGHEDHJET LOKALE | Në rastin e pranisë së stereotipeve, të shënohet | 1 BARAZIA GJINORE (TEMË E PËRGJITHSHME) | 1 BARAZIA GJINORE (TEMË E PËRGJITHSHME) | 1 | QËNDRIMI/ PERMENDIMI I MBARTËSIT TË LISTËS | PRIMARE | BURRAT | |
| PODGORICË 2022 | PO Në rast mungese | 2 TË DREJTAT SEKSUALE DHE RIPRODHUESE | 2 TË DREJTAT SEKSUALE DHE RIPRODHUESE | 0 | | | GRATË | |
| PLEVLA 2022 | SHËNOHET | 3 DHUNA NDAJ GRAVE | 3 DHUNA NDAJ GRAVE | -1 | QËNDRIMI/ PERMENDIMI I KNADITATIT TË LISTËS | SEKONDARE | Përfaqësimi UNIFIKUAR | NËSE NJË GRUA ËSHTË PRANUESHME NË ILUSTRIM, VIDEO, FOTO, ETJ.) |
| BUDVA 2022 | JO | 4 TË DREJTAT EKONOMIKE, SOCIALE DHE KULTURORE | 4 TË DREJTAT EKONOMIKE, SOCIALE DHE KULTURORE | | | TERCIARE | Postime të paspecifikuara GJINORE | |
| | | 5 PJESËMARRJA POLITIKE E GRAVE | 5 PJESËMARRJA POLITIKE E GRAVE | | QËNDRIMI (AKTORE/ SUBJEKTET E TJERË POLITIK) | | | |
| | | 6 EKONOMIA | 6 EKONOMIA | | | | | |
| | | 7 ARSIMI | 7 ARSIMI | | | | | |
| | | 8 SHËNDETI | 8 SHËNDETI | | | | | |
| | | 9. POLITIKAT SOCIALE | 9. POLITIKAT SOCIALE | | TE TJERË (OJQ, INDIVID, ANALIST... | | | |
| | | 10 EKOLOGJIA | 10 EKOLOGJIA | | | | | |
| | | 11 TË TJERA | 11 TË TJERA | | | | | |
| | | 12 TEMA LOKALE | 12 TEMA LOKALE | | | | | |
| | | 13 ÇËSHTJET E PËRGJITHSHME POLITIKE | 13 ÇËSHTJET E PËRGJITHSHME POLITIKE | | | | | |
| | | 14 IDENTITETI DHE ÇËSHTJET FETARE | 14 IDENTITETI DHE ÇËSHTJET FETARE | | | | | |
| | | 15 SIGURIA (NDIKIMI I QENDRAVE TË FUQISË) | 15 SIGURIA (NDIKIMI I QENDRAVE TË FUQISË) | | | | | |
| | | 16 KULTURA | 16 KULTURA | | | | | |

Tabela: Shembull me të dhëna - zgjedhjet lokale

Monitorimi i zgjedhjeve lokale të vitit 2022 në Mal të Zi nga perspektiva gjinore

| SUBJEKTI | SENTIMENTI I TEMËS | PRANIA E STEREOTIPIIT | LËNDA E PËRFAQËSUAR SEKONDARE | LËNDA E PËRFAQËSUAR PRIMARE | TONI I POSTIMIT NE LIDHJE ME LISTEN | AKTORET | PLANIFIKIMI I PRANISËS SË MEDIAVE TË LISTAVE ZGJEDHORE | FOKUSI I LISTËS | QËNDRIMI DOMINANT NË LIDHJE ME GJININ | |
|------------------|--|--|---|---|-------------------------------------|--|--|-----------------|---------------------------------------|--|
| LISTAT ZGJEDHORE | PËRCAKTOHET NË LIDHJE ME SENTIMENTIN QË KRIJOI LISTA E VËZHGUAR LIDHUR ME SUBJEKTIN: 1 0 -1 | Në rastin e pranisë së stereotipeve, të shënohet | 1 BARAZIA GJINORE (TEMË E PËRGJITHSHME) | 1 BARAZIA GJINORE (TEMË E PËRGJITHSHME) | 1 | QËNDRIMI/ PERMENDIMI I MBARTËSIT TË LISTËS | PLANIFIKUAR | PRIMARE | BURRAT | |
| | | PO | 2 TË DREJTAT SEKSUALE DHE RIPRODHUESE | 2 TË DREJTAT SEKSUALE DHE RIPRODHUESE | 0 | | | SEKONDARE | GRATË | |
| | | Në rast mungese | 3 DHUNA NDAJ GRAVE | 3 DHUNA NDAJ GRAVE | -1 | QËNDRIMI/ PERMENDIMI I KNADITATIT TË LISTËS | PAPLANIFIKUAR | TERCIARE | Përfaqësimi UNIFIKUAR | |
| | | SHËNOHET | 4 TË DREJTAT EKONOMIKE, SOCIALE DHE KULTURORE | 4 TË DREJTAT EKONOMIKE, SOCIALE DHE KULTURORE | | | | | Postime të paspecifikuara GJINORE | |
| | | JO | 5 PJESËMARRJA POLITIKE E GRAVE | 5 PJESËMARRJA POLITIKE E GRAVE | | QËNDRIMI (AKTORE/ SUBJEKTET E TJERË POLITIK) | | | | |
| | | | 6 EKONOMIA | 6 EKONOMIA | | TE TJERË (OJQ, INDIVID, ANALIST... | | | | |
| | | | 7 ARSIMI | 7 ARSIMI | | | | | | |
| | | | 8. SHËNDETI | 8. SHËNDETI | | | | | | |
| | | | 9. POLITIKAT SOCIALE | 9. POLITIKAT SOCIALE | | | | | | |
| | | | 10 EKOLOGJIA | 10 EKOLOGJIA | | | | | | |
| | | | 11 TË TJERA | 11 TË TJERA | | | | | | |
| | | | 12 TEMA LOKALE | 12 TEMA LOKALE | | | | | | |
| | | | 13 ÇËSHTJET E PËRGJITHSHME POLITIKE | 13 ÇËSHTJET E PËRGJITHSHME POLITIKE | | | | | | |
| | | | 14 IDENTITETI DHE ÇËSHTJET FETARE | 14 IDENTITETI DHE ÇËSHTJET FETARE | | | | | | |
| | | | 15 SIGURIA (NDIKIMI I QENDRAVE TË FUQISË) | 15 SIGURIA (NDIKIMI I QENDRAVE TË FUQISË) | | | | | | |
| | | | 16 KULTURA | 16 KULTURA | | | | | | |

Tabela: shembull me të dhëna – listat zgjedhore



| SUBJEKTI | SENTIMENTI I TEMËS | PRANIA E STEREOTIPIIT | LËNDA E PËRFAQËSUAR SEKONDARE | LËNDA E PËRFAQËSUAR PRIMARE | TONI I POSTIMIT NE LIDHJE ME PERSONIN | AKTORËT | PLANIFIKIMI I PRANISËS SË MEDIAVE TË LISTAVE ZGJEDHORE | FOKUSI I LISTËS |
|----------|---|--|---|---|---------------------------------------|--|--|-----------------|
| PERSONI | PËRCAKTOHET NË LIDHJE ME SENTIMENTIN QË KRIJOI PERSONI LIDHUR ME TEMEN: | Në rastin e pranisë së stereotipit të krijuar nga vetë personi (si burrë ashtu edhe grua), shënohet 1 | 1 BARAZIA GJINORE (TEMË E PËRGJITHSHME) | 1 BARAZIA GJINORE (TEMË E PËRGJITHSHME) | | QËNDRIMI/ PERMENDIMI I MBARTËSIT TË LISTËS | PLANIFIKUAR | PRIMARE |
| | 1 | Në rast të pranisë së stereotipit të vuajtur nga një person (nga kushdo: subjekte të tjerë politike, media, etj.) shënohet nr. 2 | 2 TË DREJTAT SEKSUALE DHE RIPRODHUESE | 2 TË DREJTAT SEKSUALE DHE RIPRODHUESE | 1 | | NEPLANIRANO | SEKONDARE |
| | 0 | Në rast të pranisë së stereotipit të vuajtur nga një person (nga kushdo: subjekte të tjerë politike, media, etj.) shënohet nr. 2 | 3 DHUNA NDAJ GRAVE | 3 DHUNA NDAJ GRAVE | 0 | QËNDRIMI/ PERMENDIMI I KNADITATIT TË LISTËS | | TERCIARE |
| | -1 | Në rast mungese, nuk shënohet vlera numerike | 4 TË DREJTAT EKONOMIKE, SOCIALE DHE KULTURORE | 4 TË DREJTAT EKONOMIKE, SOCIALE DHE KULTURORE | -1 | QËNDRIMI (AKTORE/ SUBJEKTET E TJERË POLITIK) | | |
| | | | 5 PJESEMARRJA POLITIKE E GRAVE | 5 PJESEMARRJA POLITIKE E GRAVE | | TE TJERË (OJQ, INDIVID, ANALIST... | | |
| | | | 6 EKONOMIA | 6 EKONOMIA | | | | |
| | | | 7 ARSIMI | 7 ARSIMI | | | | |
| | | | 8 SHËNDETI | 8. SHËNDETI | | | | |
| | | | 9. POLITIKAT SOCIALE | 9. POLITIKAT SOCIALE | | | | |
| | | | 10 EKOLOGJIA | 10 EKOLOGJIA | | | | |
| | | | 11 TË TJERA | 11 TË TJERA | | | | |
| | | | 12 TEMA LOKALE | 12 TEMA LOKALE | | | | |
| | | | 13 ÇËSHTJET E PËRGJITHSHME POLITIKE | 13 ÇËSHTJET E PËRGJITHSHME POLITIKE | | | | |
| | | | 14 IDENTITETI DHE ÇËSHTJET FETARE | 14 IDENTITETI DHE ÇËSHTJET FETARE | | | | |
| | | | 15 SIGURIA (NDIKIMI I QENDRAVE TË FUQISË) | 15 SIGURIA (NDIKIMI I QENDRAVE TË FUQISË) | | | | |
| | | | 16 KULTURA | 16 KULTURA | | | | |

Tabela: Shembull me të dhëna – kandidatët nga lista

Analiza e billboardëve dhe spoteve televizive në fushën e balancës gjinore është realizuar përmes dy dimensioneve - pranisë dhe cilësisë së pranisë. Me praninë nënkuptohet raporti i numrit të burrave ose grave që shfaqen në billboard dhe në spotin televiziv, me hipotezën se fakti që ne shohim burra ose gra në një kontekst na forcon stereotipin se ne i presim ata në atë vend në të ardhmen.

Vetë dimensionin e pranisë është i pamjaftueshëm për të matur balancën gjinore. Nëse, për shembull, gratë janë të pranishme, por në rolin e personave dytësorë, kjo përforcon stereotipet për rolin e tyre dytësor në politikë. Prandaj, u prezantua dimensionin “cilësia e pranisë”, i cili vërehet përmes tre nën-indikatorëve - seksualizimi, stereotipizimi dhe roli. Indikatorin e parë i referohet pyetjes nëse burrat apo gratë që përfaqësohen në billboard/

Monitorimi i zgjedhjeve lokale të vitit 2022 në Mal të Zi nga perspektiva gjinore

në spotin televiziv janë në një farë mënyre të seksualizuar - nëse janë paraqitur në mënyrë ku komunikohet seksualiteti i tyre. Një term tjetër për të njëjtin term do të ishte objektivizimi seksual - trajtimi ose vlerësimi i një personi si objekt i dëshirës seksuale.¹⁴ Indikatorit i dytë lidhet me portretizimin stereotip të gjinisë mashkullore apo femërore në billboard apo në spot televiziv, pra nëse burrat apo gratë janë portretizuar në role stereotipike për ta - në punë, në shtëpi, etj. Në fund, është e rëndësishme se kush e “luan” rolin kryesor dhe kush rolin dytësor në reklamë të caktuar politike, qoftë billboard apo spot televiziv. Gjithashtu, u analizua nëse teksti në billboarda apo në video përputhet me rregullat e gjuhës së ndjeshme gjinore.

| KRITERI | INDIKATORI |
|----------|--|
| Prezenca | Përqindja e burrave dhe grave në billboard/në spot. |
| Cilësia | A seksualizohet ndonjë karakteri i seksit mashkull apo femër nga veshja, pamja apo në ndonjë mënyrë tjetër? |
| | A portretizohet ndonjë karakter i seksit mashkull apo femër në mënyrë stereotipe gjinore nga roli, fjalimi, pamja apo në ndonjë mënyrë tjetër? |
| | Përqindja e burrave dhe grave në rolin e protagonistëve/eve kryesorë/e. |

Tabela: Kriteret e analizës

Janë analizuar gjithsej 436 billboarde individuale nga 14 komuna ku janë mbajtur zgjedhjet lokale. Në komunën e Shavnikut partitë politike nuk kanë bërë reklama përmes billboardëve.

| KOMUNA | NUMRI I BILLBORDVE TË ANALIZUARA |
|--------------|----------------------------------|
| Tivar | 101 |
| Bielo Pole | 24 |
| Budva | 136 |
| Danillovgrad | 5 |
| Kollashin | 5 |
| Plavë | 6 |
| Plevla | 15 |
| Pluzhinë | 2 |
| Podgoricë | 101 |
| Rozhajë | 5 |
| Tivat | 18 |
| Zhablak | 7 |
| Zeta | 11 |
| TOTAL | 436 |

Tabela: Numri i billboardëve të analizuar sipas komunave

14 Më shumë informacion me shembuj të seksualizimit dhe objektivizimit seksual në media mund të gjeni në prezantimin në ueb: <https://shequal.com.au/get-real/sexualisation-objectification/>



Gjithashtu janë analizuar 169 spote politike. Duke marrë parasysh sasinë e materialit video, nuk ishte e mundur të analizoheshin të gjitha spotet që janë transmetuar në të gjitha stacionet televizive gjatë gjithë fushatës zgjedhore, por në vend të tyre është bërë kampionimi. Si mostër janë vëzhguar të gjitha spotet e transmetuara në televizionet private dhe publike për një ditë - 21 tetor 2022, sepse është dita e fundit e fushatës para heshtjes zgjedhore ku aktiviteti i marketingut është më i lartë.

| STACIONE TV | NUMRI I SPOTEVE |
|-------------|-----------------|
| Vijesti TV | 32 |
| Pink M | 33 |
| TV Adria | 8 |
| Srpska TV | 5 |
| Prva | 1 |
| RTCG 2 | 90 |
| Total | 169 |

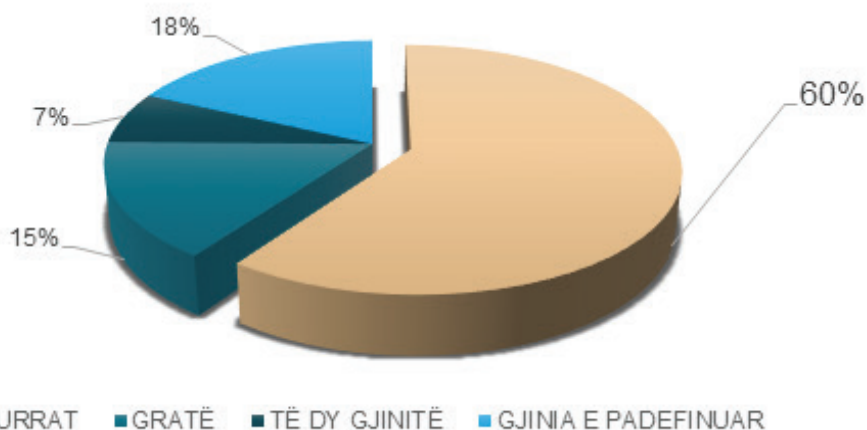
Tabela: Numri i spoteve politike të përfshira në analizë sipas stacioneve

Gjetjet kryesore

Nga monitorimi i përmbajtjeve mediatike nga data 29 shtator deri më 21 tetor 2022, gjatë **fushatës parazgjedhore** u vu re prezenca **dominuese mediatike e seksit mashkullorë**, si në përgjithësi ashtu edhe në të tria njësitë zgjedhore (Kryeqyteti, Budva, Plevla). Në përqindje të ulët postimesh, gratë janë në shënjestër si kategori vulnerabël dhe çështjet me rëndësi për arritjen e barazisë gjinore mbeten pothuajse të padukshme në narrativën e përgjithshme, megjithëse vihet re se ka pasur disa dhe janë adresuar saktë. Thjesht, barazia gjinore nuk njihet nga partitë politike si pjesë e një problemi në shoqëri që mund të ndikojë në vullnetin zgjedhorë të qytetarëve. Kur bëhet fjalë për prezencën mediatike të grave dhe burrave gjatë fushatës parazgjedhore, është e rëndësishme të theksohet se nuk kemi parasysh vetëm ata persona që janë në lista apo në krye të saj, por të gjithë aktorët që në një mënyre ishin pjesë e fushatës parazgjedhore (p.sh. politikanë/e, analistë/e, ekspertë/e, qytetarë/e, etj.). Në periudhën e vëzhguar, në të tri komunat e vëzhguara, burrat janë përmendur ose janë paraqitur si gjinia e vetme në rreth 60% të indeksit¹⁵. Nga ana tjetër, gruaja, si faktore e vetme e postimit, përmendej në 15% të indeksit. Të dyja gjinitë përfaqësoheshin në 7% të indeksit, ndërsa 18% e indeksit ishte gjini e papërcaktuar. Kjo nënkupton se femrat janë përmendur apo kanë folur në gjithsej 22%, ndërsa burrat kanë qenë aktorë në 67% të indekseve të regjistruara. Kështu, **burrat ishin subjektet dominuese edhe tre herë më shpesh se gratë**.

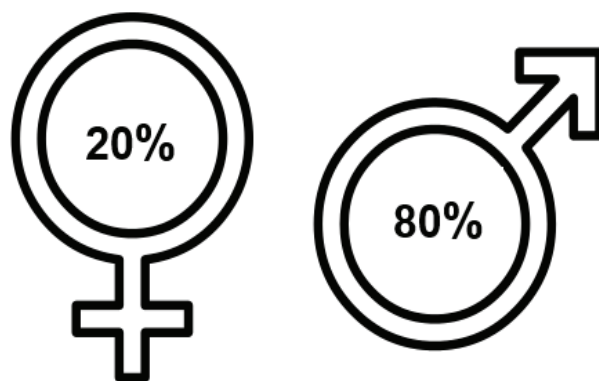
¹⁵ Dallimi konceptual ndërmjet njoftimeve mediatike dhe indekseve reflektohet në faktin se një njoftim në media mund të përmbajë disa indekse (përmendjet e të tri komunave në lidhje me të cilat janë përcaktuar parametrat analitikë), kështu që përqindja e parametrave dhe gjetjeve analitike është përcaktuar në numrin e përgjithshëm të indekseve, pra jo njoftimeve mediatike.

Monitorimi i zgjedhjeve lokale të vitit 2022 në Mal të Zi nga perspektiva gjinore



Grafiku: raporti i përqindjes së indeksit në lidhje me punën (numri i indekseve)

Monitorimi i përmbajtjes mediatike, me vlerësimin shtesë të vizualizimit dhe marketingut të mesazheve parazgjedhore, çon në përfundimin se narrativa e përgjithshme gjatë fushatës parazgjedhore *dominohej nga zëri mashkullor*. Më saktësisht, nëse përjashtojmë njoftimet mediatike të balancuara dhe të papërcaktuara gjinore dhe shikojmë ekskluzivisht njoftimet e dominuara nga qëndrimi i një seksi (në vijim, të polarizuara), mund të konkludohet se në totalin prej **2 232 njoftime mediatike** që kanë të bëjnë me temën e “zgjedhjeve lokale”, më saktë nga **2 385 indekse në total**, në **1 427 indekse dominon qëndrimi i burrave dhe në 369 i grave**. Në përmbajtjen e 164 njoftimeve në media është shënuar prania e barabartë e burrave dhe grave. Kështu, **qëndrimi i gruas ishte i pranishëm në vetëm 20.55% të indeksit**, ndërsa pjesa tjetër e hapësirës mediatike i përkiste burrave.¹⁶



Grafiku: Përqindja e postimeve të polarizuara (të gjithë aktorët)

¹⁶ Shënim: Kur përdoret termi qëndrim (qoftë i referohet burrit apo gruas), nënkupton ekskluzivisht paraqitjet e planifikuara mediatike të subjekteve, pra ato në të cilat përfaqësuesit/set e njërit ose rastis tjetër patën mundësinë t'i jepnin mesazhe publikut.



Duke qenë se përfaqësimi minimal ligjor i grave në listat zgjedhore është 30%, ekuivalenti i pranisë mediatike të pozicionit të gruas duhet të jetë së paku kaq, gjë që nuk është kështu, sepse gratë janë më pak të pranishme në atë ekuivalent për 9%. Kjo është edhe më domethënëse, nëse merret parasysh se dy listat drejtoreshin nga femra dhe pritej që zëri i tyre të ishte dominues, pra të ngrihej përqindja totale e qëndrimit dominues femëror në përmbajtjen mediatike - narrative. Kjo disi mund të "zbutet" nga fakti se për dallim nga mbartësja e listës "PËR TË ARDHMEN E PODGORICËS-FD-E VËRTETË-E LIRË-PKJ" Dr. Jellena Boroviniq Bojoviq, e cila ishte shumë aktive, mbartësja e listës "UNIKË PËR BUDVËN -PDS-SD-PSD -21. MAJ-PL" prof. Dragana Mitrovic, ishte dukshëm më pak aktive.

| QËNDRIMI DOMINANT NË LIDHJE ME GJININ (TË GJITHË AKTORËT) | | | | |
|---|--------------|-----------------|----------|-------|
| ZGJEDHJET LOKALE 2022. | | | | |
| | TELEVIZIONET | MEDIA E SHYTPUR | PORTALET | TOTAL |
| GRATË | 78 | 15 | 276 | 369 |
| BURRAT | 241 | 86 | 1100 | 1427 |
| NUMRI I INDEKSIT | | | | |

Tabela: Përfaqësimi i qëndrimeve në lidhje me gjininë sipas llojit të medive dhe në total (të gjithë aktorët)

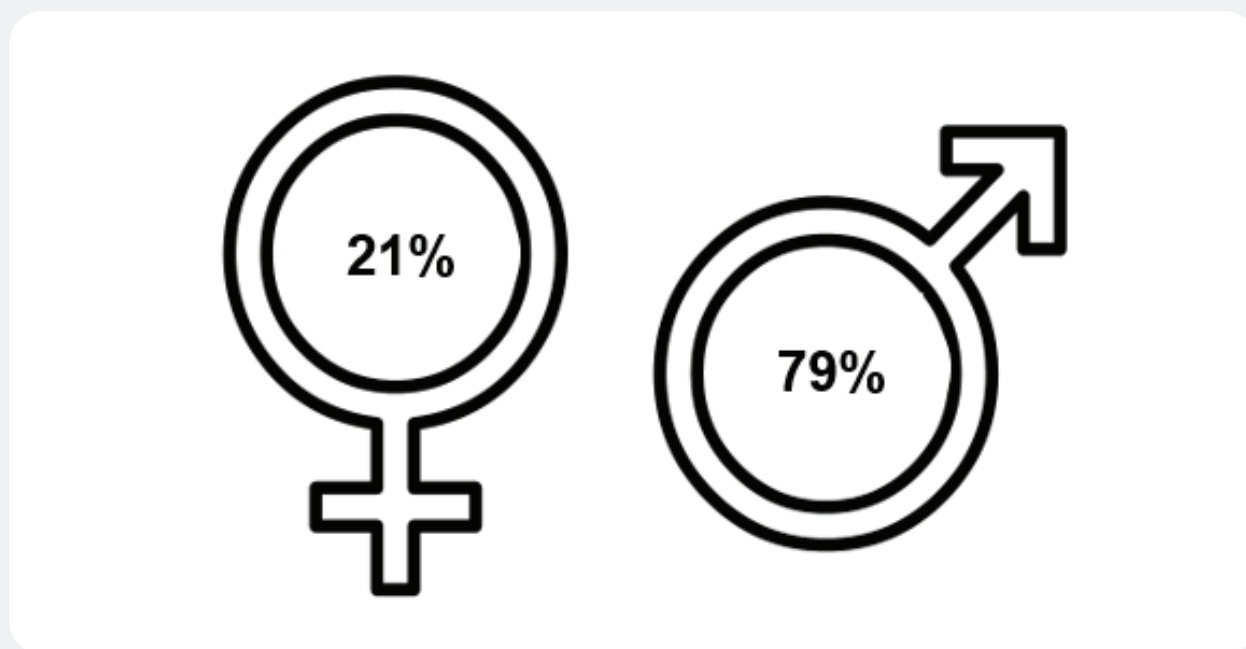
Të dhënat në tabelën e mëparshme tregojnë me saktësi lidhjen ndërmjet numrit të indekseve (postimeve) dhe qëndrimeve dominuese të burrave dhe grave të të gjithë aktorëve. Për qëllimet e kësaj analize, u krijua një bazë të dhënash posaçërisht në lidhje me aktorët, me fokus në qëndrimin dominues të burrave dhe grave në narrativën e përgjithshme, por kur vjen fjala për kandidatët dhe kandidatet nga listat dhe personat që i mbartën ato.

| KANDIDATËT/KANDIDATET | | | | |
|-------------------------|--------------|-----------------|----------|-------|
| ZGJEDHJET LOKALE 2022. | | | | |
| | TELEVIZIONET | MEDIA E SHYTPUR | PORTALET | TOTAL |
| GRATË | 73 | 8 | 194 | 275 |
| BURRAT | 203 | 48 | 780 | 1031 |
| NUMRI I INDEKSIT | | | | |

Tabela: Përfaqësimi i qëndrimit në lidhje me gjininë sipas llojit të medias dhe në përgjithësi (kandidatët dhe kandidatet)

Domethënë, një pjesë e qëndrimit së gruas (të gjitha aktoret) në narrativën totale të krijuar në fushatën parazgjedhore është vetëm 20%, ndërsa të dhënat e marra duke zgjedhur vetëm pozicionin e kandidateve nga lista apo mbartëset e listës, dhe kundrejt kandidatëve dhe mbartësve të listës, të polarizuara (pa tregues gjinorë neutralë dhe të balancuar gjinor) është 21%. Kjo tregon se narrativa e grave në fushatën parazgjedhore është krijuar nga pjesëmarrësit e drejtpërdrejtë në garën parazgjedhore. **Megjithatë, të dyja të dhënat tregojnë një përfaqësim të ulët të qëndrimeve të grave.**

Monitorimi i zgjedhjeve lokale të vitit 2022 në Mal të Zi nga perspektiva gjinore



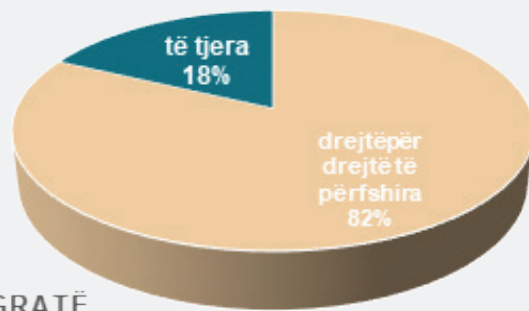
Grafiku: Raporti i përqindjes së posteve me qëndrim dominues të burrave dhe grave (vetëm kandidatët (mbartësit) dhe kandidatet (barteset))

Më saktësisht, pozita e mbartëseve të listave është regjistruar si dominuese në pozitat e grave në 121 indekse, ndërsa pozita e kandidateve është regjistruar si dominuese në 154 indekse (një avantazh i lehtë i kandidateve pavarësisht se dy lista kryesoheshin nga një grua). Kur bëhet fjalë për meshkujt, qëndrimi dominues tek mbarësit e listave është shënuar në 596 indekse, ndërsa qëndrimi i kandidatëve nga listat si dominues është shënuar në 435 indekse.

