

# Tregues me Ndjeshmëri Gjinore për Mediat

**KORNIZË TREGUESISH PËR TË  
MATUR NDJESHMËRINË GJINORE NË  
VEPRIMTARITË DHE PËRMBAJTJEN E  
MEDIAVE**



Organizata e Kombeve  
të Bashkuara për Arsimin,  
Shkencën dhe Kulturën

Spektori i Komunikimit  
dhe Informimit

Botuar në vitin 2012 nga Organizata e Kombeve të Bashkuara për Arsimin,  
Shkencën dhe Kulturën

7, Place de Fontenoy, 75352 Paris, SP, France

© UNESCO 2012

Të gjitha të drejtat e rezervuara

ISBN 978-92-3-001101-7

Emërtimet e përdorura dhe paraqitja e materialit në të gjithë këtë botim nuk nënkuptojnë shprehjen e asnjë mendimi nga ana e UNESCO-s në lidhje me statusin ligjor të asnjë vendi, territori, qyteti apo zone apo për autoritetet drejtuese të tyre, e as për përcaktimin e kufijve apo vijave ndarëse të tyre.

Idetë dhe mendimet e shprehura në këtë botim janë të autorëve; ato nuk janë domosdoshmërisht mendimet e UNESCO-s dhe nuk përbëjnë ndonjë angazhim të Organizatës.

Botues: Alton Grizzle

---

Fotot e Kopertinës: © UNESCO/P. Lissac; © UNESCO/Y. Al Amin; © UNESCO/Y. Al Amin;  
© UNESCO/Y. Jooris; © UNESCO/S. Santimano; © K. Smith; © UNESCO/D. Evans;  
© UNESCO/Manoocher

---

Dizajni grafik: Gérard Prosper

Shtypur nga: UNESCO

*Shtypur në Francë*

*“Pabarazia i dënon individët me varfëri, ajo minon shëndetin e shoqërive dhe kufizon mundësitë për rritje e zhvillim të qëndrueshëm.”*

**Irina Bokova, Drejtore e Përgjithshme e UNESCO-s**

*“Zhvillimi i qëndrueshëm, të drejtat e njeriut dhe paqja mund të realizohen vetëm nëse gratë dhe burrat gëzojnë të drejta të zgjeruara dhe të barabarta për të jetuar në liri dhe me dinjitet. Barazia ekziston kur gratë dhe burrat kanë qasje të barabartë në arsimim cilësor, në burime dhe punë prodhuese në të gjitha fushat dhe kur janë në gjendje të ndajnë pushtetin dhe dijet mbi këto baza. Barazia gjinore duhet të shihet njëherazi si një nevojë praktike dhe si një kërkesë etike. (Nënvizimet nga botuesi).*

**Irina Bokova, Drejtore e Përgjithshme e UNESCO-s**

## FALËNDERIME

Procesi që çoi në botimin e këtij materiali burimor Tregues me Ndjeshmëri Gjimore për Mediat është pasuruar thellësisht në sajë të disa organizatave dhe njerëzve. UNESCO falënderon për kontributin e tyre të paçmueshëm Federatën Ndërkombëtare të Gazetarëve, Znj. Ammu Josephs dhe Znj. Rosa Maria Alfaro.

### KONTRIBUES KRYESORË

**Ammu Joseph**, gazetare, Indi

**Rosa María Alfaro**, studiuese kërkimore, Peru

**Alton Grizzle**, specialist programi, Seksioni për Mediat dhe Shoqërinë, Sektori i Lirisë së Shprehjes dhe Zhvillimit të Mediave, UNESCO, Francë

**Pamela Moriniere**, Përgjegjëse për Gjiminë, Projektet, dhe të Drejtat e Autorit, Federata Ndërkombëtare e Gazetarëve, Belgjikë

**Leanda Barrington-Leach**, Përgjegjëse për Komunikimet dhe Mediat, Lobi i Grave Europiane (EWL), Belgjikë

### KONTRIBUES

**Olya Booyar**, Kryeredaktore, Asia-Pacific Broadcasting Union News, Malaysia

**Francine Charles**, Konsulente për Komunikimin, Caribbean Broadcasting Union, Barbados

**Elena Chiaberge**, Koordinatore e Komisionit të Grave dhe e projektit të mediave të reja dhe komunikimit, COPEAM (Konferenca e Përhershme e Operatorëve Audio-Vizualë të Mesdheut), Itali

**Tanya Rebolledo Branski**, Përfaqësuese, Europe Bureau, EVAC (Espacio de Vinculación, Asociación Civil), Francë

**Cheryl Ruschke Schleske**, Konsulente/Partnere në LM Communications, France

**Umbiroo Karuaihe-Upi**, Konsulente, Southern African Broadcasting Association (SABA)

**Silvia Chocarro Marcesse**, Eksperte e Asociuar, Sektori për Lirinë e Shprehjes dhe Zhvillimin e Mediave, UNESCO, Francë

**Lavinia Mohr**, Drejtore e Programeve, Shoqata Botërore për Komunikim të Krishterë, (World Association for Christian Communication -WACC), Kanada

**Liza Gross**, Drejtore, Strategjitetë e Ndikimit Social të Korporatave, Omnilife (ish drejtore e Fondacionit Ndërkombëtar për Gratë në Media - International Women's Media Foundation)

**Colleen Lowe Morna**, Shefe Ekzekutive, Gender Links, Afrika e Jugut

**Danny Glenwright**, Shërbimi i Opinioneve dhe Komenteve, Gender Links, Afrika e Jugut

**Rosa Alfaro**, Studiuese kërkimore, Peru

**Margaret Gallagher**, Studiuese dhe shkrimtare, Mbretëri e Bashkuar

**Hilary Nicholson**, Koordinatore Programesh, Women's Media Watch, Jamaica

**Elisa Lees Munoz**, Drejtore Ekzekutive në Detyrë, Fondacioni Ndërkombëtar për Gratë në Media (International Women's Media Foundation -IWMF), Sh.B.A.

**Florentina Cardozo**, Këshilltare Gjimore, Federata e Gazetarëve të Amerikës Latine dhe Karaibeve (FEPALC), Kolumbi

**Amie Joof**, Gazetare dhe Drejtore, Rrjeti Ndër-Afrikën për Gratë, Mediat, Gjirinë dhe Zhvillimin (FAMEDEV), Senegal

**Hamida El Bour**, Professore e Mediave, Instituti i Shkencave të Shtypit dhe Informacionit, Tunizi

**Lisa Williams-Lahari**, Punonjëse në profesion të lirë e Pacific Media, Anëtare themeluese e Pacific WAVE Media Network, Honiara, Ishujt Solomon

**Nejiba Hamrouni**, Gazetare, Qendra e Gruas Arabe për Trajnime dhe Studime (Center of Arab Woman for Training and Research - CAWTAR), Tunizi

**Wouter Gekiere**, Këshilltare për Çështje Evropiane, Bashkimi Evropian i Transmetuesve, Belgjikë

**Yuklan Wong**, Përgjësë për Fushatat dhe Projektet, Federata Ndërkombëtare e Gazetarëve (International Federation of Journalists - IFJ), Belgjikë

**Andrew Puddephatt**, Drejtor, Global Partners and Associates, Londër, Mbretëri e Bashkuar

**Ramon Tuazon**, Kryetar, Komiteti Teknik për Komunikim, Komisioni për Arsimin e Lartë (CHED), dhe President, Instituti Aziatik i Gazetarisë dhe Komunikimit, Filipine

## **KONSULTIME NË INTERNET ME TRANSMETUES/ORGANIZATA PROFESIONALE TË SHTYPIT TË SHKRUAR/SHOQATA**

**Asia-Pacific Broadcasting Union**

**Caribbean Broadcasting Union**

**Commonwealth Broadcasting Association**

**COPEAM (Permanent Conference of the Mediterranean Audiovisual Operators)**

**OTI (Organización de Telecomunicaciones Iberoamericanas)**

**Radio France**

**Radio Télévision Belge Francophone**

**Southern Africa Broadcasting Association**

**World Association of Newspapers and News Publishers**

**World Broadcasting Union**

# PASQYRA E LËNDËS

Hyrje	13
Kategoria A: Veprime për nxitjen e barazisë gjinore brenda organizatave të mediave	21
A1 Balanca gjinore në nivelin e vendimmarrjes	22
A2 Barazia gjinore në punë dhe kushtet e punës	24
A3 Barazia gjinore në organizata profesionale, shoqata, klube dhe bashkime të gazetarëve, profesionistëve të tjerë në fushën e mediave dhe në organet vetë-rregullatore të mediave	30
A4 Organizatat e mediave promovojnë kode dhe politika etike në favor të barazisë gjinore në përmbajtjen e mediave	36
A5 Balanca gjinore në arsim dhe aftësim profesional	39
Kategoria B: Portretizimi gjinor në përmbajtjen e mediave	43
B1 Portretizimi gjinor në lajme dhe çështjet aktuale	44
B2 Portretizimi gjinor në reklama dhe publicitet	52
REFERENCA	55
LIDHJE TË DOBISHME NË INTERNET	58
FJALORTH TEMATIK GJINOR	60

<b>SHTOJCA 1</b>	<b>65</b>
Raste studimi të zgjedhura për përfshirjen gjinore në media nga:	
<b>AZIA DHE PAQËSORI</b>	<b>66</b>
<b>KARAIKET</b>	<b>90</b>
<b>EVROPA DHE SHTETET ARABE</b>	<b>110</b>
<b>AMERIKA LATINE</b>	<b>134</b>
<b>AFRIKA JUGORE</b>	<b>154</b>



# PARATHËNIE

Barazia gjinore dhe fuqizimi i grave është një nga përparësitë më madhore të UNESCO-s, përparësia tjetër është Afrika. Termi 'barazi' në mënyrën si është përdorur këtu ka për synim të sigurojë çlirimin dhe shpalojshjen e plotë të potencialit të grave/vajzave dhe të burrave/djemve dhe njohjen e vlerave të çdo personi pa asnjë paragjykim. Një vëmendje gjithmonë e më e madhe po i kushtohet çështjeve të barazisë në nivel botëror, me mbështetjen e disa instrumenteve të ndryshme normative dhe ligjore: konventave dhe deklaratave. Më kryesore ndër këto janë Konventa për Eliminimin e të Gjitha Formave të Diskriminimit kundër Grave dhe Deklarata dhe Platforma për Veprim e Pekinit.

Kjo e fundit, që ishte fryt i Konferencës së Katërt Botërore të Kombeve të Bashkuara për Gratë, në vitin 1995, thekson rolin kyç të mediave për promovimin e barazisë gjinore në të gjitha sferat; të gjitha grupeve të interesuara u bëhet thirrje të bashkojnë forcat për të luftuar "stereotipizimin e grave dhe pabarazinë e grave në qasje dhe pjesëmarrje në të gjitha sistemet e komunikimit, sidomos në media." Në vitin 2010, për të treguar përkushtimin e saj për barazi gjinore dhe fuqizim të grave, Asambleja e Përgjithshme e Kombeve të Bashkuara krijoi agjencinë UNWomen. Përkushtimi dhe strategjia e UNESCO-s për këtë qëllim është formuluar më së miri në "Planin Prioritar të Veprimit për Barazinë Gjinore 2008-2013", i cili ka një qasje të dyfishtë: (i) programim specifik gjinor dhe (ii) përfshirje gjinore dhe veprim në të gjitha fushat e kompetencës së UNESCO-s.

Sektori i Komunikimit dhe Informacionit të UNESCO-s e ka përqafuar plotësisht këtë përkushtim dhe është përfshirë në nivel global në një gamë të gjerë nismash specifike gjinore në të gjitha seksionet dhe veprimtaritë kryesore të saj. Dy këndvështrimet, barazia ndërmjet grave dhe burrave që punojnë në media dhe barazia në lajmet që raportojnë për gratë dhe burrat, kanë rëndësi të barabartë dhe po ndiqen fuqishëm nga afër.

Pikërisht në këtë sfond, UNESCO, në bashkëpunim me Federatën Ndërkombëtare të Gazetarëve dhe shumë partnerë të tjerë, ka përpunuar këtë kornizë globale të Treguesve me Ndjeshmëri Gjinore për Mediat (TNGJM) [në anglisht: Gender-Sensitive Indicators for Media (GSIM)]. Kjo është pjesë e një sërë treguesish që po hartohen në të gjithë sektorët e organizatës për të mundësuar një vlerësim apo diagnozë efektive të fushave brenda mandatit të UNESCO-së për zhvillimin e mediave.

Përkrahja që i bëri nismës TNGJM Programi Ndërkombëtar për Zhvillimin e Komunikimit (International Programme for the Development of Communication – IPDC) dëshmon për rëndësinë që ka kjo temë për vendet anëtare të UNESCO-s. IPDC është i vetmi Këshill Ndërqeveritar në sistemin e OKB-së që ka për qëllim të mobilizojë bashkësinë ndërkombëtare për të diskutuar dhe promovuar zhvillimin e mediave në vendet në zhvillim. Këshilli Ndërqeveritar i IPDC-së është një platformë madhore për lehtësimin e debateve dhe për të përforcuar rolin e tij si një përcaktues standardesh në nivel ndërkombëtar në fushën e zhvillimit të mediave. Debati tematik i IPDC-së në vitin 2012, “Çështjet gjinore dhe mediat: Gjetja e drejtësisë së duhur”, trajtoi çështjen e Treguesve me Ndjeshmëri Gjinore për Mediat të UNESCO-s. Në debat morën pjesë përfaqësues nga grupe interesi, ekspertë dhe vendet anëtare, për të diskutuar se si të përfshihen çështjet gjinore në media.

Procesi që çoi në përgatitjen e TNGJM-e ishte mjaft gjithëpërfshirës. Ai u zhvillua në harkun e një periudhe dyvjeçare. Procesi nisi në fillim të vitit 2010 me një debat global për platformën e mbrojtjes së politikave të quajtura “Gratë bëjnë lajmin”, organizuar në kuadrin e festimeve të ditës ndërkombëtare të grave, e titulluar “Drejt Treguesve me Ndjeshmëri Gjinore për Mediat: Praktikant më të mira për një perspektivë gjinore në media dhe në përmbajtjen e tyre.” Kjo kishte për qëllim të shërbente si pikënisje për një shkëmbim global mendimesh, për rëndësinë dhe nevojën e treguesve me ndjeshmëri gjinore për organizatat e mediave. Në atë kohë u përgatit një draft i parë i TNGJM-ve dhe një vit më vonë ai u rishikua në një konsultim ndërkombëtar të organizuar nga IFJ dhe UNESCO në Bruksel më 14 dhe 15 prill 2011. Pas kësaj, u përgatit një draft i dytë. Për këtë raund të parë konsultimesh u mbledhën ekspertë që përfaqësonin organizata kombëtare, rajonale dhe ndërkombëtare që punonin në fushën e mediave dhe të çështjeve gjinore dhe që mbulonin të gjitha zonat e botës. Në takim u pranua se, ndonëse grupi kryesor i synuar për t’i përdorur këto tregues ishin mediat, TNGJM-të do të ishin po aq të rëndësishme dhe të dobishme edhe për OJQ-ë dhe për organizata të tjera të shoqërisë civile që punojnë në këtë fushë.

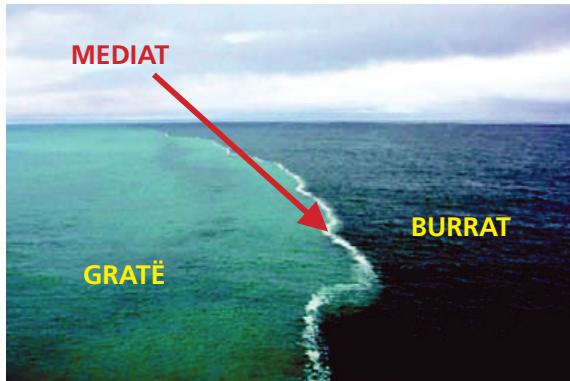
Për ta pasuruar më tej draftin e dytë burimor të TNGJM-ve dhe si një hap themelor për plotësimin e tyre, u zhvillua edhe një raund i dytë konsultimesh në internet me partnerët mediatikë të UNESCO-s në të gjithë botën. Shoqata e mediave transmetuese dhe të shtypit caktuan njerëz për të kontribuar komente, sugjerime dhe mendime për ta përmirësuar më tej dokumentin. Konsultimi me këto shoqata pati një rëndësi të madhe sepse i mundësoi UNESCO-s që të përfshijë këndvështrimet e këtyre partnerëve kyçë në këto TNGJM. Kjo na mundëson të theksojmë se përdorimi i TNGJM-ve nuk është një përpjekje për të kufizuar lirinë e shprehjes dhe pavarësinë e mediave, por për t’i pasuruar këto karakteristika kardinale mbi baza vullnetare.

UNESCO ka besim se, nëse zbatohen plotësisht dhe përdoren ashtu siç duhet, TNGJM-të do të kenë një ndikim të dukshëm si në terma cilësore ashtu dhe në sasiore.

**Jānis Kārklīņš**

*Ndihmēs Drejtor i Përgjithshēm, Komunikimi dhe Informacioni – UNESCO*

# NDËRTHURJE OQEANESH



“U vura në kërkim të një pamje që mund të përcillte mjaftueshëm idenë e barazisë gjinore, pa paragjykimë e paraqitje stereotipike, dhe në botën e sotme të ndërlidhur, ndesha në këtë pamje. Është një dukuri natyrore mahnitëse, e kapur në fotografi nga Kent Smith, gjatë një udhëtimit me anije në Alaskë. Ai e titulloi “Ndrëthurje Oqeanesh”. Në vendin ku takohen dy baticat ka një vijë të përhershme shkume të bardhë, për shkak të dendësisë së ndryshme të ujërave. Nëse do të lundronit bashkë me mua në këtë udhëtim, besoj që edhe ju do të pajtoheshit se ky është një përshkrim i goditur i barazisë gjinore. Pse? Sepse ne të gjithë së bashku do të mund ta shihnim këtë vijë të bardhë e të përhershme ndarëse si një pranim të ngjashmërive ndërmjet grave dhe burrave – vajzave dhe djemve – me merita e aftësi të barabarta, me lirinë për të qenë, për të aspiruar, për të pasur arritje, për të ecur përpara... Por kjo vijë e bardhë mund të jetë edhe simbol i përqafimit të dallimeve, simbol i një lloji tjetër lirie – liria e grave dhe burrave për t’u takuar si të barabartë në të njëjtat borde drejtuese, zyra, bashkësi, redaksi lajmesh, filma, apo edhe në reklama e publicitet, pavarësisht dallimeve që ekzistojnë mes tyre.

I njëjti imazh përcjell gjithashtu edhe një domethënie të madhe për çështjet gjinore dhe mediat, që është edhe qëllimi i këtij materiali burimor për TNGJM-të. Sepse kur burrat dhe gratë takohen si të barabartë, mediat, pavarësisht nga teknologjia që përdorin, si pjesë e funksionit të tyre për pasqyrimin e larmisë në shoqëri, duhet të luajnë rolin e tyre për zgjerimin e horizonteve të të menduarit për barazinë gjinore, si dhe për stereotipet me bazë gjinore që gjenden tek mediat dhe përcillen përmes tyre. Për këtë arsye, nëse ende jeni duke lundruar me mua, kjo vijë e bardhë e përhershme, gjithmonë e dukshme, përfaqëson edhe funksionin e mediave dhe rolin e të gjithë gazetarëve për t’i bërë çështjet e barazisë gjinore transparente dhe të kuptueshme për publikun.”

*Alton Grizzle*

# Hyrje

*Për sa i përket organizatave të mediave, "Burrat zënë shumicën e vendeve në bordet drejtuese dhe të drejtuesve të lartë në të shtatë rajonet, me 74,1% dhe 72,7% - **Raporti Global për Statusin e Grave në Mediat Informative, 2011***

*"76% e njerëzve për të cilët dëgjohet ose lexohet në lajmet e botës janë meshkuj. Bota që shihet në mediat e informimit vazhdon të jetë në pjesën më të madhe një botë mashkullore – **Kush bën lajmin, Projekti Global për Monitorimin e Mediave, 2010.***

Qëllimi i Treguesve me Ndjeshmëri Gjinore për Mediat është që të japin ndihmesë për barazinë gjinore dhe fuqizimin e grave në dhe përmes mediave të të gjitha llojeve, pavarësisht nga teknologjia e përdorur.