Duke kryqëzuar parametrat gjinia dominuese me aktoret, fitjome informacionin se kur komentohen të dhënat nga këndvështrimi i atyre që nuk janë të përfshirë drejtpërdrejt (aktorë të tjerë politikë dhe aktorë të tjerë), gjithashtu, ka një mbizotërim të zërit mashkullor. Nga totali i paraqitjes së grave, këta aktorë zënë 18% të postimeve, ndërsa burrat 25% të postimeve. Ky krahasim tregon se edhe në rastet kur ato regjistrohen në media në lidhje me procesin zgjedhor, gratë janë më shpesh aty si mbajtese të një funksioni para një partie politike dhe jo si aktore të pavarura. Përveç kësaj, edhe pse kryetarët e partive politike, të cilët nuk ishin pjesëmarrës të drejtpërdrejtë në fushatë zgjedhore (nuk ishin kandidatë në lista apo në krye të listës), morën pjesë në fushatë, pozicioni i tyre mbeti “në hije” të asaj që ishte thënë nga pjesëmarrësit e drejtpërdrejtë në zgjedhjet lokale (kandidatët/tet-mbartësit/eset). Kështu, Milo Gjukanoviq ka gjeneruar 128 paraqitje të planifikuara në media në lidhje me zgjedhjet lokale, Dritan Abazoviq 192, Aleksa Beçiq 87 dhe Andrija Mandiq 29 postime.

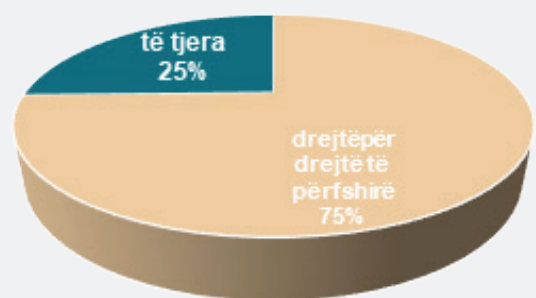


■ Drejtëpërdrejtë te përfshira ■ Të tjera



GRATË

■ Drejtëpërdrejtë te përfshira ■ Të tjera



BURRAT

Grafiku: Gjinia dominuese - aktorët (pjesëmarrës të drejtëpërdrejtë në zgjedhjet lokale/të tjerë politikanë-aktorët)

Pjesë e vogël e qëndrimeve të grave në përmbajtjen mediatike dhe narrativa e përgjithshme në fushatën parazgjedhore mund të “justifikohet” me faktin se listat e udhëhequra nga burrat linin më pak hapësirë për ekspozimin mediatik dhe publik të grave në ato lista. Kështu, p.sh., Dr. Ivan Vuković prezantoi pothuajse të gjithë fushatën parazgjedhore vetë, të parë nga aspekti i paraqitjeve mediatike, ndërsa kandidatet në listat e tjera shfaqeshin sporadikisht. Përfaqësimi më i ulët i vërejtur i grave në krahasim me burrat në hapësirën mediatike të vëzhguar është reflektim i përfaqësimit më të ulët të tyre në listat parazgjedhore. Struktura e fushatës zgjedhore, për të qenë efektive, duhet të lidhet me interesat e votuesve dhe të drejtohet drejt grupit të synuar për të fituar sa më shumë mbështetje. Nëse një çështje (në këtë rast, politika gjinore) nuk përfshihet në programet e partive për zgjedhjet, eksponentët partiakë nuk dalin me mesazhe të asaj përmbajtjeje, sepse kjo do të ishte “devijim” nga strategjia e shpallur. Fushata parazgjedhore, në të tri komunat e vëzhguara, dhe në lidhje me të gjitha listat e vëzhguara, nuk trajtoi në mënyrë të konsiderueshme çështjet e barazisë gjinore dhe gjinisë. Mungesa e këtyre temave nuk është domosdoshmërisht çështje e trajtimit partiak të çështjeve gjinore që përbëjnë listën, por mund të shihet edhe si rezultat i një numri të madh çështjesh të pazgjidhura apo kontestuese që kanë mbuluar hapësirën publike, duke ngushtuar dukshmerinë e shumë çështjeve të rëndësishme. Me pak fjalë, **barazia gjinore nuk njihet nga partitë politike si pjesë e një problemi në shoqëri, i cili mund të ndikojë në vullnetin zgjedhorë të qytetarëve/eve.**

Stereotipet dhe mizogjinia

Një numër relativisht i ulët i postimeve me trajtim stereotip të grave është regjistruar në media - 22 publikime (1 në mediat e shkruara dhe 21 në portale) nga gjithsej 2385 indekse, që është 0.92% e materialit të përgjithshëm. Mirëpo, këto njoftime nuk janë sulm i drejtëpërdrejtë ndaj grave, por fjalë, p.sh. rreth atribuimit të tipareve të një gruaje ose roleve të pritura me qëllimin për ta lavdëruar, pra për të nxjerrë në pah “cilësitë” e saj personale. Ndër këto postime nuk munguan as gratë si zonja, seksi më i bukur apo më i ëmbël, bashkëshorte, nënë.¹⁷

17 P.sh.:Dajković e priti Boroviniqkën me fishekzjarre dhe lule: Kryetarq, mirë se erdhe!, PORTAL VIJESTI, 08 tetor 2022. E FUNDIT Dr. Jelena Boroviniq Bojović është fytyrë e vërtetë? Për të ardhmen e Podgoricës, PORTAL IN4S, 29 shtator 2022. KULTURA Ish-

Monitorimi i zgjedhjeve lokale të vitit 2022 në Mal të Zi nga perspektiva gjinore

Përçmim i drejtpërdrejtë i gjinisë femërore është regjistruar në postim të panënshkruar nga portali Borba.me, në të cilin është karikaturuar gjoja kënaqësia femërore e kulturës pop (muzikë nga Zdravko Çoliq).¹⁸ Në diskursin publik të kontrolluar, pra në njoftimet e ndjekura në mediat tradicionale (TV, media e shkruar dhe ueb portalet), nuk ka njoftime të regjistruara me mizogjini të drejtpërdrejtë.

Prania e informacioneve për barazinë gjinore (aspekti tematik)

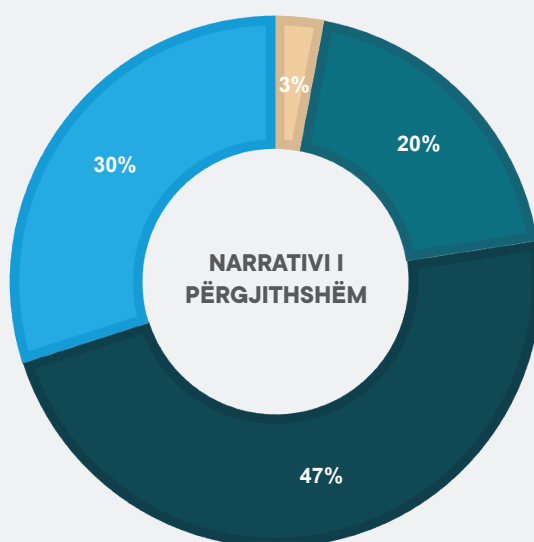
Fushata parazgjedhore, në të tri komunat dhe listat e vëzhguara, nuk trajtoi dukshëm çështjet gjinore, për më tepër, mund të thuhet se kjo temë është e pranishme në një masë statistikisht të parëndësishme, sepse është konstatuar, si temë parësore, në vetëm 11 njoftime mediatike (në përmbajtjet televizive 3 dhe 8 në portale). “Pjesëmarrja politike e grave” si njësi tematike gjeneroi 44 njoftime mediatike (7 në TV, 4 në media të shkruara dhe 33 në portale). Në konventet e mbajtura para zgjedhjeve, gratë ishin shpesh të pranishme, por rrallëherë i drejtoheshin votuesve të tyre drejtpërdrejtë, prandaj ato përmenden në mënyrë sporadike në njoftimet mediatike si pjesëmarrëse apo folëse ndërsa mesazhet e tyre kyçe përcillen shumë rrallë. Kështu, u identifikuan vetëm 71 njoftime mediatike në të cilat temat e ndjeshme gjinore shfaqen si dominuese. **Pjesa totale e temave të ndjeshme gjinore (kryesisht të pranishme) në narrativën e përgjithshme (2385 njoftime mediatike), d.m.th. numri i njoftimeve në media për zgjedhjet lokale është vetëm 2,98%.**

TEMAT LOKALE

- Planet hapësinore
- Shkatërrimi i natyrës
- Infrastruktura
- Pyetjet e KL
- Shëndeti
- Turizmi
- Kultura

POLITIKE

- Çështjet e përgjithshme politike
- Krimi i organizuar
- Çështjet e identitetit
- Çështjet fetare
- Siguria
- Korrupsioni



TEMA TE NDJESHME GJINORE

- Barazia gjinore
- Pjesëmarrja politike e grave
- Dhuna ndaj grave
- Të drejtat ekonomike, sociale dhe kulturore
- Të drejtat seksuale dhe riprodhuese

EKONOMIKE – SOCIALE

- Ekonomia – të përgjithshme
- Politikat sociale – të përgjithshme
- Arsimi – të përgjithshme
- Shëndeti – të përgjithshme
- Ekologjia – të përgjithshme
- Kultura – të përgjithshme

Grafiku: përqindja e temave kryesisht të pranishme

Përfundim në kuptimin e përmendjes konkrete të çështjes së barazisë gjinore, në pjesën e fushatës që është

ministra zgjidhje e detyruar: Mandiq dhe Slaven “Rozi” fshihen pas apostujve të Zdravkos, AKTUELNO.ME, 29.09.2022. TJERA

18 Fiasko e PDSH-së së plotfuqishëm: Nuk guxojnë më të përmendin as emrin e partisë së tyre dhe fshihen pas këngës së Zdravko Çoliqit! BORBA.ME, 05. 10. 2022. MALI I ZI



vërejtur, është adresimi i kandidatës për kryetare të komunës së Podgoricës, dr. Jelena Boroviniq Bojoviq, dhe kandidatës për kryetare të komunës së Budvës, Dragana Mitrovic. Organizuar nga koalicioni “Për të ardhmën e Podgoricës”, është mbajtur forumi kushtuar pozitës së gruas në Mal të Zi dhe pjesëmarrjes së saj në jetën politike. Megjithatë, *mesazhi kryesor që kanë përcjellë mediat* ishte krijimi i *Fondit Social për Gratë*, i cili theksoi pozicionin e gruas/nënës tradicionale, që nuk janë tema për pjesëmarrjen politike të grave¹⁹. Në fushatën e këtij koalicioni, edhe pse drejtohet nga një grua, është shënuar numri më i madh i stereotipeve. Në bërjen e tyre spikat kandidati për këshilltar Vladislav Dajkovic. Për shembull kandidatës u kënduan kënga, i sollën lule ose flitej për të si një grua familjare, gjë që shkon përtej personales dhe nuk është domosdoshmërisht e rëndësishme për fushatën. Po ashtu, përkundër faktit se kjo listë kryesohet nga një grua, është paradoks që KKZ-ja e ktheu listën për rishikim për shkak të përfaqësimit të pamjaftueshëm të kandidatëve në atë listë.

Koalicioni “Zgjidhja e duhur, Unik për Budvën - Dragana Mitrovic” organizoi forumin e quajtur “Unik për të”, me theks në pozitën e gruas në shoqëri dhe në skenën politike. Nga ky panel u dërguan mesazhe për nevojën e arritjes së pjesëmarrjes së plotë të grave në politikë, por pa paralajmëruar veprime konkrete që do të çonin në arritjen e atij qëllimi, përveç faktit se kandidatja për kryetare të komunës është grua. Nga i njëjti koalicion është evidentuar nevoja për mbështetjen e grave dhe të rinjve në fillimin e biznesit (paraqitjet e ndara në media të kandidatëve nga ajo listë), gjë që konsiderohet pozitive nga aspekti i të drejtave ekonomike, kulturore dhe sociale të grave.

Duke qenë se krijimi i politikave publike në lidhje me dhunën ndaj grave, pjesëmarrjen politike, të drejtat seksuale dhe riprodhuese nuk është në kompetencën e qeverive lokale, mund të kuptohet pjesërisht pse fokusi i fushatës nuk ishte tek ata.

Trajtimi i çështjes së mobingut në vendin e punës, duke e lidhur rëndësinë e kësaj çështjeje me barazinë gjinore, është shënuar në adresimin e Radmila Milloshevic, kandidatë për këshilltare në Kuvendin e Kryeqytetit nga lista Ndryshim,²⁰ dhe paraqet një shembull të mirë se si duhet adresuar për të arritur barazinë gjinore.

Si fakt interesant por informues veçojmë faktin se nuk është regjistruar asnjë njoftim i vetëm që trajton çështjen gjinore nga pikëpamja e të drejtave seksuale dhe riprodhuese. Kjo çështje është vendosur si detyrë e veçantë kërkimore për shkak të rëndësisë në rritje të kësaj teme në nivel evropian dhe global (konkretisht për shkak të ndalimit të abortit). Gjithashtu, dhuna ndaj grave nuk u trajtua si temë në pjesën e vëzhguar të fushatës, me përjashtim të mobingut si lloj dhune. Dhe kjo temë mund të klasifikohet ndër ato, rëndësia e të cilave po rritet, por nuk e gjeti vendin e saj në fushatën e listave zgjedhore për zgjedhjet lokale të vitit 2022.

19 Në disponim në: <https://www.vijesti.me/vijesti/politika/625720/borovinic-bojovic-jedna-od-programskih-tacaka-je-socijalni-fond-koji-ce-se-baviti-problemima-samohranih-majki-i-zena>

20 Në dispozicion: <https://gradski.me/milosevic-svaka-institucija-mora-definisati-sopstvene-postupke-prijavlivanja-mobinga-na-radnom-mjestu/>

Monitorimi i zgjedhjeve lokale të vitit 2022 në Mal të Zi nga perspektiva gjinore

| NDARJA TEMATIKE | | | | |
|---|--------------|-----------------|-------------|-------------|
| ZGJEDHJET LOKALE 2022 | | | | |
| | TELEVIZIONET | MEDIA E SHTYPUR | PORTALET | TOTAL |
| BARAZIA GJINORE – E PËRGJITHSHME | 3 | 0 | 8 | 11 |
| TË DREJTAT SEKSUALE DHE RIPRODHUESE | 0 | 0 | 0 | 0 |
| DHUNA NDAJ GRAVE | 0 | 0 | 4 | 4 |
| TË DREJTAT EKONOMIKE, SEKSUALE DHE KULTURORE | 1 | 0 | 11 | 12 |
| PJESMARRJA POLITIKE E GRAVE | 7 | 4 | 33 | 44 |
| EKONOMIA- E PËRGJITHSHME | 42 | 10 | 148 | 200 |
| ARSIMI - I PËRGJITHSHËM | 7 | 3 | 23 | 33 |
| SHËNDETI – I PËRGJITHSHËM | 4 | 0 | 17 | 21 |
| POLITIKAT SOCIAL – TË PËRGJITHSHME (VARFËRIA, PAPUNËSIA...) | 15 | 8 | 105 | 128 |
| EKOLOGJIA | 9 | 3 | 35 | 47 |
| TEMA TË TJERA | 16 | 28 | 182 | 226 |
| TEMA LOKALE | 132 | 45 | 537 | 714 |
| ÇËSHTJET E PËRGJITHSHME POLITIKE | 69 | 45 | 340 | 454 |
| IDENTITETI DHE ÇËSHTJET FETARE | 15 | 7 | 165 | 187 |
| SIGURIA (NDIKIMI I QENDRAVE TË FUQISË, KORRUPSIONI...) | 28 | 18 | 220 | 266 |
| KULTURA | 10 | 1 | 27 | 38 |
| NUMRI I NJOFTIMEVE/POSTIMEVE | 358 | 172 | 1855 | 2385 |

Tabela: Ndarja tematike sipas llojit të mediave - kryesisht temat prezente (numri i publikimeve)

Për qëllime të kësaj analize janë vëzhguar si temat e indeksuara ashtu edhe ato sekondare, në mënyrë që prania e temave të ndjeshme gjinore të mos mungojë edhe në fokusin e tillë mediatik. Ngjashëm me atë primar, përfaqësimi sekundar i temave të ndjeshme gjinore është në nivel të ulët. Gjithashtu, më së shpeshti, “barazia gjinore - e përgjithshme” dhe disa tema të ndjeshme gjinore kombinohen si tema primare dhe sekondare. Kjo më tej tregon se, kur diskutohej për tema të ndjeshme gjinore, kryesisht bëhej me qëllim dhe synim të caktuar (komplet ose një pjesë e madhe e njoftimit i dedikohet temës të ndjeshme gjinore). Nga ana tjetër, kur bëhet fjalë për tema të tjera, “çështjet e përgjithshme politike” më së shpeshti (primare/sekondare) kombinohen me



çështje të sigurisë, ideologjisë ose fesë, ndërsa ndoshta kombinimi më i zakonshëm në pjesën e përgjithshme është “temat lokale” dhe “ekonomia - e përgjithshme”. Pra, kryqëzimi i të dhënave, d.m.th. indeksi i temave primare dhe sekondare, tregojnë se narrativa e përgjithshme e këtyre zgjedhjeve është zhvendosur nga fusha e historive të përgjithshme politike, polemikave lidhur me çështjet e identitetit apo fesë në ato tema që shqetësojnë më shumë qytetarët, përkatësisht ekonominë, d.m.th. ekonomia në nivel lokal, politikat sociale në nivel lokal, planifikimi hapësinor, ekologjia në nivel lokal etj.

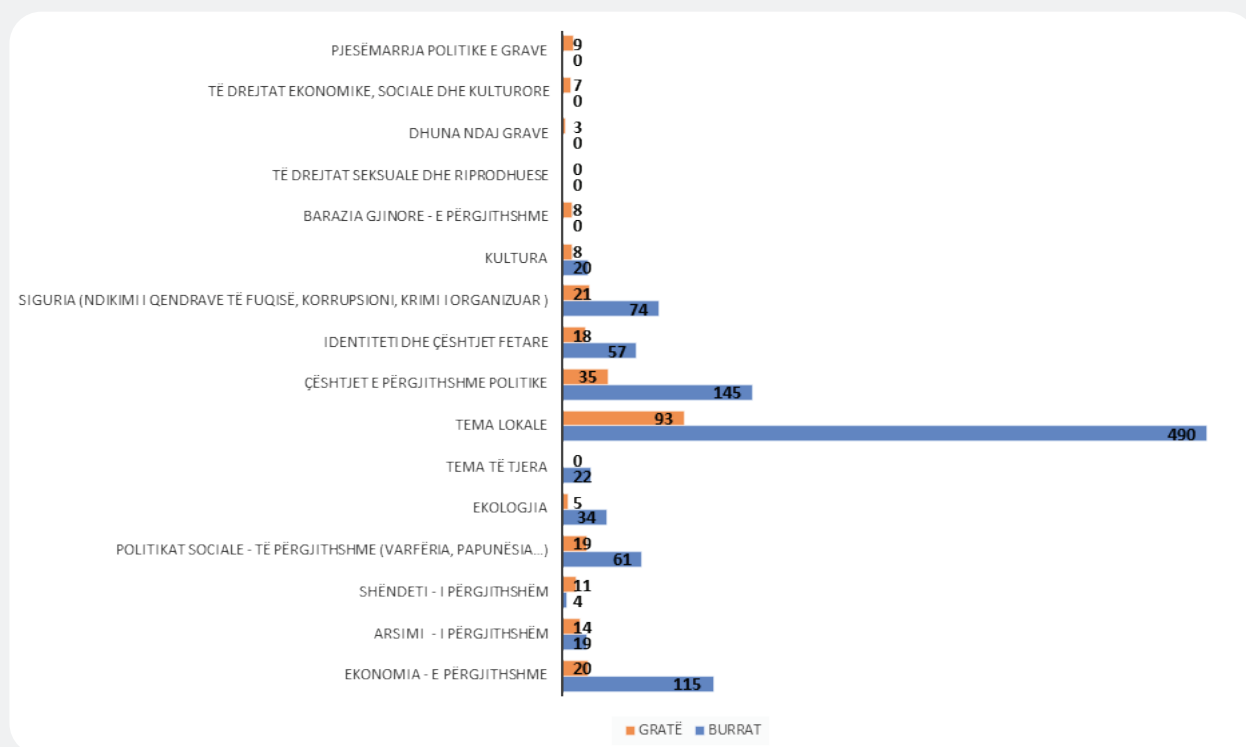
| NDARJA TEMATIKE | | | | | | | | |
|--|--------------|------------|-----------------|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| ZGJEDHJET LOKALE 2022. | | | | | | | | |
| | TELEVIZIONET | | MEDIA E SHTYPUR | | PORTALET | | TOTAL | |
| | PRIM. | SEK. | PRIM. | SEK. | PRIM. | SEK. | PRIM. | SEK. |
| BARAZIA GJINORE – E PËRGJITHSHME | 3 | 7 | 0 | 0 | 8 | 37 | 11 | 44 |
| TË DREJTAT SEKSUALE DHE RIPRODHUESE | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| DHUNA NDAJ GRAVE | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 0 | 4 | 0 |
| TË DREJTAT EKONOMIKE, SOCIALE DHE KULTURORE | 1 | 3 | 0 | 0 | 11 | 5 | 12 | 8 |
| PJESËMARRJA POLITIKE E GRAVE | 7 | 2 | 4 | 0 | 33 | 12 | 44 | 14 |
| EKONOMIA – E PËRGJITHSHME | 42 | 52 | 10 | 13 | 148 | 143 | 200 | 208 |
| ARSIMI - I PËRGJITHSHËM | 7 | 3 | 3 | 1 | 23 | 22 | 33 | 26 |
| SHËNDETI – I PËRGJITHSHËM | 4 | 2 | 0 | 0 | 17 | 9 | 21 | 11 |
| POLITIKAT SOCIALE – TË PËRGJITHSHME (VARFËRIA, PAPANËSIA...) | 15 | 18 | 8 | 10 | 105 | 69 | 128 | 97 |
| EKOLOGJIA | 9 | 29 | 3 | 2 | 35 | 58 | 47 | 89 |
| TEMA TË TJERA | 16 | 16 | 28 | 29 | 182 | 184 | 226 | 229 |
| TEMA LOKALE | 132 | 118 | 45 | 36 | 537 | 491 | 714 | 645 |
| ÇËSHTJET E PËRGJITHSHME POLITIKE | 69 | 71 | 45 | 72 | 340 | 575 | 454 | 718 |
| IDENTITETI DHE ÇËSHTJET FETARE | 15 | 21 | 7 | 8 | 165 | 143 | 187 | 172 |
| SIGURIA (NDIKIMI I QENDRAVE TË FUQISË, KORRUPSIONI...) | 28 | 14 | 18 | 0 | 220 | 98 | 266 | 112 |
| KULTURA | 10 | 2 | 1 | 1 | 27 | 9 | 38 | 12 |
| NUMRI I NJOFTIMEVE/POSTIMEVE | 358 | 358 | 172 | 172 | 1855 | 1855 | 2385 | 2385 |

Tabela: ndarja tematike sipas llojit të mediave - prania primare dhe sekondare e temave

Monitorimi i zgjedhjeve lokale të vitit 2022 në Mal të Zi nga perspektiva gjinore

Për shembull “Pjesëmarrja politike e grave” si njësi tematike gjeneroi 44 njoftime mediatike (në televizion 7, në median e shkruar 4 dhe në portale 33). Në periudhën e fushatës zgjedhore, gjinia është përmendur në një numër pak më të dukshëm postimesh në lidhje me përmbushjen e standardeve të përcaktuara me ligj. Kështu, u regjistruan listat të cilat janë kthyer për rishikim, por edhe argumentimi se disa janë deklaruar edhe pse nuk i plotësonin kushtet e parashikuara. Përfaqësuesit e OJQ-ve, në mesin e tyre Damir Suljeviq, i cili është edhe anëtar i Komisionit Shtetëror Zgjedhor (KSHZ) në emër të OJQ-ve dhe komunitetit akademik, theksuan se listat nuk janë në përputhje me Ligjin për zgjedhjen e këshilltarëve dhe anëtarëve. Edhe pse ishte shkëlqje e një prej ligjeve të sistemit, u diskutua ekskluzivisht me iniciativën e sektorit civil.

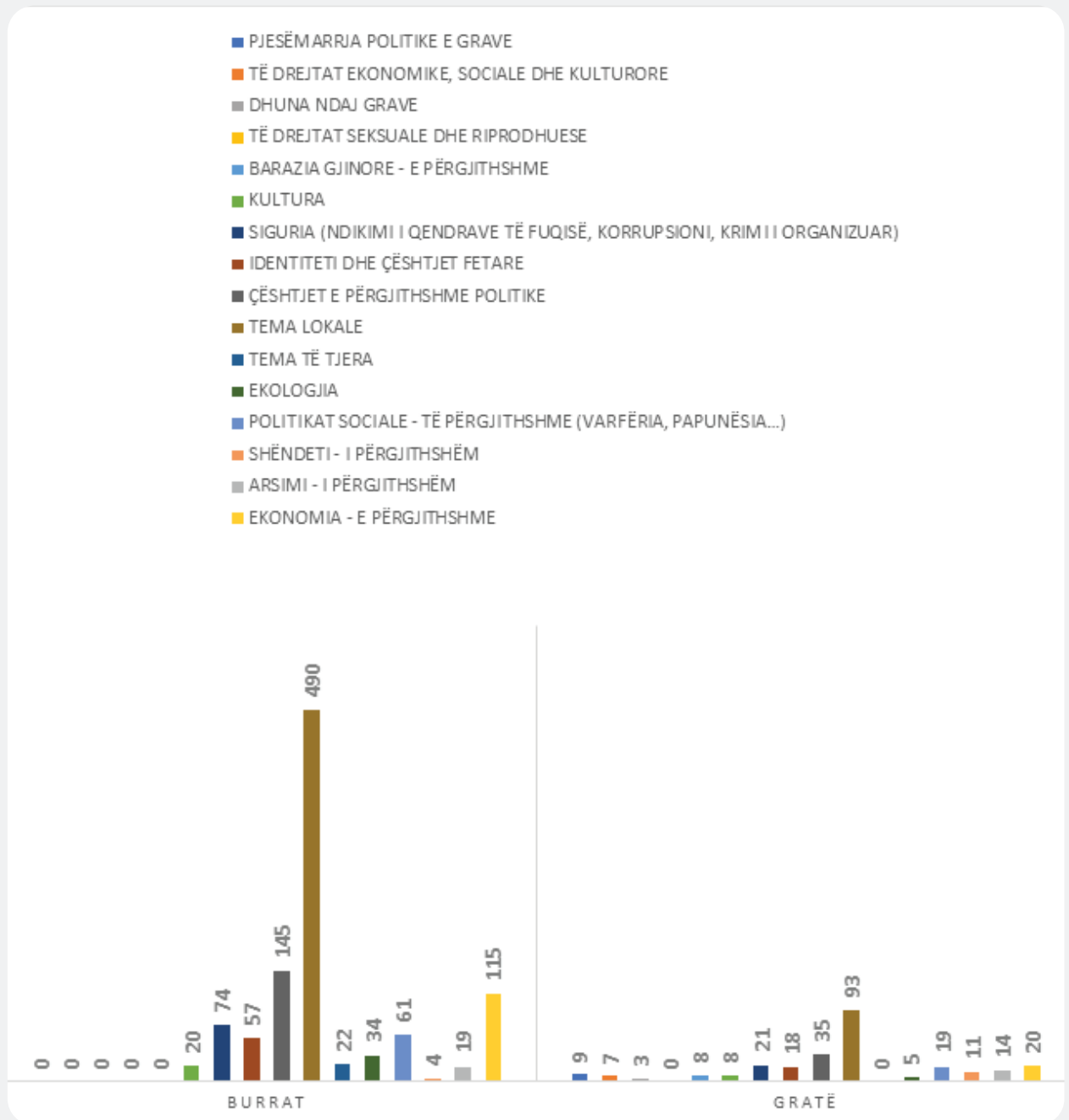
Informative mund të jetë edhe përzgjedhja e temave të trajtuara nga gratë (kandidate për poste këshilltare) në raste kur kanë pasur mundësi të shprehin qëndrimin e tyre, me theksimin se çështjet gjinore trajtoheshin pothuajse ekskluzivisht nga gratë. Grafiku në vijim tregon seksionin e parametrave të gjinisë dominuese të postimeve (vetëm burra dhe vetëm gra) me temën dominuese të postimit. Temat që kanë të bëjnë me barazinë gjinore, qoftë si çështje të përgjithshme, qoftë si çështje specifike (dhuna, pjesëmarrja politike e grave, të drejtat seksuale) nuk janë regjistruar në adresat e kandidatëve (mbartësve). Këto tema janë përmendur në një numër jashtëzakonisht të vogël dhe gjithmonë janë trajtuar nga gratë (kandidatet - mbartëset). Në të gjitha temat e tjera të vëzhguara vihet re një dominim i zërit mashkullor, me faktin se një përqindje pak më e lartë e komenteve që kanë ardhur nga gratë kanë të bëjnë me temën e arsimit (41% e numrit total të postimeve në lidhje me këtë temë). Politikën shëndetësore dhe sociale janë tema ku gratë regjistrohen si subjekt dominues në rreth 30% të postimeve. Në të gjitha temat e tjera, përqindja e zërit të gruas është rreth 10%. Ekologjia dhe ekonomia janë temat që u diskutuan kryesisht nga burrat.



Grafiku: Kandidatët (mbartës)/kandidatet (mbartëset) - përqindja e qëndrimit dominues të burrave dhe grave në tema (numri i indeksit)



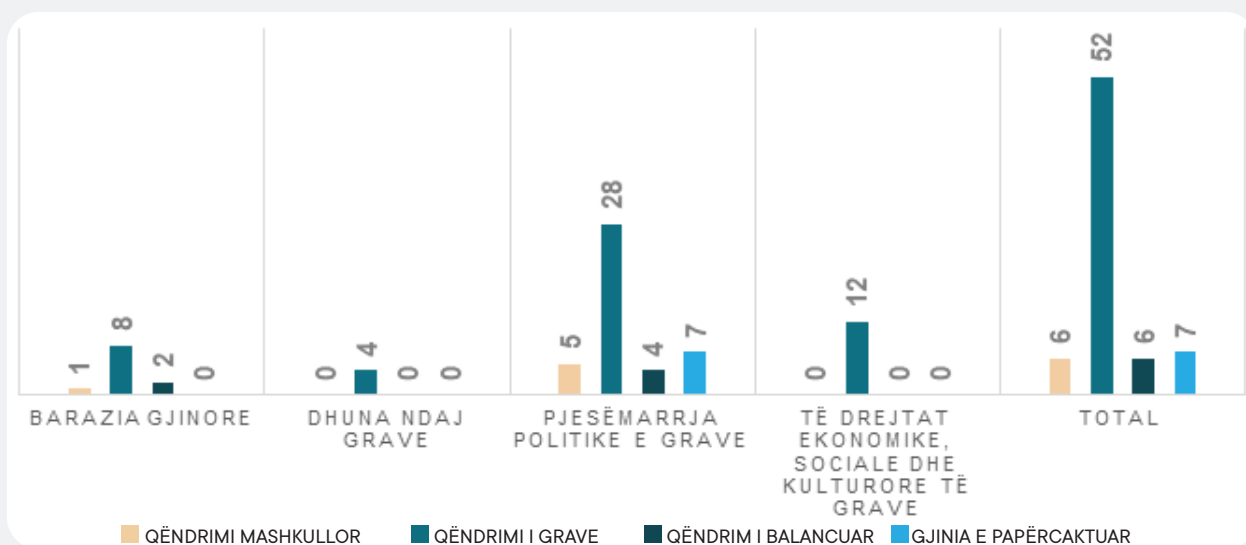
Grafiku në vijim tregon përqindjen e përfaqësimit të temave në narrativën e përgjithshme të krijuar nga kandidatët-mbartësit, kandidatet-mbartëset.



Grafiku: Numri i indekseve në narrativën total femëror apo mashkullor (kandidatët/kandidatet dhe mbartësit/mbartëset)

Monitorimi i zgjedhjeve lokale të vitit 2022 në Mal të Zi nga perspektiva gjinore

Temat primare të trajtuara ose të përmendura nga kandidatët dhe kandidatet për këshilltarë apo kryetarë të komunës tregojnë disa dallime. E para, dhe më e rëndësishmja, është se burrat nga pozitat e kandidatëve nuk folën për temat e barazisë gjinore. Temat e *barazisë gjinore* dhe *pjesëmarrja politike e grave* zënë 3% të numrit të përgjithshëm të njoftimeve në të cilat janë regjistruar kryesisht nga kandidatet/mbartëset, ndërsa *dhuna ndaj grave* zë 1%, dhe të *drejtat ekonomike, sociale dhe kulturore* 4%. Nuk u regjistruan njoftimet ku kandidatet u adresuan në temën të *tjera*, ndërsa kandidatët/mbartësit e bënë këtë në 2% të njoftimeve, që është një tjetër konfirmim se kur flasin gratë, ato janë gjithmonë të përfshira drejtpërdrejt në proces dhe merren me një temë specifike, ndërsa për meshkujt nuk është kusht i domosdoshëm. Tema e *shëndetësisë* ishte e rezervuar për fjalimet e kandidateve/mbartëseve, ndërsa kandidatët/mbartësit nuk janë marrë me këto tema. E zakonshme për të dyja gjinitë në këtë cikël zgjedhor është vëmendja e madhe që i kushtohet *temave specifike lokale* (kandidatet 33%, kandidatët 45%). Tema e *sigurisë* ka mbrrit 11% të numrit të përgjithshëm të paraqitjeve nga të dyja gjinitë. Temat e çështjeve të përgjithshme *politike, ekonomia dhe çështja e identitetit* gjithashtu fituan një përqindje të lartë të kandidatëve/eve.



Grafiku: Shpërndarja e indekseve sipas gjinisë – tema kryesore të ndjeshme gjinore

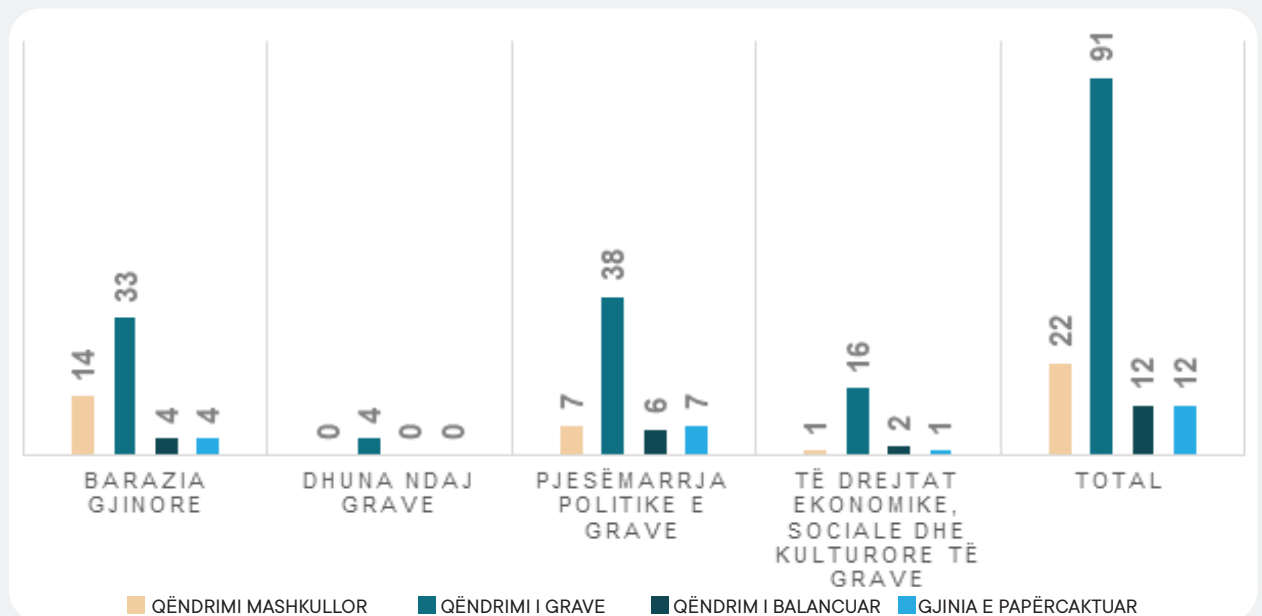
Prandaj, nga katër temat e vëzhguara, gratë folën në masën më të madhe për pjesëmarrjen e grave në politikë (31 indekse), dhe pjesa më e madhe e kësaj ishte rezultat i paraqitjeve në media të përfaqësuesve të sektorit të OJQ-ve (QAQ dhe CDT, Milica Zidoviç dhe Milena Gvozdenoviç), dhe një pjesë e vogël si reagim i subjekteve të tjera politike (Klubi i Grave të Parlamentit të Malit të Zi, Tamara Vujoviç). Kur është fjala për kandidatet, përkatësisht mbartëset, temën e ndjeshme gjinore e ka trajtuar mbartësja e listës “Për të ardhmen e Podgoricës”, Dr. Jelena Boroviniç Bojoviç në një intervistë dhe “Unik për Budvën”, Dragana Mitroviç duke organizuar një konferencë kushtuar barazisë gjinore (në raportet e mediave “pjesëmarrja politike e grave” është një temë sekondare, ndërsa tregimi i përgjithshëm për barazinë gjinore ishte primarë).

Kur bëhet fjalë për temën e ndjeshme gjinore të “pjesëmarrjes politike të grave”, bie në sy qëndrimi dominues mashkullorë. Megjithatë, vetëm dy indekse pozitive janë vërejtur nga përfaqësuesit e OJQ-ve, të cilat kanë dalë si rezultat i daljes në media të përfaqësuesit të QAQ-së, Damir Suleviç, i cili foli për problemin e përfaqësimit



të pamjaftueshëm të grave në listat zgjedhore. Kjo tregon, në përgjithësi, se kandidatet dhe kandidatët, si dhe subjektet e tjera politike, e trajtuan temën specifike shumë pak, dhe dy indekset pozitive dominuese të meshkujve lidhur me këtë temë (vetëm nga OJQ-të) konfirmojnë tezën se kjo temë është në fund të agjendës prioritare, veçanërisht për politikanët meshkuj në Mal të Zi.

Të drejtat ekonomike, sociale dhe kulturore të grave u përmendën ekskluzivisht nga vetë gratë, dhe i njëjti rast është me temën e dhunës ndaj grave (për mobingun e grave në vendin e punës). Tregimi i përgjithshëm i barazisë gjinore u gjet në 11 indekse, 8 prej të cilave e kishin origjinën nga gratë ose kishin një qëndrim dominues femëror. Kështu, **temat e ndjeshme gjinore u diskutuan më së shumti nga vetë gratë** (52 njoftime mediatike ose 73% e totalit të narrativës së ndjeshme gjinore të krijuar gjatë fushatës zgjedhore).



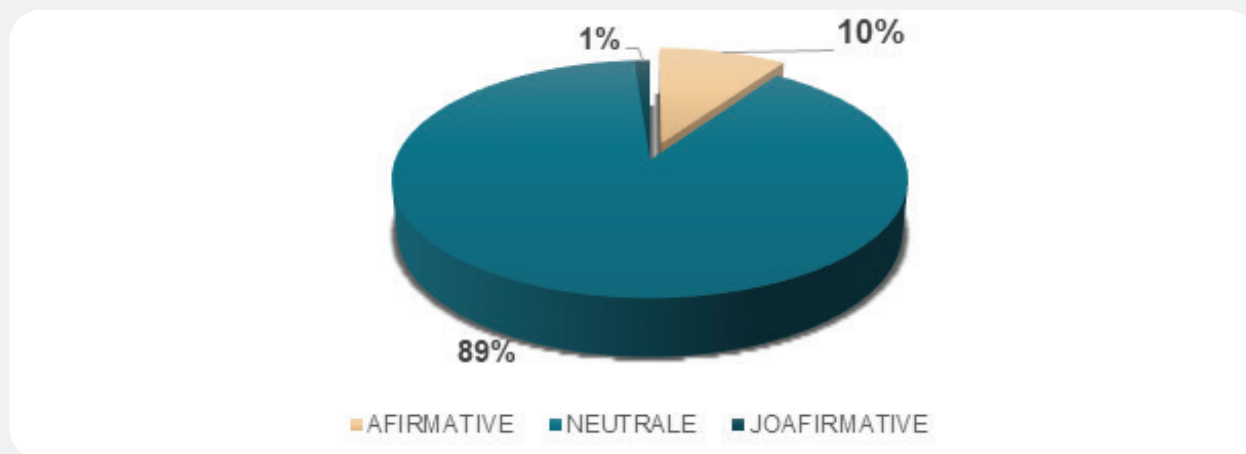
Grafiku: Shpërndarja e indekseve sipas gjinisë - temat primare dhe sekondare të ndjeshme ndaj gjinisë (prezantojnë kryesisht qëndrimet sipas gjinisë)

Për të interpretuar në mënyrë të duhur shpërndarjen e përmbajtjeve mediatike lidhur me tema të ndjeshme gjinore, ky grafik përmban, përveç temave primare edhe ato sekondare të ndjeshme gjinore, ku numri i përgjithshëm i njoftimeve të cilave është 137. Nga ky numër, 66% vinin nga femrat ose tek to vihej re një dominim i qëndrimit femëror. Prania e temave të ndjeshme gjinore në ato primare më së shpeshti shoqërohej nga një temë e dytë, sekondare e ndjeshme gjinore. Për shembull, kur ishte fjala për pjesëmarrjen politike të grave, tema e barazisë gjinore në kuptimin e përgjithshëm ishte kryesisht në fokusin sekondar. Në përgjithësi, narrativa e përgjithshme për këto tema është krijuar nga gratë, ndërsa burrat, edhe kur kanë folur për këto tema, kanë mbetur brenda kornizës së përgjithshme (në 14 indekse mediatike), dhe pjesërisht në domenin e pjesëmarrjes politike të grave (7 njoftime - përfaqësues të sektorit të OJQ-ve). Njoftimet në media neutrale dhe të papërcaktuara gjinore për pjesëmarrjen e grave në politikë u krijuan në pjesën më të madhe duke iu rikthyer përsosjes së listave me kandidatë për shkak të mosrespektimit të ligjit në lidhje me përfaqësimin e detyrueshëm të grave në lista, si dhe nga reagimet e sektorit civil për raste të caktuar (njoftimet për publikun të institucioneve kompetente dhe OJQ-ve).

Monitorimi i zgjedhjeve lokale të vitit 2022 në Mal të Zi nga perspektiva gjinore

Sentimenti i temës

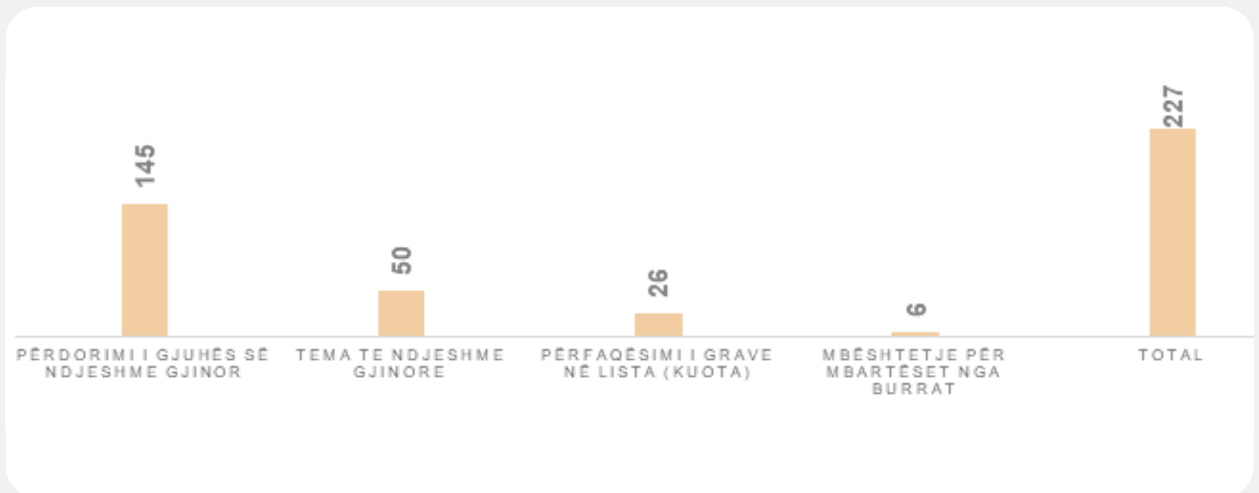
Sentimenti ose toni përcaktohet vetëm në lidhje me temën kryesore të pranishme. Është e rëndësishme të theksohet fakti se tonet pozitive u krijuan kryesisht nëpërmjet përdorimit të gjuhës sentimentale ndaj gjinisë nga aktorët e fushatës parazgjedhore, më pas përmes sentimentit pozitiv të temës “çështjet e përgjithshme politike” dhe nëpërmjet reagimeve të organeve kompetente shtetërore dhe sektorit jo qeveritar, dhe në lidhje me përfshirjen e pamjaftueshme të grave në listat zgjedhore (të klasifikuara në kategorinë “tema të tjera”), dhe vetëm një pjesë e vogël e shpalljeve afirmative u krijuan përmes trajtimit konkret dhe thelbësor të temat që lidhen me barazinë gjinore, d.m.th. tema të ndjeshme gjinore.



Grafiku: Përqindja e sentimentit në lidhje me barazinë gjinore

Nga gjithsej 2,385 indekse, 227 (10%) janë regjistruar pozitivisht në kontekstin e barazisë gjinore. Pjesa më e madhe e njoftimeve mediatiqe ishte neutrale nga aspekti i barazisë gjinore dhe 1% ose konkretisht 27 njoftime mediatiqe konsiderohen si joafirmative në këtë kontekst. Pikërisht në këto njoftime vihet re prania e stereotipeve, të cilat kryesisht i referohen përdorimit të termit “gjinia më e bukur” kur flitet për gratë, mungesës së gjuhës së ndjeshme gjinore nga vetë gratë, rasteve të këndimit të këngëve dhe sjelljes së luleve si tek Dr. Jelena Boroviniq Bojoviq, dhe duke theksuar rolet e saj familjare që nuk janë domosdoshmërisht të rëndësishme për fushatën.²¹

²¹ Disponuar në: <https://www.vijesti.me/vijesti/politika/625033/dajkovic-uz-vatromet-i-cvijece-docekao-borovinicku-gradonacelnice-dobro-dosla>

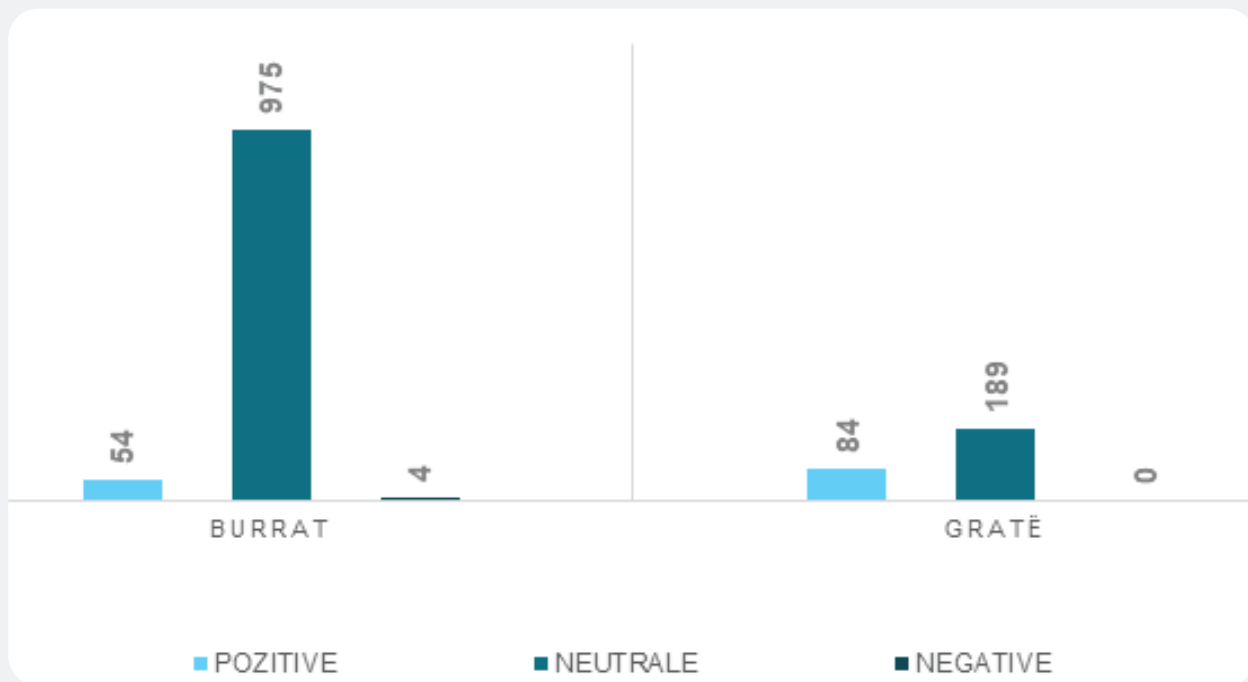


Grafiku: Struktura e sentimenteve pozitive (numri i indekseve)

Nga aspekti i barazisë gjinore janë regjistruar gjithsej 227 njoftime afirmative në media. Shqyrtim i detajuar i strukturës së njoftimeve afirmative tregon se shumica e tyre, më saktë 145, janë krijuar nga përdorimi i gjuhës së ndjeshme ndaj gjinisë nga aktorët. Janë regjistruar 50 njoftime në media që i referohen një prej temave të përcaktuara lidhur me barazinë gjinore dhe që krijojnë sentiment pozitiv për të. Kur bëhet fjalë për rastet e shkeljes së ligjit në pjesën e kuotave, pozitive konsiderohen 26 njoftime mediatike, ku janë referuar vetëm për treguesin e asaj shkeljeje. Përkrahja për gratë është një kategori që i referohet rasteve të izoluar të përkrahjes së kandidatës për kryetare të komunës, Dr. Jelena Boroviniq Bojoviq, nga aktorët politikë meshkuj (Vladislav Dajković, Dragan Koprivica...).

Kryqëzimi i të dhënave në lidhje me përfaqësimin e qëndrimit (qëndrimi mashkullor - femëror) jep të dhëna informuese dhe të detajuara që, në një farë mënyre, adresojnë iniciatorët e sentimentit të temës. Për shembull, sentiment pozitiv i temës, gjegjësisht qasja afirmative ndaj barazisë gjinore është regjistruar në një numër të vogël njoftimesh, madje edhe kjo shkallë e afirmimit të temës që është në fokus të këtij hulumtimi (barazia gjinore) është për shkak të grave (qofshin aktoret politike apo përfaqësueset të sektorit civil, të institucioneve shtetërore apo vendore etj.). Edhe pse në narrativën e përgjithshme vërehej dominimi i zërit mashkullor, një numër i madh i njoftimeve sentimente pozitive lidhen me ato njoftime në të cilat gratë janë subjekti dominues, kështu që **sentimentet pozitive janë bërë nga aktoret dhe jo nga aktorët**. Sentimenti pozitiv i temës është regjistruar në 83 njoftime në të cilat subjekti kryesor është gruaja, ndërsa në ato ku kryefjala është burri janë 79 njoftime pozitive. E shprehur në përqindje, gjithsej 6% e numrit të përgjithshëm të postimeve në të cilat një burrë është subjekti dominues i postit (zëri mashkullor në post ose është i vetmi ose dominon) është pozitiv në lidhje me barazinë gjinore, ndërsa në postimet me zë femëror dominues kjo përqindje është 25%.

Monitorimi i zgjedhjeve lokale të vitit 2022 në Mal të Zi nga perspektiva gjinore



Grafiku: Sentimenti i temës në lidhje me gjininë (kandidatet-mbartset/kandidatët-mbartësit)

Nga gjithsej 277 indekse afirmative nga aspekti i barazisë gjinore, 84 janë krijuar nga kandidatet-mbartëset dhe 54 nga kandidatët-mbartësit. Pjesa tjetër e 89 sentimenteve pozitive u krijuan si rezultat i paraqitjeve mediatike nga aktorë të tjerë (politikanë të tjerë, përfaqësuesit e OJQ-ve...). Prandaj, edhe ajo pak që u fol në mënyrë afirmative për tema të ndjeshme gjinore gjatë fushatës parazgjedhore u nxit nga gratë, qofshin ato kandidate/mbartëse të listave, përfaqësuese të OJQ-ve apo aktore të tjera politike.

Theksohet edhe se përdorimi i gjuhës së ndjeshme ndaj gjinisë nuk është në nivel të kënaqshëm dhe kjo vlen edhe për njoftimet në të cilat regjistrohet përdorimi i emrave të gjinisë femërore për të treguar profesione, që ka të bëjë edhe me njoftimet të cilat regjistrojnë përdorimin e emrave të gjinisë femërore për të treguar profesione, edhe për ato bazë që personat e përmendur janë kandiduar. Le të themi, nga numri i përgjithshëm i njoftimeve dhe postimeve pozitive, shumica i referohej përdorimit të gjuhës së ndjeshme gjinore. Për këtë nuk janë të vetmet faktore mediat, por edhe ata që pikëpamjet dhe rrëfimet e të cilave u përcollën nga mediat.

Kështu, janë regjistruar njoftimet në të cilat dr. Jelena Boroviniq Boroviq është “kandidat për kryetar komune”, por janë regjistruar edhe një numër shumë më i madh njoftimesh në të cilat ka dy mënyra të përmendjes. Është problematike që vetë kandidatet kanë përdorur shpesh gjuhë pa ndjeshmëri gjinore. Për shembull, mbartësja e listës “Zgjidhja e duhur, koalicioni Unik për Budvën – Dragana Mitroviq”, thekson se “nuk ka hyrë në këtë histori për t’u bërë politikan...”.

Karakteristike për portalin Borba.me është se ka shpallur tekste të pa firmosura, ndaj është e pamundur të thuhet se qëndrimi i kujt ishte. Në njërin prej këtyre teksteve vërehet një shembull stereotipësh me përdorimin e konstruksioneve si seksi më i bukur. Në gazetën Analitika, në rubrikën “Qëndrimi”, titulli “I paafti në largim



në mandatin piroteknik”, të autorit Milorad Pustahija, i cili është ripostuar nga Pobjeda, përmban një deklaratë stereotipike dhe fyese nga aspekti i grave dhe barazisë gjinore. Domethënë, edhe pse titulli si i tillë nuk lidhet vetëm dhe ekskluzivisht me zgjedhjet lokale, por ato u përmendën në mënyrë sporadike në kuadër të një rrëfimi më të gjerë për situatën aktuale politike në vend, edhe kjo ishte pjesë e materialit mediatic. Në të, ndër të tjera, thuhet se kryeministri aktual në mandatin teknik, Dritan Abazović, “ka shkarkuar si pastruese për gjysmë ore drejtorin e ANB-së...”. Kjo mund të konsiderohet e diskutueshme në disa aspekte të barazisë gjinore. Domethënë, profesioni i dikujt në këtë rast është shfrytëzuar si një lloj fyerjeje drejtuar palës tjetër. Vetë përcaktimi gjinor i këtij profesioni është i diskutueshëm, sepse një “pastruese” është automatikisht personi i gjinisë femërore. Opinioni i autorit Danilo Marunović për portalin Analitika përmban edhe fyerje ndaj grave. Gjegjësisht, thuhet se “problemi është se paratë e gatshme dërgohen fshehurazi të mbushura në të brendshmet e prifterve dhe grave të tyre”.

Tashmë i përmenduri Vladislav Dajković, i cili ka drejtuar stereotipa edhe ndaj kandidatës që ishte në krye të listës së cilës i përkiste, si dhe përmes një videoklipi në të cilin synonte të portretizonte kundërshtarët politikë në mënyrë jashtëzakonisht negative, duke dërguar mesazhe fyese për gratë. Domethënë, “sekretarja” në videoklipin e lartpërmendur shfaqet me një numër të madh stereotipash ndaj grave (mungesa e elokuencës, stili i veshjes, interesat (leximi i një reviste mode), madje edhe deri në adresimin e eprorit ose eprorit ndaj saj, etj.).

Në tekstin e titulluar “Fiasko e PDSH-së së plotfuqishëm: Nuk guxojnë më të përmendin as emrin e partisë së tyre dhe fshihen pas këngës së Zdravko Çoliqit!” thuhet: “Dhe mesa duket Çoliç *ia ka vjedhur zemrën seksit më të bukur* nga ekipi mediatic i Partisë Demokratike të Socialistëve dhe kështu shohim që sot po marrin pjesë në zgjedhjet lokale në të gjitha komunat (përveç Podgoricës) me sloganin – Zgjidhja e duhur”. Përdorimi i frazave tashmë të përditshme “gjinia më e bukur”, “gjinia më e dobët”, “gjinia më e butë”, etj. shfaq shembull të shpeshtë të etiketimit të grave që vetëm i përforcon rolet ekzistuese stereotipike.