Mund të thuhet se ka pasur tri valë të të menduarit për gratë dhe fuqizimit të tyre që nga vitet 1900 deri në shekullin e 21-të.<sup>1</sup> Vala e parë ishte ajo e së drejtës së votës për gratë, që filloi në Shtetet e Bashkuara në vitin 1845 dhe deri nga viti 1920 kishte filluar të lejohej në disa vende. Vala e dytë ishte ajo e lëvizjeve shoqërore për çlirimin e grave. E nisur së pari në Mbretërinë e Bashkuar, Shtetet e Bashkuara dhe vende të tjera në vitet 1960, këto lëvizje kishin të bënin me një rend dite më të gjerë se sa thjesht e drejta për të votuar. Ato ngritën zërin për një gamë të gjerë dukurish shoqërore dhe kulturore që pengonin lirinë e grave në krahasim me atë të burrave. Ndër to përfshiheshin çështje si portretizimi i grave në reklama dhe në media, pagat dhe mundësitë e pabarabarta në karrierë. Vala e tretë shkoi përtej këtyre çështjeve të grave dhe u përqendrua në një mënyrë më të thelluar në çështjet e roleve gjinore të të gjithë njerëzve. Ajo u mor me mënyrën se si këto role sjellin një vazhdim të përhershëm të ciklit të pabarazisë dhe kufizojnë mundësitë e individëve për të zgjedhur dhe për t'u shprehur.

Mediat (gazetat, radio, televizioni) dhe teknologjitë e reja janë pjesë e kulturës dhe shoqërisë. Pranohet gjerësisht se mediat janë përcjellës të kulturës dhe motorët e globalizimit të kulturave. Në vendet me dendësi të madhe mediash, nuk ka asnjë aspekt të shoqërisë në të cilin mediat nuk kanë ushtruar ndikimin e tyre, ndonëse në shkallë të ndryshme. Mediat mund të konsiderohen edhe si faktorë shoqërorë në vetvete që kanë pushtetin dhe forcën t'i japin shtytës zhvillimit shoqëror. Siç është shprehur edhe Amarthya Sen në një thënie të saj tashmë mjaft të famshme, asnjëherë më parë nuk ka pasur varfëri në masë atje ku ka media të lira<sup>2</sup>. Këtu mund të shtohen edhe ofruesit e informacionit të lirë, si interneti, bibliotekat, arkivat, muzetë, etj.

Ashtu si historia e grave, edhe mediat kanë evoluar në ato që janë sot, duke filluar me gazetatat në shekullin e nëntëmbëdhjetë, radio në fillimet e viteve 1900, televizioni në vitet 1940, dhe shpërthimi i teknologjive të reja në vitet 1990.<sup>3</sup> Zhvillimi i mediave për sa i përket pronësisë, pavarësisë, pluralizmit dhe shumëllojshmërisë mund të ndahet pak a shumë në

1. Shih një analizë të detajuar nga Liesbet Van Zoonen, 1995 *Questioning the Media: A Critical Introduction* (Të pyeturit e mediave: Hyrje kritike) redaktuar nga Downing, Mohammadi dhe Sreberny-Mohammadi: Sage Publications, London and New Delhi.

2. Shih *At the Heart of Change: The Role of Communication for Sustainable Development*: (Në zemër të ndryshimit: Roli i komunikimit në zhvillimin e qëndrueshëm) Panos Londër, 2007 – [www.panos.org.uk](http://www.panos.org.uk).

3. Shih *Mass Communication and the Modern World* (Komunikimi masiv dhe bota moderne) nga Ken Ward, 1989: MacMillan Press, Londër

katër trajektore të mbivendosura: media nën kontrollin e shtetit, ndërmarrje private, modele të pastra të shërbimit publik dhe media në pronësi të komunitetit. Këto katër lloje kanë ndikim në nivelet e larmisë të tyre për sa i përket mënyrës së punës dhe përmbajtjes së tyre.

Është e qartë që rrugët e fuqizimit të grave dhe zhvillimit të mediave kryqëzohen me njëra tjetrën. Mediat u përfshinë haptas në valën e tretë dhe të katërt të fuqizimit të grave. Përhapja e mediave, shpërthimi i teknologjive të reja dhe dalja në skenë e mediave sociale në shumë pjesë të botës, kanë ofruar burime të shumëfishta për qasje në informacion dhe njohuri që lidhen me gjininë. Mediat informative, pavarësisht nga teknologjia që përdorin, vazhdojnë të jenë një nga burimet kryesore të informacionit, ideve dhe opinioneve për shumicën e njerëzve anembanë botës. Ndonëse në strukturat shoqërore dhe në mendjet e njerëzve ekzistojnë pabarazi dhe stereotipe gjinore, mediat kanë potencialin t'i shumëfishojnë e përkeqësojnë, apo t'i përmirësojnë ato. Për më tepër, tendenciozitetet e vetëdijshme ose të pavetëdijshme që bartin ndonjëherë shumë profesionistë të medias, qofshin burra apo gra, ndaj këndvështrimeve kufizuese dhe të njëanshme maskiliste, vjen pjesërisht nga mungesa e kapaciteteve për të raportuar më gjerë për gratë dhe çështjet gjinore.

Thelbësore dhe qendrore për zhvillimin e medias është të kuptosh që, nëse mediat duhet të përmbushin këtë potencial demokratik të tyre, atëherë ato duhet të pasqyrojnë larminë në shoqëri<sup>4</sup>. Diversiteti shoqëror mishëron një shumëllojshmëri karakteristikash komplekse të popullatës njerëzore, si gjuha, kultura, feja, raca, përkatësia etnike dhe gjinia. Që mediat të jenë pasqyrime të sakta të shoqërive tona dhe të prodhojnë informacione që janë të plota dhe të shumëllojshme, është me rëndësi kritike që lajmet në veçanti, ta pasqyrojnë botën në një mënyrë që thellohet përtej një këndvështrimi mashkull-centrik dhe stereotipik. Të gjithë gazetarët mund të luajnë rol në zgjerimin e horizonteve të të menduarit për barazinë gjinore dhe stereotipet me bazë gjinore në media dhe që përcillen përmes mediave.

Treguesit me Ndjeshmëri Gjinore për Mediat (TNGJM) synojnë të trajtojnë pikërisht këtë kryqëzim të rrugëve ndërmjet fuqizimit të grave dhe zhvillimit të mediave. Fokusi kryesor i tyre është barazia dhe përmasat gjinore të larmisë shoqërore në media.

4. Mediat Pasqyrojnë Diversitetin në Shoqëri është një nga treguesit kyç të Kategorisë së Tretë – Mediat si një Platformë për Diskurs Demokratik në Treguesit e Zhvillimit të Mediave: Një kornizë për vlerësimin e zhvillimit të mediave (Media as a Platform for Democratic Discourse in the Media Development Indicators: A framework for assessing media development: UNESCO, 2008, Paris - <http://unesdoc.unesco.org/images/0016/001631/163102e.pdf>

## *Audienca në objektiv dhe Hartimi i TNGJM-ve*

TNGJM-të janë një grup treguesish jo përshkrues<sup>5</sup>, të hartuar për mediat e të gjitha llojeve. Megjithatë, ata kanë shumë domethënie dhe dobishmëri edhe për grupet e mediave të qytetarëve që kërkojnë dhe mbrojnë barazinë gjinore, organizata të tjera jo-qeveritare, shoqata të mediave, organizata dhe klube profesionale të gazetarëve, organe vetë-rregullatore të mediave, organizata të mediave, sidomos ato që merren me çështjet gjinore dhe mediat, ministri ose organe të tjera qeveritare, institucione akademike, dhe qendra studimore si shkollat dhe universitetet e gazetarisë, komunikimit dhe teknologjisë, si dhe institucione të tjera trajnuese. Qëllimi është që të nxiten organizatat e mediave për t'i bëjnë çështjet gjinore të dukshme dhe të kuptueshme për publikun, si dhe të analizojnë politikat dhe praktikat e tyre të brendshme me qëllim që të ndërmarrin veprimet e nevojshme për ndryshim. Shpresa është që organizatat e mediave, përmes mekanizmave të tyre, do të vendosin t'i përshtatin dhe zbatojnë këta tregues për të nxitur zhvillimin e mediave dhe gazetarinë cilësore. Duke thënë që TNGJM-të nuk janë përshkruese dhe kërkojnë përshtatje, UNESCO pranon se nuk mund të ketë një qasje të vetme që u përshtatet të gjithëve. Nga çdo organizatë mediash pritet që t'i përdorin këta tregues ose në tërësi, ose pjesërisht, në varësi të kontekstit përkatës dhe të përgjithshëmshëmrisë statistike që kërkohet.

MNGJM-të janë një zgjerim i Treguesve të Zhvillimit të Mediave – TZHM (MDI)<sup>6</sup>, që nxjerrin në pah prioritetin global të UNESCO-s për barazi gjinore. TZHM-të janë përdorur për të vlerësuar, por njëkohësisht edhe për t'i dhënë hov zhvillimit të mediave në vendet tona anëtare. Tashmë janë kryer vlerësimet në dhjetë vende dhe janë në proces në njëmbëdhjetë të tjera. Përveç kësaj, TZHM-të po përdoren si bazë për propozime projektesh që i dorëzohen Programit Kombëtar Për Zhvillimin e Komunikimit të UNESCO-s, ku rezultati përfundimtar është një kontribut kumulativ në nisma që në fund të fundit do të arrijnë plotësimin e parimeve për zhvillimin e mediave të përvijuara në TZHM-të në vendet anëtare. TNGJM-të kanë shumë lidhje me të pesë kategoritë e TZHM-ve dhe sidomos me Kategorinë e Dytë dhe të Tretë që lidhen me pluralitetin dhe larminë e mediave dhe me diskursin demokratik.

Një pikë fillimi e rëndësishme për zbatimin e këtyre treguesve do të jenë organizatat komunitare

5. "Treguesit janë instrumente që japin informacion për statusin dhe zhvillimin e një situate, procesi apo gjendjeje të caktuar. Ata mundësojnë pëftimin e njohurive të thjeshta, të drejtpërdrejta dhe të qasshme në lidhje me një dukuri të caktuar. Ata mund të jenë të thjeshtë ose të ndërlikuar, në varësi të përbërjes nga një grup të dhënash specifike dhe precize, apo rezultat i një numri treguesish të thjeshtë të mbledhur së bashku." - Study Assessment Criteria for Media Literacy Levels," (Kriteret e vlerësimit të studimeve për nivelet e njohjes së mediave), Raport përfundimtar nga EAVI për Komisionin Evropian, 2009

6. Treguesit e zhvillimit të mediave: Një kornizë për vlerësimin e zhvillimit të mediave: UNESCO, 2008, Paris - <http://unesdoc.unesco.org/images/0016/001631/163102e.pdf>



të mediave të financuara me fonde publike, të cilat në mënyrë logjike bartin detyrimin për të treguar ndjeshmëri gjinore si pjesë e pasqyrit të diversitetit shoqëror. Kjo nuk do të thotë që organizatat mediatike të sektorit privat nuk duhet t'i marrin parasysh çështjet e barazisë gjinore, sidomos ato që përfitojnë nga përdorimi i spektrit të transmetimit, që është një e mirë materiale publike. Megjithatë, është e rëndësishme që në fillim të caktohen objektiva të arritshme, për të krijuar momentum.

Një synim paralel është se këta tregues gjinorë do t'u mundësojnë të gjitha institucioneve të lira e të pavarura të mediave që të vlerësojnë me efektivitet aftësinë e tyre reaguese për sa i përket ndjeshmërisë gjinore. Këta tregues mund të shërbejnë gjithashtu edhe si një instrument me anë të të cilit edhe shoqëria civile nga ana e saj do të mund të vlerësojë këtë aftësi reaguese. Përmbajtja e dokumentit kategorizohet në një mënyrë të tillë që të trajtojë çështje që lidhen me:

- Kërkesat e brendshme të politikave institucionale që janë të nevojshme për të siguruar ndjeshmërinë gjinore në media;
- Ndërtimin e kapaciteteve për profesionistët në fushën e mediave;
- Rolin e shoqatave/bashkimeve profesionale dhe të institucioneve akademike. Pra, grupet e shoqërisë civile janë grupet e dyta të synuara nga ky material burimor.

Ky grup gjithëpërfshirës treguesish me ndjeshmëri gjinore merr parasysh mbledhjen e të dhënave sasiore dhe cilësore dhe është hartuar në mënyrë të tillë që të përfshijë informacionin dhe proceset e nevojshme për monitorimin e barazisë gjinore në media.

Treguesit ndahen në dy kategori të cilat janë të ndërlidhura dhe jo të ndara nga njëra tjetra, ku secila trajton boshtin kryesor të çështjeve gjinore dhe mediave: Kategoria A – Veprime për nxitjen e barazisë gjinore brenda organizatave të mediave (të ndara në pesë nën-seksione) dhe Kategoria B – Portretizimi gjinor në përmbajtjen e mediave (dy nën-seksione). Secila kategori është e organizuar në pesë përmasa, që janë: Grupi i përdoruesve; fusha kritike shqetësuese; objektivi strategjik; treguesit dhe mjetet e verifikimit.

## Zbatimi i TNGJM-ve

Përdorimi i këtij instrumenti do të varet pikësepari nga konteksti, si buxheti, synimet e

organizatës apo institucionit të medias, statusi i barazisë gjinore dhe fuqizimit të grave në atë organizatë, si dhe ekzistenca e ekspertizës. Çdo kombinim i mundshëm i këtyre faktorëve mund të kërkojë përshtatjen e instrumentit. Zbatimi i parë i treguesve mund të gjenerojë gjetje dhe rezultate që mund të shërbejnë si njësi matëse mbi bazën e së cilës mund të krahasohen rezultatet e zbatimeve të mëtejshme. Paraqitja e këtyre gjetjeve në një raport për gjendjen mund të përdoret për të artikuluar politika dhe drejtim strategjik, për të caktuar objektiva të matshme dhe të arritshme dhe për të kryer monitorime dhe vlerësime për matjen e përparimit.

Ashtu siç ndodh në çdo studim që ndërmerret, përcaktimi i gamës së studimit është domosdoshmëri absolute. Kryerja e një vlerësimi gjithëpërfshirës që i përdor të gjithë treguesit në të njëjtën kohë, do të kërkonte një investim të madh në kohë dhe para. Po kështu, edhe vetëm vlerësimi i veprimtarisë dhe përmbajtjes së një organizate të caktuar mediatike mund të jetë shumë e ndërlikuar, le më pastaj që të vlerësohen të gjitha mediat e një vendi. Zgjedhja e kampionit të duhur ka shumë rëndësi dhe duhet të bëhet nën udhëzimin e ekspertëve. Për shembull, nuk ka receta për përcaktimin e një kampioni 'magjik' në vlerësimin e përmbajtjes apo të një periudhe të caktuar kohore kur analizohen praktikatat e këtyre organizatave. Megjithatë, duhet bërë kujdes sepse nëse koha e vlerësimit është shumë e shkurtër, nëse kampioni është më i vogël se duhet, kjo mund të lërë pa analizuar modele dhe aspekte domethënëse dhe do të cenonte vlefshmërinë e përgjithësimeve që mund të nxirren. Në çdo rast, këta parametra duhet të bëhen gjithmonë të qartë kur paraqiten gjetjet dhe rezultatet.

Duhet të vihet në dukje se, për shembull, ekzistenca e një përmbajtjeje të caktuar në media nuk do të thotë domosdoshmërisht që kjo përmbajtje ka një ndikim të caktuar tek audiencat. Ashtu sikundër edhe në qoftë se kryeredaktorja në një redaksi lajmesh është grua, kjo nuk do të thotë domosdoshmërisht se stereotipet gjinore pakësohen automatikisht. Shpesh është e nevojshme të bëhen vërtetime të audiencave<sup>7</sup> për të vlerësuar domethënien dhe rëndësinë e gjetjeve nga analiza e përmbajtjes ose analizat e institucioneve, për të vërtetuar mënyrën se si ndikohet publiku nga një përmbajtje e caktuar. TNGJM-të nuk janë zëvendësues për këto procese.

Në instrumentin e TNGJM-ve përfshihen edhe një numër rastesh studimi 'vetë-vlerësimi' të ndërmarrë nga pesë bashkime/shoqata transmetuese në bashkërendim me pikat e kontaktit të caktuara brenda organizatave të mediave anëtare. Këta partnerë janë Asia Pacific

.....

7. Vërtetimi i audiencës është një lloj metodologjie kërkimore në fushën e komunikimit që zhvillohet me një audiencë të caktuar për të mbledhur informacion për qëndrimet, njohuritë, interesat, parapëlqimet, dhe sjelljet e tyre në raport me mesazhet e marra nga mediat. Një grup i caktuar audience mund të bazohet në karakteristika të tilla si gjinia, raca dhe përkatësia etnike, moshë, niveli arsimor, apo të ardhurat familjare.

Broadcasting Union, Caribbean Broadcasting Union, COPEAM (Permanent Conference of the Mediterranean Audiovisual Operators), OTI (Organización de Telecomunicaciones Iberoamericanas) dhe Southern Africa Broadcasting Association (SABA).

UNESCO i porositi këto raste studimi bazuar në premisën se pilotimi i TNGJM-ve nuk duhet të ketë lidhje vetëm me studimet kërkimore. Puna kërkimore është një hap i domosdoshëm por kurrsesi i mjaftueshëm për të arritur objektivat që dëshiron të arrijë UNESCO, shumë organizata, konventa dhe instrumente të tjera ndërkombëtare për barazinë gjinore dhe fuqizimin e grave. Në këtë tablo shpesh mungojnë politikat dhe strategjitë e brendshme që lidhen me çështjet gjinore. Për më tepër, synimi kryesor është që partnerët mediatik ta bëjnë këtë proces të tyrin. Ka shumë organizata joqeveritare dhe universitete që kanë kryer ose po kryejnë studime për gjininë në përmbajtjen dhe veprimtarinë e mediave. Kjo është gjë e mirë dhe duhet të vazhdojë. Megjithatë, ka një mangësi në studime. Shumë partnerë mediatik nuk po e bëjnë vlerësimin e brendshëm të nevojshëm dhe nuk po i ndërmarrin hapat e tjera të nevojshme për hartimin e politikave dhe strategjive.

*Përkatësisht vetëm 16%, 27% dhe 69% e kampionit të kompanive të mediave të vrojtura kishin politika në rang kompanie për barazinë gjinore në Evropën Lindore, Lindjen e Mesme dhe Afrikën e Veriut, dhe në rajonin e Sub-Saharës në Afrikë – **Raport Global për Statusin e Grave në Mediat Informative, 2011.***

Përveç rasteve të studimit në Shtojcën 1, përdoruesit e këtij materiali burimor të TNGJM-ve ftohen të shohin edhe Global Report on Status of Women in the News Media (Raporti Global për Statusin e Grave në Mjetet e Informacionit), i mbështetur nga UNESCO dhe drejtuar nga Fondacioni Ndërkombëtar për Gratë në Media.

Çështja e fundit që duhet theksuar është se ky material burimor është një instrument i gjallë. Treguesit, ndonëse në tërësi gjithëpërfshirës, nuk janë kurrsesi shterues. Shpresojmë që këto instrumente të përdoren nga aktorët kyçë në këtë fushë dhe që mësimet e nxjerra të shërbejnë si bazë për zhvillimin e mëtejshëm të TNGJM-ve.