Kur bëhet fjalë për paraqitjen vizuale, vihet re prania e grave, pra ato janë të dukshme kur bëhet fjalë për foto/video nga eventet apo kur transmetohet adresimi i tyre specifik. Mund të thuhet se në një pjesë të konsiderueshme të njoftimeve ato kanë shërbyer si “dekor” (figurimi në skenë, në tavolinat ku shpërndahen fletushkat etj.).

Narrativi i përgjithshëm

Kur bëhet fjalë për narrativën e përgjithshme, statistikave të marra nga monitorimi tregojnë se është krijuar kryesisht në lidhje me zgjedhjet lokale në Podgoricë. Gjegjësisht, nga numri i përgjithshëm i përmendjeve të zgjedhjeve lokale në të tri qytetet, që është 2385 (nuk është i barabartë me numrin e njoftimeve në media, sepse në një njoftim ka ndodhur që të përmenden zgjedhjet në të tri qytetet, por kjo ishte në nivelin e përjashtimeve), vetëm Podgorica zë 1540, që është 65% e totalit të indekseve të regjistruara, d.m.th. përmendjen e zgjedhjeve lokale në tri komuna.

Monitorimi i zgjedhjeve lokale të vitit 2022 në Mal të Zi nga perspektiva gjinore

| NJËSITË ZGJEDHORE | | | | |
|------------------------------------|--------------|------------------|-------------|-------------|
| ZGJEDHJET LOKALE 2022 | | | | |
| | TELEVIZIONET | MEDIAT E SHYTPUR | PORTALET | TOTAL |
| ZGJEDHJET LOKALE NË PODGORICË 2022 | 214 | 113 | 1213 | 1540 |
| ZGJEDHJET LOKALE NË BUDVA 2022 | 84 | 32 | 413 | 529 |
| ZGJEDHJET LOKALE MË PLEVLA 2022 | 60 | 27 | 229 | 316 |
| NUMRI I INDEKSIT | 358 | 172 | 1855 | 2385 |

Tabela: Pjesa e qyteteve në krijimin e narrativës së përgjithshme (numri i indekseve)

Me rastin e krijimit të kornizës në të cilën do të zhvillohet fushata zgjedhore, merren parasysh dhe rrethanat në të cilat zhvillohen zgjedhjet, niveli i kulturës politike, zhvillimi ekonomik, mirëqenia sociale etj. Pra, temat dominuese në fushatat parazgjedhore janë ato që vlerësohet të shkaktojnë reagime të caktuara tek qytetarët. Në fushatat zgjedhore të zhvilluara gjatë periudhave të krizës, shpeshherë dalin në pah çështjet e identitetit, dhe kjo është pothuajse një konstante në kontekstin malazez. Pas pandemisë dhe të ashtuquajturës krizës së koronës, e cila është ende në vazhdim, edhe pse publiku i kushton më pak rëndësi, fokusi është te lufta në Ukrainë, e cila ka implikimet e saj, në aspekte të ndryshme, dhe ka ndikim edhe në Mal të Zi.

Megjithatë, në përmbajtjen e përgjithshme në të tri komunitet e vëzhguara është vërejtur dominimi i “temave lokale”, për dallim nga shumë cikle zgjedhore të vëzhguara më herët kur dominonin tema si identiteti dhe çështjet e përgjithshme politike²². Gjegjesisht, në 520 indekse që kanë të bëjnë me zgjedhjet lokale në kryeqytet, në njoftime temat lokale ishin primare. Në Budva, kjo temë gjeneroi 139 dhe në Plevla 55 indekse. Kategoria tematike “ekonomia” ka qenë fokusi parësor në korpusin e përgjithshëm (të tri komunitet) në 200 indekse, ndërsa “politikat sociale (varfëria, papunësia...)” kanë qenë subjekti kryesor i 128 indekseve”.

Tabela në vijim tregon të dhënat sipas zonave zgjedhore dhe në lidhje me përmbajtjen mediatike që, qoftë për sa i përket sasisë, fokusit të informacionit, sentimentit dhe përfundimisht narrativave dominuese, kishin ndikim më të fortë tek publiku, pra konsumatorët e informacionit nga mediat e vëzhguara.

22 QAAQ dhe agjencia Arhimed kryen monitorim të disa cikleve të mëparshme zgjedhore (zgjedhjet parlamentare dhe lokale), në të cilat një nga parametrat analitikë ishte ndarja tematike e narrativës së përgjithshme, që mundëson të nxjerrim përfundime të përgjithshme krahasuese.



| NJËSITË ZGJEDHORE | | | | | |
|------------------------------------|----------------------------|---|---|--------------------------------------|--------------------------|
| | NUMRI I NJOFTIMEVE PRIMARE | LISTA DOMINUESE | NARRATIVI DOMINUES (TEMA) | NUMRI I SENTIMENTEVE POZITIVE (TEMA) | TEMA TE NDJESHME GJINORE |
| ZGJEDHJET LOKALE NË PODGORICË 2022 | 1386 | TË GJITHË PËR QYTETIN TONË (382) / PËR TË ARDHMEN E PODGORICËS(214) | Temat lokale (520) / Çështje të përgjithshme politike (304) / Siguria (182) | 145 | 40 |
| ZGJEDHJET LOKALE NË BUDVA 2022 | 529 | UNIK PËR BUDVËN (115) / MUNDET BUDVA (91) / BUDVA NË VENDIN E PARË (36) | Temat lokale (139) / Çështje të përgjithshme politike (91) | 60 | 10 |
| ZGJEDHJET LOKALE NË PLEVLA 2022 | 470 | ME RRËNJË PËR PLEVLA MË TË MIRË (52) / TË SHKOJMË NJERËZ – PLEVLA (49) / TË FITOJNË PLEVLA (32) | Çështje të përgjithshme politike (59)/ Temat lokale (55) | 22 | 21 |
| NUMRI I INDEKSIT | 2 385 | | | 227 | 71 |

Tabela: Parametrat analitik sipas njësive zgjedhore (numri i indekseve)

Prandaj, narrativa e përgjithshme e fushatës parazgjedhore të zgjedhjeve lokale në 14 njësitë zgjedhore, të mbajtura në tetor 2022, është e ndryshme nga periudhat e vëzhguara më parë. Ka zhvendosje të dukshme nga çështjet e identitetit, fesë dhe statusit ndërkombëtar të Malit të Zi në çështjet e brendshme, para së gjithash ekonomike, e më pas të tjera me rëndësi për jetën e përditshme të qytetarëve. Megjithatë, ka ende një numër të madh postimesh/njoftimesh që flasin për identitetin apo sovranitetin e vendit, duke patur parasysh se bëhej fjalë për zgjedhjet lokale dhe gjenerojnë 187 postime/njoftime në media. Gjithashtu, tashmë nga slogani, si “Është e jona”, duket qartë se narrativa është zhvendosur nga kombëtarja në ndërtimin e identitetit lokal, duke theksuar dhe portretizuar imazh konkret të dëshirueshëm të qytetarit/es, në vend që të ofrojë konkretisht zgjidhje për çështje me rëndësishme jetike. Megjithatë, këtu duhet pasur shumë kujdes në nxjerrjen e përfundimeve, sepse slogani i përmendur është i paqartë. Domethënë, nga njëra anë, tregon krenarinë dhe theksimin e cilësisë së mbartëses të listës zgjedhore, dhe nga ana tjetër, dërgon mesazh për “pushtimin” apo përvetësimin politik të Kryeqytetit – Podgoricës.

Tre tabelat në vijim tregojnë parametrat analitikë sipas listave zgjedhore (të tre llojet e mediave):

- Kolona I (nga e majta në të djathtë) paraqet numrin e përgjithshëm të njoftimeve të gjeneruara;
- Kolona II tregon numrin e njoftimeve me tone të ndryshme në lidhje me listë specifike;
- Kolona III paraqet numrin e njoftimeve të planifikuara në media, d.m.th. ato njoftime në të cilat përfaqësuesit e listave (kandidatët/kandidatet-mbartësit/mbartëset) kishin mundësi të përcillnin mesazh apo qëndrim politik tek publiku;

Monitorimi i zgjedhjeve lokale të vitit 2022 në Mal të Zi nga perspektiva gjinore

- Kolona IV paraqet përzgjedhjen e mediave që janë përzgjedhur për një listë të caktuar zgjedhore dhe kur bëhet fjalë për hapësirën për prezantimin e mesazheve/qëndrimeve politike (të planifikuara);
- Kolona V përmban emrin e temës që shfaqet si dominante në narrativin e listës specifike (pra, daljet e planifikuara);
- Kolona VI përmban numrin e temave të ndjeshme gjinore, ku prania e mediave lidhet me një listë specifike (e krijuar me iniciativën e një liste specifike);
- Kolona e fundit paraqet raportin e numrit të pozitivave dominante të burrave dhe grave për secilën listë individualisht (vetëm kandidatët/kandidatet dhe mbartësit/mbartëset).

| ZGJEDHJET LOKALE NË PODGORICË | | | | | | | |
|--|-------------------------|--------------|------------------------------------|--|---|--|--|
| ZGJEDHJET LOKALE 2022 | | | | | | | |
| | NUMRI TOTALI I INDEKSVE | POZ/NEUT/NEG | NUMRI I NJOFTIMEVE TË PLANIFIKUARA | MEDIA (PLANIFIKUAR) | NARRATIVI DOMINUES (TEMA) | TEMA TË NDJESHME GJINORE (primarë - numri i indekseve) | BURRË/GRUA (qëndrimi dominues-kandidatët/kandidatet) |
| PPS-RRËNJËSISHT PËR PODGORICË-PODGORICË 2022 | 106 | 70/27/9 | 73 | Vijesti.me Rtcg.me Borba.me Gradski.me Blago Dan | Tema të theksuara lokale | 0 | 57/11 |
| LISTA SERBE SHËN SAVA-PODGORICË 2022 | 77 | 45/24/8 | 52 | CdM Blago Dan Blago TV Adria | Çeshtja e identitetit dhe fesë | 0 | 47/0 |
| EVROPA TANI-PODGORICË 2022 | 140 | 100/30/10 | 101 | Blago rtcg.me Blago Dan Blago TV Vijesti | Tema lokale | 1 | 87/0 |
| TË SHKOJMË NJERËZ-DEMOKRATËT-TË BASHKUAR-DEMOS-PODGORICË 2022 | 162 | 117/32/13 | 113 | Blago Vijesti.me Blago Dan Blago Adria TV | Temat lokale (çështjet e përgjithshme politike) | 0 | 67/10 |
| PËR TË ARDHMEN E PODGORICËS-FD-E VËRTETË-E LIRË-PKJ-PODGORICË 2022 | 311 | 221/44/46 | 214 | Borba, IN4S i Vijesti.me TV Adria i TV Prva Blago Dan | Temat lokale dhe siguria (ndikimi i qendrave të pushtetit, krimi, korrupsioni...) | 10 | 52/130 |
| MUNDET PODGORICA-URA-CIVIS-ASH-PODGORICË 2022 | 230 | 144/28/58 | 147 | Blago CdM i Vijesti.me Blago Dan Blago TV Vijesti i TV Adria | Tema të theksuara lokale | 0 | 87/6 |
| NDRYSHIM-2022 | 67 | 64/21/0 | 47 | Portal Vijesti Rtcg.me Blago Dan | Tema lokale | 6 | 32/13 |
| TË GJITHË PËR QYTETIN TONË-PDS-SD-PSD-21.MAJ-PL-PB-PODGORICË 2022 | 837 | 457/80/300 | 382 | Analitika CdM i Gradski.me TV Vijesti i Gradska TV Pobjeda i Dan | Tema lokale | 0 | 302/13 |

NUMRI I INDEKSIT

Tabela: Parametrat analitike sipas listave zgjedhore - PODGORICË (numri i indeksit)



Kur bëhet fjalë për listat në Podgoricë për sa i përket numrit të njoftimeve në mënyrë kumulative, si dhe për numrin e paraqitjeve të planifikuara në media, dominon lista TË GJITHË PËR QYTETIN TONË-PDS-SD-PSD-21.MAJ-PL-PB. Narrativa e përgjithshme parazgjedhore në Podgoricë u krijua si rezultat i ekspozimit mediatik të kësaj liste dhe listës PËR TË ARDHMEN E PODGORICËS-FD-E VËRTETË-E LIRË-PKJ-PODGORICË 2022, kurse listat e tjera ishin më pak aktive. Në shumicën e listave, “temat lokale” shfaqen si dominante në narrativë (përrjashtim bën lista Për të ardhmen e Podgoricës, e cila, përveç temave lokale, akcentoi temën e “sigurisë” me theks në historinë e kimit të organizuar dhe korrupsionit). Në të gjitha listat, prania e temave të ndjeshme gjinore është statistikisht e lënë anash dhe të gjitha karakterizohen nga një disproporcion i madh në numrin e pozitive dominuese të burrave dhe grave (përrjashtim bën lista Për të ardhmen e Podgoricës, mbartëse e së cilës ishte Dr. Jelena Boroviniq Bojoviq).

| ZGJEDHJET LOKALE NË BUDVA | | | | | | | |
|---|-------------------------|--------------|------------------------------------|--|--|--|--|
| ZGJEDHJET LOKALE 2022 | | | | | | | |
| | NUMRI TOTALI I INDEKSVE | POZ/NEUT/NEG | NUMRI I NJOFTIMEVE TË PLANIFIKUARA | MEDIAT (PLANIFIKUARA) | NARRATIVI DOMINUES (TEMA) | TEMA TE NDJESHME GJINORE (primare – numri i indekseve) | BURRË/GRUA (qëndrimi dominues-kandidatët/kandidatet) |
| BUDVA NË VEND TË PARË-FD-BUDVA 2022 | 104 | 33/12/59 | 36 | Borba.me TV Budva i blago TV Adria | Temat lokale dhe të përgjithshme politike | 0 | 32/0 |
| UNIK PËR BUDVËN-PDS-SD-PSD-21.MAJ-PL-BUDVA 2022 | 159 | 119/14/26 | 117 | Analitika CdM rtvbudva.me TV Budva | Temat lokale dhe siguria (ndikimi i qendrave të fuqisë, krimi, korrupsioni...) | 13 | 41/34 |
| MALI I ZI I VËRTETË-BUDVA 2022 | 25 | 16/9/0 | 17 | rtvbudva.me TV Budva | Ekonomia (e përgjithshme) | 0 | 12/4 |
| PPS-RRËNJËSISHT PËR BUDVËN-BUDVA 2022 | 19 | 7/10/2 | 8 | TV Budva | Të përgjithshme politike, identitetit | 0 | 7/0 |
| TË SHKOJMË NJERËZ-DEMOKRATËT-DEMOS-BUDVA 2022 | 93 | 63/12/18 | 63 | rtvbudva.me TV Budva | Temat lokale | 1 | 41/10 |
| AKSIONI QYTETAR-PËR BUDVË MË TË MIRË-BUDVA 2022 | 41 | 27/11/3 | 31 | rtvbudva.me i Portal Vijesti TV Budva | Temat lokale dhe siguria (korrupsioni) | 0 | 26/0 |
| MUNDET BUDVA-LC URA-BUDVA 2022 | 112 | 90/11/11 | 91 | rtcg.me rtvbudva.me Vijesti.me TV Budva | Temat lokale | 0 | 62/19 |
| NUMRI I INDEKSIT | | | | | | | |

Tabela: Parametrat analitike sipas listave zgjedhore - BUDVA (numri i indeksit)

Në krijimin e narrativës së përgjithshme në fushatën parazgjedhore në Budva, lista “UNIK PËR BUDVËN-PDS-SD-PSD-21.MAJ-PL” ka pasur pjesën më të madhe përsa i përket numrit të njoftimeve të planifikuara të gjeneruara. Listat “MUNDET BUDVA-LC URA” dhe “TË SHKOJMË NJERËZ-DEMOKRATËT-DEMOS” gjithashtu

Monitorimi i zgjedhjeve lokale të vitit 2022 në Mal të Zi nga perspektiva gjinore

patën ndikim të rëndësishëm në narrativën e përgjithshme, ndërsa subjektet e tjera politike gjeneruan një numër shumë më të vogël të paraqitjeve të planifikuara në media. Në shumicën e listave dhe në Budva, “temat lokale” shfaqen si dominuese në narrativë dhe prania e temave të ndjeshme gjinore është statistikisht e lënë anash. Në këtë aspekt, lista UNIK PËR BUDVËN-PDS-SD-PSD-21.MAJ-PL ra pak në sy, megjithatë, pavarësisht se në krye të listës ishte grua, numerikisht ka pozita më dominuese të meshkujve në njoftime se sa të grave.

| ZGJEDHJET LOKALE NË PLEVLA | | | | | | | |
|--|------------------------|----------------|------------------------------------|----------------------------|--|--|--|
| ZGJEDHJET LOKALE 2022 | | | | | | | |
| | NUMRI TOTAL I INDEKSVE | POZ/ NEUT/ NEG | NUMRI I NJOFTIMEVE TË PLANIFIKUARA | MEDIAT (PLANIFIKUAR) | NARRATIVI DOMINUES (TEMA) | TEMA TE NDJESHME GJINORE (primare – numri i indekseve) | BURRË/GRUA (qëndrimi dominues-kandidatët/kandidatet) |
| TË FITOJNË PLEVLA-PDS-SD-PSD-PB-PLEVLA 2022 | 60 | 27/11/22 | 31 | pvportal.me TV Pljevlja | Temat lokale dhe ekologjia | 0 | 16/4 |
| EVROPA TANI-PLEVLA 2022 | 21 | 13/7/1 | 17 | TV Pljevlje pvportal.me | Temat lokale dhe sociale | 0 | 9/1 |
| TË SHKOJMË NJERËZ-DEMOKRATËT-TË BASHKUAR-LËVIZJA PËR PLEVLEN-PLEVLA 2022 | 54 | 45/9/0 | 49 | pvportal.me TV Pljevlja | Temat lokale | 0 | 36/7 |
| ME TEMEL PËR PLEVLA MË TË MIRË PLEVLA-PPS-LC-URA-PLEVLA 2022 | 56 | 46/9/1 | 52 | pvportal.me TV Pljevlja | Temat lokale, ekonomia dhe ekologjia | 2 | 34/7 |
| PËR TË ARDHMËN E PLEVLS-FD-PLEVLA 2022 | 47 | 41/6/0 | 38 | pvportal.me TV Pljevlja | Temat lokale dhe sociale dhe ekonomia e përgjithshme | 0 | 27/4 |
| PDP PARTIA PËR DREJTËSI DHE PAJTIM – PLEVLA 2022 | 4 | 4/0/0 | 4 | pa ndarje | Temat lokale | 0 | 2/0 |

NUMRI I INDEKSIT

Tabela: Parametrat analitike sipas listave zgjedhore - PLEVLA (numri i indeksit)

Në krijimin e narrativës së përgjithshme të fushatës parazgjedhore në Plevla, shumica e listave që ishin pjesë e ciklit zgjedhor morën pjesë në mënyrë të barabartë (me përjashtim të listës Evropa Tani dhe Partisë së Drejtësisë dhe Pajtitit, të cilat gjeneruan numër më të vogël të njoftimeve të planifikuara). “Temat lokale”, çështjet sociale, ekonomia shfaqen si narrativa dominuese, ndërsa lista “TË FITOJË PLEVLA-PDS-SD-PSD-PB” ka vënë fokus të rëndësishëm në historinë e ekologjisë. Nga pikëpamja e barazisë gjinore, nuk janë regjistruar përmbajtje statistikisht domethënëse, d.m.th. kjo temë pothuajse është injoruar nga të gjitha subjektet politike. Të gjitha listat karakterizohen nga një disproporcion i madh në numrin e pozitave dominuese të meshkujve dhe femrave.

Tre tabelat në vijim tregojnë parametrat analitikë sipas mediave (të tre llojet e mediave):

- Kolona I (nga e majta në të djathtë) paraqet numrin e përgjithshëm të njoftimeve të gjeneruara për zgjedhjet lokale në Podgoricë;
- Kolona II paraqet numrin e përgjithshëm të njoftimeve të gjeneruara për zgjedhjet lokale në Budva;
- Kolona III paraqet numrin e përgjithshëm të njoftimeve të gjeneruara për zgjedhjet lokale në Plevla;
- Kolona IV përmban emrin e listës zgjedhore që është ndarë në përmbajtjen e mediave specifike me numrin e



- njoftimeve të planifikuara, d.m.th. njoftim në të cilin lista kishte mundësi të përçonte një mesazh politik;
- Kolona V përmban emrin e temës që shfaqet si dominante në narrativen e fushatave parazgjedhore të të tria njësive zgjedhore (kumulative);
- Kolona VI përmban numrin e temave të ndjeshme gjinore, prania mediatike e të cilave është vërejtur në përmbajtjen e mediave specifike;
- Kolona e fundit paraqet raportin e numrit të sentimenteve pozitive në lidhje me temën e kërkimit, d.m.th. barazia gjinore.

| ZGJEDHJET LOKALE (TË TRE NJËSITË ZGJEDHORE) - TELEVISIONET | | | | | | | |
|--|-------------------------------------|---------------------------------|----------------------------------|---|---|--|---|
| ZGJEDHJET LOKALE 2022 | | | | | | | |
| | ZGJEDHJET LOKALE NË PODGORICË | ZGJEDHJET LOKALE NË BUDVA | ZGJEDHJET LOKALE NË PLEVLA | LISTA DOMINUESE (publiciteti planifikuar) | NARRATIVI DOMINUES (TEMA) | TEMA TË NDJESHME GJINORE (numri i indeksit). | NUMRI I SENTIMENTEVE POZITIVE (TEMA) |
| TVCG 1 | 2 | 2 | 2 | / | Të balancuara Temat lokale (3) / Të tjera (3) | 0 | 0 |
| TV VIJESTI | 61 | 2 | 3 | PËR TË ARDHMEN E PODGORICËS (14) / TË GJITHË PËR QYTETIN TONË (13) / EVROPA TANI - PODGORICË (10) / TË SHKOJMË NJERËZ- PODGORICË (10) | Temat lokale (24) / Çështjet e përgjithshme politike (16) | 3 | 11 |
| NOVA M | 5 | 0 | 0 | PËR TË ARDHMEN E PODGORICËS PODGORICËS (2) / EVROPA TANI (2) / MUNDET POGORICA (2) | Të balancuara Çështjet e përgjithshme politike (3) / Temat lokale (2) | 0 | 1 |
| TV PRVA | 51 | 0 | 1 | PËR TË ARDHMEN E PODGORICËS (20) | Temat lokale (21) / Çështjet e përgjithshme politike (10) | 3 | 11 |
| Adria TV | 63 | 6 | 0 | PËR TË ARDHMEN E PODGORICËS (19) | Temat lokale (25) / Çështjet e përgjithshme politike (18) | 1 | 9 |
| GRADSKA TV | 30 | 0 | 0 | TË GJITHË PËR QYTETIN TONË (10) | Temat lokale (11) / Çështjet e përgjithshme politike (7) | 1 | 2 |
| RTV BUDVA | 1 | 74 | 0 | TË SHKOJMË NJERËZ- BUDVA (17) / UNIK PËR BUDVËN (12) / AKSIONI QYTETAR- PËR BUDVË MË TË MIRË(10) | Temat lokale (27) / Ekonomia (12) | 2 | 7 |
| RTV PLJEVLJA | 1 | 0 | 54 | TË SHKOJMË NJERËZ - PLEVLA (14) / ME TEMEL PËR PLEVLA MË TË MIRË (12) / EVROPA TANI - PLEVLA (11) | Temat lokale (19) / Ekonomia (11) | 1 | 2 |

NUMRI I INDEKSIT

Tabela: Parametrat analitike sipas televizioneve - të tre njësitë zgjedhore (numri i indeksit)

Monitorimi i zgjedhjeve lokale të vitit 2022 në Mal të Zi nga perspektiva gjinore

ZGJEDHJET LOKALE (TË TRE NJËSITË ZGJEDHORE) – MEDIAT E SHYTPUR

ZGJEDHJET LOKALE 2022

| | ZGJEDHJET LOKALE NË PODGORICË | ZGJEDHJET LOKALE NË BUDVA | ZGJEDHJET LOKALE NË PLEVLA | LISTA DOMINUESE (publiciteti planifikuar) | NARRATIVI DOMINUES (TEMA) | TEMA TË NDJESHME GJINORE (numri i indeksit) | NUMRI I SENTIMENTEVE POZITIVE (TEMA) |
|------------|-------------------------------|---------------------------|----------------------------|---|--|---|--------------------------------------|
| ND VIJESTI | 20 | 6 | 6 | TË GJITHË PËR QYTETIN TONË (2) / TË SHKOJMË NJERËZ PODGORICË (2) / LISTAT TJERA NGA 1 | Temat lokale (8) / Çështjet e përgjithshme politike (5) / Politika sociale (4) | 0 | 2 |
| DAN | 63 | 16 | 15 | TË GJITHË PËR QYTETIN TONË (11) | Çështjet e përgjithshme politike (28) / temat lokale (26) | 1 | 1 |
| POBJEDA | 30 | 10 | 6 | TË GJITHË PËR QYTETIN TONË (12) | Çështjet e përgjithshme politike (12) / temat lokale (11) | 3 | 2 |

NUMRI I INDEKSIT

Tabela: Parametrat analitike sipas mediave të shtypura - TË TRE NJËSITË ZGJEDHORE (numri i indeksit)

ZGJEDHJET LOKALE (TË TRE NJËSITË ZGJEDHORE) – UEB PORTALET

ZGJEDHJET LOKALE 2022

| | ZGJEDHJET LOKALE NË PODGORICË | ZGJEDHJET LOKALE NË BUDVA | ZGJEDHJET LOKALE NË PLEVLA | LISTA DOMINUESE (publiciteti planifikuar) | NARRATIVI DOMINUES (TEMA) | TEMA TË NDJESHME GJINORE (numri i indeksit) | NUMRI I SENTIMENTEVE POZITIVE (TEMA) |
|------------|-------------------------------|---------------------------|----------------------------|--|---|---|--------------------------------------|
| VIJESTI.ME | 158 | 58 | 25 | TË GJITHË PËR QYTETIN TONË (26) / PËR TË ARDHMEN E POGORICËS (25) / MUNDET PODGORICA (20) / TË SHKOJMË NJERËZ PODGORICË (18) | Temat lokale (95) / Çështjet e përgjithshme politike (42) / Ekonomia (22) | 7 | 19 |
| CdM | 201 | 43 | 16 | TË GJITHË PËR QYTETIN TONË (65) | Temat lokale (93) / Identiteti dhe çështjet fetare (27) / Siguria (26) | 6 | 24 |



| | | | | | | | |
|-------------|-----|----|----|--|---|---|----|
| ANALITIKA | 139 | 38 | 14 | TË GJITHË PËR QYTETIN TONË (64) / UNIK PËR BUDVËN (17) | Temat lokale (57) / Çështjet e përgjithshme lokale (46) / Identiteti (30) | 9 | 20 |
| RTCG.ME | 132 | 46 | 21 | PËR TË ARDHMEN E POGORICËS (21) / EVROPA TANI PODGORICË (16) / TË GJITHË PËR QYTETIN TONË (16) / TË SHKOJMË NJERËZ POGORICË (15) | Temat lokale (68) / Çështjet e përgjithshme politike (32) | 6 | 24 |
| ANTENA M | 74 | 14 | 9 | TË GJITHË PËR QYTETIN TONË (25) | Temat lokale (19) / Çështjet e përgjithshme politike (19) / Siguria (10) | 2 | 7 |
| AKTUELNO.ME | 25 | 2 | 0 | TË GJITHË PËR QYTETIN TONË (16) | Temat lokale (14) | 1 | 2 |
| IN4S | 98 | 23 | 13 | PËR TË ARDHMEN E POGORICËS (37) | Çështjet e përgjithshme politike (32) / Temat lokale (30) / Siguria (23) | 4 | 13 |
| BORBAME | 121 | 36 | 16 | PËR TË ARDHMEN E POGORICËS (39) / BUDVA NË VEND TË PARË - FD (12) | Siguria (42) / Çështjet e përgjithshme politike (38) / temat lokale (35) | 2 | 18 |
| POBJEDA.ME | 98 | 24 | 13 | TË GJITHË PËR QYTETIN TONË (33) | Temat lokale (27) / Çështjet e përgjithshme politike (26) / Siguria (23) | 5 | 14 |
| GRADSKIME | 164 | 33 | 16 | TË GJITHË PËR QYTETIN TONË (61) | Temat lokale (55) / Identiteti dhe çështjet fetare (35) / Çështjet e përgjithshme politike (34) | 9 | 24 |
| PVPORTAL.ME | 1 | 1 | 84 | TË SHKOJMË NJERËZ PLEVLA (21) / ME TEMEL PËR PLEVLA MË TË MIRË (19) / PËR TË ARDHMEN E PLEVLËS (16) / TË FITOJË PLEVLA (15) | Temat lokale (20) / Ekonomia (18) | 1 | 6 |
| RTVBUDVA.ME | 2 | 2 | 96 | TË SHKOJMË NJERËZ - BUDVA (18) / UNIK PËR BUDVËN (17) / MUNDET BUDVA (15) | Temat lokale (24) / Çështjet e përgjithshme politike (19) / Siguria (11) | 4 | 9 |

NUMRI I INDEKSIT

Tabela: Parametrat analitike sipas portaleve në internet TË TRE NJËSITË ZGJEDHORE (numri i indeksit)

Monitorimi i zgjedhjeve lokale të vitit 2022 në Mal të Zi nga perspektiva gjinore

Rishikim cilësor i vizualizimeve të njoftimeve mediatike

Barazia gjinore do të thotë më shumë se prania e barabartë e grave dhe burrave, prandaj është e rëndësishme të sigurohet përfaqësimi dhe dukshmëria e drejtë dhe e barabartë në komunikim. Fotografitë, grafika, materialet video dhe audio janë mjete të fuqishme komunikimi që ndikojnë në perceptimet, qëndrimet dhe përfundimisht ndryshimet në shoqëri. Gjatë përgatitjes së materialeve të shkruara, audio dhe vizuale, duke përfshirë klipet zanore - sinkronizimet, është e rëndësishme që të përfshihen edhe gratë - si intervistuese, të intervistuar dhe folëse në ngjarje, si dhe të kombinohen zërat femëror dhe maskullor në sinkronizim. Megjithëse nuk është e mundur të ketë numër të barabartë grash dhe burrash në çdo segment fotografie, ilustrimi, filmi vizatimor ose video, është e rëndësishme që në prezantimin e përgjithshëm në media, prania e gruas në shoqëri të tregohet e balancuar dhe jo e jashtëzakonshme ose sporadike. Toni me të cilin ne flasim në diskursin publik do të tregojë gjithashtu se si i pozicionojmë gratë ose burrat, dhe mënyra se si shfaqet trupi është e rëndësishme, si dhe vendndodhjen ose mjedisin në të cilin është vendosur gruaja ose burri. Gjithashtu, ngjyrat e përdorura, veçanërisht në përmbajtjen vizuale, nuk duhet të përdoren në mënyrë të tillë që të mbështesin stereotipet gjinore. Kjo pjesë e analizës i referohet paraqitjes vizuale të grave në përmbajtjen mediatike për zgjedhjet lokale në Podgoricë, Budva dhe Plevla. Në lidhje me përmbajtjen e përzgjedhur mediatike, vëmendje e veçantë i është kushtuar identifikimit të prezencës së grave në artikuj apo foto, dhe mënyrës sesi ato shfaqen - nëse zënë pozicionin qendror apo janë në plan të dytë në raport me aktorët dhe burrat kyç dhe cili është roli i tyre në përmbajtjen vizuale.

Monitorimi tregoi prani të vogël të grave në përmbajtje. Të gjitha partitë ishin të përqendruara kryesisht në mbartësit e listave, kështu që të gjithë të tjerët, përfshirë gratë, kishin më pak mundësi për t'u prezantuar publikut përmes mediave, veçanërisht televizionit. Gratë dhe të tjerët kishin më shumë hapësirë në mediat e shkruara dhe portalet online. Në shumicën e rasteve, gratë shfaqen në audiencë, duke dëgjuar folësit dhe duke duartrokatur. Në situatat kur gratë janë mbartëset e listës, ato shfaqen si dominuese, ndërsa gratë e tjera tek partitë e tjera politike janë në audiencë.

Ajo që është e rëndësishme është që mediat kanë publikuar kryesisht materiale të përgatitura nga partitë. Jo të gjitha partitë kishin mbulim të ngjarjeve partiake, para së gjithash video, dhe shpesh foto jo cilësore, kështu që ishte sfidë për TV të shfaqte përmbajtjen e nevojshme. Kështu, kur donin të transmetonin informacion, përdornin regjistrime të mëparshme të folësit/ses, foto nga ngjarjet apo regjistrime të lokacionit për të cilin flitej (lagje, qytet etj.), dhe kjo është një nga arsyet pse burrat janë treguar më dominues krahasuar me gratë. Gjithashtu, një nga problemet ishte vendimi i listës "Për të ardhmen e Podgoricës - FD - E vërtetë - E lirë - PKJ - Podgoricë 2022" për bojkotimin e Gradska Televizija, kështu që ata nuk ua dërguan përmbajtjen e tyre, dhe mbuluan informacione me regjistrime të mëparshme, jo të fushatës, që ka ndikuar në vizualizimin e përmbajtjes në këtë televizion. Përfaqësuesit e kësaj liste refuzuan ftesën për të marrë pjesë në emisionet e këtij televizioni, duke shprehur mospajtime të shpeshta me politikën editoriale të asaj medie dhe kritika në lidhje me mënyrën e tyre të punës.

Siç u tregua në kapitujt e mëparshëm, mediat më së shumti raportuan për zgjedhjet lokale në Podgoricë, në një masë më të vogël për zgjedhjet në Budva, ndërsa zgjedhjet lokale në Plevla morën më pak hapësirë në media. Në përmbajtjet e përgjithshme të vëzhguara, dominojnë meshkujt, pothuajse 80% krahasuar me gratë 20%. Kjo shifër nuk tregon një devijim të konsiderueshëm nga prania e përgjithshme e grave në media. Gjegjesisht,



sipas të dhënave nga analiza e prezantuar në tetor 2022 - "Pasqyra gjinore e mediave në Mal të Zi"²³, vetëm çdo e pesta bashkëbiseduese në mediat malazeze është grua ose 26% krahasuar me 74% të burrave, që është dukshëm nën mesataren botërore. Sipas hulumtimit të UNDP-së, rreth 15% është zëri i grave në kategorinë politike dhe ekonomike. Kur shikohet segmenti i vizualizimit të njoftimeve mediatike, duhet theksuar se në Mal të Zi, televizionet janë mediat më me ndikim, dhe veçanërisht ato me mbulim kombëtar, kanë raportuar kryesisht për zgjedhjet në Podgoricë, e më pas për zgjedhjet në Budva dhe Plevla. Mediat lokale nga këto dy qytete, logjikisht, i dhanë hapësirë të konsiderueshme përmbajtjeve parazgjedhore nga komuniteti lokal për të cilat edhe synohen.

Burrat gjithashtu flisin në mënyrë dominuese në televizion. Tashmë është përmendur se fushatat ishin të fokusuar më së shumti tek mbartësit e listave, kështu që zëra të tjerë rrallë mund të dëgjoheshin në media. Gjegjësisht, në tubime, nga sa shihet në disa foto/video, mund të konstatohet se ka pasur edhe folës të tjerë, por partitë që e kanë dërguar materialin në media kanë vendosur se tek kush do të jetë fokusi. Fakti është se lista në Podgoricë drejtohej nga një grua dhe për këtë arsye ajo përfaqësohej kryesisht në botime. Megjithatë, mund të gjendeshin raporte mediatike dhe artikuj në të cilët burrat flisnin së bashku me të ose kishin parësinë në raportet mediatike në lidhje me të. Në një numër të caktuar postimesh është vërejtur se kur mbartësja e kësaj liste ka folur, është fotografuar apo në ndonjë mënyrë tjetër ka kontaktuar drejtpërdrejt me qytetarët e mbledhur, e ka bërë këtë kryesisht me meshkuj, gjë që mund të jetë edhe një lloj mesazhi që kjo politikane dërgon. Duke pasur parasysh faktin se ka pasur një numër të konsiderueshëm përmbajtjesh në të cilat është kujdesur që burrat dhe gratë të jenë të përfaqësuar në segmente të tilla, mund të supozohet se ishte çështje mosvëmendjeje ose thjesht situata në terren ku burrat imponuan veten e tyre.

Karakteristike është se mbartësit/set e listave më së shpeshti janë shfaqur duke iu drejtuar qytetarëve/reve të mbledhur/a (d.m.th kanë pasur rol aktiv), ndërsa gratë që janë paraqitur si kandidatë në listë apo si përkrahëse të një liste të caktuar janë shfaqur më së shpeshti në këmbë duke u drejtuar kamerës dhe duke folur. Kjo dërgon mesazh të sublimuar për fuqinë e burrit, se ka rol aktiv (flet, i drejtohet turmës, të gjithë e duartrokin, e dëgjojnë), ndërsa gruaja është vetëm dhe i drejtohet një publiku të panjohur, duke parë kamerën.

Gratë që nuk ishin barëset e listës u shfaqën në TV pa video, dhe fotot e tyre u përdorën për ilustrim dhe më së shpeshti portreti që e tregonte atë si statike, pa e portretizuar rolin e saj real në parti/shoqëri... Një problem shtesë, veçanërisht në mediat lokale, është se deklarata e firmosur nga gruaja lexohej nga zëri i një burri. Kjo tregon se media nuk është mjaft e ndjeshme ndaj gjinisë për t'i marrë parasysh këto çështje.

Më shumë hapësirë për gratë që nuk ishin bartese të listës ka pasur në portale dhe në gazeta, gjë që pritet për vetë natyrën e medias – përkatësisht televizionet kanë më së shumti kufizime hapësinore, pas gazetave, ndërsa portalet kanë hapësirë të pakufizuar dhe për këtë mundësojnë prezencë më të madhe të aktorëve politikë në fushatën parazgjedhore.

Në gazeta dhe portale vlen të thuhet edhe ajo që ishte karakteristikë e televizionit - burrat janë dominues, të paraqitur

23 „Pasqyra gjinore e mediave në Mal të Zi”, nga autorja Dushanka Pejoviç, realizuar përmes projektit Komunikimi i Barazisë Gjinore në Administratën Publike, i zbatuar nga UNDP dhe Drejtoria për Barazi Gjinore në Ministrinë e të Drejtave të Njeriut dhe të Pakicave të Malit të Zi, me mbështetjen financiare të BE-së

Monitorimi i zgjedhjeve lokale të vitit 2022 në Mal të Zi nga perspektiva gjinore

në pozita të pushtetit, aktivë, ndërsa gratë (përveç mbartesve të listës) pasive, qëndronin pas burrave, duartrokisnin në audiencë ose dëgjonin ata të cilët u drejtuan atyre. Gjithashtu, portalet publikuan video parazgjedhore të subjekteve politike, pjesëmarrësve në garën zgjedhore, që ka ndikuar në krijimin e imazhit dhe opinionit publik (për videot promovuese në kapitullin e veçantë). Gjithashtu, portretet e grave ishin shpesh më të përhapura në gazeta sesa portretet e burrave dhe prezenca e burrave në kopertinat e gazetave ishte dominuese. Prandaj, aty ku është më e rëndësishmja – në kopertina – dominojnë burrat.

Një mesazh tjetër për faktin se meshkujt janë ata që dominojnë kur është e rëndësishme, përshkruhet në raportet e mediave nga konventat finale të partive, veçanërisht në Budva dhe Plevla. Përkatësisht, në ta kanë folur burrat, liderët e partisë apo zyrtarë të tjerë të shquar partiakë, madje edhe zyrtarë nga vendet fqinje, ndërkohë që nuk kishte gra. Edhe mbartësja e një liste në Budva në raportimet e mediave për konventën finale ka dalë në fund të përmbajtjes/tekstit ose disa media nuk e kanë raportuar fare.

Asnjë përdorim stereotipik nuk u vërejt veçanërisht në përmbajtjet e shqyrtuara, dhe në mesin e përmbajtjeve në shumicën e rasteve nuk kishte paraqitje të grave në mënyrë të papërshtatshme. Mirëpo, në një numër të vogël tekstesh në portale të caktuara jepen fotografi të grave të cilat duan ti poshtërojnë. Një shembull i tillë është edhe ish-kryetarja e Gjykatës së Lartë, Vesna Medenica, e cila nuk ishte pjesë e kësaj ndeshjeje zgjedhore, e cila është publikuar në portalin Borba.²⁴

Po ashtu, e njëjta foto përdoret edhe në tekstin e portalit IN4S²⁵, i cili ka edhe foton e një gruaje tjetër - ish-drejtoreshë ekzekutive të Plantacionit (Plantaže), Verica Marash, e cila kur shikohet njoftimi i përgjithshëm, sillet në kontekst negativ edhe ndonëse nuk ishte pjesëmarrëse dhe angazhimi i saj nuk u vërejt gjatë këtyre zgjedhjeve lokale. Marash dhe Medenica ishin të lidhura publikisht me PDS-në dhe gjatë fushatës zgjedhore ato u përdorën në kontekst negativ nga këto dy portale. Konteksti shtesë që shtohet është rikujtimi i proceseve aktuale hetimore që po zhvillohen në lidhje me të dyja nga autoritetet kompetente të zbatimit të ligjit. Bashkë



24 Në dispozicion në: <https://borba.me/koga-ce-glasati-vesna-medenica/>

25 Në dispozicion në: <https://www.in4s.net/u-najavi-debaki-dps-a-sirom-crne-gore-odrekli-se-imana-partije-i-mila-djukanovica-u-nazivu-izbornih-listi-kriju-su-iza-laznih-koalicija-pokreta-i-slogana/>



me tekstin, në portalin Aktuelno, është postuar foto joadekuate e Jelena Boroviniq Bojoviq, mbarteses së listës “Për të ardhmen e Podgoricës”.²⁶

Pra, si në media ashtu edhe në realitet burrat dominojnë në Mal të Zi. Ndërsa sipas të dhënave nga videoja e UNDP-së “Gruaja e lindur në Mal të Zi”²⁷ do të duhen 95, gjegjësisht 257 vjet për të kapërcyer hendekun gjinor në politikë dhe ekonomi, ndërsa do të duhen gati shtatë dekada për të mbyllur hendekun gjinor në media. Gjegjësisht, në analizë thuhet: “Anketa e GMMP-së e vitit 2020 thotë se media sot është në gjysmë të rrugës për të arritur barazinë mes grave dhe burrave që shfaqen në media”. Konstatohet se nëse gjërat qëndrojnë siç janë tani, do të duhen të paktën 67 vite të tjera për të mbyllur hendekun mesatar të barazisë gjinore në media.²⁸



Analizë cilësore e mesazheve të marketingut parazgjedhor nga pikëpamja e barazisë gjinore

Prezenca në publik, e veçanërisht në hapësirën mediatike, luan rolin kyç në “përfaqësimin, fuqizimin, por edhe futjen e koncepteve kulturore, qëndrimeve, sjelljeve dhe normave në shoqëri”²⁹. Përmes përmbajtjes në media dhe hapësirës publike, shoqëria “mëson” çfarë është normale dhe e pranueshme. Në shembullin e temës specifike, nëse në sferën publike më së shumti takojmë burra në pozita vendimmarrëse politike, bëhet ose mbetet “normale” të presësh të shohësh burra në pozicione të tilla. Dhe anasjelltas, nëse nuk shohim gratë që marrin vendime në sferën publike, bëhet, d.m.th. mbetet “normale” që në jetën reale të mos presim gra në poste të tilla. Pra, rruga drejt vendit të vendimmarrjes politike bëhet më e vështirë për një grua, sepse kandidatura e saj nuk vlerësohet pavarësisht nga seksi, me vetëdije apo pa vetëdije nga votuesit, por edhe nga kolegët e politikës. Nëpërmjet medias dhe hapësirës publike, ne absorbojmë në mënyrë të pavetëdijshme rolet dhe stereotipet gjinore, dhe kjo është arsyeja pse është e rëndësishme që ky mekanizëm i krijimit dhe përforcimit të

26 Në dispozicion në: <https://www.aktuelno.me/politika/bivsa-ministarka-iznudjeno-rjesenje-mandic-i-slaven-rozi-se-kriju-iza-zdravkovih-apostola/>

27 Në dispozicion në: <https://www.youtube.com/watch?v=FZOReJoJ9ag>

28 Në dispozicion në: <https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/2022-10/UNDP%20%20Rodno%20ogledalo%20medija%20u%20Crnoj%20Gori%20WEB.pdf>

29 UN Women, 2018

Monitorimi i zgjedhjeve lokale të vitit 2022 në Mal të Zi nga perspektiva gjinore

stereotipeve të kuptohet dhe “të nxirret në pah”. Edhe pse kjo vlen për të gjitha fushat e veprimtarisë, aktiviteti politik është veçanërisht i rëndësishëm për ne.

Indeksi i Barazisë Gjinore, i përgatitur në vitin 2019 në bashkëpunim me UNDP-në nga Zyra Statistikore e Malit të Zi, tregon për marrëdhënien e pabalancuar të pushtetit midis burrave dhe grave në sferën e vendimmarrjes, veçanërisht të vendimmarrjes politike³⁰. Gjegjësisht, indeksi tregoi se në Mal të Zi, në nivel kombëtar, gratë janë më pak të barabarta pikërisht në sferën e pushtetit. Fusha e pushtetit në indeks funksionalizohet përmes tre dimensioneve - pushtetit ekonomik, politik dhe social me sërë treguesish që matin balancën gjinore në marrëdhëniet e pushtetit në sferë specifike. Nga tre dimensionet, gratë janë më pak të barabarta në domenin e pushtetit ekonomik, por dallime të mëdha vërehen edhe në domenin e pushtetit politik. Situata u përmirësua ndjeshëm pas vitit 2014, kur kuotat gjinore për pjesëmarrjen në pushtetin legjislativ u bënë më efektive. Megjithatë, në zgjedhjet lokale të vitit 2022, për herë të parë që nga vendosja e kuotave efektive gjinore, ato janë shkelur, tani pa sanksione. Përkatësisht, Komisioni Komunal Zgjedhor në Guci ka shtyrë pesë, kurse Komisioni Komunal Zgjedhor në Budvë dy lista zgjedhore që nuk e përmbushin obligimin e Ligjit për zgjedhjen e këshilltarëve dhe deputetëve në Mal të Zi, sipas të cilit lista duhet të përmbajë të paktën 30% e kandidatëve të gjinisë më pak të përfaqësuar.³¹ Edhe pse kuotat fillimisht e përmirësuan situatën kur u vendosën, numri i grave që marrin pjesë në vendimmarrje politike, veçanërisht në poste të larta dhe ekzekutive, mbetet prapa mesatares së vendeve të Bashkimit Evropian. Duke pasur parasysh se Strategjia Kombëtare e Zhvillimit të Qëndrueshëm, që është në përputhje me Agjendën e OKB-së për Zhvillimin e Qëndrueshëm, ka përcaktuar se qëllimi kombëtar është që deri në vitin 2030 të zgjidhen të paktën 40% e deputeteve gra në Parlamentin e Malit të Zi, është e qartë se përmbushja e këtij objekti është në vonesë³².

Në këtë raport, balanca gjinore në pjesë të hapësirës publike është vërejtur gjatë fushatës zgjedhore për zgjedhjet në 14 komunat malazeze më 23 tetor 2022. Konkretisht, ne shikuam mënyrën se si gratë dhe burrat u përfaqësuan përmes billbordeve dhe reklamave politike gjatë këtyre zgjedhjeve. Së fundi, ne u interesuam nëse gjuha e ndjeshme gjinore është përdorur gjatë fushatës zgjedhore përmes billbordeve dhe videove politike.

Analiza e pranisë së burrave dhe grave në billborda

Ky kapitull **paraqet rezultatet e analizës së 436 billbordave të vëzhguara në 14 komunat ku janë mbajtur zgjedhjet**. Gjetjet ndahen në dy pjesë, në të parën analizohet prezenca dhe në të dytën cilësia e pranisë së figurave mashkullore dhe femërore në billborde. Billbordet janë instrument i rëndësishëm i marketingut politik, i cili, ndër të tjera, konsiderohet se ka një ndikim pozitiv në daljen e votuesve³³.

Gjetjet bazë lidhur me **prezencën** janë dhënë në tabelën e mëposhtme, ku jepet një prerje tërthore sasiore e prezencës së burrave dhe grave në tabela sipas komunave. Në fund, të gjitha komunat ku janë mbajtur zgjedhjet

30 Zyra Statistikore Monstat dhe UNDP, 2019

31 Më shumë informacione në: <https://www.vijesti.me/vijesti/politika/111497/cdt-oik-gusinje-i-budva-proglasile-nezakonite-izborne-liste>

32 Qeveria e Malit të Zi, 2016.

33 Minkoff & Mann, 2020



janë trajtuar si një tërësi, kështu që shihet se në të gjitha billbordet që janë përdorur për qëllime zgjedhore ka pasur pothuajse 10 përqind më pak figura të grave se sa burrave. Gjegjësisht, në billbordet shfaqen gjithsej 583 burra dhe 480 gra në role të ndryshme. Bilanci tregohet edhe nga komunat, kështu që mund të shohim se situata më pak e balancuar është në billbordet në Danilovgrad, Pluzhinë dhe Zhabljak, ku votuesit nuk mund të shihnin asnjë figurë të gruas në billbordet zgjedhore. Në Budva, bilanca ndryshoi në favor të grave, kështu që billbordet shfaqnin më shpesh figura femrash (62.3%). Bilanca më i mirë u arrit te Zeta, ku numri i figurave femërore dhe mashkullore ishte i barabartë.

| KOMUNA | NUMRI I FIGURAVE MASHKULLORE | % | NUMRI I FIGURAVE FEMËRORE | % |
|--------------|------------------------------|-------------|---------------------------|-------------|
| Tivar | 102 | 59.6 | 69 | 40.3 |
| Bielo Pole | 47 | 63.5 | 27 | 36.4 |
| Budva | 131 | 37.6 | 217 | 62.3 |
| Danilovgrad | 2 | 100 | 0 | 0 |
| Kolashin | 17 | 62.9 | 10 | 37.04 |
| Plavë | 8 | 72.7 | 3 | 27.2 |
| Plevla | 41 | 67.2 | 20 | 32.7 |
| Pluzhinë | 2 | 100 | 0 | 0 |
| Podgoricë | 187 | 63.6 | 107 | 36.3 |
| Rozhajë | 2 | 66.6 | 1 | 33.3 |
| Tivat | 29 | 67.4 | 14 | 32.5 |
| Zhablak | 3 | 100 | 0 | 0 |
| Zeta | 12 | 50 | 12 | 50 |
| TOTAL | 583 | 54.8 | 480 | 45.1 |

Tabela: Bilanc në numrin e figurave femra dhe meshkuj në tabela

Një kriter tjetër për matjen e bilansit në praninë e figurave femërore dhe mashkullore në billborde mund të jetë përqindja e billbordeve ku ato nuk janë të pranishme. Kjo statistikë është e dhënë në tabelën e mëposhtme. Në tetë komuna, në më shumë se gjysmen e billbordeve nuk ka gra. Në nivel më të gjerë, kemi përqindje prej më shumë se gjysmën e të gjithë billbordeve të përdorura për qëllime të zgjedhjeve lokale që nuk kanë asnjë figurë femërore (56.6%). Për burrat, kjo përqindje është dukshëm më e ulët - 29.1%.

Monitorimi i zgjedhjeve lokale të vitit 2022 në Mal të Zi nga perspektiva gjinore



Foto: Shembull i një billboardi me një numër të madh figurash, asnjëra prej të cilave nuk ka seksin femëror

| KOMUNA | NUMRI I BILLBORDEVE NË TË CILAT NUK KA FIGURA MASHKULLORE | % | NUMRI I BILLBORDEVE NË TË CILAT NUK KA FIGURA FEMËRORE | % |
|--------------|---|-------------|--|-------------|
| Tivar | 38 | 37.6 | 63 | 62.3 |
| Bijelo Pole | 4 | 16.6 | 11 | 45.8 |
| Budva | 44 | 32.3 | 86 | 63.2 |
| Danilovgrad | 3 | 60 | 5 | 100 |
| Kolashin | 0 | 0 | 1 | 20 |
| Plavë | 1 | 16.6 | 4 | 66.6 |
| Plevla | 1 | 6.6 | 8 | 53.3 |
| Pluzhënë | 0 | 0 | 2 | 100 |
| Podgoricë | 22 | 21.7 | 48 | 47.5 |
| Rozhajë | 2 | 40 | 3 | 60 |
| Tivat | 3 | 16.6 | 4 | 22.2 |
| Zhablak | 4 | 57.1 | 7 | 100 |
| Zeta | 5 | 45.4 | 5 | 45.4 |
| TOTAL | 127 | 29.1 | 247 | 56.6 |

Tabela: Numri dhe përqindja e billboardëve pa figura mashkullore dhe femërore



Kur bëhet fjalë për **cilësinë e prezencës** së figurave mashkullore dhe femërore në billborde, kemi monitoruar tre tregues: seksualizimin, stereotipizimin dhe rolin. Në billborde nuk u identifikuan shembuj të seksualizimit ose portretizimit stereotip të burrave ose grave. Gjegjesisht, si burrat ashtu edhe gratë në billborde paraqiten kryesisht me veshje biznesi elegante dhe konservatore ku dominojnë xhaketa dhe këmisha.



Gjithashtu, në billborde nuk u vu re dominimi i roleve stereotipike. Ekziston një shembull ku burri është në plan të parë, dhe gruaja është ajo që e vëzhgon atë nga prapavija, por një shembull i tillë ekziston edhe në drejtim të kundërt.

Gjegjesisht, ka edhe shembuj ku ndarja e roleve ishte e kundërta dhe ku është njeriu që vëzhgon “nga projekcioni i dytë.” Në të dyja rastet, figura kryesore është mbartësi i listës, gjë që tregon rëndësinë e ekuilibrit në atë pozicion.

Megjithatë, tabloja e bilansit gjinor ndryshon kur shikojmë treguesin e “rolit”, sepse nuk është njësoj nëse, për shembull, një burrë apo një grua shfaqet në plan të parë, si protagonistë/

Foto: Një nga listat në zgjedhjet lokale në Podgoricë - të gjithë aktorët janë të veshur me rroba biznesi



Foto: „Rolet“ e burrave dhe grave

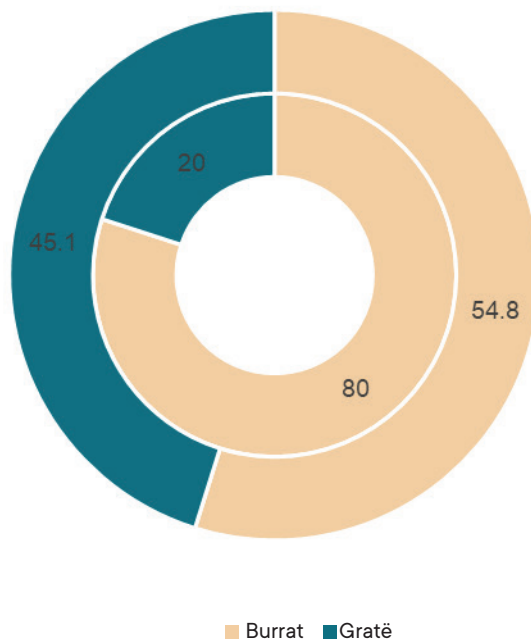


Foto: „Rolet“ e burrave dhe grave

Monitorimi i zgjedhjeve lokale të vitit 2022 në Mal të Zi nga perspektiva gjinore

te kryesorë, apo nëse shfaqen në sfond dhe në role dytësore. Mbartësit e listave u gjetën në 265 (60.8%) billboard, nga të cilët 80% ishin burra (212), dhe vetëm 20% ishin gra (53). Këto përqindje korrelojnë shumë më pak lista në zgjedhjet lokale të udhëhequra nga gratë.

Është interesante të krahasohen të dhënat për përqindjen e grave dhe burrave në pozicionin e protagonistit kryesorë/re të billboardit me të dhënat e numrit total të figurave meshkuj dhe femra në billboarda. Me rikujtim se raporti total i figurave femra me meshkuj në billboard ishte 45.1% kundrejt 54.8% për meshkujt. Duke krahasuar këto dy të dhëna, mund të supozojmë se partitë bënë përpjekje të jenë më shumë gra në billboard, por gjithsesi i vendosen ato në role dytësore. Numri më i vogël i grave në pozita udhëheqëse në realitet dhe marketingu politik kontribuon më tej në forcimin e stereotipit se politika nuk është vend për gratë.