Kategoria A:

VEPRIME PËR NXITJEN  
E BARAZISË GJINORE  
BRENDA ORGANIZATAVE  
TË MEDIAVE



## A1 Balanca gjinore në nivelin e vendimmarrjes

**Përdoruesit:** *Organizatave të mediave*

**Fusha kritike e veprimit:** *Nivelet e vendimmarrjes në drejtimin e mediave*

**A1.1. – Objektivi strategjik 1:** Balanca gjinore ndër vendimmarrësit brenda organizatave të mediave.

### TREGUESIT

---

1. Përqindja e grave pronare, në poste drejtuese dhe në borde drejtuese.
2. Përqindja e grave që kanë poste udhëheqëse brenda mediave (kryeredaktore, redaktore, përgjegjëse departamentesh, përgjegjëse sektorësh).
3. Shqyrtim dhe raportim periodik për veprimet e ndërmarra për sigurimin e barazisë gjinore në nivelet e vendimmarrjes.
4. Politika efektive të mundësive të barabarta me masa, objektiva, afate dhe mekanizma monitorimi gjithëpërfshirëse për zbatimin e tyre.
5. Politika të mundësive të barabarta të hartuara brenda çdo organizate mediatike të cilat hartohen në mënyrë bashkëpunuese dhe kanë miratimin e punonjësve.
6. Masa/politika të miratuara për heqjen e të gjitha pengesave ndaj mundësive të barabarta dhe për të ndihmuar dhe mbështetur punën e grave. (për shembull, çerdhe në vendin e punës, punësim me kohë të pjesshme; kritere përzgjedhjeje të përbashkëta dhe transparente për ngritjen e tyre në poste drejtuese, etj.)
7. Buxhete të posaçme për mbështetjen e politikave gjithëpërfshirëse të mundësive të barabarta.
8. Ekzistenca e një sistemi të posaçëm kuotash për përfaqësimin e grave në vendimmarrje.

9. Ekzistenca e diskriminimit pozitiv dhe e komisioneve të diskriminimit pozitiv për të shtuar praninë e grave në media në të gjitha nivelet e strukturës organizative.
10. Përqindja e shpalljeve të vendeve të punës që bëhen në mënyrë transparente dhe ku kanë qasje të gjithë punonjësit e organizatës.
11. Publiciteti për politikat e balancës gjinore në vendimmarrje.
12. Përpjekje për të vlerësuar nivelin e ndërgjegjësimit dhe të njohjes së politikave të mundësive të barabarta.
13. Raportimi i rezultateve të performancës në lidhje me zbatimin e politikave të mundësive të barabarta.

#### MJETET E VERIFIKIMIT

---

- ◆ Krijimi i një harte/liste të të gjitha vendeve të punës, duke identifikuar ato ku gratë janë në poste drejtuese; kjo mund të bëhet ose së brendshmi (përfshirë në bashkëpunim me organizatat/bashkimet profesionale) ose me anë të kontrollit të jashtëm.
- ◆ Politikat e brendshme.
- ◆ Intervista me punonjësit.
- ◆ Dokumentacioni financiar.
- ◆ Dokumentacioni përkatës i zyrave të burimeve njerëzore.
- ◆ Politika/legjislacioni i jashtëm (jashtë organizatës), si për shembull Ligji për Barazinë në Punësim.
- ◆ Raportime për diskriminimin pozitiv.

## A2 Barazia gjinore në punë dhe në kushtet e punës

**Përdoruesit:** *Organizata të mediave*

**Fusha kritike e veprimit:** *Kushtet e punës*

**A2.1- Objektivi Strategjik 1:** Trajtim i barabartë dhe njohje e kapaciteteve të grave dhe burrave në vendin e punës

### TREGUESIT

---

1. Ekzistenca e një zyre gjinore ose e punonjësve përgjegjës për përfshirjen gjinore, për të monitoruar dhe vlerësuar barazinë gjinore në vendin e punës.
2. Informim dhe ndërgjegjësim i punonjësve se ekziston një zyrë apo punonjës përgjegjës për përfshirjen gjinore për të trajtuar problemet/çështjet si të grave ashtu edhe të burrave.
3. Ekzistenca e sistemeve për monitorimin dhe vlerësimin e barazisë gjinore në vendin e punës.
4. Numri/përqindja e grave dhe burrave që punojnë në seksione të organizatës mediatike (për shembull, në redaksitë e lajmeve apo produksion) dhe në të gjitha nivelet (drejtues i ulët, i mesëm, i lartë).
5. Shqyrtim dhe raportim periodik për veprimet e ndërmarra për rritjen e përqindjes së grave që punojnë në redaksitë e lajmeve.
6. Ekzistenca e politikave mediatike që sigurojnë trajtim të barabartë për sa i përket kushteve/mjedisit të përgjithshëm të punës dhe të drejtave të punonjësve, përfshirë pagat dhe mundësitë për ngritje në detyrë.
7. Shqyrtime dhe raportim periodik për barazinë në paga dhe shkallën e ngritjes në



- detyrë të grave dhe burrave.
- 8.** Përqindjet e grave dhe burrave që ngrihen në detyrë dhe u ofrohet rritje page çdo vit, në bazë të politikave në fuqi.
  - 9.** Kushte të barabarta punësimi dhe përfitimesh, përfshirë edhe skemat e pensionit.
  - 10.** Praktika të barabarta dhe transparente rekrutimi (p.sh. të gjithë komisionet që marrin në intervistë kandidatët për një vend pune duhet të jenë të balancuar nga ana gjinore, punonjësi apo punonjësja gjinore duhet të përfshihet në procesin/programin e rekrutimit të organizatës në një fazë të caktuar të këtij procesi/programi).
  - 11.** Ekzistenca e një marrëveshjeje kolektive që siguron trajtim të barabartë të burrave dhe grave.
  - 12.** Harmonizim i të gjitha politikave që lidhen me barazinë gjinore me nenet përkatëse të CEDAW, si Neni 2, 4, 10, 11, etj.
  - 13.** Monitorimi për një buxhet reagues gjinor, me pjesëmarrjen e grave.
  - 14.** Ekzistenca e politikave të burimeve njerëzore për gjininë, përfshirë edhe trajtimin e barabartë.
  - 15.** Informim dhe publicitet për politikat gjinore të burimeve njerëzore.
  - 16.** Organizatat e mediave lehtësojnë shpërndarjen/u vënë në dispozicion punonjësve të organizatës legjislativën e punës që lidhet me trajtimin e barabartë të grave dhe burrave.
  - 17.** Përqindja e burrave dhe grave punonjës me kontrata me kohë të pjesshme.
  - 18.** Përqindja e grave dhe burrave punonjës me kontrata me periudhë të përcaktuar.
  - 19.** Përqindjet e burrave dhe grave që prodhojnë ose raportojnë tematika të ndryshme lajmesh (për shembull, sporte, politikë, dhe konflikte të armatosura).
  - 20.** Veprimet specifike për të shtuar përqindjen e grave që prodhojnë ose raportojnë lajme me tematika të ndryshme, ku prania e tyre është e ulët (për shembull, përmes kuotave).
  - 21.** Shqyrtim dhe raportim periodik për veprimet e ndërmarra për të shtuar përfshirjen e grave (për shembull, në shkrimin apo raportimin e lajmeve) në të gjitha fushat tematike të lajmeve.

## MJETET E VERIFIKIMIT

---

- ◆ Dokumentacioni i zyrës së burimeve njerëzore që lidhet me rekrutimin, përshkrimet e punës, etj.
- ◆ Vlerësim i brendshëm i politikave, procedurave, lehtësirave që lidhen me trajtimin e barabartë të punonjësve.
- ◆ Vlerësim i jashtëm i politikave, procedurave, lehtësirave.
- ◆ Anketime të punonjësve për mjedisin e punës.
- ◆ Dispozitat e marrëveshjes kolektive për trajtimin e barabartë.
- ◆ Raport analize gjinore për organizatat e mediave.
- ◆ Të dhëna të ndara sipas gjinisë për përqindjet/raportin e pagave dhe ngritjes në detyrë.
- ◆ Të dhëna të ndara sipas gjinisë për punonjësit me kontrata me periudha të përcaktuara.
- ◆ Të dhëna të ndara sipas gjinisë për pjesëmarrjen në tematika të ndryshme të lajmeve.

## A2.2-Objektivi strategjik 2: Kushte të sigurta pune për gratë dhe burrat

### TREGUESIT

1. Ekzistenca e lehtësive që marrin parasysht nevojat e ndryshme të grave dhe burrave (përfshirë transportin e sigurtë dhe/ose akomodim për fjetje për gratë pas turneve të vona të natës, banja të veçanta për gratë, pajisje sigurie për gratë që raportojnë nga zona konfliktesh).
2. Ekzistenca dhe zbatimi i një sistemi gjithëpërfshirës për parandalimin, trajtimin e ankesave, mbështetjen dhe kompensimin (REDRESS) për sa i përket ngacmimit seksual dhe kërcënimeve në vendin e punës.
3. Harmonizimi i politikave të mediave me nenet përkatëse të CEDAW<sup>1</sup> që trajtojnë çështjet e kushteve të sigurta të punës për gratë dhe burrat dhe veprimet që janë ndërmarrë për të mbushur boshllëqet.

### MJETET E VERIFIKIMIT

- ◆ Dispozitat për sigurinë, ngacmimin dhe kërcënimin në marrëveshjet kolektive.
- ◆ Inspektimi i vendeve të punës.
- ◆ Politikat kundër ngacmimit seksual dhe kërcënimit.
- ◆ Klauzolat për dinjitetin në punë në politikat e organeve të medias.
- ◆ Numri i ankesave dhe i rasteve që këto ankesa janë zgjidhur me sukses.
- ◆ Anketime të punonjësve në mjedisin e punës.
- ◆ Vlerësim i brendshëm i politikave, procedurave, lehtësive që lidhen me sigurinë.
- ◆ Vlerësim i jashtëm i politikave, procedurave, lehtësive që lidhen me sigurinë.
- ◆ Marrëveshjet kolektive.

1. Konventa për Eliminimin e të Gjitha Formave të Diskriminimit ndaj Grave (CEDAW), miratuar në vitin 1979 nga Asambleja e Përgjithshme e Kombeve të Bashkuara, "përkrahur shpesh si një kartë ndërkombëtare e të drejtave të grave. E përbërë nga një parathënie dhe 30 nene, ajo përkufizon se çfarë përbën diskriminim ndaj grave dhe përcakton programin e punës për veprime kombëtare për t'i dhënë fund këtij diskriminimi." – UNWomen 2012

### A2.3- Objektivi strategjik 3: Paga e barabartë

#### TREGUESIT

---

1. Rroga të krahasueshme të grave dhe burrave profesionistë të mediave për punë me vlerë të barabartë.
2. Zbatimi i konventës 100 të ILO-s<sup>1</sup> për shpërblim të barabartë.
3. Përshkallëzim transparent i pagave brenda kompanisë mediatike, që përdor të njëjtat kritere për të përcaktuar strukturën e pagave për burrat dhe gratë.
4. Kontrollle transparente të pagave çdo vit.
5. Vlerësime periodike të brendshme të pagave.
6. Vlerësime periodike të jashtme të pagave.
7. Dispozitat e marrëveshjeve kolektive/me punonjësit që sigurojnë paga të barabarta të burrave dhe grave.

#### MJETET E VERIFIKIMIT

---

- ◆ Dokumentacioni i burimeve njerëzore.
- ◆ Vlerësim i brendshëm i politikave, procedurave, lehtësive që lidhen me pagat e barabarta.
- ◆ Vlerësim i jashtëm i politikave, procedurave, lehtësive që lidhen me pagat e barabarta.
- ◆ Dispozitat e marrëveshjeve kolektive për pagat e barabarta.
- ◆ Raportet e kontrollit financiar.
- ◆ Të dhëna të ndara sipas gjinisë për raportin midis pagave/promovimeve (përqindje e burrave dhe grave).

---

1. Konventa mbi Shpërblim të Barabartë për punonjësit dhe punonjëset për punë me vlerë të barabartë (Shënim: Data e hyrjes në fuqi: 23.05.1953).

## A2.4-Objektivi strategjik 4: Balanca punë-jetë

### TREGUESIT

1. Ekzistenca dhe zbatimi i kushteve fleksibël të punës për burrat dhe gratë.
2. Marrëveshje kolektive që parashikon kushte fleksibël të punës.
3. Politika specifike për kushte fleksibël të punës.
4. Dokumente të burimeve njerëzore për numrin e punonjësve që përdorin kushte fleksibël të punës.
5. Mundësia për të marrë leje amësie dhe atësie për të gjithë profesionistët e medias, për një kohëzgjatje të përshtatshme.
6. Ekzistenca dhe mundësia e përdorimit të shërbimeve cilësore për kujdesin për fëmijët dhe lehtësi mbështetëse për të gjithë punonjësit.
7. Klauzola dhe politika specifike për lejet e amësisë/atësisë dhe lejen prindërore dhe mbështetje për fëmijët.
8. Anketime periodike të përdoruesve të shërbimeve për kujdesin e fëmijëve.

### MJETET E VERIFIKIMIT

- ◆ Dokumentacioni i zyrës së burimeve njerëzore për punonjësit që marrin leje (amësie/atësie).
- ◆ Dokumentacioni për përdorimin e shërbimeve të kujdesit për fëmijët.
- ◆ Dokumente financiare.
- ◆ Vlerësim i brendshëm i politikave, procedurave, lehtësive që lidhen me fleksibilitetin, lejen e amësisë dhe të atësisë.
- ◆ Vlerësim i jashtëm i politikave, procedurave, lehtësive që lidhen me fleksibilitetin, lejen e amësisë dhe të atësisë.
- ◆ Dispozitat e marrëveshjeve kolektive për fleksibilitetin, lejen e amësisë dhe të atësisë.

## **A3 Barazia gjinore në organizata profesionale, shoqata, klube dhe bashkime të gazetarëve, profesionistëve të tjerë në fushën e mediave dhe në organet vetë-rregullatore të mediave**

### **Përdoruesit:**

*Bashkimet, klubet dhe organizatat profesionale të gazetarëve, profesionistë të tjerë në fushën e mediave dhe organet vetë-rregullatore të mediave*

### **Fusha kritike e veprimit:**

*Bashkimet, klubet dhe organizatat profesionale të gazetarëve, profesionistë të tjerë në fushën e mediave dhe organet vetë-rregullatore të mediave*

**A3.1-Objektivi strategjik 1:** Prani dhe pjesëmarrje e barabartë në vendimmarrje e grave drejtuese në këto struktura

### TREGUESIT

---

- 1.** Ekzistenca dhe zbatimi i një sistemi monitorimi dhe vlerësimi të pranisë dhe pjesëmarrjes së grave në vendimmarrje në të gjitha nivelet e këtyre strukturave.
- 2.** Ekzistenca, mundësia e përdorimit dhe promovimi i trajnimeve për udhëheqje dhe drejtim për gratë në këto struktura.
- 3.** Ekzistenca, mundësia e përdorimit dhe promovimi i rregullave të votimit që lidhen me anëtarësimin.

4. Ekzistenca e sistemeve të kuotave për përfaqësimin e grave në vendimmarrje në këto struktura.
5. Ekzistenca e diskriminimit pozitiv për rritjen e pranisë udhëheqëse/drejtuuese të grave në këto struktura.
6. Përqindja e grave dhe burrave në dokumentet e anëtarësisë.
7. Përqindja e grave dhe burrave në dokumentet për pjesëmarrjen në votime.
8. Përqindja e burrave dhe grave që punojnë në këto organizata.
9. Përqindja e grave dhe burrave në poste vendimmarrëse në të gjitha nivelet e këtyre strukturave.
10. Vlerësim vjetor i këtyre strukturave për të vërtetuar dhe për të raportuar mbi pjesëmarrjen e grave në drejtim/udhëheqje dhe në të gjitha veprimtaritë/programet.

#### MJETET E VERIFIKIMIT

---

- ◆ Të dhëna të ndara sipas gjinisë për gratë dhe burrat në dokumentacionin për pjesëmarrjen në votim.

### **A3.2-Objektiv strategjik 2:** Përfshirja gjinore në të gjitha veprimtaritë e këtyre strukturave

#### TREGUESIT

---

1. Mbledhje të rregullta të strukturave që promovojnë çështjet gjinore.

#### MJETET E VERIFIKIMIT

---

- ◆ Statutet.
- ◆ Anketime të anëtarëve për sa i përket perceptimit të politikave përkrähëse gjinore.
- ◆ Dokumentacioni financiar.
- ◆ Vlerësim i brendshëm i politikave, procedurave, lehtësive që lidhen me përfshirjen gjinore.
- ◆ Vlerësim i jashtëm i politikave, procedurave, lehtësive që lidhen me përfshirjen gjinore.
- ◆ Proces-verbale/ raporte të strukturave përgjegjëse për barazinë gjinore.
- ◆ Raporti i analizës gjinore



**A3.3-Objektivi strategjik 3:** Strukturat që promovojnë barazinë gjinore në vendin e punës.

TREGUESIT

1. Këso struktura hartojnë dhe propozojnë rekomandime për më shumë barazi gjinore (vendimmarrje, paga, leje, etj.) për drejtuesit e mediave si dhe organet e qeverisjes vendore, rajonale dhe kombëtare.
2. Këto struktura zhvillojnë auditime të rregullta gjinore të organeve të mediave.
3. Këto struktura organizojnë fushata ndërgjegjësimi për barazinë gjinore në vendin e punës.
4. Këto struktura këshillojnë dhe mbështesin anëtarët e tyre në raste të mungesës së barazisë gjinore në vendin e punës, duke u dhënë ose duke i drejtuar tek mekanizmat e mbrojtjes nga diskriminimi ose sfidat ligjore, etj.
5. Ekzistenca e mekanizmave transparente për marrjen e rekomandimeve për barazinë gjinore.
6. Ekzistenca e mekanizmave transparente për marrje të informacionit dhe rasteve të barazisë gjinore.
7. Përqindja e njoftimeve dhe rasteve për çështje të barazisë gjinore që janë zgjidhur në mënyrë transparente si përqindje e numrit të përgjithshëm të rasteve të marra.
8. Përqindja e deklaratave të shoqatave, bashkimeve dhe klubeve profesionale në lidhje me rastet që kanë të bëjnë me dhunën kundër grave.
9. Anketime periodike të anëtarëve mbi perceptimin e barazisë gjinore në vendin e punës.
10. Seanca për ngritjen e ndërgjegjësimit mbi barazinë gjinore.
11. Përqindja e grave dhe burrave që marrin pjesë në këto seanca.

MJETET E VERIFIKIMIT

- ◆ Listat e pjesëmarrësve në kurse trajnimi (përqindja e burrave dhe grave)

## TREGUES ME NDJESHMËRI GJINORE PËR MEDIAT

- ◆ Raport i analizës gjinore.
- ◆ Dokumente të politikave.
- ◆ Dokumente të zyrave të burimeve njerëzore.
- ◆ Vlerësim i brendshëm i politikave, procedurave, lehtësive që lidhen me barazinë gjinore në këto struktura.
- ◆ Vlerësim i jashtëm i politikave, procedurave, lehtësive që lidhen me barazinë gjinore në këto struktura.

**A3.4-Objektivi strategjik:** Këto struktura integrojnë ndërgjegjësimin për çështjet gjinore në praktikën e punës së medias përmes miratimit të politikave dhe mbështesin nismat për promovimin e ndërgjegjes gjinore për sa i përket rritjes së larmisë në media.

#### TREGUESIT

---

1. Përfshirja e ndërgjegjësimit gjinore ndër parimet e tjera drejtuese dhe vlerat profesionale të bashkimeve dhe shoqatave profesionale.
2. Promovimi i këtyre parimeve dhe vlerave ndër anëtarët e tyre.
3. Miratimi dhe promovimi i burimeve si politika, kodet e etikës, manualët/broshurat e stilit të shkrimit që të reflektojnë nevojën për ndjeshmëri dhe respektim të larmisë në veprimtarisë së medias.
4. Organizimi/lehtësimi i programeve/seminareve për anëtarët (meshkuj dhe femra) dhe profesionistë të tjerë në fushën e mediave në të gjitha nivelet për të nxitur integrimin e ndërgjegjësimit gjinor në veprimtarinë e mediave.
5. Organizimi i monitorimit periodik dhe të vazhdueshëm të përmbajtjes së mediave për të matur ndjeshmërinë gjinore dhe respektin për larminë në praktikën e mediave.
6. Lista të pjesëmarrjes për mundësi trajnimi, të ndara sipas gjinisë.