Grafiku: Prania (rrethi i jashtëm) dhe rolet kryesore (rrethi i brendshëm) në lidhje me gjininë

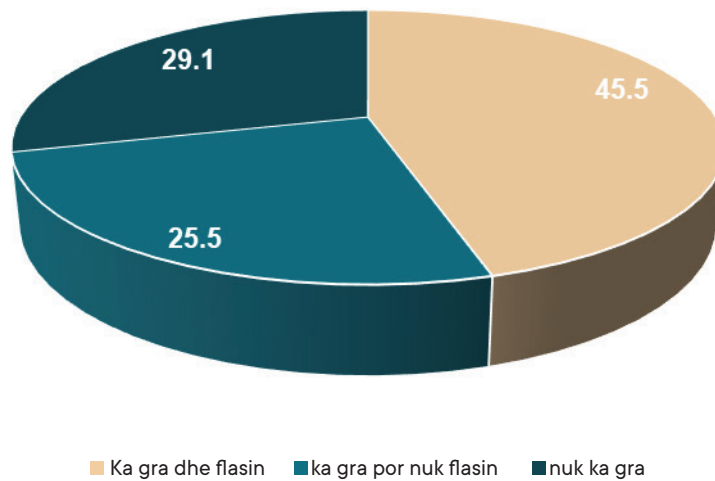
Analiza e pranisë së burrave dhe grave në spotet televizive

Spoti politik është instrument shumë popullor i marketingut politik, funksioni i tij është të informojë, por edhe të bindë votuesit. Në videot politike, kandidatët/tet prezantohen para votuesve të mundshëm në rrethana të kontrolluara dhe të paravendosura. Pikërisht ai element - planifikimi është i rëndësishëm. Përkatësisht, me videot politike, partitë me vetëdije reklamojnë mesazhe të caktuara, gjë që i bën ato interesante për analizën e qëllimeve.

Gratë shfaqen në disa role në 117 nga 169 video të analizuar politike (71%). Në 29.1% të videove nuk ka gra. Përveç kriterit të pranisë, është e rëndësishme të shikohet nëse ajo prani është aktive, d.m.th. nëse burrat dhe

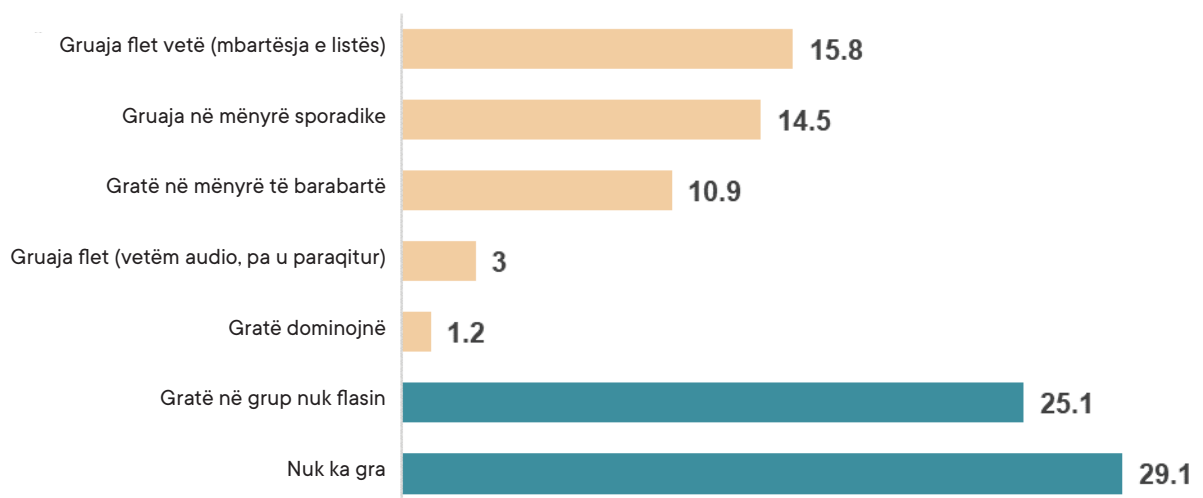


gratë flasin. Në 45.5% të videove një grua flet, në 15.6% të videove flet vetëm mbartësja e listës, në 10.8% disa gra flasin njësoj, në 3% dëgjohet zëri femëror në sfond, por personazhi nuk shihet, ndërsa në 14.4% flasin edhe burrat edhe gratë, por gratë në mënyrë sporadike dhe dominuese në 1.2%. Në një të katërtën e videove gratë shfaqen në role dytësore, d.m.th. ne i shohim, por ato nuk flasin.



Grafika: Prania e grave në videot politike

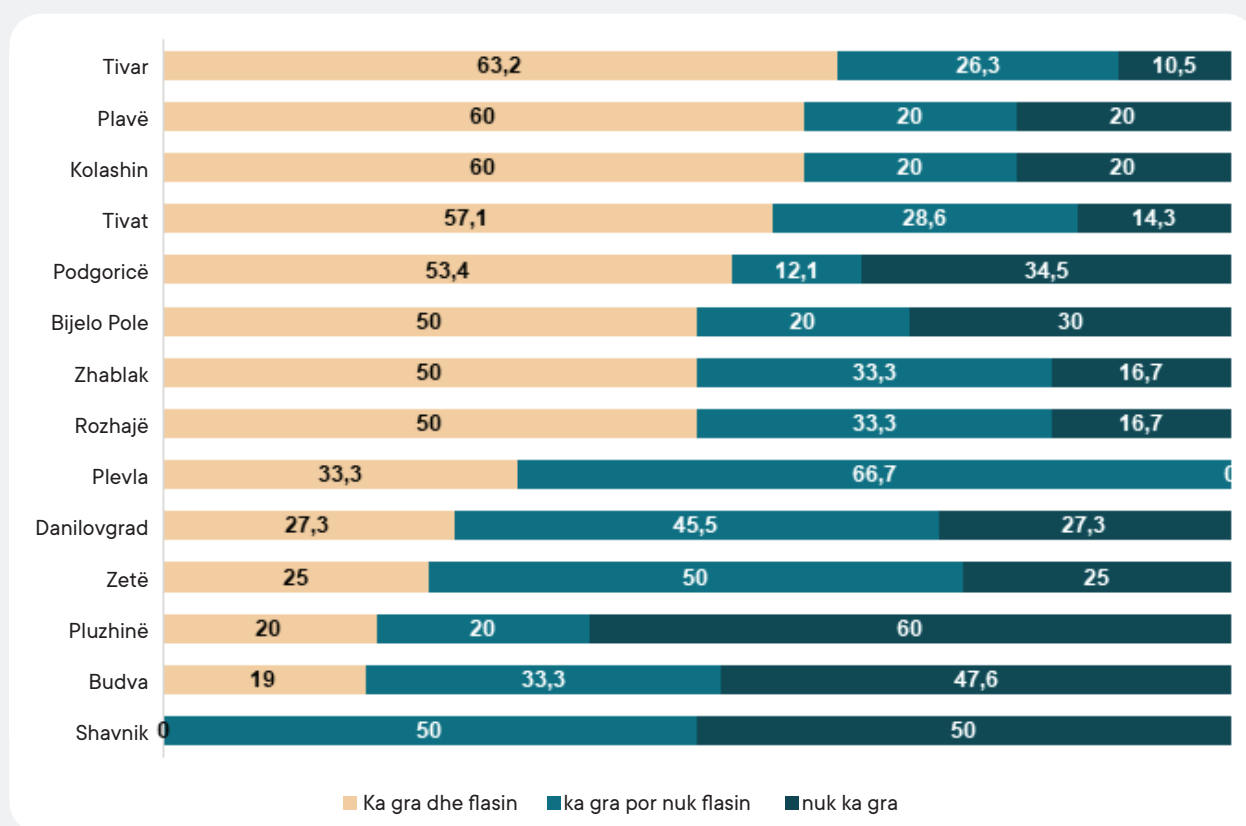
Mënyrat se si gratë janë të pranishme në videot politike të vëzhguara janë dhënë në grafikun në vijim.



Grafiku: Mënyra e pranishmërisë së grave në videot e vëzhguara politike

Monitorimi i zgjedhjeve lokale të vitit 2022 në Mal të Zi nga perspektiva gjinore

Të dhënat kemi mundur ti analizojmë në lidhje me të cilat zgjedhje u referohen videot. Shqyrtimi videove të analizuar në lidhje me çdo komunë ku janë mbajtur zgjedhjet, në lidhje me kriteret se si gratë janë të pranishme në video, jepet në grafikun 8. Gratë janë paraqitur si aktore politike aktive që flasin më së shumti në video që janë regjistruar për zgjedhje në komunat: Tivar, Plavë, Kolashin, Tivat, Podgoricë, Bijelo Pole, Zhablak dhe Rozhajë. Gratë flasin më së paku në reklamat politike për zgjedhjet në Shavnik, Budva, Pluzhinë dhe Zetë.



Grafik: Shqyrtimi i pranisë së grave në lidhje me zgjedhjet, referuar videove

Domethënë, prezenca e thjeshtë nuk mjafton për të vlerësuar se si portretizohen burrat dhe gratë në videot politike, kështu që videot u analizuan përmes tre kriterëve të përmendura më lart - seksualizimi, portretizimi stereotipik dhe roli.

Mbartëset e listave në video duken të sigurta dhe kompetente, dhe kjo vlen edhe për shumicën e grave që flasin, edhe pse nuk janë mbartese të listës. Ato janë veshur kryesisht me stil biznesi dhe konservator. Gjithashtu, në video gratë trajtohen me tituj, akademikë, mjekësorë apo në lidhje me funksionet që kryejnë apo planifikojnë të kryejnë. Është interesante dhe disi e re për hapësirën tonë që në videot e disa mbarteseve të listave shfaqen pa make-up. Në njërin prej videove, mund të shohim mbartesen e listës në edicionin shtëpiak (me tuta) duke raportuar për votim në Parlamentin e Malit të Zi përmes Zoom apo ndonjë platforme tjetër të ngjashme. Në videon e dytë, një nga mbartëset e listës shfaqet me uniformë punëtoreje dhe me helmetë. Në



videot e vëzhguara kryesisht nuk vihej re seksualizimi i personazheve femërore. Një përjashtim nga kjo është përdorimi i një personazhi femëror në videon e koalicionit “Qytetarët e Danilovgradanit forca jonë.” Gruaja në video shfaqet si personazh në sfond që kalon nëpër pjesë të caktuara të qytetit me radhë për të ilustruar se çfarë thotë folësi në video. Vajza është e veshur me një fustan të gjatë jeshil me dekolte të hapur.

Kur bëhet fjalë për videot në të cilat mbartëset e listave janë në rolin kryesor, kemi vërejtur se çfarë temash trajtojnë dhe si janë portretizuar. Këto janë ndër të tjera videot në të cilat mbartëset të listës janë Për të ardhmen e Tivarit Maja Vukiqeviq, për të ardhmen e Podgoricës Jelena Boroviniq Bojoviq, Slagjana Kalugjeroviq, mbartësja e listës së PPSH Rrënjësisht për Zetën, Dragana Mitrovic, mbartësja e listës së Koalicionit Unik për Budvën, Danijela Dobriloviq Dondiq, mbartëse e listës Mundet Piva. E njëjta gjë vlen edhe për videot në të cilat folëset e vetme janë politikanet që nuk janë mbartëse të listës, si Teodora Ostojic nga lista Për të ardhmen e Tivarit, Edina Deshiq nga Partia Boshnjake nga Tivari ose Angjela Beloica nga lista Për të ardhmen e Rozhajës, Marta Shqepanoviq Bashkë Ndërtojmë Kolashinin.

Në videot e vëzhguara, mbajtëset e listave përgjithësisht nuk flasin për tema që janë stereotipike të rezervuara për gratë. Përkundrazi, ato flasin për tema që kanë të bëjnë me çështje specifike politike në përputhje me temën e fushatës që përfaqësojnë. Disa nga temat për të cilat flasin kanë të bëjnë me vetëqeverisjen lokale - gjendja e parqeve, punësimi i të rinjve në komunë, zhvillimi i turizmit e të ngjashme, ndërsa disa fushata kanë të bëjnë me çështjet kombëtare, luftën kundër partive të tjera politike në nivel kombëtar. Megjithatë, edhe pse tema të cilën e trajtojnë nuk ka ndarje stereotipike të roleve gjinore, kjo nuk vlenë për videot në tërësi. Disa nga rolet në video janë të ndara në mënyrë stereotipike - për shembull, rolin e sekretares e luan një grua, ose në disa video, vetëm gratë mbajnë pankarta dhe shenja, edhe pse në skenë qëndrojnë burra dhe gra.

Interesante është edhe prezantimi në kontekstin familjar. Shfaqja e kandidatit/es në kontekstin familjar është drejtim i zakonshëm në marketingun politik në botë. Megjithatë, edhe pse në videot e vëzhguara dy kandidatë i referohen statusit të tyre familjar, vetëm një grua shfaqet në kontekstin e familjes. Gjegjësisht, në një nga videot kandidatja shfaqet me fëmijët e saj, pra në rolin e nënës. Përveç saj, një kandidat në fjalimin e tij prezantonë veten edhe si prind (“sot jam këtu si njeri i trajnuar, si profesionist, si prind”). Një tjetër kandidat përmend fëmijët e tij me emër (“sepse dua t’i lexoj përralla Sarës dhe Davidit në gjuhën tonë”).

Përdorimi i gjuhës së ndjeshme ndaj gjinisë

Autorët dhe autoret e tekstit në billborda përgjithësisht u shmangën shprehjeve në të cilat duhet të zbatohen parimet e gjuhës së ndjeshme ndaj gjinisë - “Le të shkojmë, njerëz” ose “Spitali për Budvën.” Në këtë kuptim, nuk ka shkelje të rregullave të gjuhës së ndjeshme ndaj gjinisë.

Kur bëhet fjalë për video, aktorët shpesh flasin me gjuhë të ndjeshme gjinore, për shembull “Podgoriçanë edhe Podgoriçane” ose “qytetarë dhe qytetare”, “bashkëqytetarë” dhe “bashkëqytetare”, “shokë dhe shoqe”, edhe pse ka përjashtime si “Kemi dhe kandidatin e duhur për kryetar komune, doktoreshën...”

Rregullat e gjuhës së ndjeshme ndaj gjinisë nënkuptojnë përputhjen e emrave dhe foljeve në gjini. Megjithatë, kur bëhet fjalë për shumësin, është e saktë të vazhdohet në dy mënyra. E para - për të përdorur gjininë gramatikore mashkullore për rastet kur shumësi përfshin burra dhe gra - për shembull “qytetarë” ose për t’iu drejtuar në mënyrë specifike burrave dhe grave në shumës “qytetarë dhe qytetare”. Edhe pse forma e parë është plotësisht e saktë gramatikisht, forma e dytë rrit dukshmërinë e grave. Ne mund t’i ilustrojmë këto mundësi me shembujt e dy sloganeve që shfaqen në shumës. Gjegjësisht, sloganet “Të gjithë për qytetin

Monitorimi i zgjedhjeve lokale të vitit 2022 në Mal të Zi nga perspektiva gjinore

tonë” ose “Unik për Budvën” respektojnë plotësisht rregullat gramatikore në kuptimin që përdorin shumësin e përbashkët për gjininë mashkullore dhe femërore që përkufizohet në gjininë mashkullore - “të gjithë” ose “unik”. Megjithatë, duke pasur parasysh rëndësinë e përdorimit të shprehjeve me ndjeshmëri gjinore për të rritur dukshmërinë, dhe për rrjedhojë praninë e gruas në vendimmarrjen politike³⁴, megjithëse nuk është e nevojshme gramatikisht, do të ishte e dobishme nëse shprehjet do të shfaqeshin në gjininë femërore dhe mashkullore, për shembull si “Të gjithë/a” ose “Unik/e”.

Dhe në videot politike, format e shumësit përdoren më së shumti në gjininë e përbashkët mashkullore - “heronj”, “punëtorë” dhe “pensionistë”. Megjithatë, në një nga videot kemi një shembull të ndarjes së shumësit që merr formën stereotipe - “zonja dhe zotërinj”.

34 Cvetinčanin Knezheviq & Lalatović



Rrjetet sociale dhe shtyrja e kufijve

Rrjetet sociale sot kanë ndikim në rritje në fushatat zgjedhore dhe rezultatet e zgjedhjeve, duke formuar opinionin publik politik në mënyrë që të ndryshojnë ose forcojnë preferencat e votuesve. **Përveç promovimit të përmbajtjes së kandidatëve dhe kandidateve, ato shpesh përdoren për fushata negative**, përpjekje për të diskredituar ose për të vendosur disa subjekte në pozitë të pafavorshme.

Kur bëhet fjalë për popullatën e përgjithshme, **Mali i Zi është lider në rajon në përdorimin e internetit dhe rrjeteve sociale**. Sipas raportit të fundit të Datareportal, i cili i referohet vitit 2021, 76% e popullsisë në vend kishte akses në internet, dhe numri i përdoruesve aktivë të platformave sociale arriti në 430,000 (68.5% e popullsisë), me trend në rritje (në periudhën nga janari vitit 2020 deri në janar të vitit 2021, u shënuar një rritje prej 10.3%). **Nuk ka dallime të rëndësishme mes përdoruesve për sa i përket gjinisë, dhe rrjetet më të përdorura janë Facebook dhe Instagram³⁵**. Kjo është **inkurajuese për aktorët zgjedhorë që përdorin gjithnjë e më shumë rrjetet sociale gjatë fushatave zgjedhore**.

Megjithatë, rrjetet sociale nuk ishin kanal komunikimi interesant vetëm për aktorët zgjedhorë, por edhe palëve të tjera të interesuara që trajtuan çështje të rëndësishme në këto rrjete dhe mbështetën partitë nga vinin, qoftë përmes afirmimit të listave dhe programeve të tyre, qoftë përmes kritikave ndaj kundërshtarëve. Këtë hapësirë e përdoren edhe portalet informative dhe të ashtuquajturat faqe *meme*, të cilat luajtën një rol të rëndësishëm në promovimin e listave të caktuara, koalicioneve, partive dhe kandidatëve/eve të tyre.

Megjithatë, ndryshe nga aktorët politikë që shfaqen publikisht dhe mbajnë përgjegjësi për krijimin e narrativave që nxisin në rrjetet sociale, si dhe të tjerave, si OJQ, analistë etj., administratorët e faqeve *meme*, në pjesën më të madhe, fshihen pas emrit të faqes, dhe identiteti i tyre nuk është i njohur publikut. Nga ana tjetër, ata shpesh janë gjenerues të përmbajtjeve negative, ofendojnë individë, përhapin gjuhë të urrejtjes dhe komente mizogjene, si dhe forma të tjera të tentativës për të diskredituar ata, pikëpamjet e të cilëve nuk u pëlqejnë, gjë që është pasqyruar edhe në fushatën zgjedhore për zgjedhjet lokale në tetor të vitit 2022.

Pikërisht për arsyet e sipërpërmendura dhe duke pasur parasysh rëndësinë e zgjedhjeve lokale të tetorit 2022 për plejadën më të gjerë të rrethanave politike, QAQ **monitoroi edhe mediat sociale**, si aktivitet pilot, duke përdorur një metodologji të marrë nga përvojat rajonale për këtë fushë. Ajo pjesë e hulumtimit është fokusuar në **kryeqytetin e Podgoricës**, pa i përfshirë 13 komunat tjera ku janë organizuar zgjedhjet.

35 <https://datareportal.com/reports/digital-2021-montenegro?rq=montenegro>

Monitorimi i zgjedhjeve lokale të vitit 2022 në Mal të Zi nga perspektiva gjinore

Qëllimi i këtij monitorimi ishte të përpiquej, nga perspektiva gjinore, të zbërthejë temat dhe narrativat që u krijuan gjatë zgjedhjeve lokale në Podgoricë në tetor 2022, dhe të përcaktojë modelet me të cilat formohen këto narrativa, në çfarë mase dhe nga cila anë. Gjithashtu, ky aktivitet ndihmoi në kuptimin më të mirë të mënyrës së raportimit të partive politike, mediave dhe aktorëve të tjerë për gratë dhe çështjet që kanë të bëjnë me gratë, por gjithashtu dha një pasqyrë të komenteve mizogjene, stereotipave ndaj grave, gjuhës së urrejtjes etj.

Metodologjia

Për qëllime të këtij monitorimi janë **punësuar 10 hulumtuës/ese** të cilët/at **çdo ditë kanë monitoruar fushatën parazgjedhore** të partive që kanë garuar në zgjedhjet lokale në Podgoricë. Më saktësisht, **ata punuan në mbledhjen dhe ekipi i QAQ-së analizoi të dhënat** për komunikimin e aktorëve të ndryshëm ndaj dhe rreth grave, të cilët ishin kryesisht aktorë politikë, por edhe përfaqësues të sektorit të OJQ-ve, analistë, faqe *meme* etj.

Janë marrë rrjetet sociale më të përdorura në Mal të Zi - **YouTube, Instagram, Facebook dhe Twitter**, në varësi të studiuesve/studiueseve individualë dhe preferencave të tyre për një lloj të caktuar të platformave të përmendura. Prandaj, monitorimi është kryer në baza ditore, në periudhën nga **7 deri me 23 tetor 2022**, nga 10 hulumtues/hulumtuese dhe secili/secila prej tyre ka monitoruar së paku dy platforma, të cilat i monitorojnë edhe për nevojat e veta dhe në të njëjtën masë në të cilën e bëjnë zakonisht.

Monitorimi përfshinte **tre kategori të ndryshme të përmbajtjes:**

- 1. përmbajtje të sponsorizuar** dhe përmbajtje me profilizimin të qartë politik, që vinin drejtpërdrejt nga partitë politike, anëtarët dhe zyrtarët e tyre, kandidatët dhe kandidatet nga lista, apo mbartësit dhe mbartëset e listave, që lidheshin me gratë, çështjet gjinore, çështjet e barazisë gjinore, të drejtat e grave etj. Prandaj, në këtë pjesë, objekt analize ishte komunikimi i drejtpërdrejtë, pra adresimi, adresimi dhe dërgimi i mesazheve të aktorëve politikë dhe zgjedhorë, që kishin të bënin me gratë ose vinin nga vetë gratë;
- 2. përmbajtje që vinte kryesisht nga aktorë të tjerë** (politikanë dhe zyrtarë të tjerë që nuk morën pjesë në zgjedhjet lokale dhe emrat e të cilëve nuk figuronin në listat e partive, ministrave, zyrtarëve shtetërorë, por edhe përfaqësuesve të OJQ-ve, faqe *meme*, analistë politikë etj.), i cili u referohej grave, çështjeve gjinore, çështjeve të barazisë gjinore, të drejtave të grave etj.;
- 3. përmbajtje që përfshinte komente poshtë postimeve në këto rrjetë**, të cilat vinin nga publiku i gjerë, të cilat bënë të mundur monitorimin dhe identifikimin e shembujve të gjuhës së urrejtjes, mizogjinisë, stereotipave dhe të ngjashme, dhe kështu u dha një pasqyrë më e gjerë se si jo vetëm politikanët dhe mediat komunikojnë për këto çështje, por cilat janë reagimet e publikut të interesuar ndaj kësaj teme.

Gjatë periudhës së monitorimit, QAQ-ja ka marrë **1235** postime në të cilat gratë ishin aktore aktive apo pasive, pra krijuese të përmbajtjes, por edhe objekt postimesh nga aktorë të tjerë, si dhe shënjestër e gjuhës së urrejtjes, komenteve negative, etj. Nga gjithsej **1235**, numri i *screenshot*-eve (foto ekrani) të marra të krijuara nga partitë



politike, kandidatët/tet dhe mbartësit/ezet e listave ishte **539**, ose **43.64%**, ndërsa numri i *screenshot*-eve të marra të krijuara nga aktorë të tjerë (OJQ, media, faqe meme, etj.) ishte **505**, ose **40.89%**. Pjesa tjetër e **191 postimeve**, ose **15.47%**, lidhej me komentet poshtë postimeve.

Çfarë tregojnë rrjetet sociale?

Duke analizuar të gjithë materialin, del përfundimi se gratë, si krijuese të përmbajtjes ose si objektiva të përmbajtjes, ishin më të pranishme në rrjetet sociale sesa në mediat tradicionale, megjithëse përmbajtja që ishte objekt i analizës përkonte në masë të madhe me atë që shfaqej edhe përmes mediave tradicionale.

Fakti që gratë ishin në një mënyrë më të pranishme mund të shpjegohet pjesërisht me faktin se partitë në rrjetet sociale u dhanë më shumë hapësirë kandidateve nga listat e tyre përmes postimeve, përmbajtjeve të shkurtra, fotove dhe formateve të ngjashme, duke i promovuar. Megjithatë, kjo nuk ndikoi në faktin se edhe me një numër më të madh postimesh në të cilat gratë ishin të pranishme, u rrit përqindja e posteve në të cilat ato trajtonin në thellësi çështjet e grave dhe të lidhura me to, çështjet e barazisë gjinore, të drejtat e grave etj. Thjesht, gratë nuk e përdornin këtë hapësirë për të komunikuar më shumë për gratë, por edhe kur partitë i sponsorizonin ato merreshin me çështje dhe probleme lokale dhe drejtonin fushatën e përgjithshme të partisë kundër të cilës konkurronin ose, në raste të tjera, partitë reklamuan kandidatet e tyre, duke ndarë biografite dhe duke i referuar punës së tyre, duke i paraqitur si profesioniste, të afta, të përkushtuara etj. Dhe e fundit, pra, pa synuar drejtpërdrejt temën e barazisë gjinore, por mund të klasifikohet si neutrale.

Gjithashtu, pjesa tjetër e shpjegimit se pse gratë ishin më të pranishme në rrjetet sociale, qëndron në faktin se për to flitej në masë të madhe, ku shpesh përfshiheshin shembuj të gjuhës së urrejtjes, komente stereotipe dhe mizogjene etj. Objektivi më i shpeshtë i këtyre sulmeve ishte Dr. Jelena Boroviniq Boroviq, mbartësja e listës “Për të ardhmen e Podgoricës – FD – E vërtetë – E lirë – PKJ”.

Pra, në narrativën e përgjithshme që u shfaq në fushatën parazgjedhore në rrjetet sociale, siç ishte rasti me mediat tradicionale, dominoi zëri mashkullor, d.m.th. qëndrime që vinin kryesisht nga aktorë meshkuj (politikanë, votuesit, por edhe aktorë të tjerë). Kjo mund t'i atribuohet edhe faktit se vetëm një grua ishte mbartese e listës në zgjedhjet lokale në Podgoricë, kështu që, edhe pse ishte mjaft aktive në rrjetet sociale dhe në masën më të madhe objektive e komenteve, kjo nuk çoi në situatë në të cilën qëndrimi i gruas është dominues dhe në të cilin diskutohen problemet e grave.

Prandaj, çështjet me rëndësi për arritjen e barazisë gjinore nuk ishin në fokus të narrativës në rrjetet sociale, dhe partitë e trajtuan drejtpërdrejt këtë temë vetëm në disa raste, dhe në masën më të madhe, lista “Për të ardhmen e Podgoricës – FD – E vërtetë – E lirë – PKJ”. Gjithashtu, në këtë rast, mund të supozohet se partitë dhe kandidatët dhe kandidatet e tyre nuk i marginalizuan qëllimisht çështjet gjinore, dhe i vendosën në plan të dytë, por vendosën të fokusohen në çështje të shumta lokale dhe probleme të pazgjidhura.

Duke parë periudhën nga 7 deri më 23 tetor dhe strukturën e përmbajtjeve të marra, mund të konkludohet se aktorët politikë dhe zgjedhor **komunikuan më shumë për gratë dhe temat e grave sesa aktorët e tjerë (faqe meme, portale, OJQ, etj)**. Përfundimisht bënë pesë ditët e kësaj periudhe, kur niveli i komunikimit nga aktorët e tjerë ishte dukshëm më i lartë se ai i aktorëve politikë dhe zgjedhor, dhe kjo ishte periudha para

Monitorimi i zgjedhjeve lokale të vitit 2022 në Mal të Zi nga perspektiva gjinore

zgjedhjeve, kur kritikantët ndaj partive u intensifikuan, veçanërisht nga OJQ-të që kritikojnë mosrespektimin e kuotës prej 30 për qind të përfaqësimit të grave në lista. Në raport me monitorimin e mediave tradicionale, është e ngjashme në atë që ishin gratë ato që folën për tema që kanë të bëjnë me arritjen e barazisë gjinore dhe çështje të ndërlidhura, kryesisht në mënyrë afirmative. Pjesa më e madhe e kësaj përmbajtjeje lidhet me tema të përgjithshme dhe reagime të sektorit të OJQ-ve, duke vënë në dukje shkeljet e ligjit kur bëhet fjalë për shpalljen e listave zgjedhore, por vetëm një numër minimal postimesh nga aktorët politikë në thelb trajtonin çështjen e barazisë gjinore.

Pjesa më e madhe e përmbajtjes së marrë ka të bëjë me komentet drejtuar kandidatëve dhe mbarteseve të listave, dhe mund të konstatohet se kur gratë janë kandidatë për poste politike, ato pothuajse gjithmonë kritikohen si individë dhe për zgjedhjet e tyre personale, dhe jo në bazë të punës së tyre. Kjo do të thotë, në rrjetet sociale vërehet marrja me jetën personale të kandidatëve (partnerët, statusi familjar), komentet për pamjen fizike, etj.

Analiza sipas kategorive të përmbajtjes së marrë

Kur është fjala për kategorinë e parë, dmth. **përmbajtjen e gjeneruar nga aktorët politikë dhe zgjedhor,** lidhur me komunikimin për gratë, kryesisht lidhet me **sponsorizimin e posteve në të cilat ishin të pranishme kandidatet nga listat e partive, por pa u trajtuar më tej me çështjet që lidhen me barazinë gjinore.** Partitë i kanë promovuar ato si fytyra të fushatës në rrjetet sociale, pa hyrë në thelbin e problemeve me të cilat përballen gratë në përpjekjen e tyre për të arritur barazinë gjinore. Ato theksohen si profesionistë në punën që bëjnë, si dikush që e njeh qytetin, që është e përkushtuar dhe **as ata vetë dhe as partitë nga vijnë nuk e kanë shfrytëzuar këtë hapësirë në rrjetet sociale për të trajtuar në thellësi tema të rëndësishme nga perspektiva gjinore.** Më poshtë vijojnë disa shembuj ilustrues.



Demokrati front 2 h · 🌐

#DraganKoprivica: Rođena Podgoričanka i buduća gradonačelnica Podgorice, dr Jelena Borovinić Bojović, porijeklom iz ugledne ljebarske familije, izliječiće Podgoricu od odrođenog režima. (Promotivni skup, 6. oktobar, Blok 5.)

POKRET EVROPA SADI!

prof. dr Olivera Injac

Pokret Evropa sad 1 d. · 🌐

Da li znate ko je pod brojem dva na listi EVROPA SAD za Podgoricu?

Čast nam je što se ime Prof. dr Olivera Injac nalazi odmah nakon Jakova Mitrovića, kandidata za gradonačelnika Podgorice. Olivera je rođena u Podgorici, diplomirala je na Filozofskom fakultetu Univerziteta Crne Gore, a magistrirala i doktorirala na Fakultetu političkih nauka. Izabrana je u zvanje vanrednog profesora 2016. godine na Univerzitetu Donja Gorica, a bila je i predavač na Pravnom fakultetu u Podgo...
Prikaži više

— u gradu Podgorica.

👍 373 32 komentara 3 dijeljenja

Svidi mi se Komentar Podijeli

Najrelevantnije

Milena Zoranovic
Svida mi se · Odgovor · 21 h

Branka Markovic
Srećno, draga Olivera!

Napišite koment...

SV! Svi za naš grad @svizanasgrad

Upoznajte Žaklinu, našu čuvenu glumicu koja voli svoj grad i govori o tome na čemu treba raditi u sljedeće četiri godine. 🗣️ #SviZaNasGrad

0:50 🔊

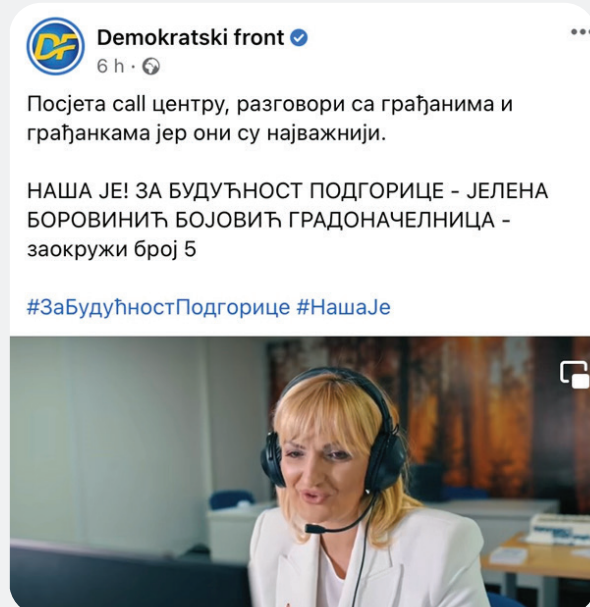
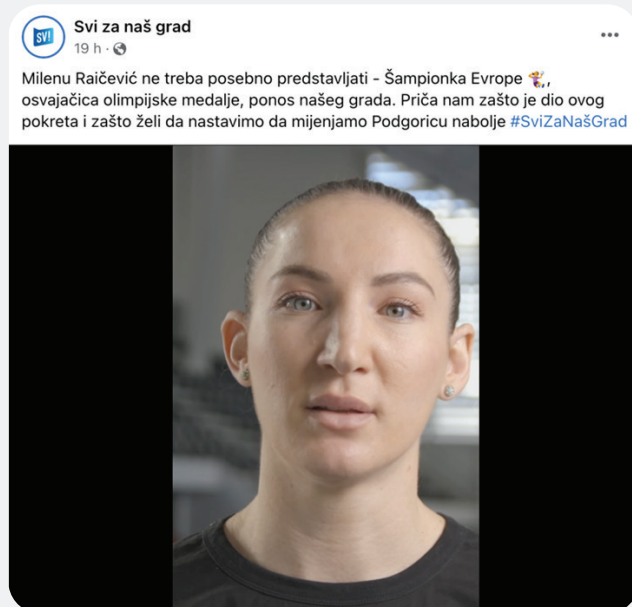
1.296 views

Luka Rakčević Paid for by Građanski pokret URA · 🌐

Sa Anom Novaković u timu,svaka borba je bar duplo lakša! Pobjedićemo! 😊

254 21 comments 2 shares 6.4k views

Monitorimi i zgjedhjeve lokale të vitit 2022 në Mal të Zi nga perspektiva gjinore



Hapësirën më të madhe në përmbajtje të profilizuar politik (nga aktorët zgjedhor) ka marrë Dr. Jelena Boroviniq Bojoviq, pikëpamjet dhe mesazhet e të cilës reklamoheshin nga faqja zyrtare e saj, faqës së FD-së, por edhe kolegëve të koalicionit, si Vladislav Dajković i cili për kandidaten foli si “një grua familjare që shpëton jetën e njerëzve, por edhe bashkëshorte shembullore që e njej deri në thelb Podgoricën tonë”.



Përveç mbartëses së listës, e cila zuri hapësirën më të madhe mediatike, lista “Për të ardhmen e Podgoricës – FD - E VËRTETË - E LIRË - PKJ” promovoi edhe kandidatë të tjera nga lista, si Anika Bajiq, por në masë të papërfillshme.

Gjithashtu, siç shihet nga shembujt e dhënë, edhe partitë e tjera promovuan kandidatet e tyre përmes përmbajtjeve të sponsorizuara, por njëlloj në kontekstin e profesionit të tyre, duke mos lënë vend për t’u marrë me çështje me rëndësi për gratë. Në këtë mënyrë lëvizja *Evropa tani* promovoi prof. Dr. Angjela Jakshiq Stojanović, Maida Gorçević, Jevrosima Pejović, Dr. Olivera Injac e të tjera, ndërsa *URA* të njëjtën gjë e bëri me Nina Vukçević, Ana Novaković Gjuroviq, Milena Vuković Sekulović e të tjera. Kur bëhet fjalë për gratë, koalicioni *Të gjithë për qytetin tonë* vuri në plan të parë Zhaklinën Oshtir, Dankën Koviniq, Nelën Tatar, Sonjën Milatović, Slagjanën Vujaçiq, Milenën Raiçević, Dr. Elmën Kurtagiq, etj. Nga ana tjetër, PSP-ja u përqendrua te Marija Radinović dhe Sandra Axhiq, ndërsa Sanja Krkeliq është vënë re në njoftimet e *Partisë së Punëtorëve*.

Megjithatë, siç është theksuar edhe më parë, edhe pse kandidatet e këtyre partive u paraqitën në postimet e tyre, çështjet me rëndësi për gratë nuk u diskutuan më tej. Përjashtim bën i vetmi event që u organizua në Podgoricë që kishte të bënte drejtpërdrejt me gratë, d.m.th. forumi i organizuar nga koalicioni Për të ardhmën e Podgoricës -FD-E vërtetë-E lirë-PKJ, ku është diskutuar në kapitullin mbi monitorimin e mediave tradicionale. Pra, në vend që të komunikohesh pozita e gruas në Mal të Zi dhe pjesëmarrja e tyre në jetën politike, pjesa më e madhe e bisedës në forum ishte për krijimin e Fondit Social “*i cili do të merret me problemet e nënave beqare, grave, si dhe fëmijët me nevoja të veçanta*”³⁶. Këto mesazhe janë përcjellë në opinion dhe përmes disa njoftimeve nga kandidatet nga i njëjti takim (Dr. Jelena Boroviniq Bojović, Simonida Kordiq, Anika Bajiq).

Vladislav Dajković is in Podgorica. 1 d · 🌐

ГРАДОНАЧЕЛНИЦЕ, ДОБРО ДОШЛА! ❤️

Baklje, cvijeće, vatrometi, osmijesi - sve je sinoć bilo u znaku **POBJEDE** koji iščekujemo za 15 dana u Podgorici. Dočekali smo doktorku Jelenu Borovinić Bojović u kancelarijama Slobodne Crne Gore.

Kako vrijeme odmiče siguran sam da je doktorka pravi izbor: porodična žena koja spašava ljudske živote, ali i uzorna supruga koja našu Podgoricu poznaje u dušu.

Doktorka, naša partija je i vaša kuća. Zajedno pobjeđujemo Đukanovića i oslobađamo Podgoricu nakon trideset godina mraka.

ПОБЕДА ЈЕ НАША! 🇷🇸💪

Jelena Borovinić Bojović - zva... · Follow 8 h · 🌐

НАШИМ ПОЛИТИЧКИМ ПРОТИВНИЦИМА СМЕТАЈУ ХРАБРЕ ЖЕНЕ КОЈЕ СЕ НИЧЕГА НЕ ПЛАШЕ! - НАША ЈЕ! - ЈЕЛЕНА БОРОВИНИЋ БОЈОВИЋ - БРОЈ 5!

#zabuducnostpodgorice #jelenaborovinicbojovic #nasaje5 #nasaje

СИГУРНА САМ ДА МЕЂУ ВАМА ПОСТОЈЕ ЖЕНЕ КОЈЕ ЋЕ ОБИЉЕЖИТИ БУДУЋНОСТ ЦРНЕ ГОРЕ

37 1 share 829 views

36 <https://www.vijesti.me/vijesti/politika/625720/borovinic-bojovic-jedna-od-programskih-tacaka-je-socijalni-fond-koji-ce-se-baviti-problemima-samohranih-majki-i-zena>

Monitorimi i zgjedhjeve lokale të vitit 2022 në Mal të Zi nga perspektiva gjinore

Gjatë monitorimit të aktorëve të tjerë të zgjedhjeve, nuk u vu re asnjë komunikim për çështje që të paktën pjesërisht synojnë gratë, dhe veçanërisht jo në kuptimin që kjo të bëhet në mënyrë të ndjeshme dhe të vetëdijshme ndaj gjinisë. *Demokratët* veçuan nënat si kategori të rëndësishme në disa njoftime, dhe lëvizja *Evropa tani* theksoi se pothuajse 47% e grave janë në listën e tyre.

Prandaj, kur bëhet fjalë për perceptimin e aktorëve politikë për problemet me të cilat ballafaqohen gratë, thuhet nuk ka pasur njohje të qartë të ekzistencës së ndonjë sfide në këtë fushë, me përjashtim të koalicionit *Për të ardhmen e Podgoricës*, i cili problematizoi, ndonëse në mënyrë të kufizuar, çështje të caktuara.

Kur bëhet fjalë për **kategorinë e dytë, komunikimi për gratë dhe temat e profilit gjinor, i cili gjenerohet nga aktorë të tjerë**, politikanë të tjerë që nuk janë pjesë e procesit zgjedhor, analistë politikë, OJQ, faqe *meme*, portale etj. rezultatet e monitorimit përputhen në masë të madhe me gjetjet e monitorimit të mediave tradicionale, pasi një pjesë e madhe e hapësirës zunë OJQ-të dhe aktivistët të cilët kryesisht u morën me paligjshmërinë e shpalljes së listave zgjedhore që nuk respektonin kuotën për seksin më pak të përfaqësuar. Vetëm në këto njoftime është folur për pjesëmarrjen politike të grave (nëse i përjashtojmë njoftimet e Dr. Jelena Boroviniq Bojović dhe FD nga tubimi kushtuar grave). Gjithashtu, një sërë profilesh në Twitter dhe faqe *meme* në komunikimin e tyre targetuan Dr. Jelena Boroviniq Bojović, duke bërë shpesh shaka me fushatën që ajo zhvilloi, mesazhet që dërgonte, punën që bëri si ministre etj.

Aktiv ishin edhe aktorë të tjerë, më të njohur për publikun, por që nuk ishin pjesëmarrës të drejtpërdrejtë në fushatën e zgjedhjeve lokale.

Gruna Stramen budući UDBAŠ
@GrunaStramen_

Ministarka „, smrti“ nije znala prije ni klinički da vodi, totalno rasulo bilo, pa da bi sigurni bili dadose joj Ministarstvo, I tu nas nagrdi !
Potvrđeno: Jelena Borovinić Bojović nosilac liste DF-a u Podgorici
standard.co.me/politika/dan-j... via @Standard



standard.co.me
Potvrđeno: Jelena Borovinić Bojović nosilac liste DF-a u Podgorici | Standard

Gruna Stramen budući UDBAŠ
@GrunaStramen_

„Put emancipacije žena preko prihvatanja uloga u političkom životu jeste težak put, ali crnogorska žena ne zna za lake puteve i prečice“, Jedna jedina Dragana Mitrović ❤️
bit.ly/3TcAoPR - Portal Analitika



portalanalitika.me
Mitrović: Budva živi u prikrivenom kolapsu koji se hrani novcem građana ove opštine

Neprijatni
@Neprijatni1

Јес, дугује ДПС-у то што се школовала и то што је најбољи пулмолог у Црној Гори. Просипај се сплациВуковићу, само се просипај бидону, радиш јој кампању. Е како је добро! Докторка дугује ДПС-у то што је докторка. Дугује ли вам и гласове спашених живота?

[Translate Tweet](#)



534 views
23:35 · 18 Oct 22 · Twitter for Android



Petar Ivanovic
@IvanovicPetar

Licemjer - čovjek koji savjetuje druge, a sam se ne pridržava, niti primjenjuje te savjete na sebe i svoju djecu.

U velikoj konkurenciji za “Licemjera godine” nagradu za 2021. osvaja Jelena Borovinić Bojović.

Vesna Bratic @vesna_bratic · 1d

Не могу да схватим...али не могу. Ево, сада и овдје стајем уз моје бивше колегинице које су одлучиле да се политички ангажују јер их нападате и пишете мизогине гадости. Нападате их јер су жене. На начин који ће жену највише да заболи. Зашто? Осудићу једнако и сваки напад

7 1 83

Vesna Bratic @vesna_bratic · 1d

на било коју политичарку из мени потпуно далеких опција. Да ово што пишете за Ољу и Јелену напише неко за Драгињу или Александру, или Прибиловић, исто бих реаговала. Побогу, имајте грам достојанства. Живјеће се и после избора...

1 46

Kategorija e tretë dha përfundimet më interesante. Dy të parat korrespondojnë në masë të madhe me rezultatet e monitorimit të mediave tradicionale, dhe në këtë kategori synimi ishte të merrej vlerësimi **i masës në të cilën gratë ishin objekt i gjuhës së urrejtjes dhe komenteve negative, dhe mbi çfarë baze.** Siç është theksuar, në komente, publiku nga të gjitha kandidatet në lista që konkuruan në Podgoricë, më në shënjestër ishte Dr. Jelena Borovinić Bojović dhe se ajo mori hapësirën më të madhe të vëmendjes mediatike, dhe ishte më e ekspozuara ndaj këtij lloj komentimi. Mirëpo, kandidatet e tjera (nëse e përjashtojmë Draginjën Vuksanović, për të cilën u fol shumë dhe nuk është objekt i analizës për shkak se nuk është pjesëmarrëse e drejtpërdrejtë në procesin zgjedhor), nuk ngjallën vëmendje të

Centar za demokratsku tranziciju - CDT
1 d. ·

Ustavom je propisano da država jamči ravnopravnost žena i muškaraca, a „kvote“ su mehanizam za implementaciju ove ustavne garancije. OIK su se opredijelile da pogaze Ustav, zakone i demokratske principe 🙄🙄
<https://www.cdtmn.org/.../trinaest-lista-nije-u-skladu.../>

Čak 13 izbornih lista u 5 opština nije proglašeno u skladu sa zakonom. Bezobzirno je **pogaženo pravo žena na učešće u politici.**

MILENA GVOZDENOVIĆ
zamjenica programskog direktora CDT-a

Monitorimi i zgjedhjeve lokale të vitit 2022 në Mal të Zi nga perspektiva gjinore

madhe publike në komente. Megjithatë, publiku kishte në shënjestër edhe Ana Novaković Gjuroviq, Zhaklina Oshtr, Olivera Injac dhe të tjera. Është e rëndësishme të theksohet se ka pasur një numër të konsiderueshëm komentesh pozitive, kryesisht për profesionin, drejtuar Maidës Gorçević, Nelës Tatar, Zhanës Blagojeviq, Ninës Vukçević e të tjerëve, por edhe vetë dr. Jelena Boroviniq Bojović.

Megjithatë, pjesa e materialeve të marra në të cilat flitej pozitivisht për gratë është shumë më e vogël se sa materialet ku kishte shembujt të gjuhës së urrejtjes, qëndrime mizogjiniste dhe seksiste, komente në të cilat gratë reduktohen në nivelin e një objekti seksual, komente për stilin e veshjes, pamjen fizike etj. Në vijim janë shembuj të përmbajtjeve të tilla që janë identifikuar në periudhën nga 7 deri më 23 tetor 2022.



Алберт Нани Плетикосић

Je li ovo ona što je blokirala svu Црну Гору да се није могло отићи од Петњице до Берана и од Андријевице до Плава уз образложење да је то борба против грипа ? Je li ovo онај бидон од жене што је наћерала полицију да кажњава сиротињу по улици што не носи маске ? Je li ово она што је забранила да се иде на сахране ? Пих



Branka Raicevic

Kako umrije Mitropolit Amfilohije,ko nam je prijetio djeci,ko nam je uzeo buducnost,ko je najgora svastocina u vladi Zdravkovej, koga nam ponovo podmece DF - JJB !!!



Issmeta lika

A nista, gdje joj je ona cipkana bluza? Mnogo joj je lijepo stajala



Nena

@Nena_mne

Odgovor korisnicima/cama @fuhilip i @DPSCrmeGore

Slično, odmah me je blokirala. Nikakva šteta #JelenaBorovinicBojovic je svetosavska zmija, koja se ne stidi popova pedofila, lopova, ratnih huškača, svoje sekte SPC, koja bi stavila svemu kamu pod grlo što nije srpsko!



Michell Milovansson

Poklanjam joj ovaj formular (samo ime nek promijeni), kao pomagalo do mjesta gradonacelnika PG.



1 h Свиђа ми се Одговори 1



Tobin Frost @dark_room · 20. kol

Odgovor korisnicima/cama @Nena_mne @fuhilip i @DPSCrmeGore

Mene je blokirala kad sam je pitao zasto je zovu "bazdulja" kroz KBC, vele ostat se ne može od smrada kako uništava žena..a vidi joj se da nije čista nikako..



 **Dragana del Montenegro** 🇷🇺 @del... · 27m
Replying to @revakcinisan
Grdna iznutra i nebitna spolja

 **Čevljanka** 🇷🇺 🇷🇪 🇷🇺 @cevljanka · 22h
Njoj će se nos sastaviti sa bradom za koju godinu, ali on je kompletno "uzet" 😂😂 Stari čoek!

 **Slaviša-Bato Živaljević**
Pazi joj botoks, 1200€ godišnje a penzije 160€, a onaj postavio Bidone na žaropek od 65 stepeni..
Zato samo, Evropa Sad!

 **H. Begović** @HaBegovic
Je li JBB radila usne kod njenog glasača nekog? Zna li se što?
23:42 · 10 Oct 22 · Twitter for iPhone

 **Danijela Brajović**
Grdulja

 **O'Brien** 🇷🇺 @zabranjen2021 · 22. ruj
Odgovor korisniku/ci @BorovinicJelena
Kakvo si ti dno, u ljudskom, moralnom i svakom smislu. Kravo botoksirana !


 **Bojan Pejovic**
kreten, koji je htio da nas zaključava... od toliko botoksa i silikona ne umije normalno da se nasmije.. ali će doživjeti krah jer se narod sjeca njene arogancije i prijatnji, zatvaranja

BOROVINIĆ BOJOVIĆ:
Moguće da će bolovanje biti plaćeno samo vakcinisanima

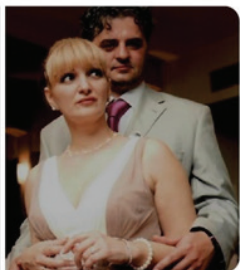
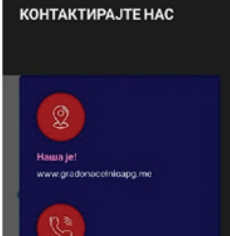
By ADMIN · 30. juna 2021. ·
Updated: 30. juna 2021.
Нова коментара · Миса Read



1 tj. Sviđa mi se Odgovori

 **Čevljanka** 🇷🇺 🇷🇪 🇷🇺 @cevljanka
"NAŠA JE" je upoznala budućeg muža na otvaranju Parohijskog doma u NK 2008. 😂 Uzeli su se 2011. Popovi kad spajaju to se beZkastiga ne razdvaja vele.
Dragane "brate" brzo te je đavolu dala! Ako si ovakav bio 2017. a sad takav kakav si, za tebe važi ona - UZMA te uzela! 😂😂

КОНТАКТИРАЈТЕ НАС



Monitorimi i zgjedhjeve lokale të vitit 2022 në Mal të Zi nga perspektiva gjinore





Bojan Pejovic
ne glasaj ovu botoksiranu spodobu koja je sprovodila medicinski fasizam

4 h Like Reply 1

Why Even Bother
@sarcastico007

Ovaj je jos dobro prosao u odnosu na zdravstveni sistem CG

SFO @SFO_1919_ · 4h

Kad je ovo od muža uradila za 4.godine, zamisli šta bi od grada i države učinjela. Propast!

Dragana del Montenegro @del_d... · 1h

Replying to @jelenasavojska

Koliko je puna mrznje i koliko je glupa i koliko je samo Ivan nervira jer je smiren, pribiran i zna posao.

1 7

215 >

Gordana Bošković

Ja se izvinjavam ona je najgori kandidat .Grozna je i vidjet ,stara je za to mjesto, botoksirana i folirant .Nikad je glasala ne bih u životu.

Šćer Crnogorska @ScerCrnogors... · 8h

Ministarka smrti
Ne vidi sebe u politici nakon mandata
Nosilac DF liste u PG
Ministarka smrti

neza "Skandal" u Podgorici:
Ministarka Borovinić Bojović ne priznaje kosovsku nezavisnost

PODGORICA - Ministarka zdravlja u novoj crnogorskoj vladi Jelena Borovinić Bojović danas je u dokumentu o novim merama protiv širenja korona virusa Kosovo označila sa zvezdicom, bez fusnote, što podgorički portal CdM smatra skandaloznim, jer je Crna Gora "priznala Kosovo kao nezavisnu državu".

1:29

Crnogorka @CrnogorkaS

ISTE 🤪

20:28 · 20.10.22 · Twitter for iPhone

19 Likes

Monitorimi i zgjedhjeve lokale të vitit 2022 në Mal të Zi nga perspektiva gjinore

Most relevant ▾



Mladen Maki

Kakva METLA izopacena ,ovo je ona nesposobna sto je zdravstvo procvjetalo od kad je ona dosla uhhhh

1 h Like Reply

16 🍌 😂



Stanica Vujošević

Bila si lepša bez te plastike. Sad ne znam da li si to ti. Kako da te glasam.

6 h Like Reply

1 🍌

U regjistruan gjithashtu shembuj të trajtimit stereotip të grave (duke përfshirë atribiimin e attributeve ose roleve të pritura për një grua me qëllimin për ta lavdëruar, domethënë për të theksuar “cilësitë” e saja personale).



Ranko Dragnić

Imala je m... kada mnoge delije nisu da pošalje helikopter na Cetinje radi ustoličenja Mitropolita Joanikija i spreči bruku koju su organizovali i učestvovali Milo, TRanjo, Veljović i drugi. Čo'ek-žena. Izuzetno pametna, obrazovana, odgovorna, vredna, snažna i sposobna pripadnica lepšeg pola, za koju se komotno može reći da je čak jači pol.



Mladen Maki

Gospodjo ti ne umijes ni ručak spremit a ne grad vodit,shedi doma duse ti ,srusili ste skolu umjesto drugu da sagradite vi ulazete MILION za vjerske skole koje ne postoje nego perete pare,otimate i placate glasace pa vi ste tuga a jos veca su oni sto vas glasaju nesposobne bagre

Svidi mi se Odoovor 2 h

4 🍌



AmbassadorsSela

@AmbassadorsS

A sto je uzela od muža pantalone?



Hemičarka @pozvoz · 4h

“Tamo desno će da bude sada manastir”? Je l' ova do kraja pukla?



95



19:41 · 12.10.22. · Twitter for Android



Dragan Bajic

DJE SI ,PAMETNE ZENE' ?! PAMETNA ZENA JE JEDINO ONA ZTO RODI 3, 4, 5-TORO DJECE OVE STO SE BAVE POLITIKOM, „BIZNISOM” A DJECU(AKO IH IMAJU) DAJU BABAMA I DEDAMA A CESTO I ULICI, ,,,, I TO ,PAMETNE ZENE',,,,, !!!!



Meta Ad Library Report

Për të analizuar financimin e partive dhe reklamimin e tyre në rrjetet sociale për qëllime të fushatës për zgjedhjet lokale në tetor 2022, QAA përdori **Meta Ad Library Report**. Kjo është një bazë të dhënash falas dhe e disponueshme për publikun e të gjitha aktiviteteve të kryera në platformën Meta, e cila përfshin rrjetet sociale Facebook dhe Instagram. Ky mjet, përmes të cilit Facebook (Meta e sotme) në gjysmën e dytë të vitit 2020 mundësoi qasje transparente të reklamave për tema sociale dhe politike, mundësoi qasje në të dhënat për alokimet totale financiare të partive që konkurruan në zgjedhjet në Podgoricë në seksionin e sponsorizimit të përmbajtjes, por gjithashtu dha një pasqyrë të dallimeve të të njëjtave parti në lidhje me çështjet që kanë të bëjnë me gratë dhe pjesëmarrjen e tyre në jetën politike dhe tema të ngjashme.

Duke qenë se ky aktivitet është pjesë e hulumtimit pilot të monitorimit të rrjeteve sociale në zgjedhjet lokale të tetorit 2022 në **kryeqytetin Podgoricë**, fokusi ishte vetëm në faqet zyrtare të partive politike dhe aktorëve të tyre, ndërsa monitorimi i përmbajtjeve që ata reklamuan në tetor 2022, pra para vetë zgjedhjeve, është bazuar në konsumin për lokacion, që në rastin konkret përfshinte konsumin në Podgoricë.