#### MJETET E VERIFIKIMIT

---

- ◆ Intervista me drejtues dhe anëtarë të bashkimeve/shoqatave profesionale.
- ◆ Anketime, ose dokumente që tregojnë se sa janë të përhapura politikat e organizatave, kodet e etikës, manualët/udhëzuesit, mbi çështjet gjinore dhe praktikat e mediave në bashkimet dhe shoqatat e gazetarëve dhe ndër profesionistët e tjerë të mediave.
- ◆ Anketime, ose dokumente të organizatave për ekzistencën e programeve/seminareve për çështjet gjinore dhe praktikën e mediave në bashkimet dhe shoqatat e gazetarëve dhe ndër profesionistët e tjerë të mediave.

## A4 Organizatat e mediave promovojnë kode dhe politika etike në favor të barazisë gjinore në përmbajtjen e mediave

**Përdoruesit:**

*Organizatat e mediave*

**Fusha kritike e veprimit:**

*Përkushtimi institucional për praktikatat me ndjeshmëri gjinore në organet/organizatat e mediave në lidhje me përmbajtjen e tyre*

TREGUESIT

---

1. Ekzistenca e politikave (të shkruara) gjinore që i referohen posaçërisht praktikave të mediave (si për shembull politikatat e rekrutimit të burimeve njerëzore).
2. Ekzistenca e një kodi (të shkruar) etike që përfshin referenca për përfaqësimin gjinor.
3. Ekzistenca e burimeve për raportime me ndjeshmëri gjinore si manuale/broshura, një listë me emrat e grave eksperte në fusha të ndryshme, një listë individësh ose agjencish që mund të ofrojnë një këndvështrim ose perspektivë gjinore mbi tema të ndryshme, etj., për të ndihmuar gazetarët dhe personelin tjetër krijues/teknik që të shmangin seksizmin dhe ta përdorin ndjeshmërinë gjinore si një përbërës të domosdoshëm të praktikës profesionale.
4. Stafi profesional, përfshirë edhe redaktorët, janë njohur dhe i pranojnë politikatat gjinore / të larmisë sociale, kodin etik të ndjeshmërisë gjinore dhe larmisë sociale dhe broshurës/manualit.
5. Personeli drejtues, duke përfshirë anëtarët e bordit dhe drejtuesit e lartë, janë njohur me politikatat gjinore dhe ato të larmisë sociale dhe i pranojnë kodin e etikës dhe manualin me ndjeshmëri gjinore dhe të larmisë sociale.

- 6.** Organizimi dhe lehtësimi i programeve të trajnimit/seminareve për të njohur stafin profesional me burimet e duhura, si politikat gjinore, kodi i etikës dhe manuali me ndjeshmëri gjinore, si dhe ndihma e personelit të integrojë këto njohuri për gjininë në praktikën e mediave.
- 7.** Ekzistenca e një monitorimi periodik/të vazhdueshëm të brendshëm për të matur efektivitetin dhe për të vlerësuar rezultatet e masave si politikat gjinore, kodi etike apo manuali/broshura me ndjeshmëri gjinore, dhe programe/seminare trajnimi.
- 8.** Mekanizmat e brendshme për t'i dhënë publikut një forum ku të paraqesin ankesat dhe kritikata e tyre për çështje të barazisë gjinore në përmbajtje, si për shembull në formën e institucionit të avokatit të popullit, redaktorit të lexuesve dhe/ose këshillit të shtypit dhe të merren masa që publiku ka dijeni për ekzistencën e një mekanizmi të tillë.
- 9.** Publicitet për politikat gjinore dhe raportime të rregullta në publik në lidhje me reagimin e institucioneve ndaj ankesave apo për perceptimet e performancës së tyre në fushën e çështjeve gjinore.
- 10.** Respektimi i politikave gjinore që lidhen me mediat merret parasysh në vlerësimin e performancës dhe në praktikata e promovimit në detyrë.
- 11.** Njohja e një organizate të pavarur (ose një organizate tjetër të barasvlershme) si një mekanizëm i jashtëm për t'i dhënë publikut një forum për të bërë ankesat dhe kritikata e tyre për përmbajtjen e mediave, si dhe publiku duhet të informohet për ekzistencën e këtij mekanizmi.
- 12.** Lista të pjesëmarrësve në seminare, të ndara sipas gjinisë.
- 13.** Promovimi i përdorimit të të dhënave të ndara sipas gjinisë në përmbajtjen e produkteve të gazetarisë.
- 14.** Shqyrtimi i të dhënave të monitorimit dhe ndërmarrja e veprimeve për probleme të rëndësishme (referojuni Treguesit 7).

## MJETET E VERIFIKIMIT

---

- ◆ Vrojtim/studim i përhapjes së politikave të shkruara, kodeve të etikës, manualeve/broshurave të stilit, për gjininë/larminë shoqërore në praktikën e mediave në organizatat e mediave që merren me lajme, informacion, dhe çështje aktuale.

- ◆ Vrojtım/studim i përhapjes së programeve të trajnimit/seminareve për gjininë /larminë shoqërore në praktikën e mediave në organizatat e mediave që merren me lajme, informacion dhe çështje aktuale.
- ◆ Vlerësim i gazetarëve, punonjësve të tjerë të medias dhe personelit drejtues në nivele të ndryshme të mediave të lajmeve dhe çështjeve aktuale për sa i përket: njohjes së politikave dhe proceseve si dhe qëndrimeve të tyre për rëndësinë që kanë çështjet gjinore në gazetari dhe në krijimin e programeve.

## A5 Balanca gjinore në arsim dhe aftësim profesional

**Përdoruesit:** *Shkollat dhe universitetet e gazetarisë, shkollat e komunikimit, institute trajnimi dhe OJQ*

**Fusha kritike e veprimit:** *Arsim dhe trajnim/Mësimi gjatë gjithë jetës*

**A5.1-Strategic Objective 1:** Gender equality awareness of professors/ trainers, journalism students and other students pursuing studies relating to media and communication (e.g. media management, programme content, production/editing techniques and other forms of technical areas including ICTs)

### TREGUESIT

1. Përqindja e grave dhe burrave që japin mësim gazetarinë dhe kurse të tjera që lidhen me mediat/komunikimin.
2. Përqindja e grave dhe burrave që janë përgjegjëse departamenti, drejtorë programesh, dekanë fakultetesh, apo në poste të tjera drejtuese.
3. Pedagogë dhe pedagoge të gazetarisë në universitete/kolegje që janë trajnuar për të integruar një përmbajtje specifike gjinore dhe për të përfshirë çështjet gjinore në programe dhe leksione.
4. Ekzistenca e një përmbajtjeje që lidhet me çështje të barazisë gjinore dhe ekzistenca e përfshirjes gjinore në kurrikulat e shkollave dhe universiteteve të gazetarisë/komunikimit dhe kurset e tjera të kësaj fushe.
5. Çështja e barazisë gjinore përfshihet në kurse studimi, punë kërkimore-shkencore, debate dhe praktika.
6. Institucionet përkatëse trajnuese kryejnë monitorime, sidomos të performancës së studenteve femra të gazetarisë, si gjatë kohës së studimeve, ashtu edhe pas mbarimit të shkollës.

- 7.** Përqindja e marrëveshjeve ndërmjet shkollave të gazetarisë dhe organeve mediatike për stazhe pune dhe për bursa, që i kushtojnë vëmendje të veçantë studenteve femra.
- 8.** Përqindjet e studenteve dhe studentëve që ndjekin kurse trajnimi për çështjet gjinore dhe shkëmbimet e përvojave të krijuara në vende të ndryshme.
- 9.** Ekzistenca e kurseve për prodhimin e gazetarisë investigative që gjenerojnë diskutime më të thelluara dhe më të zgjeruara të çështjeve të barazisë gjinore.
- 10.** Përqindjet e grave dhe burrave të regjistruar në studime të strukturuar në nivelin universitar në fusha të ndryshme të gazetarisë dhe mediave në kolegjet teknike, të ndara në institucione dhe universitete për përgatitje në fushën e gazetarisë.
- 11.** Ekzistenca e një sistemi kuotash për regjistrimin e femrave dhe meshkujve në fusha të ndryshme të gazetarisë dhe mediave, në kolegje teknike, institucione dhe universitete specifike për përgatitje në fushën e gazetarisë.

### MJETET E VERIFIKIMIT

---

- ◆ Dokumentacioni për studentët në shkolla dhe universitete.
- ◆ Programet mësimore/kurrikulat e shkollave dhe universiteteve.
- ◆ Kurse/module specifike për gjininë.
- ◆ Anketime të studentëve
- ◆ Raport vrojtimi i gjendjes (për t'u përdorur si bazë vlerësimi i përparimit në të ardhmen).



**A5-2-Objektivi strategjik 2:** Ndërgjegjësimi i gazetarëve, punonjësve dhe profesionistëve të tjerë në fushën e mediave (burra dhe gra) për çështje të barazisë gjinore dhe; Qasje në arsim dhe trajnime, përfshirë edhe për çështje të barazisë gjinore, për gratë dhe burrat në media.

## TREGUESIT

---

- 1.** Ekzistenca e trajnimeve të detyrueshme dhe të rregullta të të gjithë gazetarëve dhe punonjësve të tjerë të mediave në të gjitha nivelet, përfshirë drejtuesit, për çështjet gjinore në vendin e punës.
- 2.** Ekzistenca e trajnimeve të detyrueshme dhe të rregullta të të gjithë gazetarëve dhe punonjësve të tjerë të mediave në të gjitha nivelet, përfshirë drejtuesit, për portretizimin gjinor në përmbajtjen e mediave.
- 3.** Çështjet e barazisë gjinore përfshihen në të gjitha kurset e trajnimit të organizuara apo financuara nga organizatat e mediave.
- 4.** Përqindja e grave dhe burrave pjesëmarrës në kurset e trajnimit për çështje gjinore.
- 5.** Veprimet e ndërmarra për rritjen e numrit të femrave të regjistruara në kurse/seanca trajnimi.
- 6.** Veprimet e ndërmarra për të rritur numrin e meshkujve të regjistruar në kurse/seanca për trajnim gjinor.
- 7.** Organizatat e mediave monitorojnë karrierën e grave të trajnuara në fushën e gazetarisë, gjatë dhe pas përfundimit të kurseve të trajnimit.
- 8.** Niveli i regjistrimit të grave në programet e zhvillimit të vazhdueshëm të karrierës e shprehur si përqindje e gjithë punonjësve të regjistruar në to.
- 9.** Veprimet e ndërmarra për rritjen e përqindjes së grave që kanë qasje në programet e zhvillimit të vazhdueshëm të karrierës.
- 10.** Shqyrtim dhe raportim mbi veprimet për rritjen e përqindjes së grave që kanë qasje në programet e zhvillimit të karrierës gjatë gjithë jetës.
- 11.** Ekzistenca dhe mundësia e ndjekjes së trajnimeve nga gratë në fushat e reja të teknologjive të komunikimit.
- 12.** Përqindja e kurseve të trajnimit për çështjet gjinore në media e shprehur si përqindje

e numrit total të kurseve.

- 13.** Caktimi i burimeve/fondeve për kurse trajnimi, në lidhje me qasjen dhe kontributin e femrave.

### MJETET E VERIFIKIMIT

---

- ◆ Listat e pjesëmarrësve në trajnimet për mediat.
- ◆ Vlerësim i brendshëm i trajnimeve të mediave mbi barazinë gjinore.
- ◆ Vlerësim i ndikimit të trajnimit në përmbajtjen e lajmeve të shkruara nga personat e trajnuar.
- ◆ Vlerësim i ndikimit të kurseve të trajnimit mbi gratë dhe burrat.
- ◆ Dokumentacioni i zyrave të burimeve njerëzore në lidhje me kurset e trajnimit dhe veprimtari të tjera relevante për zhvillimin e karrierës, përfshirë edhe buxhetin e alokuar për to.
- ◆ Dokumentacioni për studentët në universitete.

Kategoria B

PORTRETIZIMI GJINOR NË  
PËRMBAJTJEN E MEDIAVE



## B1 Lajmet dhe çështjet aktuale

Shumë projekte që marrin në shqyrtim përfaqësimin gjinor në përmbajtjen e mediave informuese përqendrohen tërësisht në raportimet e lajmeve (dhe në disa raste, vetëm të atyre lajmeve që dalin në faqet e para të lajmeve të përgjithshme të gazetave të përditshme apo lajmet kryesore në buletinet kryesore të lajmeve në mediat transmetuese). Mund të krijohet një tablo më tërësore nëse merren në konsideratë lloje të ndryshme të mediave të lajmeve dhe të çështjeve aktuale (përfshirë edhe gazetave e revistat periodike) dhe lloje të ndryshme të mbulimit të tyre (reportazhet, opinionet/komentet/artikujt/ analizat, dokumentarët, etj.) në sektorë/segmente të ndryshëm të mediave (përfshirë faqet/programet me fokus sportet, biznesin, shëndetin, çështjet qytetare/mjedisore, etj.). Në përputhje me këtë, ky përvijim i treguesve për matjen e niveleve të ndërgjegjësimit gjinor në përmbajtjen editoriale të mediave të lajmeve lidhet me një gamë më të gjerë të llojeve të mediave të lajmeve dhe çështjeve aktuale dhe mënyrës së trajtimit të tyre se sa thjesht raportimi i lajmeve të ditës.

### **Përdoruesit:**

*Organizatave e mediave dhe së dyti gazetarët (përfshirë edhe shefat e redaksive), krijuesit e programeve, shoqatat e mediave, bashkimet dhe klubet e gazetarëve, profesionistë të tjerë në fushat e mediave, organet vetë-rregullatore të mediave, OJQ-të e mediave, organizatat e shoqërisë civile, sidomos ato që lidhen me gjininë dhe mediat, institucionet akademike, qendrat studimore, ministritë dhe organet qeveritare.*

**Fushë kritike veprimi:** *Barazia gjinore në përmbajtjen redaksionale të mediave të lajmeve (të shkruara, transmetuara dhe/ose të vendosura në internet nga media private, publike, dhe/ose të komunitetit).*

**B1.1- Objektivi strategjik 1** Prania e balancuar e grave dhe burrave – që pasqyron përbërjen e shoqërisë dhe përvojat njerëzore, veprimet, pikëpamjet dhe shqetësimet në mbulimin e lajmeve dhe të çështjeve aktuale nga mediat

## TREGUESIT

1. Përqindja e grave dhe burrave që shihen, ose për të cilët dëgjohet dhe lexohet, në përmbajtjen e mediave e lajmeve dhe ato të çështjeve të ditës (përfshirë imazhet) të zgjedhura në mënyrë të rastësishme gjatë një periudhe një-javore.
2. Përqindja e grave dhe burrave që janë intervistuar/cituar drejtpërsëdrejti në përmbajtjen e lajmeve dhe të çështjeve të ditës, si burime informacioni dhe/ose opinioni.
3. Përqindja e grave dhe burrave që dalin si: 1) zëdhënës; 2) ekspertë; dhe 3) qytetarë të zakonshëm (vox pop) në përmbajtjen e lajmeve dhe të çështjeve të ditës.
4. Përqindja e orientimit shoqëror të jashtëm të grave dhe burrave që shihen, ose për të cilët dëgjohet dhe lexohet, në përmbajtjen e mediave e lajmeve dhe ato të çështjeve të ditës, përfshirë imazhet (për shembull, që lidhen më tepër me punën se sa me jetën familjare, që lidhen më tepër me marrëdhëniet njerëzore se sa me marrëdhëniet familjare).
5. Përqindja e grave dhe burrave që shihen, ose për të cilët dëgjohet dhe lexohet, në përmbajtjen e mediave e lajmeve dhe ato të çështjeve të ditës, të ndarë sipas statusit të tyre shoqëror (p.sh. të pasur, klasë punëtore, elitë politike, të varfër, dhe nga zonat rurale).
6. Përqindja e grave dhe burrave që shihen, ose për të cilët dëgjohet dhe lexohet, si dhe ata dhe ato që intervistohen/citohen si burim informacioni në përmbajtjen e mediave e lajmeve dhe ato të çështjeve të ditës të ndara sipas fushave tematike si: 1) Politika dhe qeverisja; 2) Ekonomia dhe biznesi; 3) Lufta dhe konfliktet; 4) Sportet; 5) Të tjera.
7. Përqindja e artikujve/lajmeve që fokusohen në mënyrë qendrore dhe specifikisht tek gratë dhe/ose çështjet që kanë lidhje dhe relevancë të veçantë për gratë në përmbajtjen e lajmeve dhe të çështjeve të ditës (për shembull, dhuna me bazë gjinore, të drejtat e grave, arritjet e grave, etj.).
8. Përqindja e kohës/hapësirës dhe dukshmërisë (si oraret e pikut/oraret më të shikuara televizive, faqet e para apo kryeartikujt) që u jepet artikujve që flasin për gratë si

burim informacioni/opinionit dhe/ose që fokusohen në mënyrë qendrore tek gratë ose çështjet që kanë lidhje ose relevancë të veçantë për gratë, në përmbajtjen e lajmeve dhe të çështjeve të brendshme.

### MJETET E VERIFIKIMIT

- ◆ Analiza të përmbajtjes së lajmeve dhe e çështjeve të ditës të marra nga arkivat e mediave, ose studime të pavarura të kryera nga palë të tjera interesi, përfshirë edhe OJQ-të, të ndara sipas gjinisë.
- ◆ Monitorimi dhe analiza të ndara sipas gjinisë të përmbajtjes së lajmeve dhe të çështjeve të ditës.
- ◆ Raporte vlerësimi dhe vlerësime/kritika të përmbajtjes së lajmeve dhe çështjeve të ditës nga drejtues, redaktorë dhe/ose gazetarë, si dhe punonjësit e tjerë të mediave.

**B1.2-Objektivi strategjik 2:** Portretizim i drejtë i grave dhe burrave përmes eliminimit të stereotipeve dhe promovimit të një paraqitje shumë-dimensionale.

**Fusha kritike e veprimit:** *Portretizimi gjinor në përmbajtjen redaktoriale të mediave të lajmeve (të shkruara, të transmetuara dhe/ose të botuara në internet nga media private, të komunitetit dhe/ose publike).*

### TREGUESIT

1. Përqindja e artikujve që përmbajnë stereotipe (interpretime të hapura seksiste të karakteristikave dhe roleve të grave dhe burrave në shoqëri.)

2. Përqindja e artikujve që përmbajnë stereotipe (përshkrimi i karakteristikave tradicionale ‘femërore/mashkullore’ dhe të roleve të femrave/meshkujve, duke i bërë ato të duken normale dhe të pashmangshme, ndërkohë që shmangen tipare dhe funksione të tjera të mundshme për gratë dhe burrat në shoqëri).
3. Numri i grave (në raport me numrin e burrave) që portretizohen si viktima (p.sh. të krimit, të dhunës/krimeve masive, konflikteve, fatkeqësive natyrore, varfërisë, etj.).
4. Numri i grave (në raport me numrin e burrave) që portretizohen si mbijetues (pra, duke dhënë shembuj të veprimit dhe nismës aktive pavarësisht nga rrethanat dhe përvojat negative apo armiqësore, si për shembull krime, dhunë/krime masive, konflikte, fatkeqësi natyrore, varfëri, etj.)
5. Përqindja e artikujve dhe reportazheve që përfshijnë një paraqitje/portretizim shumë-dimensional të burrave dhe grave (ku ndihet përpjekja që ka bërë gazetari dhe redaksia për të kundërshtuar/për t’iu kundërvënë stereotipeve me bazë gjinore).
6. Përqindja e artikujve dhe reportazheve që përmbajnë gjuhë seksiste të përdorur nga gazetarët e mediave të shkruara ose transmetuese, përveç rastit të një citimi të drejtpërdrejtë nga një burim (për shembull, që tregon anshmëri, diskriminim, apo stereotipizim të bazuar tek seksi apo roli gjinor.)

## MJETET E VERIFIKIMIT

- ◆ Monitorim dhe analizë e ndarë sipas gjinisë e përmbajtjes së lajmeve dhe të çështjeve të brendshme apo studime të pavarura të kryera nga grupe të tjera interesi, përfshirë edhe OJQ-të.
- ◆ Analiza të përmbajtjes së lajmeve dhe të çështjeve të ditës, të ndara sipas gjinisë, të marra nga arkivat e mediave.
- ◆ Zbatimi i rregullit të ndërsjellë, apo i ndërrimit të roleve (për të ndihmuar në ilustrimin e kuptimit të stereotipeve).
- ◆ Raporte vlerësimi dhe vlerësime/kritika të përmbajtjes së lajmeve dhe çështjeve të ditës nga menaxherë, redaktorë dhe/ose gazetarë, si dhe punonjësit e tjerë të mediave.

**B1.3-Objektivi strategjik 3:** Mbulimi i çështjeve të barazisë dhe barasvlefshmërisë gjinore si një pjesë e rëndësishme dhe integrale e rolit të pranuar të medias si 'rojë' e shoqërisë.

**Fusha kritike e veprimit:** *Portretizimi gjinor në përmbajtjen redaktoriale të mediave të lajmeve (të shkruara, të transmetuara dhe/ose të botuara në internet nga media private, të komunitetit dhe/ose publike).*

#### TREGUESIT

1. Përqindja e artikujve/reportazheve që fokusohen në çështje të barazisë/pabarazisë gjinore (artikuj/reportazhe për raste specifike të barazisë ose pabarazisë ndërmjet burrave dhe grave, politikat përkatëse, çështje legjislative, programe të hartuara për të mbrojtur dhe promovuar të drejtat e njeriut, të drejtat e grave dhe barazinë gjinore).
2. Përqindja e artikujve dhe reportazheve që theksojnë aspektet e barazisë/pabarazisë gjinore të ngjarjeve dhe çështjeve (si politika dhe qeverisja, ekonomia dhe biznesi, lufta dhe konfliktet, krimet, dhuna/krimet masive, varfëria, shkenca dhe teknologjia, sportet, etj.).
3. Përqindja e kohës/hapësirës dhe dukshmërisë (si oraret e pikut/oraret më të shikuara televizive, faqet e para apo kryeartikujt) krahasuar me artikuj dhe reportazhe të tjera, që u jepet artikujve dhe reportazheve që theksojnë çështje të lidhura me gjininë apo që vënë në dukje aspektet gjinore të ngjarjeve dhe çështjeve.

#### MJETET E VERIFIKIMIT

- ◆ Monitorim dhe analizë e ndarë sipas gjinisë e përmbajtjes së lajmeve dhe të çështjeve të ditës.
- ◆ Analiza të përmbajtjes së lajmeve dhe të çështjeve të ditës, të ndara sipas gjinisë, të marra nga arkivat e mediave.
- ◆ Raporte vlerësimi dhe vlerësime/kritika të përmbajtjes së lajmeve dhe çështjeve të ditës nga menaxherë, redaktorë dhe/ose gazetarë, si dhe punonjësit e tjerë të mediave.



**B1.4 – Objektivi strategjik 4:** Prova të ndërgjegjësimit gjinor në lloje të ndryshme përmbajtjeje redaktoriale (p.sh. në reportazhe, redaktime, komente, artikuj, dokumentarë, intervista, programe “talk show” etj.) dhe në të gjithë spektrin e fushave lëndore (politika dhe qeverisja, ekonomia e biznesi, shkenca dhe teknologjia, etj.) dhe kategoritë/seksionet e përmbajtjes (për shembull, faqet e lajmeve, faqja e kryeartikullit dhe kolona e kryeredaktorit, seksioni i biznesit, seksioni i sportit, etj.)

**Fusha kritike e veprimit:** *Ndërgjegjësim gjinor në të gjithë përmbajtjen redaktoriale të mediave të lajmeve dhe të çështjeve të ditës.*

#### TREGUESIT

1. Përqindja e artikujve dhe reportazheve të tillë në faqet e para apo në buletinet kryesore të lajmeve të ditës, në faqet e kryeartikujve apo të kolonës së kryeredaktorit, në kolona, diskutime/intervista në studio, në reportazhe dhe dokumentarë, në emisionet “talk show” etj.
2. Përqindja e artikujve dhe reportazheve për çështje që lidhen me gjininë apo me aspektet gjinore të ngjarjeve/problemeve në fusha lëndore si politika (përfshirë edhe mbulimi i zgjedhjeve), ekonomia dhe biznesi, shkenca dhe teknologjia, zhvillimi rural, sportet, etj.
3. Përqindja e artikujve dhe reportazheve që përfshijnë të dhëna të ndara sipas gjinisë për këto ngjarje ose çështje.

#### MJETET E VERIFIKIMIT

- ◆ Monitorim dhe analizë e ndarë sipas gjinisë e përmbajtjes së lajmeve dhe të çështjeve të ditës.
- ◆ Analiza të përmbajtjes së lajmeve dhe të çështjeve të ditës, të ndara sipas gjinisë, të marra nga arkivat e mediave.
- ◆ Raporte vlerësimi dhe vlerësime/kritika të përmbajtjes së lajmeve dhe çështjeve të ditës nga menaxherë, redaktorë dhe/ose gazetarë, si dhe punonjësit e tjerë të mediave.

**B1.5-Objektivi Strategjik 5:** Prova të një të kuptuari të saktë dhe tërësor të dhunës me bazë gjinore në të gjitha format e saj si një shkelje e njohur ndërkombëtarisht e të drejtave të njeriut (ref. Deklarata e Kombeve të Bashkuara për Eliminimin e Dhunës ndaj Grave 1993)

**Fusha kritike e veprimit:** *Mbulimi nga mediat i dhunës me bazë gjinore.*

#### TREGUESIT

1. Përdorimi i një gjuhe jo-paragjyqese, bërja e dallimit ndërmjet marrëdhënieve seksuale me pëlqim dhe veprave penale, si dhe bërja kujdes që të mos fajësohet viktimat/e mbijetuara për veprën penale.
2. Përdorimi i termit 'e mbijetuar' në vend të termit 'viktimë', përveç rasteve kur personi i ndikuar nga dhuna e përdor këtë term vetë, ose kur personi i ndikuar nga dhuna nuk ka mbijetuar.
3. Identifikimi i personave të ndikuar nga dhuna me bazë gjinore si burime, sigurisht me pëlqimin e tyre.
4. Përqindja e artikujve/reportazheve që 1) cenojnë privatësinë dhe/ose 2) denigrojnë dinjitetin e personit të ndikuar nga dhuna, për shkak të seksit/gjinisë së tyre.
5. Përdorimi i informacioneve dhe statistikave ekzistuese për ta paraqitur dhunën me bazë gjinore si një problem të mbarë shoqërisë dhe jo si një tragjedi personale e individit.
6. Përfshirja e informacionit të numrit të kontaktit të organizatave dhe shërbimeve mbështetëse që janë në dispozicion të personave të ndikuar nga dhuna me bazë gjinore.
7. Përqindja e kohës ose hapësirës dhe dukshmëria që u jepet artikujve e reportazheve mbi dhunën me bazë gjinore në raport me artikuj e reportazhe të tjera.

#### MJETET E VERIFIKIMIT

- ◆ Monitorim dhe analizë e ndarë sipas gjinisë e përmbajtjes së lajmeve dhe të çështjeve të ditës.

- ◆ Raporte vlerësimi dhe vlerësime/kritika të përmbajtjes së lajmeve dhe çështjeve të ditës nga menaxherë, redaktorë dhe/ose gazetarë, si dhe punonjësit e tjerë të mediave.
- ◆ Analiza të përmbajtjes së lajmeve dhe të çështjeve të ditës, të ndara sipas gjinisë, të marra nga arkivat e mediave.

## B2 Reklammat dhe publiciteti

### **Përdoruesit:**

- 1. Organizatat e mediave,*
- 2. Bashkimet, shoqatat, klubet dhe organizatat e gazetarëve, të profesionistëve të tjerë në fushën e mediave, organet vetë-rregullatore të mediave,*
- 3. Grupet e mediave të qytetarëve dhe OJQ të tjera,*
- 4. Shkollat dhe universitetet e gazetarisë, shkollat e komunikimit, institutet e trajnimit dhe OJQ-të.*

**Fusha kritike e veprimit:** *Portretizimi gjinor në reklama dhe publicitet*

**B2.1-Objektivi Strategjik 1:** Një portretizim i drejtë i grave dhe burrave në përmbajtjen e reklamave në media

### TREGUESIT

---

- 1.** Përqindjet e krahasuara të burrave dhe grave në reklama (me zë dhe me figurë).
- 2.** Përqindjet e krahasuara të burrave dhe grave si dublues të zërit (si zëra autoritarë).
- 3.** Përqindjet e krahasuara të burrave dhe grave që shfaqen me vetëbesim dhe imponues, dhe jo në rol pasiv nëpër reklama (zë dhe figura).
- 4.** Përqindjet e krahasuara të burrave dhe grave që dalin në reklama si ekspertë/këshilltarë, si konsumatorë të informuar, inteligjentë/të ndërgjegjshëm/të kujdesshëm,

apo si konsumatorë të uniformizuar/të paditur/që binden lehtë, me rol thjesht dekorativ ose figurant.

5. Profesionet e grave dhe burrave në reklama.
6. Orientimi i jashtëm apo shoqëror i grave dhe burrave në reklama (për shembull, orientim i lidhur me punën, i lidhur me shtëpinë, i lidhur me familjen/marrëdhënien në çift), etj.
7. Pamja e jashtme (përfshirë mbylljen dhe mënyrën e të mbajturit) të grave dhe burrave në reklama, që paraqiten si tipare parësore, ndërsa karakteristikat e tjera ose jepen si dytësore, ose mungojnë plotësisht.
8. Përqindjet e krahasuara të burrave dhe grave në reklama për kategori të ndryshme produktesh që stereotipizojnë ose i paraqesin rolet gjinore si të dhëna nga natyra (për shembull, mallrat shtëpiake që lidhen me gatimin dhe pastrimin, ushqimet, pijet –alkoolike apo jo-alkoolike, mallrat për kujdes dhe higjienë personale, mallrat për fëmijë, mallrat elektronike, automjetet, pajisjet/aksesorët sportivë, etj).
9. Përqindjet e krahasuara të burrave dhe grave në reklama për kategori të ndryshme shërbimesh/veprimtarish që stereotipizojnë dhe i paraqesin rolet gjinore si të dhëna nga natyra (për shembull udhëtimet dhe koha e lirë, ekonomia e turizmit, arsimit, shëndetësia, kujdesi për fëmijët, telekomunikacionet, bankat dhe investimet, pronat e patundshme, aktivitetet sportive).
10. Mënyra e paraqitjes së seksualitetit në reklama (për shembull, është apo jo relevante).

## MJETET E VERIFIKIMIT

- ◆ Monitorimi dhe analiza e ndarë sipas gjinisë e reklamave që dalin në mediat e lajmeve dhe ato të çështjeve të ditës.

**B2.2-Objekti Strategjik 2:** Identifikimi i stereotipeve me bazë gjinore në mesazhet komerciale në media.

#### TREGUESIT

---

1. Përqindja e reklamave që përshkruajnë stereotipe shumë të holla (përshkrimi i karakteristikave tradicionale "femërore/mashkullore" dhe të roleve të femrave/meshkujve, duke i bërë ato të duken normale dhe të pashmangshme).
2. Përqindja e reklamave që përfshijnë një paraqitje shumë-dimensional të burrave dhe grave (që flasin për përpjekje krijuese për të kundërshtuar/për t'iu kundërvënë stereotipeve me bazë gjinore dhe formave të tjera të paraqitjes seksiste).

#### MJETET E VERIFIKIMIT

---

- ◆ Monitorimi dhe analiza e ndarë sipas gjinisë e reklamave që dalin në mediat e lajmeve dhe ato të çështjeve të ditës.

## Bibliografi materialesh burimore në gjuhën angleze.

*[Titulli i librave është përkthyer në shqipe si lehtësipërlexuesit e interesuar]*

Aidan, W. (Ed). (2009). Getting the balance right: Gender Equality in Journalism. (Gjetja e balancës së duhur: Barazia gjinore në gazetari) Brussels: International Federation of Journalists.

Beck, T. (June 1999). Using Gender-Sensitive Indicators: A Reference Manual for Governments and Other Stakeholders. (Përdorimi i Treguesve me ndjeshmëri gjinore: Manual referimi për qeveritë dhe palët e tjera të interesit). London: Commonwealth Secretariat.

Canadian International Development Agency. (August 1997). Guide to Gender-Sensitive Indicators. (Udhëzues për treguesit me ndjeshmëri gjinore) Québec: CIDA.

Canadian International Development Agency. (August 1997). The Why and How of Gender-Sensitive Indicators: A Project Level Handbook. (Pse-të dhe Si-të e treguesve me ndjeshmëri gjinore: Një manual në nivel projekti) Québec: CIDA.

Catts, R. Lau, J. Chang, H.H. & Lee, A. (February, 2012). Theoretical and Conceptual Framework for Media and Information Literacy (MIL) Indicators. (Korniza teorike dhe konceptuale për njohjen e mediave dhe të informacionit) Paris: UNESCO.

Celot, P. (Ed). Lopez, G.L. & Thompson, N. (Sub-Eds). (2010). European Association for Viewers Interests. Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels: A comprehensive view of the concept of media literacy and an understanding of how media literacy levels in Europe should be assessed. (Studim për vlerësimin e kriterëve të niveleve të aftësisë së njohjes së mediave: një këndvështrim gjithëpërfshirës i konceptit të njohjes së mediave dhe të kuptuarit se si duhet të vlerësohen nivelet e njohjes së mediave në Evropë) Brussels: EAVI

Communicating Gender for Rural Development (August, 2011). Integrating gender in communication and development. The information cycle, participation and gender (Integrimi i gjinisë në komunikim dhe zhvillim. Cikli i informacionit, pjesëmarrjes dhe gjinisë) (f. 44). Brussels: FAO- Dimitra.

Downing, J., Mohammadi, A., & Mohammadi, S.A. (Eds). (1995). Questioning the Media: A Critical Introduction. Second edition. Gender, Representation and the Media (Vënia në

dysim e mediave: një hyrje kritike. Botimi i dytë. Gjinia, përfaqësimi dhe mediat) (f. 311). ThousandOaks, London & Delhi: Sage.

Gender-Sensitive Monitoring and Indicators(Monitorimi dhe treguesit me ndjeshmëri gjinore) (mars, 2006). Danida: Ministria e Punëve të Jashtme e Danimarkës.

Gender Links. (2005). Better Late than Never: Audit of the Southern African Declaration on Gender and Development – Gender & Media(Më mirë vonë se kurrë: vëzhgim i deklaratës afrikano-jugore për gjininë dhe zhvillimin – gjinia dhe mediat).

GMMP Report. (2005). Who makes the News? Global Media Monitoring Project 2005 (Kush del në lajme? Projekt global për monitorimin e mediave 2005) London: World Association for Christian Communication.

GMMP Report. (2010). Who makes the News? Global Media Monitoring Project 2010 (Kush del në lajme? Projekt global për monitorimin e mediave 2010). London:World Association for Christian Communication.

Huyer, S. Hafkin, N. (2007). Engendering the Knowledge Society: Measuring Women's Participation. (Gjinorizimi i shoqërisë së dijes: matja e pjesëmarrjes së grave) Quebec: Charron, Y, C. Orbicom.

International Association of Women in Radio and Television. (2009). Asian Women Look Throughthe Lens: The IIC- IAWRT Asian Women's Festiaval 2005-2009 (Gratë aziatike shohin përmes lenteve: Festivali i grave aziatike IIC-IAWRT 2—5-2009) Delhi: India International Centre.

International Women's Media Foundation. (2011). Global Report on the Status of Women in theNews Media (Raport global për statusin e grave në mediat e lajmeve) Washington D.C: District Creative Printing Inc.

Kagoiya, R. (Ed). (2009). The African Women Development and Communication Network:Freedom of Information (FOI) & Women's Rights in Africa. (Rrjeti i komunikimit dhe zhvillimit të grave afrikane: liria a informacionit) Një përmbledhje rastesh studimi nga Kameruni, Gana, Kenia, Afrika e Jugut dhe Zambia. Kenya: Pafido Enterprises.

Lloyd, F. & Howard, R. (2005). Gender, Conflict &Journalism (Gjinia, konfliktet dhe gazetaria) Paris: C&I UNESCO.

Morna, C.L. (Ed). (2010). Gender Links. Gender and Media Barometer. (Lidhjet gjinore. Gjinia dhe Barometri i mediave). Johannesburg: Genderlinks.



Morna, C.L. (Ed). (2004). Gender Links. Getting it Right: Gender and Media in Southern Africa (Lidhjet gjinore. Gjetja e balancës: Gjinia dhe mediat në Afrikën Jugore).Johannesburg: DS print media.

Ruhnbro, C. (Ed). (2008). Voices/Pictures: The Story of the International Association of Women in Radio and Television (Zëra/Pamje: Historia e shoqatës ndërkombëtare të grave në radio dhe televizion). Stockholm: EO Grafiska AB.

United Nations Fund Development for Women (UNIFEMA) (2009). Users' Guide to Measuring Gender-Sensitive Basic Service Delivery (Manual i përdoruesit për matjen e ofrimit të shërbimeve bazë me ndjeshmëri gjinore). UNDP Oslo Governance Centre & Senftova, S. L.

UNESCO. (2011). Women and the Teaching Profession: Exploring the Feminisation Debate. (Gratë dhe profesioni i mësimdhënies: eksplorim i debatit të feminizimit).London: Commonwealth Secretariat.

UNESCO. (2008). The Intergovernmental Programme for the Development of Communication (Programi ndër-qeveritar për zhvillimin e komunikimit).

Media Development Indicators: A framework for assessing media development (Treguesit për zhvillimin e medias: një kornizë për vlerësimin e zhvillimit të mediave) Paris: UNESCO.

Wilson, C. Grizzle, A. Tuazon, R. Akyempong, K. Cheung, C.K. (2011). Media and Information Literacy: Curriculum for Teachers. (Mediat dhe aftësia për të lexuar informacionin: program mësimor për mësuesit). Paris: UNESCO.

## Burime të dobishme dhe lidhje të tjera në internet

Një botim nga World Association for Christian Communication: Media & GenderMonitor. (April 2010).

[http://waccglobal.org/images/stories/media\\_and\\_gender\\_monitor/](http://waccglobal.org/images/stories/media_and_gender_monitor/)

Gender Links. Gender and Advertising in Southern Africa (Gjinia dhe Publiciteti në Afrikën Jugore) Johannesburg: Gender Links

<http://www.genderlinks.org.za/article/gender-and-advertising-in-southern-africa-2007-07-16>

Gender Issues in the Media (Çështjet gjinore në media) <http://www.etfo.ca/Resources/ForTeachers/Documents/Gender>

Gender Links. Gender in Media diversity: Collecting, connecting, collaborating (Gjinia në larminë e mediave: mbledhja, lidhja dhe bashkëpunimi). Johannesburg: Gender Links

<http://www.genderlinks.org.za/page/gmdc>

Gender and Women's studies for Africa's Transformation (Studime gjinore dhe të grave për transformimin e Afrikës). (Shtator, 2009).

Gender and Media in Africa - A Review (Gjinia dhe mediat në Afrikë – Recension). Johannesburg.

<http://www.gwsafrica.org/teaching-resources/gender-media/review-essay>

Global Media Monitoring Project (GMMP) (Projekti Global për Monitorimin e Mediave)

<http://www.whomakesthenews.org/gmmp-background.html>

International Federation of Journalists. Media and gender strategy for West Africa. (Mediat dhe strategjia gjinore për Afrikën Perëndimore) (mars, 2007).