Prandaj, duke përdorur këtë mjet dhe duke **ndjekur promovimet me pagesë për çështje sociale, të zgjedhjeve dhe politikës, ne analizuar se në çfarë mase dhe si partitë politike dhe aktorët e tyre iu drejtuan grave, sa nga shuma totale e alokuar ata drejtuan për reklamat ndaj grave, d.m.th. në çfarë mase gratë ishin grupi i synuar i këtyre promovimeve me pagesë dhe në çfarë mase u arritën këto mesazhe**. Në këtë mënyrë është bërë **vlerësimi** vetëm mbi bazën e të dhënave të disponueshme, të cilat i referohen kategorive si: mosha, gjinia dhe lokacioni i përdoruesve të platformës (Podgoricë), si dhe shumatat e alokuara në periudhën e vëzhguar.

| | |
|--|------------|
| Konsumi total i të gjitha partive gjatë tetorit 2022 ³⁷ | 14.983 EUR |
| Numri total i postimeve të sponsorizuara | 673 |
| Vlerësimi i numrit të postimeve që kanë të bëjnë me gratë | 11 |
| Vlerësimi i përqindjes së reklamave ndaj grave | 1.63 % |

Tabela: Prerja ndersektoriale e konsumit, numri i postimeve të sponsorizuara, numri i postimeve në lidhje me gratë dhe pjesa e reklamave ndaj grave

Analiza përfshiu ndarjet financiare të partive një muaj para zgjedhjeve. **Partitë që konkurruan në Podgoricë kishin 15 faqe**, faqet zyrtare të partive, të liderëve ose mbartësve/mbartesve të tyre, **nëntë** prej të cilave ndanë fonde të caktuara për të sponsorizuar përmbajtjen. Këto nëntë faqe përfshijnë: tri faqe që lidhen me Lëvizjen Evropa Tani - faqja zyrtare e **Miljko Spajiqit**, pastaj **Jakov Milatoviqit** dhe faqja e partisë **Lëvizja Evropa Tani**; pastaj faqet: **Aleksa Beçiq- Demokratët - Mali i Zi Demokratik**, **Jelena Boroviniq Bojoviq**, **Të gjithë për qytetin tonë**, **Lëvizja Qytetare URA**, **Luka Rakçeviq dhe PSP i Malit të Zi**.

Gjatë hulumtimit është vërejtur edhe një faqe me emrin **Naglas** (*Theksimet*), e cila është krijuar më 4 tetor

37 Pa faqen Naglasi

Monitorimi i zgjedhjeve lokale të vitit 2022 në Mal të Zi nga perspektiva gjinore

2022 dhe e cila individualisht ka pasur shpenzimet më të larta të burimeve financiare për njoftime reklamuese, në raport me të gjithë aktorët (politikë dhe të gjithë të tjerët) në Podgoricë. Faqja nuk i përket zyrtarisht asnjë partie politike, por analiza e përmbajtjes tregon se ajo është në një farë mënyre e lidhur me Lëvizjen Qytetare URA, siç tregohet nga një numër i madh postimesh të financuara në favor të asaj partie politike.

| Emri i faqes | Konsumi në euro | Numri i reklamave të sponsorizuara |
|--|-----------------|------------------------------------|
| Luka Rakçeviq | 4.020 | 66 |
| Jelena Boroviniq Bojoviq | 3.083 | 150 |
| Milojko Spajiq | 2.955 | 13 |
| Jakov Milatoviq | 2.420 | 53 |
| Aleksa Beçiq – Demokratët – Mali i Zi Demokratik | 1.762 | 110 |
| Lëvizja Evropa Tani | 1.512 | 41 |
| TË GJITHË PËR QYTETIN TONË | 1.489 | 37 |
| PSP MZ | 1.082 | 63 |
| Lëvizja Qytetare URA ³⁸ | 680 | 140 |
| Naglas | 7.808 | 136 |

Tabela: Alokimet financiare dhe numri i reklamave të promovuara për faqe në periudhën 23.09 - 23.10.2022.

Të dhënat tregojnë se faqja **Naglas** ka investuar pothuajse dy herë më shumë se faqja e Luka Rakçeviqit, i cili është i pari në listë me 4020 euro të investuara për reklamim në këto rrjete sociale, e ndjekur nga faqja e Jelena Boroviniq Bojoviq me 3083 euro të shpenzuara pastaj është Milojko Spajiq dhe Jakov Milatoviq me rreth 3,000 ose 2,500 euro. **Lëvizja Evropa Tani**, së bashku me faqet e liderëve, Spajiqin dhe Milatoviqin, investuan **gjithsej 6,887 euro**, që është **shuma më e madhe totale për çdo listë në Podgoricë, nëse nuk llogaritet faqja Naglas, e cila promovonte përmbajtje në favor të Lëvizjes Qytetare URA**. Pa atë faqe, faqja e Luka Rakçeviqit dhe Lëvizjes Qytetare URA kanë ndarë 4.700 euro.

Gjithashtu, është përcjellur **numri i reklamave** të financuara nga këto faqe, gjë që ka çuar në përfundimin se disa faqe kanë investuar më shumë burime financiare për më pak reklama, ndërsa të tjera kanë investuar më pak burime financiare për më shumë reklama. Është aq e dukshme që, për shembull, faqja e *Milojko Spajiqit* ka ndarë shuma më të mëdha parash për një numër më të vogël reklamash, dhe faqja e *Aleksa Beçiqit - Demokratët - Mali i Zi Demokratik* ka ndarë pothuajse dy herë më pak fonde për një numër shumë më të madh të reklamave. Përveç kësaj, sipas shikueshmërisë mesatare të reklamave, më i dalluari në rrjetet sociale nga të

38 Duhet pasur parasysh se faqet e *Aleksa Beçiqit - Demokratët - Mali i Zi Demokratik*, *Lëvizja Qytetare URA* dhe *Lëvizja Evropa Tani* janë faqet kryesore të partive në nivel kombëtar, jo vetëm faqet e individëve apo kandidatëve/eve në nivel lokal, siç është, p.sh., rasti me faqen *Jakov Milatoviq*, dhe se kjo mund të jetë arsyeja që këto faqe kishin një numër të madh reklamash, përmbajtje e të cilave mund t'i referohej jo vetëm Podgoricës, por edhe për komunave të tjera. Megjithatë, kategoria e shpenzimeve i referohet vetëm shpenzimeve në Podgoricë (*spending by location*)



tre ishte Luka Rakçeviq, pastaj Miloško Spajić dhe në fund Jelena Boroviniq Bojović.

Gjithashtu, ekipi i OAQ-së analizoi jo vetëm burimet financiare të ndara, por edhe përmbajtjen e promovimit të paguar, me vlerësimin e përfaqësimit që mund të lidhet me barazinë gjinore në këto reklama. Gjithashtu, Meta Ad Library Report lejoi një ndarje sipas seksit, d.m.th. sa përqind e grave dhe burrave panë përmbajtjen e sponsorizuar, gjë që na lejoi të vlerësonim se në çfarë mase palët kishin synim të targetojnë njërin ose tjetrin seks kur sponsorizojnë postimet të caktuar.

Prandaj, duke përdorur këtë mjet, arritëm të çdo reklamë individuale nga të nëntë faqet dhe të vlerësimi se me sa burime financiare ishte sponsorizuar secili prej atyre njoftimeve, si dhe përmbajtjen dhe grupet e synuara të njoftimeve individuale dhe nëse ato ishin të synuara tek burrat dhe gratë ose disa nga ato poste ishin të destinuara vetëm për gratë. Nëpërmjet kësaj analize hap pas hapi të secilit postim, arritëm në përfundimin se të vetmet tre faqe që kishin postime që kishin të bënin me gratë dhe çështje të ngjashme³⁹ ishte faqja e Jelena Boroviniq Bojović, Aleksa Beçiq - Demokratët - Mali i Zi Demokratik, ku si fokus të postimit kishin nënat, jo gratë në kuptimin e përgjithshëm, dhe faqja Jakov Milatović, që theksoi në një postim⁴⁰ se “*lista jonë përbëhet nga 47% gra*”.

| Emri i faqes | Shuma totale e ndarë në euro | Numri total i reklamave | Numri i reklamave në lidhje me gratë | Vlerësimi i përqindjes së reklamave ndaj grave |
|---|------------------------------|-------------------------|--------------------------------------|--|
| Luka Rakçeviq | 4.020 | 66 | 0 | 0 % |
| Jelena Boroviniq Bojović | 3.083 | 150 | 8 | 5.33 % |
| Miloško Spajić | 2.955 | 13 | 0 | 0 % |
| Jakov Milatović | 2.420 | 53 | 1 | 1.89 % |
| Aleksa Beçiq - Demokratët- Mali i Zi Demokratik | 1.762 | 110 | 2 | 1.82 % |
| Lëvizja Evropa Tani | 1.512 | 41 | 0 | 0% |
| Të gjithë për qytetin tonë | 1.489 | 37 | 0 | 0 % |
| PSP MZ | 1.082 | 63 | 0 | 0 % |
| Lëvizja Qytetare URA | 680 | 140 | 0 | 0 % |

Tabela: Ndarjet financiare për faqe në periudhën 23.09 - 23.10.2022, me prerje në lidhje me gratë

Përmes analizës më të detajuar të faqes së Jelena Boroviniq Bojović, u zgjedhën tetë postime të sponsorizuara që kishin të bëjnë me gratë. Nga ato tetë, dy kishin për qëllim si për gratë ashtu edhe për burrat, ku përqindja e meshkujve që iu ka arritur reklama, nga të gjitha kategoritë e moshave, ishte shumë më e ulët në krahasim

39 Në rastet kur në reklamat e sponsorizuara kishte kandidatet apo mbartëset e listave, por kur flitnin për tema të përgjithshme, zgjedhjet lokale, partitë e tjera etj., ato njoftime nuk ishin marrë parasysh, por shpalljet konsideroheshin të rëndësishme vetëm kur partitë apo kandidatët/tet e tyre në lista folën në mënyrë aktive për gratë dhe çështjet e grave, fuqizimin, pjesëmarrjen politike, të drejtat sociale dhe riprodhuese, të drejtat ekonomike, kulturore dhe të tjera të grave, etj. Për shembull, faqja Luka Rakçeviq, PSP e MZ, Lëvizja Evropa Tani dhe faqja Të gjithë për Qytetin tonë gjithashtu kishin disa postime me kandidatet e tyre, por këto postime nuk u analizuan sepse këto gra flisnin për tema të tjera, të përgjithshme ose partia i reklamonte në kuadrin e ekspertizës së tyre, biografive, kontributeve të kaluara etj.

40 Ky postim është sponsorizuar dy herë

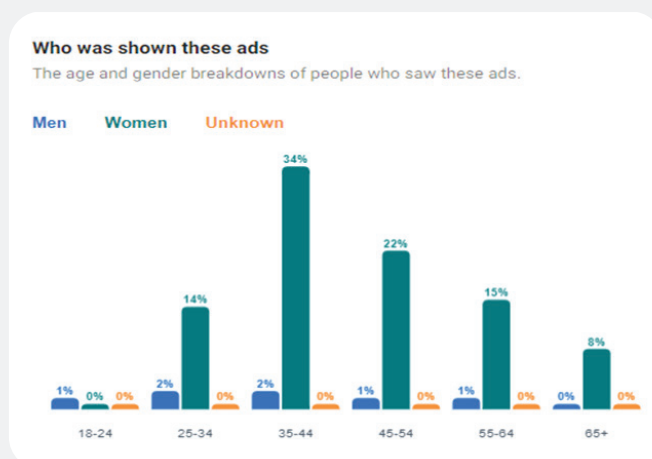
Monitorimi i zgjedhjeve lokale të vitit 2022 në Mal të Zi nga perspektiva gjinore

me përqindjen e grave të arritura nga përmbajtja. Reklama e parë kishte këtë përmbajtje – “Kundërshtarëve tanë politikë i shqetësojnë heroinat që nuk i tremben asgjëje!”, kurse e dyta – “Podgorica fitoi kryetaren e parë grua!” Informacione më të sakta mund të shihni në ilustrimet e mëposhtme:

Jelena Borovinić Bojović - zvanična stranica
Sponsored • Paid for by Miloš Petrović

НАШИМ ПОЛИТИЧКИМ ПРОТИВНИЦИМА СМЕТАЈУ ХРАБРЕ ЖЕНЕ КОЈЕ СЕ НИЧЕГА НЕ ПЛАШЕ! - НАША ЈЕ! - ЈЕЛЕНА БОРОВИНИЋ БОЈОВИЋ - БРОЈ 5!

#zabuducnostpodgorice #jelenaborovinicbojovic #nasaje5 #našaje



Reklamat e tjera nga kjo faqe që kishin të bënin me gratë dhe u drejtoreshin vetëm grave (dhe kryesisht atyre të moshës 18 deri në 54 vjeç) kishin përmbajtjet – “Ne jemi gra që nuk kemi frikë nga asgjë...”, “Ne premtojmë që më asnjë nënë beqare nuk do të jetë e uritur sepse institucionet heshtin në padrejtësinë që po ndodh”, “Fakti që Jelena është mbartëse e listës tonë tregon në mënyrën më të shenjtë se si një grua me potencial mund të kontribuojë në shoqëri”, “... fitorja e 23 tetorit do të jetë kurorëzimi i një lufte të vërtetë, të grave!” dhe të ngjashme.

Sa gra janë adresuar nga reklamat në krahasim me burrat, pra tek sa prej tyre kanë arritur mesazhet, cila mosh e grave është dominuese në fjalë etj., mund të shihet nga shembulli në vijim:

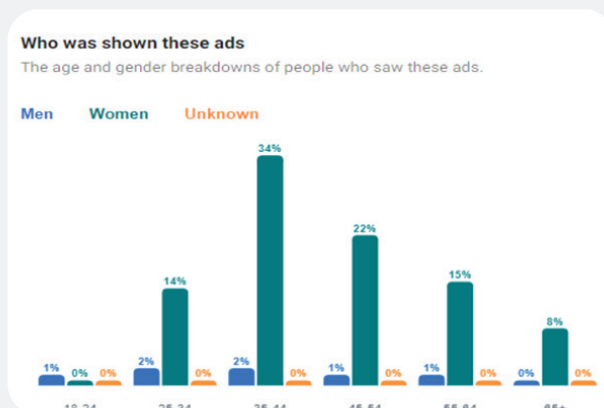
Secila prej këtyre tetë reklamave, target grupi dominues i të cilave ishin gratë, u financua me më pak se 100 euro. Nga gjithsej tetë reklama, gjashtë ishin të dukshme për qytetarët që jetonin në zonën e Podgoricës, ndërsa dy të tjerat ishin të dukshme kryesisht për qytetarët dhe qytetaret e Podgoricës, e më pas edhe në Budva, Tivar, Danilovgrad dhe Cetinë.

Jelena Borovinić Bojović - zvanična stranica
Sponsored • Paid for by Miloš Petrović

#JelenaBorovinićBojović: МИ СМО ЖЕНЕ КОЈЕ СЕ НИЧЕГА НЕ ПЛАШЕ, СИГУРНО ПОБЕЂУЈЕМО 23. ОКТОБРА!

НАША ЈЕ! - ЈЕЛЕНА БОРОВИНИЋ БОЈОВИЋ - БРОЈ 5!

#zabuducnostpodgorice #jelenaborovinicbojovic #nasaje5 #našaje



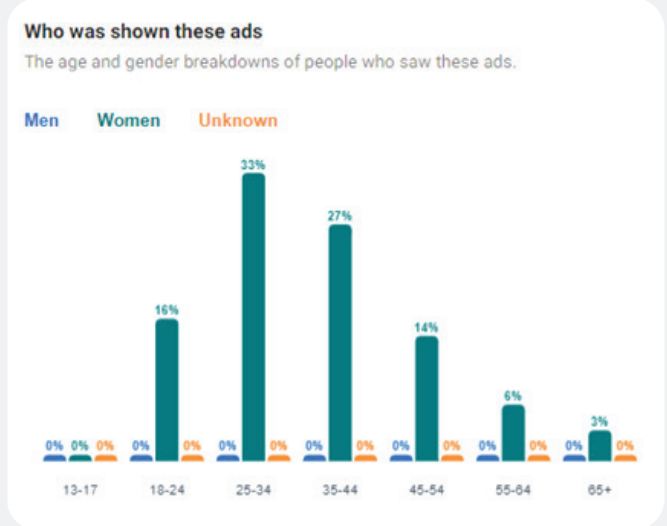


Jelena Borovinić Bojović - zvanična stranica
Sponsored · Paid for by Miloš Petrović

#SimonidaKordic: ЧИЊЕНИЦА ДА ЈЕ ЈЕЛЕНА НАШ НОСИЛАЦ ЛИСТЕ УПРАВО НА НАЈСВЈЕТЛИЈИ НАЧИН ПОКАЗУЈЕ КАКО ЈЕДНА ЖЕНА КОЈА ИМА ПОТЕНЦИЈАЛ МОЖЕ ДА ДОПРИНЕСЕ ДРУШТВУ

НАША ЈЕ! - ЈЕЛЕНА БОРОВИНИЋ БОЈОВИЋ - БРОЈ 5!

...

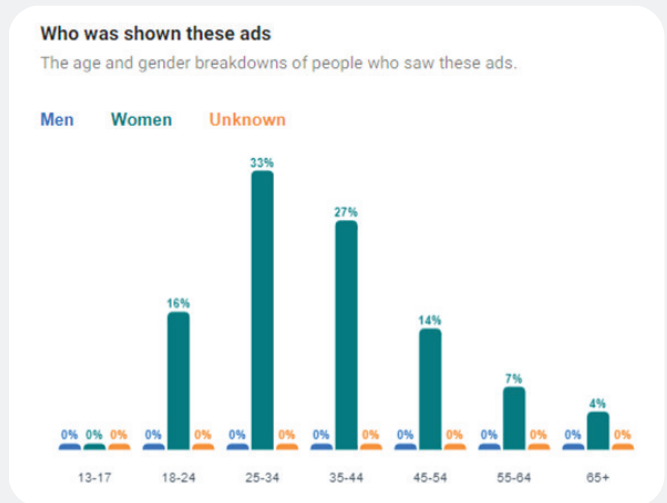


Jelena Borovinić Bojović - zvanična stranica
Sponsored · Paid for by Miloš Petrović

#AnikaBajic: САДА КАДА ЈЕ НА ЧЕЛУ ЛИСТЕ ЈЕЛЕНА БОРОВИНИЋ БОЈОВИЋ, ПОБЕДА 23. ОКТОБРА БИЋЕ КРУНА ИСТИНСКЕ, ЖЕНСКЕ БОРБЕ!

НАША ЈЕ! - ЈЕЛЕНА БОРОВИНИЋ БОЈОВИЋ - БРОЈ 5!

#zabuducnostpodgorice #jelenaborovinicbojovic #nasaje5 #našaje



Përveç dy reklamave, përmbajtja e të cilave ka arritur si tek gratë ashtu edhe tek burrat, gjashtë reklamat e mbetura qartësisht kanë pasur për qëllim vetëm ndaj grave, kryesisht të moshës 25-54 vjeç. Gjithashtu, ajo që ishte e pamundur të mos vihej re dhe për shkak të dëshirës për të komunikuar me gratë për fuqizimin e grave, është se në postimet ku kishte vend për të, nuk është përdorur gjuha e ndjeshme gjinore.

Monitorimi i zgjedhjeve lokale të vitit 2022 në Mal të Zi nga perspektiva gjinore

Kur bëhet fjalë për dy reklamat për nënat, të cilat janë reklamuar nga faqja e *Aleksa Beçiqit - Demokratët - Mali i Zi Demokratik*, ato nuk u drejtoheshin ekskluzivisht nënave, por të rinjve, studentëve, profesorëve, pensionistëve, ndërsa nënat ishin vetëm njëra nga kategoritë. Sidoqoftë, ne vendosëm që këto postime t'i përfshijmë si relevante, pasi faqet e tjera, me përjashtim të faqes së Jelena Boroviniq Bojoviq, nuk iu drejtuan as grave në përgjithësi dhe as një kategorie të veçantë të grave.

Aleksa Becic - Demokrate - Demokratska Crna Gora
 Sponsored • Paid for by Aleksa Becic - Demokrate - Demokratska Crna Gora

- Idemo studenti, idemo profesori! 🙌
- Idemo radnice, idemo radnici! 🙌
- Idemo majke, idemo penzioneri! 🙌

👉 IDEMO LJUDI! 🙌

#idemoljudi



Amount spent
<€100 (EUR)

Impressions
 The number of times an ad was on a screen. May include multiple views by the same people. [Learn more](#)

Impressions
70K - 80K

Who was shown this ad
 The age and gender breakdowns of people who saw this ad.

| Age Group | Men | Women | Unknown |
|-----------|-----|-------|---------|
| 18-24 | 5% | 4% | 0% |
| 25-34 | 17% | 12% | 0% |
| 35-44 | 15% | 13% | 0% |
| 45-54 | 10% | 8% | 0% |
| 55-64 | 5% | 5% | 0% |
| 65+ | 3% | 2% | 0% |

Aleksa Becic - Demokrate - Demokratska Crna Gora
 Sponsored • Paid for by Aleksa Becic - Demokrate - Demokratska Crna Gora

👉 Na izbore? Mi idemo!
 Jer znamo za šta se borimo, jer znamo za koga se borimo. Za bolji život ljudi. Od djece, đaka, preko majki, radnika i penzionera. Za sve. Za njih. 🙌

IDEMO LJUDI!
 ...



Amount spent
 The estimated total money this advertiser spent on these ads. [Learn more](#)

Amount spent
€100 - €199 (EUR)

Impressions
 The number of times these ads were seen on a screen. This may include multiple views by the same people. [Learn more](#)

Impressions
175K - 200K

Who was shown these ads
 The age and gender breakdowns of people who saw these ads.

| Age Group | Men | Women | Unknown |
|-----------|-----|-------|---------|
| 18-24 | 5% | 4% | 0% |
| 25-34 | 17% | 13% | 0% |
| 35-44 | 15% | 14% | 0% |
| 45-54 | 10% | 8% | 0% |
| 55-64 | 5% | 5% | 0% |
| 65+ | 2% | 2% | 0% |



Siç është përmendur tashmë, i vetmi njoftim që ka promovuar faqja e *Jakov Milatovićit* ka qenë ajo në të cilën është theksuar përfaqësimi i lartë i grave në listën zgjedhore të kësaj partie në Podgoricë. Të dhënat tregojnë se si burrat ashtu edhe gratë ishin konsumatorë të barabartë të kësaj përmbajtjeje, kryesisht të rinjtë, deri në moshën 34 vjeçare.

Jakov Milatović
Sponsored • Paid for by Jakov Milatovic
ID: 848249812871687

Imamo sjajne ljude i ideje za razvoj Podgorice!

Okupili smo sposobne i poštene ljude kojima su namjere da učine ovaj grad boljim – ispred ličnih interesa.

*Našu listu čine mladi ljudi i skoro pola njih ima manje od 35 godina.

*Našu listu čini 47% žena!

*Našu listu obogatilo je 10 magistara, četiri doktora nauka i tri doktora medicine!

Ako ovi ljudi ne mogu da promijene Podgoricu ne može niko!

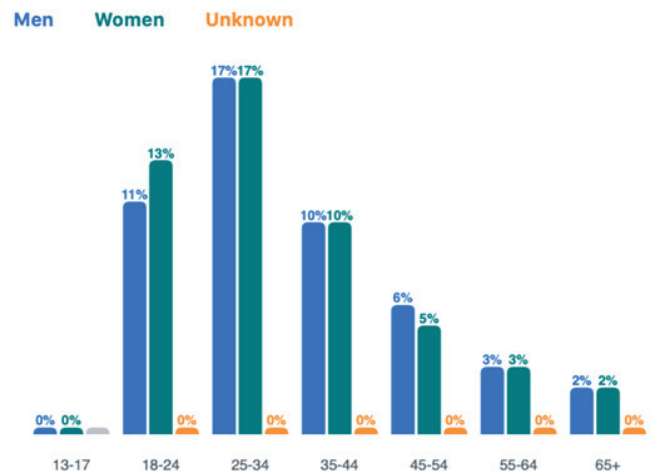
@pokretevropasad
@milojko_spajic

Impressions

45K - 50K

Who was shown this ad

The age and gender breakdowns of people who saw this ad.



Pra, gratë definitivisht nuk ishin fokusi i fushatës së mediave sociale, të paktën kur bëhej fjalë për përmbajtjen e sponsorizuar. Kjo do të thotë se partitë pothuajse plotësisht e kanë marginalizuar dhe injoruar këtë kategori, me përjashtim të tri faqeve (*Jelena Boroviniq Bojović, Aleksa Beçiq - Demokratët dhe Evropa tani*), të cilët u përpoqën t'u qasen votuesve të gjinisë femërore në këtë mënyrë, e para prej të cilave e bëri këtë në përmasa më e madhe se dy të tjerat, por ende jo mjaftueshëm dhe përshtatshëm, duke mos përdorur gjuhën e ndjeshme gjinore dhe duke treguar njëfarë keqkuptimi të kontributit të mundshëm të gruas në shoqëri.

Literatura

Studime dhe artikuj shkencorë

Cvetinčanin Knezheviq, H., & Llallatoviq, J. (n.d.). *Manual për përdorimin e gjuhës me ndjeshmëri gjinore*. Beograd: Trupi Koordinues i Qeverisë së Republikës së Serbisë për Barazi Gjinore.

Minkoff, S. L., & Mann, C. B. (2020). *The Effect of Billboards on Turnout in 4 States: A Randomized Experiment*. Annual Meeting of American Political Science Association.

Kvinna Kvinna, (2020), *Women's Rights in Western Balkans*, https://kvinnatillkvinna.org/wp-content/uploads/2020/11/The-KvinnatillKvinna-Foundation-report-WRWB_2020.pdf

Pejoviq Dushanka, (2022), *Pasqyra gjinore e medias në Mal të Zi*, realizuar përmes projektit Komunikimi i barazisë gjinore në administratën publike, implementuar nga UNDP dhe Drejtoria për Barazi Gjinore në Ministrinë e të Drejtave të Njeriut dhe të Pakicave të Malit të Zi, me mbështetjen financiare të BE-së.

UN Women, (2018). *Gender Sensitive Media Content: Media Monitoring Toolkit*. UN Women.

Wambul, K. (2016) *How can we close the digital gender gap?*, ITU News Magazine

Fondacioni Westminster për Demokraci në Mal të Zi, (2021), *Aktivizmi politik i grave në Mal të Zi: Hulumtimi i opinionit publik*, <https://www.wfd.org/sites/default/files/2022-02/WFD-brosura-mne.pdf>

Dokumentet e brendshme dhe ndërkombëtare

Qeveria e Malit të Zi, (2016). *Strategjia kombëtare e zhvillimit të qëndrueshëm deri në vitin 2030*. Podgoricë

Drejtoria e Statistikave Monstat & UNDP, (2019). *Indeksi i Barazisë Gjinore*. Podgoricë: UNDP

Ligji për Barazinë Gjinore, ("Gazeta Zyrtare e Republikës së Malit të Zi", nr. 046/07 nga 31.07.2007, "Gazeta Zyrtare e Republikës së Malit të Zi", nr. 073/10 nga 10.12.2010, 040/11 nga 08.08.2011, 035/15 nga 07.07.2015)
Raporti i Komisionit Evropian për Malin e Zi nga tetori 2022

Web linqet

<https://www.similarweb.com/>

<https://shequal.com.au/get-real/sexualisation-objectification/>

<https://cgo-cce.org/2022/11/24/gradani-imaju-sve-viseproblema-a-politicari-manjak-odgovornosti/>

<https://datareportal.com/reports/digital-2021-montenegro?rq=montenegro>



Të tjera

Listat përmbledhëse zgjedhore të të gjitha partive që konkurruan në zgjedhjet e vitit 2022, 2018 dhe 2020
Materialet nga platforma Meta (10 faqe në Facebook dhe Instagram): Faqja zyrtare e *Millojko Spajiq*; *Jakov Millatović*;
Lëvizja Evropa Tani; *Alleksa Beçiq - Demokratët - Mali i Zi Demokratik*; *Jellena Boroviniq Bojović*; *Të gjithë për qytetin tonë*; *Lëvizja civile URA*; *Lluka Rakçević*; *PKSH e Malit të Zi*; *Naglas*

Materiale nga televizioni: TVCG, TV Vijesti, PRVA, Nova TV, Adria TV, si dhe transmetuesit publikë lokalë Gradska TV, RTV Pljevlja i TV Budva; materiale nga media e shkruar: Vijesti, Dan i Pobjeda, si dhe 12 media online - Portal Vijesti, CdM, Analitika, rtcg.me, AntenaM, IN4S, Pobjeda, Borba.me, Aktuelno, Gradski.me, rtvbudva.me i pvportal.me.