<http://africa.ifj.org/assets/docs/143/144/e41298f-3454f90.pdf>

Maria João Silveirinha, (June 2010). Equality indicators in the media: Establishing the basis for a multi-dimensional approach (Treguesit e barazisë në media: vendosja e bazave për një qasje shumë-dimensionale. Madrid

<http://www.seigualdad.gob.es>

McConnell, M. (September, 2008). Media and Gender Stereotyping. (Mediat dhe stereotipizimet gjinore) Serendip.

<http://serendip.brynmawr.edu/local/scisoc/sports03/papers/mmccconnell.html>

Smith, S, L. & Granados, A, D. Gender and the Media (Gjinia dhe mediat)

<http://www.pta.org/3736.htm>

Srivastava, A. (June 2004). Media and the Gender Issues (Mediat dhe çështjet gjinore). New Delhi: Integral Liberation Vol. 8, No. 2

<http://www.holycrossjustice.org/pdf/>

Wage Indicator (Treguesi i pagave)

<http://www.wageindicator.org/main/Salarycheckers>

Yanghee, K. (2002). Concept paper on Gender Indicators for the Regional Implementation of the Beijing Platform for Action (Studim konceptual për treguesit gjinore për zbatimin rajonal të Platformës së Pekinit për Veprim. Instituti Korean për Zhvillimin e Grave)

<http://www.unescap.org/esid/gad/Events/EGMBeijingPlatformDec2002/index.asp>

UNDP. Gender and democratic Governance in development: Delivering services to Women (Gjinia dhe qeverisja demokratike në zhvillim: ofrimi i shërbimeve për gratë)

<http://www.undp.org/content>

## FJALORTH TEMATIK GJINOR

**Fuqizim:** Një proces kolektiv dhe individual i grave dhe burrave që marrin në duar kontrollin e jetës së tyre, caktojnë programet e tyre, fitojnë aftësi e shprehi, ndërtojnë vetëbesim, zgjidhin probleme dhe zhvillojnë aftësinë për t'u mbështetur në forcat e veta.

**Gjinia:** Dallimet ndërmjet meshkujve dhe femrave që janë të krijuara nga shoqëria, të ndryshueshme me kalimin e kohës dhe që kanë dallime të mëdha nga një shoqëri në tjetrën. Në ndryshim nga karakteristikat e përcaktuara biologjikisht (seksi), gjinia ka të bëjë me sjellje dhe sjellje të mësuara dhe pritshmëri për të përmbushur një imazh të caktuar të maskulinitetit dhe feminilitetit. Gjinia është gjithashtu një ndryshore social-ekonomike dhe politike që përdoret për të analizuar rolet, përgjegjësitë, kufizimet, dhe mundësitë e njerëzve. Termi gjini nuk është sinonim i termit gratë; përkundrazi, termi përdoret për t'iu referuar tipareve shoqërore dhe njerëzore që kanë të bëjnë kolektivisht si me burrat ashtu edhe me gratë.

**Ndërgjegjësimi gjinor (Ndjeshmëria gjinore):** Angazhimi për të njohur pabarazitë shoqërore ndërmjet meshkujve dhe femrave, me qëllim që ato të ndreqen përmes trajtimit të nevojave dhe përparësive të grave, dhe të analizohen projektet dhe programet për ndikimet e diferencuara që kanë mbi gratë dhe burrat. Ky ndërgjegjësim përfshin edhe dijeninë se gratë, ashtu si edhe burrat duhet të përfshihen në konsultime për praktikatat e mediave.

**Balanca gjinore:** *Shih pariteti gjinor*

**Dhuna me bazë gjinore:** Çdo veprim që sjell si pasojë, ose ka gjasa të sjellë si pasojë lëndimin apo vuajtjen fizike, seksuale, psikologjike ose ekonomike për shkak të dallimeve mashkull/femër, ose për shkak të gjinisë që dëshiron të jetë një person. Kjo zakonisht i referohet grave dhe vajzave, por përfshin edhe dhunën kundër lesbikeve, homoseksualëve, dhe personave trans-gjinorë. Kjo dhunë mund të përfshijë kërcënime, detyrim me forcë, dhe privim lirie, privim nga e drejta për të punuar dhe për të fituar të ardhura, përdhunim seksual ose mendor, ndjekjen e përgjimit dhe forma të tjera të ngacmimit dhe bezdisjes, qoftë kur ndodhin në sferën publike apo në atë të jetës private.

**Barazia gjinore:** Gratë dhe burrat gëzojnë të njëjtin status dhe kanë mundësi të barabarta për të realizuar të drejtat dhe potencialin e tyre të plotë njerëzor për të kontribuar në zhvillimin kombëtar, politik, ekonomik, shoqëror dhe kulturor dhe për të përfituar nga rezultatet. Ajo është vlerësimi i barabartë nga shoqëria si i ngjashmërive, ashtu edhe i dallime ndërmjet

grave dhe burrave dhe të roleve të ndryshme që ata mund të zgjedhin të luajnë. Konventa e OKB për Eliminimin e të Gjitha Formave të Diskriminimit ndaj Grave (CEDAW) përcakton parimet e barazisë gjinore duke siguruar qasje të barabartë dhe mundësi të barabarta të grave në jetën politike dhe publike, si dhe në arsim, shëndetësi, dhe punësim.

**Baraspesha gjinore:** Prani dhe pjesëmarrje e balancuar e grave dhe burrave për të sjellë barazinë në një mjedis të caktuar. Ky është procesi i trajtimit me drejtësi dhe paanësi të burrave dhe grave. Për të siguruar këtë drejtësi e paanësi, shpesh duhet të merren masa për të kompensuar për disavantazhet historike dhe shoqërore që i kanë penguar burrat dhe gratë që përndryshe të vepronin si të barabartë.

**Përfshirja gjinore:** Kjo është një 'metodologji', një mjet për të arritur qëllimin; procesi i integritit të perspektivës gjinore në të gjitha veprimtaritë e zhvilluara nga një organizatë, përfshirë edhe politikën, programet, trajnimet, rekrutimin dhe vlerësimin e stafit, ku qëllimi kryesor është arritja e barazisë gjinore.

**Pariteti gjinor:** Ky është një koncept numerik për përfaqësim dhe pjesëmarrje. Pariteti gjinor është një hap i nevojshëm, por jo i mjaftueshëm në rrugën drejt barazisë gjinore. Pariteti gjinor është e njëjta gjë si balanca gjinore.

**Portretizimi gjinor:** Përfaqësimi i roleve, sjelljeve, dhe karakteristikave gjinore.

**Reagueshmëria gjinore:** Hapi i parë në reagueshmërinë gjinore është të kesh ndërgjegjësim gjinor ose ndjeshmëri gjinore. Hapi i dytë është që të formulohen politika dhe nisma që trajtojnë nevojat, aspiratat, kapacitetet dhe kontributet e ndryshme të grave dhe burrave.

**Stereotipe gjinore:** Bindje të krijuara në shoqëri për burrat dhe gratë, shpesh, por jo domosdoshmërisht gjithmonë seksiste ose negative, që shpërfillin kompleksitetin dhe shërbejnë për të hedhur poshtë përjashtimet dhe zgjedhjet vetjake.

**Shndërruese-gjinore:** Politika dhe nisma që ndryshojnë politikën, praktikën, e programet ekzistuese të anshme/diskriminuese, dhe shkaktojnë ndryshime që përmirësojnë jetën e të gjithëve.

**Ndarje sipas gjinisë ose të dhëna të ndara sipas gjinisë:** Të dhënat klasifikohen dhe krahasohen në bazë të seksit, duke bërë ndarjen e informacionit për burrat nga ai për gratë.

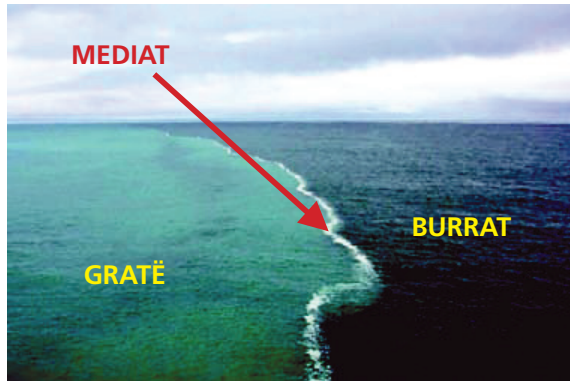
**Seksizmi:** Supozim, bindje apo pohim se njëri seks është superior ndaj tjetrit, shpesh i shprehur në kontekstin e stereotipizimit tradicional të roleve shoqërore në bazë të seksit, ku rezultatja është diskriminimi që praktikohet kundër anëtarëve të të supozuarit seks inferior.<sup>1</sup>



1. IPS gender and development glossary (Fjalor tematik për gjininë dhe zhvillimin i IPS  
<http://www.ips.org/mdg3/GenderandDevillimin elopmentGlossary.pdf>



# NDËRTHURJE OQEANESH



"U vura në kërkim të një pamje që mund të përcillte mjaftueshëm idenë e barazisë gjinore, pa paragjykime e paraqitje stereotipike, dhe në botën e sotme të ndërlidhur, ndesha në këtë pamje. Është një dukuri natyrore mahnitëse, e kapur në fotografi nga Kent Smith, gjatë një udhëtimi me anije në Alaskë. Ai e titulloi "Ndërthurje Oqeanesh". Në vendin ku takohen dy baticat ka një vijë të përhershme shkume të bardhë, për shkak të dendësisë së ndryshme të ujërave. Nëse do të lundronit bashkë me mua në këtë udhëtim, besoj që edhe ju do të pajtoheshit se ky është një përshkrim i goditur i barazisë gjinore. Pse? Sepse ne të gjithë së bashku do të mund ta shihnim këtë vijë të bardhë e të përhershme ndarëse si një pranim të ngjashmërive ndërmjet grave dhe burrave – vajzave dhe djemve – me merita e aftësi të barabarta, me lirinë për të qenë, për të aspiruar, për të pasur arritje, për të ecur përpara... Por kjo vijë e bardhë mund të jetë edhe simbol i përqafimit të dallimeve, simbol i një lloji tjetër lirie – liria e grave dhe burrave për t'u takuar si të barabartë në të njëjtat borde drejtuese, zyra, bashkësi, redaksi lajmesh, filma, apo edhe në reklama e publicitet, pavarësisht dallimeve që ekzistojnë mes tyre.

I njëjti imazh përcjell gjithashtu edhe një domethënie të madhe për çështjet gjinore dhe mediat, që është edhe qëllimi i këtij materiali burimor për TNGJM-të. Sepse kur burrat dhe gratë takohen si të barabartë, mediat, pavarësisht nga teknologjia që përdorin, si pjesë e funksionit të tyre për pasqyrimin e larmisë në shoqëri, duhet të luajnë rolin e tyre për zgjerimin e horizonteve të të menduarit për barazinë gjinore, si dhe për stereotipet me bazë gjinore që gjenden tek mediat dhe përcillen përmes tyre. Për këtë arsye, nëse ende jeni duke lundruar me mua, kjo vijë e bardhë e përhershme, gjithmonë e dukshme, përfaqëson edhe funksionin e mediave dhe rolin e të gjithë gazetarëve për t'i bërë çështjet e barazisë gjinore transparente dhe të kuptueshme për publikun."

*Alton Grizzle*



# SHTOJCA 1



# SHTOJCA 1

## RASTE STUDIMI TË ZGJEDHURA<sup>1</sup>

### Nga Azia-Paqësori, Karaibet, Evropa dhe Shtetet Arabe, Amerika Latine dhe Afrika Jugore

#### Përfshirja Gjinore në Media: Raste Studimi nga Azia-Paqësori

*Asia Pacific Broadcasting Union*

#### Përmbledhje

Rastet e studimit nga Azia dhe Paqësori u zhvilluan në katër organizata transmetuese nga rajoni, të cilat janë njëkohësisht edhe anëtare të Unionit Transmetues të Azisë dhe Paqësorit (Asia Pacific Broadcasting Union – ABU). Katër organizatat pjesëmarrëse mediatike ishin:

- Shërbimi Transmetues i Filipineve (Philippines Broadcasting Service)
- Radio-Televizioni i Malajzisë (Radio Television Malaysia)
- Shërbimi Transmetues Publik Tailandez (Thai Public Broadcasting Service)
- Zëri i Vietnamit (Voice of Vietnam)

Këto raste studimi i shërbejnë dy qëllimeve. Së pari, ato ofrojnë si një lloj pikete për të parë gjendjen e tanishme të barazisë gjinore në veprimtarinë dhe përmbajtjen e mediave të rajonit

.....

1. Për një listë të plotë të studimeve të komisionuara nga UNESCO, ju lutem vizitoni faqen e internetit [www.unesco.org/webworld](http://www.unesco.org/webworld)

nga pikëpamja e vetë mediave. Ky është një hap i parë i nevojshëm përpara se të fillohet zbatimi sistematik i Treguesve me Ndjeshmëri Gjimore për Mediat (TNGJM) të UNESCO-s, për të ndihmuar në përcaktimin e rrugëve për të ardhmen, për një përfaqësim më të barabartë të gjinisë në media. Së dyti, ato kontribuojnë në fazën e dytë të projektit të ABU-së të titulluar “Përfshirja e këndvështrimit gjinor në media” (shih më poshtë).

Rastet e studimit mbështeten kryesisht në raportet dhe vëzhgimet e vetë organizatave të mediave që morën pjesë në këtë studim. Për këtë arsye, në disa raste është ruajtur gjuha e përdorur në raporte dhe në diskutimet në seminare, për qëllime autenticiteti.

Përfaqësues nga secila organizatë vrojtuan gjendjen e tanishme të barazisë gjinore – si portretizimin, ashtu edhe barazinë gjinore në vendin e punës – brenda vendeve dhe organizatave të tyre. Atyre iu kërkua gjithashtu që të hartonin plane veprimi për të testuar ABU Transmetimi për të Gjithë Udhëzuesit<sup>2</sup> dhe materialet shoqëruese.

Pas kësaj u bë një seminar dy ditor më 27-28 shtator 2011 në Kuala Lumpur, Malajzi, ku u përfshinë personat e kontaktit nga organizatat pjesëmarrëse të mediave, anëtarë të zgjedhur të stafit të ABU-së, si dhe këshilluesja që e drejtoi procesin. Gjatë këtij takimi, personat e kontaktit raportuan gjetjet e tyre dhe rezultatet, ndanë përvojat, diskutuan çështjet dhe sfidat e përbashkëta, formuluan disa rekomandime fillestare dhe finalizuan planet e tyre të veprimit për zbatim.

Si pjesë e marrëveshjes me punëdhënësit e tyre, pikat e kontaktit morën pjesë në seanca zhvillimi profesional që kishin për qëllim t’i pajisnin ato më mirë për ta drejtuar procesin e përfshirjes gjinore kur të ktheheshin në organizatat e tyre.

Ndonëse të gjitha organizatat ishin transmetues publikë në kontinentin e Azisë dhe kishin shumë të përbashkëta me njëra-tjetrën, kishte edhe shumë dallime mes tyre, për shkak të faktorëve kulturorë, social-ekonomikë, historikë dhe politikë.

### ***Aspekte të përbashkëta dhe çështje specifike***

Rastet e studimit kanë rikonfirmuar rëndësinë e faktorëve të mëposhtëm në ndërtimin e

2. Ky dokument mund të gjendet në faqen <http://www.aibd.org.my/node/1753>, Parë më 3 korrik 2012.

kapaciteteve të organizatave për të trajtuar çështjet e barazisë gjinore dhe për të rritur mundësinë e suksesit në këtë fushë.

1. Njohja e kulturës dhe traditës së vendit si faktor përcaktues brenda organizatave të caktuara të mediave, kontributi i mediave për të ndryshuar disa praktika tradicionale, dhe e kundërta, tradita nga ana e saj ndikon në ndryshimin e disa praktikave të mediave.
2. Është e dëshirueshme që organizatat e mediave të kenë politikat e tyre të matjes dhe monitorimit, të shprehura dhe të dokumentuara qartë, qoftë nëse ato mbështeten në ligjet apo rregullat që zakonisht janë të imponuara nga qeveria;
3. Mbledhja e të dhënave për të matur barazinë dhe pabarazinë, për qëllime të evidentimit të gjendjes aktuale dhe për të përcaktuar ku ka nevojë për përmirësim;
4. Nevoja për një qasje tërësore në të gjitha organizatat e veçanta dhe në të gjitha nivelet.
5. 'Integrimi dhe përfshirja gjinore' për të shmangur që çështjet e barazisë gjinore të lihen mënjanë apo të shpërfilltet, së bashku me rëndësinë që në këto procese të përfshihen me vullnetin e tyre të lirë edhe burrat në atë organizatë;
6. Nevoja për të ngulur këmbë për krijimin e mbrojtësve të gjinisë dhe të grupeve të referencës për të pasur sukses afatgjatë;
7. Përfitimet e monitorimit dhe matjeve të jashtme mbi bazën e kritereve dhe treguesve të përcaktuar paraprakisht;
8. Vlera e programeve ekzistuese për zhvillimin gjinor dhe përdorimin e ekspertëve në këtë fushë;
9. Trajnime në vazhdimësi për ndërgjegjësim gjinor, si për meshkujt edhe për femrat në organizatat transmetuese.

### **Rëndësia e kulturës**

---

Të gjitha rastet e studimit theksojnë rëndësinë themelore që kanë tradita dhe kultura e shoqërisë në përgjithësi si faktor vendimtar në aftësinë e një organizate për të zbatuar programet dhe proceset e barazisë gjinore. Është e vetë-kuptueshme që ndonëse ka më shumë gjëra të përbashkëta ndër vendet e Azisë dhe Paqësorit, secila shoqëri është unike në vetvete dhe kjo ka ndikimin e vet të pashmangshëm tek organizatat e mediave. Kjo

është sidomos e vërtetë për transmetuesit publikë, që për nga vetë natyra e tyre janë pjesë e pandarë dhe reflektojnë normat kulturore dhe traditat kombëtare dhe rajonale. Kjo ka të mirat dhe të këqijat e veta për arritjen e një barazie më të madhe gjinore brenda organizatave të mediave të vendit. Një dobësi e përmendur në të gjitha rastet e studimit ishte aftësia e kulturës/traditës mbizotëruese për t'i futur gratë 'në kurthin' e roleve tradicionale dhe sjelljeve që priten prej tyre. Megjithatë, rastet e studimit zbuluan gjithashtu se disa stereotipe mund të shërbejnë edhe si shtytës e fuqishme për të arritur gjëra të mira, si për shembull, atje ku gratë konsiderohen si organizatore në familje, këto aftësi të tyre, si dhe besueshmëria e tyre – mund të zbatohen me shumë sukses në vendin e punës. Është vënë në dukje se në disa vende, ndonëse në postin më të lartë të një organizate mediatike mund të jenë një burrë, zëvendëse (ose zëvendës kryetare) është zakonisht një grua e aftë dhe me ndikim, që ka aftësinë të zbatojë ndryshime. Ky vëzhgim përforcon nevojën për të vlerësuar barazinë gjinore, jo thjesht në bazë të titullit të një profesioni, por edhe duke parë se ku qëndron faktikisht pushteti vendimmarrës.

### ***Politikat e organizatave individuale***

Një pjesë e organizatave të studiuara mbështeten tek legjislacionet dhe rregullat shtetërore të vendit për të krijuar politikat e tyre gjinore, zakonisht ligjet për të drejtat e grave dhe për ngacmimin apo diskriminimin seksual. Kjo është kryesisht e vërtetë aty ku ka një lidhje të ngushtë ndërmjet politikave qeveritare dhe politikave transmetuese. Megjithatë, ndonëse përdorimi i përbashkët i rregulloreve të jashtme ka vlerë të padiskutueshme për hir të konsistencës, u vu re se kjo shumë lehtë mund të çonte në një lloj qëndrimi brenda organizatës që çështjet gjinore janë përgjegjësi e qeverisë dhe jo e tyre. Për t'iu kundërvënë kësaj, rekomandohet që organizatat e mediave të hartojnë zyrtarisht politikat e tyre gjinore, qoftë si dokumente më vete, apo si pjesë përbërëse të synimeve, planeve strategjike, kodeve, udhëzuesve dhe/ose rregulloreve të tyre. Po kështu u pranua fakti se këto politika duhet të krijojnë mundësi për një vlerësim të duhur, me rezultate, procese, matje dhe sisteme zyrtare raportimi.

### ***Mbledhja e të dhënave***

Rastet e studimit sollën në një fokus shumë të mprehtë rëndësinë e madhe të mbledhjes së të dhënave për barazinë gjinore, si në vendin e punës ashtu edhe gjatë hartimit të programeve.

Ndonëse brenda shumë vendeve anembanë botës ekziston një sasi gjithnjë e më e madhe informacioni për pjesëmarrjen e grave dhe diskriminimin e tyre, ka mangësi të mëdha në mundësitë e qasjes në këtë informacion, sidomos për sa i përket disa vendeve të caktuara dhe organizatave të mediave në ato vende. Ndonëse do të ishte inkurajuese të besohej se ne tani jemi në gjendje të masim dhe krahasojmë vendet e punës dhe portretizimin në media në mënyrë të barabartë anembanë botës, mbeten ende zona të tëra ku ky informacion thjesht nuk ekziston. Kjo është sidomos e vërtetë për vendet e jugut, ku ky informacion do të ishte jashtëzakonisht i dobishëm. Si për ironi, organizatat e mediave në shumë vende, jo vetëm nuk po arrijnë të ecin përpara në fushën e barazisë gjinore, por ato nuk po arrijnë as të masin çështje që lidhen me barazinë apo të mbledhin të dhëna të dobishme. Shumë prej tyre kanë instrumente relativisht të sofistikuara për matjen e audiencës, por nuk janë në gjendje të thonë kur pyeten se cili është numri i grave që punojnë në nivele të ndryshme drejtimi ose përqindja e grave që janë zëdhënese apo reportere për redaksitë ekonomike.

### ***Qasje tërësore në mbarë organizatën***

Është me rëndësi jetësore që organizatat që dëshirojnë të ecin përpara në fushën e barazisë gjinore të zbatojnë strategjitë e kësaj fushe në të gjithë organizatën, dhe jo thjesht vetëm në fushat/ aspektet ku kjo është më e lehtë. Ndonëse rastet e studimit identifikuan fusha si inxhinieria dhe teknologjia si më rezistente ndaj ndryshimit, u pranua gjithashtu se nivelet e vendimmarrjes, si për shembull drejtuesit e lartë, drejtuesit ekzekutivë, dhe bordet drejtuese, ishin tavane prej xhami. U vu në dukje gjithashtu se thjesht numërimi i totaleve në secilën organizatë nuk pasqyrore domosdoshmërisht statusin e vërtetë të barazisë gjinore. Identifikimi i fushave specifike të karrierës në organizatat e mediave që janë të vështira për gratë për të depërtuar, u konsiderua si diçka shumë e rëndësishme.

### ***Barazia gjinore si çështje themelore e punës së organizatës, duke siguruar pjesëmarrjen e burrave***

Një rrezik i identifikuar në ngritjen e departamenteve apo njërive të posaçme përgjegjëse për çështjet e barazisë gjinore, ishte se një gjë e tillë mund të linte të kuptohej sikur ndjekja e çështjeve gjinore nuk ishte diçka po aq e rëndësishme sa puna dhe veprimtaria e organizatës, ndërkohë që barazia gjinore duhet të jetë shqetësim i të gjithëve. Nga ana tjetër, kjo mund të përdoret edhe si 'zbukurim vitrinash'. Mendimi ishte që përfshirja gjinore duhet të bëhet

pjesë e punës së përditshme të organizatës. Një strategji që u përdor nga PBS i Tailandës ishte që të bëhej trajnim gjinor i posaçëm për burrat, gjë që jo vetëm ofronte një mjedis jo-kërcënues për ta, por edhe tregonte se barazia gjinore është çështje e të gjithëve. Theksohet se duhet të bëhet kujdes për të siguruar që seancat gjinore për burrat duhet të zhvillohen në mënyrë profesionale – mundësisht nga një trajnues mashkull – dhe të shmangin përforcimin e stereotipeve apo thellimin e ndasive gjinore.

### ***Mbrojtësit gjinorë dhe grupet e referencës***

U theksua dobia e pasjes së mbrojtësve gjinorë, sidomos në nivelet e larta ekzekutive dhe të bordeve, si dhe të grupeve të referencës. Kjo e fundit u tha se kërkonte mjaft kohë, sidomos në organizatat me procese të ngurta burokratike. Megjithatë, ky është një investim i nevojshëm që do të sjellë rezultate të dobishme me kalimin e kohës. Grupet e referencës duhet të krijohen të tilla që t'i përshtaten çdo organizate të veçantë.

### ***Monitorimi dhe matjet e jashtme***

Për të shmangur bërjen e gjërave sa për të kaluar radhën dhe për të mbajtur mbrojtësit gjinorë dhe grupet e referencës në vazhdimësi, rekomandohet që sistemet e përfshirjes gjinore brenda organizatave duhet edhe të monitorohen dhe të vlerësohen nga jashtë, në bazë të matjeve për të cilat është rënë dakord. Kjo do të promovojë transparencën dhe besueshmërinë dhe gjithashtu do të ofrojë mundësi për përcaktimin e piketave krahasuese me organizata të tjera, si brenda vendit ashtu edhe në shkallë ndërkombëtare. Këto mund të jenë shtytës të fuqishëm për sukses.

### ***Përdorimi i ekspertizës ekzistuese***

Organizatave të mediave mund të gjejnë mbështetje dhe të marrin asistencë të specializuar nga programet ekzistuese të barazisë gjinore dhe nga një numër në rritje ekspertësh. Ndërkëto mund të jenë Springboard Women's Development Programme (Programi Pedanë për Zhvillimin e Grave) për gratë në nivelin e mesëm drejtues, që u krijua në fillim për BBC-në dhe që ka pasur sukses në shumë vende, por ende nuk është përhapur në shkallë të gjerë në rajonin e Azisë dhe Paqësorit.

### *Trajnimi i vazhdueshëm*

---

Ashtu si me zhvillimin e çdo biznesi tjetër, është e rëndësishme të bëhen trajnime të vazhdueshme për çuarjen përpara të barazisë gjinore. Në shumë vende nuk ka një numër të mjaftueshëm trajnerësh dhe mentorësh që të jenë të përgatitur apo trajnuar sa duhet për çështjet e barazisë gjinore. Ndonëse ekspertët e huaj janë një alternativë e mirë për të mbushur këtë mangësi – dhe, siç u përmend më lart, mund të injektojnë pikpamje të vlefshme të jashtme – duhet t’i jepet përparësi trajnimit të ekspertëve vendas që të jenë në gjendje të zhvillojnë trajnime të kryejnë mentorim në fushën e çështjeve të barazisë gjinore.

### *Projekti i përfshirjes gjinore*

---

Ky projekt është një nismë e ABU-së, fondacionit Friedrich Ebert Stiftung, Institutit të Azisë dhe Paqësorit për Zhvillimin e Transmetimeve dhe Shoqatës Ndërkombëtare të Grave në Radio dhe Televizion (International Association of Women in Radio and Television – IAWRT), në zbatim të Platformës për Veprim të Pekinit, të Kombeve të Bashkuara.

Në fazën e parë u krijua udhëzuesi “Transmetimi për të gjithë: Fokusi mbi gjininë” dhe materialet shoqëruese, të cilat do të zbatoheshin nga organizatat e mediave. Udhëzuesi u promovua për herë të parë në Mbledhjen e Nivelit të Lartë të Azisë në Hanoi, në maj të vitit 2011 dhe qëllimi përfundimtar ishte që këto të zbatoheshin për përmirësimin e barazisë gjinore në mediat transmetuese në të gjithë rajonin e Azisë dhe Paqësorit.

Në fillim të vitit 2011, organizata të mediave në gjashtë (6) vende të Azisë, anëtare të ABU-së, u rekrutuan për të marrë pjesë në fazën e parë pilot të nismës, për të eksploruar mënyra pozitive për të zbatuar parimet dhe praktikatat e barazisë gjinore në media. Këto janë:

- Korporata Kombëtare e Transmetimit e Maldiveve
- Shërbimi Transmetues i Filipineve
- Radio TV i Malajzisë
- Shërbimi Transmetues Publik Tajlandez
- Zëri i Vietnamit
- Young Asia TV in Sri Lanka



## > Radio Televizioni i Malajzisë (RTM)

### Pak histori

RTM është një transmetues kombëtar shtetëror që u themelua si një shërbim radioje në vitin 1921. Si një institucion shtetëror, ai është një departament nën Ministrinë e Informacionit, Komunikimit dhe Kulturës (MIKK). Si pasojë, mandati dhe strategjitë e RTM-së janë në përputhje me vizionin dhe misionin e MIKK-së.

Vizioni i shprehur i RTM-së është që "të jetë transmetuesi kryesor kombëtar dhe një stacion transmetues i klasit botëror në mbrojtjen e konceptit "1 Malajzi"<sup>3</sup>.

Misioni i RTM-së "është që të përhapë informacion, të transmetojë programe cilësore radiofonike dhe televizive duke përdorur teknologjinë më të fundit e më moderne, për të përbushur aspiratat e audiencave drejt arritjes së vizionit për vitin 2020". RTM operon 35 stacione radio dhe dy kanale televizive. Roli i tij kryesor është të përbushë detyrimin shoqëror të qeverisë duke ofruar shërbime transmetuese pa pagesë me orientim jo-komercial.

Aktualisht RTM drejtohet nga një Drejtorë e Përgjithshme, Datuk Norhayati Ismail. Ajo është e para grua në atë post në historinë e transmetuesit. Posti i drejtorit të përgjithshëm emërohet nga qeveria dhe nuk i nënshtrohet një procesi rekrutimi. RTM nuk ka një Bord drejtorësh jo-ekzekutivë; hierarkia e tij përbëhet nga drejtorja e përgjithshme, dy zëvendës drejtorë të përgjithshëm, dhe 12 drejtorë funksionalë si dhe drejtorë shtetërorë (rajonalë). Ndër këto poste ekzekutive të organizatës ka vetëm dy gra. Gruaja tjetër është Drejtorja e Qendrës së Multi-Kanaleve, Transmetimit dhe Kontrollit.

RTM nuk boton të dhëna të hollësishe të ndara sipas gjinisë, sipas vendit të punës apo profesionit, por vetëm shifra të përgjithshme, si 62% e numrit të përgjithshëm të punonjësve (në vitin 2011) ishin meshkuj dhe 38% femra.

RTM aktualisht nuk i ka politikat apo udhëzuesit e saj të brendshëm gjinorë. Duke qenë departament i qeverisë, RTM pritet të zbatojë agjendën e qeverisë në lidhje me çështje të tilla si gjinia dhe shumëllojshmëria.

.....

3. Informacionin për këtë strategji mund ta gjenë në adresën e internetit <http://1malaysia.com.my/about/about-1malaysia/>. Parë më 3 korrik 2012.

## Konteksti kombëtar

Sipas regjistrimit të përgjithshëm të popullsisë, Malajzia ka një popullsi prej gati 29 milion banorë. Gratë përbëjnë rreth gjysmën e kësaj shifre.

Në vitin 1989 qeveria malajziane miratoi Politikën Kombëtare për Gratë<sup>4</sup>.

Objektivat parësore të kësaj politike janë:

- Të sigurojë një ndarje të barasvlershme në përfitim të burimeve dhe të informacionit, mundësive dhe përfitimeve të zhvillimit për burrat e gratë. Objektivat e barazisë dhe drejtësisë duhet të përbëjnë thelbin e politikave të zhvillimit, të cilat duhet të venë në qendër njerëzit, në mënyrë që gratë, të cilat përbëjnë gjysmën e popullatës së vendit, të mund të kontribuojnë dhe të realizojnë potencialin e tyre në mënyrë optimale; dhe
- Të integrojnë gratë në të gjithë sektorët e zhvillimit, në përputhje me aftësitë dhe nevojat e tyre, me qëllim që të rritet cilësia e jetesës, të çrrënjoset varfëria, padija dhe analfabetizmi, si dhe të arrihet synimi për një komb të begatë që jeton në paqe.

Ministria e Grave, Familjes dhe Zhvillimit të Komunitetit, që njihet më mirë me akronimin KPWKM në gjuhën malajziane, është një ministri e qeverisë që është përgjegjëse për të përkufizuar politikat e barazisë gjinore, zhvillimit të familjes dhe të një shoqërie që kujdeset për njerëzit e saj, në përputhje me angazhimin e Malajzisë ndaj Konventës së Eliminimit të të Gjitha Formave të Diskriminimit ndaj Grave<sup>5</sup> dhe Deklaratës dhe Planit të Veprimit të Pekinit<sup>6</sup>.

KPWKM u krijua zyrtarisht në 17 janar 2001, si Ministri e Çështjeve të Grave. Ajo drejtohej nga një grua, e cila ishte e para ministre në nivel kabinetit që u ngarkua me përgjegjësinë për t'u përqendruar vetëm në zhvillimin e grave. Gama e punës së ministrisë u zgjerua për të përfshirë edhe zhvillimin e familjes dhe emri u ndryshua në Ministria e Grave dhe Zhvillimit Familjar, në 15 shkurt 2001. Në vitin 2004, fusha e veprimit të saj u zgjerua më tej për të përfshirë mirëqenien sociale dhe zhvillimin, dhe ministria mori emrin që ka sot në 27 mars 2004.

.....

4. Shih, <http://sgdatabase.unwomen.org/uploads/National%20Policy%20on%20Women.pdf>. Shih edhe një analizë të hollësishme në Country Briefing Paper, Women in Malaysia (Dokument Informativ për Vendlindjen: Gratë në Malajzi) nga Ahmad, Aminah (1998) - [http://www.onlinewomeninpolitics.org/malaysia/adb\\_my.pdf](http://www.onlinewomeninpolitics.org/malaysia/adb_my.pdf). Parë më 3 korrik 2012.

5. <http://www.un.org/womenwatch/daw/cedaw/>. Parë më 3 korrik 2012.

6. <http://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/platform/> Parë më 03 korrik 2012.

Departamenti i Zhvillimit të grave është nën KPWKM-në. Pararendësi i tij ishte Këshilli Këshillues Kombëtar për Integrimin e Grave në Zhvillim (National Advisory Council on the Integration of Women in Development – NACIWID), i ngritur në vitin 1975 si një instrument që do të siguronte përfshirjen e grave në zhvillim. Ky shërbeu si një organ këshillues dhe konsultativ i qeverisë për çështje që lidheshin me planifikimin dhe zbatimin e programeve të grave në zhvillim. Në vitin 1983, u krijua Sekretariati për Çështjet e Grave (HAWA), pranë Kabinetit të Kryeministrit, për të marrë përsipër detyrat e Sekretariatit të NACIWID. Nga viti 1997, HAWA ka funksionuar si një departament nën ish Ministrinë e Bashkimit Kombëtar dhe Zhvillimit Shoqëror. Në vitin 2001, ky departament u vendos nën organin e sapokrijuar të KPWKM-së dhe u ristrukturua si Departamenti për Zhvillimin e Grave.

Roli i Departamentit për Zhvillimin e Grave është të sigurojë marrjen në konsideratë të interesave dhe shqetësimeve të grave, ku përfshihen katër fusha parësore që duhet të trajtohen nga qeveria e Malajzisë. Këto janë:

- Promovimi i potencialit ekonomik dhe pavarësisë së grave.
- Rritja e pjesëmarrjes së grave në vendimmarrje.
- Forcimi i mekanizmave në të gjitha nivelet për të promovuar përparimin e grave; dhe
- Çrrënjësja e dhunës ndaj grave.

Për këtë arsye, si Plani i Gjashtë ashtu edhe ai i Shtatë Malajzian<sup>7</sup> (1990-1995; 1996-2000) përmbanin pjesë të veçanta për Gratë dhe Zhvillimin, ku thuhet "...Qeveria pranon gjithashtu se duhet të hartohen domosdoshmërisht strategji specifike për t'i përfshirë gratë në mënyrë efektive në procesin e zhvillimit. Për të arritur këtë qëllim, do të bëhen përpjekje të bashkërenduara për të pakësuar në mënyrë të vazhdueshme kufizimet ekzistuese dhe për të lehtësuar asimilimin e grave në veprimtaritë e përgjithshme shoqërore dhe ekonomike" (Plani i Gjashtë Malajzian).

KPWKM ka luajtur rol për ta bindur qeverinë që të binte dakord, në vitin 2004, që të formuloheshin direktiva për sektorin publik për të arritur një minimum prej 30% përfaqësimi të grave në poste vendimmarrëse.

7. Planet në gjuhën malajziane mund t'i shihni në faqen e internetit <http://www.pmo.gov.my/?menu=page&page=2005>. Parë më 4 korrik 2012

Sipas Raportit Global për Hendekun Gjnor të Forumit Ekonomik Botëror 2011, Malajzia renditet në vendin e 97 nga 135 vende, me hendekun më të madh në fuqizimin politik (90%) ndjekur nga Pjesëmarrja dhe Mundësitë Ekonomike (57% hendek). Ndonëse numri i grave aktive ekonomikisht është rritur, rritja më e madhe në pjesëmarrjen e grave ka ndodhur në vendet e punës të niveleve të mesme e të ulëta, si ato sekretariale dhe në prodhim. Ndonëse gjithnjë e më shumë gra po futen në sektorët profesionalë, këto janë më tepër në fushat profesionale të infermierisë dhe mësimdhënies.

Në lidhje me mediat, Projekti Global për Monitorimin e Mediave (PGMM), rezultatet e Malajzisë për vitin 2010 treguan një përqindje të ulët të grave si tema të reja. Ato përbëjnë vetëm 15% të të gjithë tematikave të lajmeve në krahasim me burrat që përbëjnë 85% të tematikave të lajmeve<sup>8</sup>. Kjo shifër është edhe më e ulët se shifra prej 17.3% e raportuar në një vrojtim kombëtar të bërë nga Lëvizja për Veprim e të Gjitha Grave në vitin 2006<sup>9</sup>. Gratë si tematikë e lajmeve përqendrohen në fushat e krimin, dhunës, ose si VIP apo nga fusha e artit. Nga ana tjetër, burrat janë temë e lajmeve pothuaj në të gjitha fushat e tjera. Përqindja e ulët e grave si tematikë e lajmeve është konsistente në të gjitha mediat.

## Zhvillimi gjnor

RTM aktualisht drejtohet nga një Drejtores e Përgjithshme, Gatuk Norhayati Ismail. Organizata praktikon meritokracinë në rekrutimin e profesionistëve të kualifikuar për të mbushur pozicione të ndryshme pune, si inxhinierë, analistë sistemesh, prodhues programesh, gazetarë dhe teknikë transmetimi. RTM ka 4,252 punonjës. Meshkujt përbëjnë 61.2% të numrit total të punonjësve ndërsa gratë përbëjnë 38.8%.

## Politika dhe strategji

RTM si një rrjet transmetues qeveritar, ka për detyrë të zbatojë politikat qeveritare. RTM aktualisht nuk ka politikë gjnore dhe të punësimit. Në qershor 2011, Kryeministri i Malajzisë,

8. Shih raportin tek <http://www.whomakesthenews.org/gmmp-2010-reports.html> Parë më 4 korrik 2012.

9. Shih përkrimin tek <http://www.awam.org.my/nmm.html> Parë më 4 korrik 2012.

Datuk Seri Najib Tun Razak shpalli se Kabineti kishte miratuar një politikë që gratë duhet të përbëjnë të paktën 30% të personave në poste vendimmarrëse në sektorin e korporatave. Kompanive u është dhënë një afat prej pesë vitësh për të përbushur këtë kërkesë. Kjo lëvizje ishte një shtrirje e politikës së ngjashme qeveritare që u fut për herë të parë në vitin 2004 në sektorin publik, që solli një rritje të pjesëmarrjes së grave nga 18.8% atë vit në 32.3% në vitin 2010. Strategjijtë e brendshme të RTM janë në përputhje me këtë politikë qeveritare dhe statistikatat më të fundit tregojnë se 38.8% e numrit total të punonjësve të RTM-së janë gra.

## Suksese dhe sfida

Ashtu si edhe me shumë organizata të mediave, në disa profesione ose fusha të punës ka më shumë pabarazi se sa në të tjera. Kjo është sidomos e dukshme në nivelet e vendimmarrjes. Në rastin e RTM-së u raportua sa më poshtë:

- **Administratorë:** Burrat zënë gjashtë nga tetë postet ekzekutive. Në nivelet drejtuese dhe profesionale, gratë specialiste (185) janë më shumë se burrat (180). Në përgjithësi ekziston mendimi se burrat janë më të përqendruar tek detyra dhe më të orientuar drejt rezultatit, sepse nuk kanë përgjegjësi familjare. Detyrimet e tyre ekonomike në sferën publike u sigurojnë atyre kontroll mbi burime mjaft të vlefshme dhe sjellin privilegjet mashkullore. Rolet riprodhuese të grave dhe përgjegjësitë e tyre në punët e shtëpisë i kufizojnë lidhjet e tyre me burimet ekonomike që janë shumë të vlerësuara.
- **Personeli teknik:** Pjesa më e madhe e personelit teknik në RTM – përfshirë edhe operatorët e kamerave – janë meshkuj. Supozohen se meshkujt kanë më tepër prirje teknike dhe se janë njohës më të mirë të pajisjeve dhe instrumenteve, përveç që kanë edhe një forcë më të madhe fizike. Megjithatë, në sajë të sistemit arsimor të Malajzisë, gjithnjë e më shumë gra po bëhen inxhinierë dhe teknike. Si pasojë, kohët e fundit, numri i grave si punonjëse teknike është rritur dhe ato kanë zënë vende pune si inxhinierë, drejtuese të kamerave në studio, apo përgjegjëse të njësisë së kontrollit të kamerave.
- **Prodhues:** Numri i prodhuesve të programeve në RTM është mjaft i balancuar ndërmjet grave dhe burrave, përveç departamentit të sportit, ku pjesa më e madhe e ekipit prodhues përbëhet nga burra. Arsyeja për këtë është se burrat janë më entuziastë dhe e kanë pasion sportin, në krahasim me gratë. Ashtu si në shumicën e vendeve të tjera, sportet mashkullore dominojnë rendin e ditës, sidomos në nivel profesional. Si pasojë, kjo priret të ndikojë edhe në gjininë e gazetarëve sportivë.

- Personeli i sigurisë: Ky është një sektor i dominuar nga meshkujt, ku ka vetëm gjashtë gra në të gjithë personelin prej 75 punonjësish të sigurisë që shërbejnë në të gjithë kompleksin e ndërtesave të RTM-së. Gratë në personelin e sigurisë caktohen në detyra të lehta dhe funksione të posaçme.
- Shoferët: Edhe kjo është një fushë e dominuar nga burrat në RTM, me 25 shoferë meshkuj, ndonëse gratë kanë ecur përpara në këtë fushë duke punuar si shofere të mjeteve të transportit publik në Malajzi.

RTM-ja nuk ka ndonjë politikë të përcaktuar për të trajtuar çështjen e hendekut gjinor në fushën e sigurisë, atë teknike, dhe në fushat e tjera të identifikuara më lart.

Gjithnjë e më shumë femra janë punësuar në organizatat e mediave, me krijimin e më shumë stacioneve televizive private në Malajzi. Buletini i lajmeve në gjuhën mandarin i NTV7 drejtohet nga femra dhe kohët e fundit Maliza Goh nga NTV7 ishte e vetmja grua gazetare transmetimi që iu bashkëngjiti ekipit të ndihmës lehtësuese Malajzia Bamirëse që shkoi në Somalinë e mbërthyer nga kriza e urisë, për të raportuar për audiencat malajziane. RTM dhe stacione të tjera televizive kanë të paktën një lexuese lajmesh femër përkrah kolegut të tyre mashkull. Më shumë femra po futen në profesionin e mediave pas mbarimit të studimeve në fushën e Komunikimit Masiv.

### Plane për të ardhmen

- a. Të konsultohet/kërkohet mbështetja e drejtores së përgjithshme për të filluar Projektin Pilot Gjinor.
- b. Të bëhet një propozim që përfshin nevojat dhe përfitimet nga projekti.
- c. Të merret pëlqimi i anëtarëve të drejtorisë për projektin pilot.
- d. Të bëhet një vrojtim/anketim për të mbledhur mendime për çështjet gjinore në organizatë.
- e. Të përfshihet Departamenti i Burimeve Njerëzore.
- f. Të caktohet këshilltari i burimeve njerëzore si një kandidat potencial për Përgjegjës Gjinor i RTM-së.

- g.** Të rishikohen procedurat e rekrutimit të punonjësve në fushat teknike.
- h.** Të dërgohen drejtuesit meshkuj të punonjësve femra tek Grupet e Referimit.
- i.** Të përgatiten trajnime mbi çështjet gjinore për të gjithë personelin.
- j.** Shpërblime/çmime për femrat/meshkujt që krijojnë programe me ndjeshmëri gjinore, si promovimi në poste më të larta dhe përfaqësimi i RTM-së në konferenca ndërkombëtare për çështje të barazisë gjinore.
- k.** Të organizohen veprimtari shoqërore që janë tërheqëse për të dy gjinitë.
- l.** Të publikohen veprimtaritë gjinore në revistën e brendshme të RTM-së.

## > Shërbimi Tajlandez i Transmetimit Publik

### Pak histori

I pari dhe i vetmi shërbim publik mediatik në Tailandë, PBS i Tailandës u themelua në vitin 2008 dhe financohet nga akcizat e alkoolit dhe të duhanit, në një shumë prej 65 milion dollarë amerikanë në vit. Sipas kartës së PBS-së, organizata është e përkushtuar të ndriçojë mendjet e anëtarëve të shoqërisë me programet e saj të larmishme edukative dhe zbavitëse, duke iu përmbajtur me rigozitet kodit të etikës që siguron një mbulim të paanshëm, të balancuar dhe të drejtë.

Vizioni i saj është që të jetë një institucion i mediave publike që synon të promovojë një shoqëri të drejtë dhe të informuar. Synimi i PBS-së tajlandeze është që të ofrojë shërbime novatore dhe gjithëpërfshirëse transmetuese të një standardi të lartë, mbështetur në kodin e etikës, interesin publik dhe efektivitetin ekonomik.

Objektivat e saj janë:

- Të nxisë ndërgjegjësimin dhe pjesëmarrjen publike në ndërtimin e një shoqërie të drejtë dhe demokratike përmes një raportimi të guximshëm dhe të paanshëm që vë në qendër interesat e publikut.
- Të edukojë, informojë dhe zbavitë çdo sektor të shoqërisë me qëllimin për të promovuar një qytetari cilësore.

- Të frymëzojë dhe nxisë imagjinatën dhe frymën krijuese.
- Të kontribuojë në krijimin e një ndjenje identiteti, larmie kulturore dhe harmonie shoqërore.
- Të pasqyrojë larminë shoqërore dhe t'u ofrojë hapësirë pakicave dhe grupeve të veçanta me qëllim nxitjen e pjesëmarrjes publike, si në nivelin vendor ashtu edhe në atë kombëtar.
- Të ndihmojë në krijimin e mirëkuptimit dhe të marrëdhënieve të mira në nivel vendor dhe global.

### Konteksti Kombëtar

Kushtetuta tajlandeze garanton barazinë midis grave dhe burrave, përfshirë edhe mundësi të barabarta punësimi. Plani i Dhjetë Kombëtar për Zhvillim Shoqëror dhe Ekonomik tregon një përmirësim të perceptimit në shoqëri për sa i përket barazisë gjinore.

Fakti që Tailanda ka kryeministren e saj të parë femër – Yingluck Shinawatra – duhet të kontribuojë në përmirësimin e qasjes në burimet e nevojshme për të trajtuar çështjet e barazisë gjinore. Që nga zgjedhja e saj, janë caktuar fonde mesatarisht 100 milion Baht (3.23 milion dollarë amerikanë) për secilën provincë për të zhvilluar rolet dhe kapacitetet e femrave.

Politika për Jetën dhe Sigurimet Shoqërore promovon mundësi të barabarta për meshkujt dhe femrat që të marrin pjesë në zhvillimin e vendit dhe në mbrojtjen e të drejtave të femrave.

### Zhvillimi gjinor

Nga 900 punonjës të PBS-së tajlandeze, 31% janë femra.

Autoriteti më i lartë i PBS-së të Tailandës është Bordi i Guvernatorëve. Ky është një organ hartues politikash që zgjidhet me anë të një procesi të pavarur dhe ka një mandat shërbimi për shtatë vjet. Bordi, që përbëhet nga nëntë anëtarë, miraton strategji, përcakton objektiva dhe mbikëqyr ankesat. Bordi gjithashtu harton kodin e etikës dhe përcakton udhëzuesit për punën kërkimore që lidhet me programet. Përveç kësaj Bordi emëron edhe Drejtorin dhe Bordin Ekzekutiv dhe vlerëson performancën e tyre. Aktualisht, nga nëntë anëtarë të bordit,



katër janë femra. Në nivelin e Bordit Ekzekutiv, femrat zënë tri nga katër vende, ndërsa të gjitha postet e zëvendës drejtorëve janë të zënë nga meshkuj. Në nivelin e menaxhimit ekzekutiv, femrat zënë vetëm dy nga 13 vendet – Drejtorja e Burimeve Njerëzore dhe Drejtorja e Pjesëmarrjes Publike dhe Opinioneve.

Në nivel operacional, 37% e menaxherëve të sektorëve dhe specialistëve janë femra. Nga 28 reporterët, 22 janë femra, të cilat raportojnë edhe lajme të rënda.

## Politikat dhe strategjitë

PBS i Tailandës ka një politikë të qartë që ndalon diskriminimin gjinor në ofrimin e mundësive për punë për burrat dhe femrat. Ai i rekruton anëtarët mbështetur në merita dhe ofron të njëjtat përfitime të sigurimeve shoqërore, përfshirë lejen e lindjes dhe lejen Darma Budist për femrat.

PBS promovon barazinë gjinore dhe zhvillimin e grave përmes përmbajtjes, kushteve të punës, dhe shërbimeve që u ofron punonjësve. Promovimi i barazisë gjinore pasqyrohet në Kodet e Sjelljes të PBS-së tajlandez, në respektimin e dinjitetit njerëzor dhe të drejtës së privacisë, përmes planit të vet strategjik për prodhimin e programeve që merr parasysh larminë gjinore dhe atë kulturore, si dhe shmang paraqitjen e grave si “objekte seksi” dhe me stereotipe tradicionale.

## Suksese dhe sfida

Ndonëse PBS tajlandez zbaton aktivisht politikën e barazisë gjinore dhe duket se ka barazi në fushat e prezantuesve, prezantuesve të lajmeve dhe redaktorëve të programeve, ky transmetues renditet shumë ulët ndër mediat e tjera në Tailandë. Përqindja e audiencës e PBS të Tailandës është rreth 6%, krahasuar me përqindjet mjaft më të larta me 38% dhe 39% të gjegjësve të tij komercialë, që portretizojnë një imazh shumë tradicional dhe stereotipik të grave tajlandeze.

PBS tajlandez ofron këto trajnime për punonjësit e tij:

- Seminare për paraqitjen e lajmeve dhe të programeve me këndvështrimet e femrave.

- Trajnimi i gazetareve udhëtuese, që ka për qëllim të krijojë ndërgjegjësime për portretizimet e pa balancuara gjinore që gjenden në kulturën mediatike të dominuar përgjithësisht nga burrat, dhe i pajis gratë në fshatra, që marrin pjesë në programimet e tij të përmbajtjes me orientim nga përdoruesi, me aftësitë funksionale për të prodhuar dokumentarë të shkurtër televizivë për historitë e tyre, nga një këndvështrim femëror.
- Seminare për meshkujt që punojnë në PBS tajlandez, në fushën Femrat dhe Mediat, duke i ndërgjegjësuar punonjësit meshkuj për çështjet gjinore dhe ato të portretizimit gjinor, si dhe marrja e këndvështrimeve të meshkujve për programet që fokusohen në çështjet gjinore.

### Përvoja dhe perspektiva

Pikat e mëposhtme ngërthejnë aspektet e tjera të këndvështrimit të PBS tajlandez mbi përfshirjen gjinore, të cilat ia vlen t'i përmendim këtu:

- Ekziston një nevojë për të promovuar të kuptuarit e dinjitetit dhe vlerave si dhe rolet e secilës gjini. Hartimi i standardeve ose udhëzuesve për mbulimin e grave në media do të ndihmojë në eliminimin e paragjykimeve dhe imazheve të stereotipizuara të grave. Punonjësit e mediave duhet të bashkëpunojnë më shumë dhe të promovojnë krijimin e rrjeteve efektive në procesin e zgjedhjes dhe paraqitjes së përmbajtjes së mediave për çështjet e barazisë gjinore.
- Duket të ketë më shumë programe trajnimi dhe procese të të nxënimit dhe ato të shkëmbimit të njohurive për prodhimin e një përmbajtjeje që lidhet me çështjet e barazisë gjinore, si dhe duhet të nxiten shkëmbimet e njohurive dhe përvojave ndër gratë, si brenda për brenda fushës së mediave, ashtu edhe jashtë saj.
- Është e rëndësishme që njerëzit ta kuptojnë etikën e mediave për të siguruar që udhëzuesit e mediave dhe kodet e sjelljes zbatohen rreptësisht dhe për të mësuar nga praktikatat dhe lëvizjet më të mira në fushën e barazisë gjinore në industrinë mediatike.
- Duhet të rriten kapacitetet e grave që punojnë në media për të nxitur krijimin e rrjeteve ndërmjet tyre.

## Plan Veprimi

- a.** Të bëhen studime/vrojtime për çështjet gjinore brenda kontekstit të organizatës dhe të shoqërisë tajlandeze.
- b.** Të zgjidhen projekte që i përshtaten organizatës, në njësi dhe me buxhete të vogla, dhe që mbështeten nga drejtori i përgjithshëm/Bordi Ekzekutiv dhe drejtorët e PBS tajlandez.
- c.** Të zgjidhen shembuj model dhe të krijohen grupe pune në departamente të ndryshme.
- d.** Të ofrohet trajnim për departamentet e burimeve njerëzore, programimit, lajmeve, etj.
- e.** Të publikohen rezultatet e projektit në PBS tailandez, në Mbledhjen e Mediave Aziatike 2012 dhe në shumë forume të tjera.
- f.** Të hartohen synime, plane dhe kode sjelljeje afatgjata.

## > Radio Zëri i Vietnamit

### Pak historik

'Zëri i Vietnamit' njihet në gjuhën vietnameze si "DAI TNVN", ndërsa emri që përdoret më rëndom në industri është "Zëri i Vietnamit" (Voice of Vietnam) ose shkurt VOV.

VOV është transmetuesi kombëtar radiofonik i Republikës Socialiste të Vietnamit, i themeluar në vitin 1945. Ai administrohet dhe financohet nga Ministria e Informacionit dhe Komunikimit në nivel shtetëror. Ai është një agjenci qeveritare që transmeton udhëzimet dhe rregullat e Partisë. Synimi i VOV është që të kontribuojë në rritjen e standardeve intelektuale të vendit dhe t'u shpërbejë jetës shpirtërore të njerëzve përmes programeve në radio, internet, televizion dhe një gazetë.

## Konteksti kombëtar

Vietnami e ratifikoi CEDAW në shkurt të vitit 1982 dhe ishte një nga vendet e para në Azinë juglindore që e bëri këtë. Rreth 25% e Asamblesë Kombëtare të vendit janë gra. Dy nga katër zëvendës presidentet janë femra.

Në vitin 2006 u miratua një ligj kombëtar për barazinë gjinore. Raporti i fundit që Vietnami i paraqiti Komitetit të CEDAW në vitin 2007 dhe disa nga fushat shqetësuese<sup>10</sup> që u ngritën nga komiteti përfshinin:

- Informacion apo të dhëna të pamjaftueshme për ndikimin e vërtetë të reformës aktuale ligjore dhe masa në të cilën ka përshpejtuar ajo përparimin e grave dhe gëzimin e të drejtave të tyre njerëzore;
- Ekzistenca ende e qëndrimeve patriarkale dhe stereotipeve të ngulitura brenda familjes dhe të shoqërisë në tërësi, përfshirë, për shembull, preferenca për fëmijë meshkuj; dhe
- Përfaqësimi i ulët i grave në emërimet e personave që shërbejnë në organe vendimmarrëse, sidomos në nivelin e rrethit e të komunës. Kjo ndodh pavarësisht faktit që ligjet kanë krijuar një sistem kuotash për përfaqësimin e grave, fakt që tregon se vazhdojnë të ekzistojnë pengesat për pjesëmarrjen e grave në jetën publike.

Raporti më i fundit për Hendekun Gjinor Global të Forumit Botëror Ekonomik e rendit Vietnamin në vendin e 79 nga 135 vende. Dallimet më të pakta gjinore gjendeshin në fushat e Shëndetit dhe Mbijetesës (dallim me 6%) dhe Arritje Arsimore (dallim me 8%), dhe më i larti ishte në fushën e Fuqizimit Politik (dallim me 89%) dhe në Pjesëmarrje dhe Mundësi Ekonomike (dallim me 29%).<sup>11</sup>

Raporti i vendit për Objektivat e Zhvillimit të Mijëvjeçarit për Barazinë Gjinore identifikon se problemet kryesore janë zbatimi i ngadalshëm i ligjeve lokale dhe politikave të barazisë gjinore dhe mungesa e të dhënave statistikore dhe i detyrimit për t'i mbledhur këto të dhëna.

“Hendeku ndërmjet rregullave e ligjeve dhe zbatimit të tyre ka penguar përpjekjen për të



10. Komiteti për Eliminimin e Diskriminimit ndaj Grave, seanca e tridhjetë e shtatë, 15 janar-2 shkurt 2007; Komentet përmblyëse të Komitetit për Eliminimin e Diskriminimit ndaj Grave: Vietnam.

11. Forumi Ekonomik Botëror; Raporti Global për Dallimet Gjinore 2011, Rapori për Vietnamin.

arritur objektivat e barazisë gjinore. Zbatimi i strategjive kombëtare për përparimin e grave vietnameze në sektorë dhe fusha të ndryshme ende ka shumë kufizime dhe zbatimi nuk është i mirë.

Statistikat gjinore nuk janë plotësisht të përqendruara. Në thuajse të gjithë sektorët, sistemi i të dhënave statistikore nuk është krijuar ende dhe nuk ka ndonjë detyrim (i rregulluar me ligj) për të mbledhur të dhëna të ndara sipas gjinisë. Kjo është një pengesë për procesin e ndërtimit të politikave dhe të hartimit të programeve të ndërhyrjes për t'iu përgjigjur kërkesave të tanishme për barazi gjinore në Vietnam.<sup>12</sup>

## Zhvillimi gjinor

Gratë përbëjnë rreth 30% të gazetarëve në Vietnam. Në organizatat e shtypit, ato janë profesioniste të talentuara, jo vetëm në fushën e marrëdhënieve sociale, por edhe në fushën ekonomike. Numri i grave komentatore është rritur më shumë se në të kaluarën, dhe tashmë ka shumë gra të shquara në televizionin kombëtar, ndonëse ky është ende një numër i vogël në gazetari.

Ka vetëm pak gra që punojnë si kryeredaktore gazetash, madje edhe në revistat që kanë më shumë lexuese femra, si për shembull Gratë e Vietnamit dhe Gratë në Kryeqytet. Revista më e shitur e modës dhe bukurisë, Beauty Magazine, ka një burrë për kryeredaktor; ndonëse kjo mund të shihet si diçka pozitive ose negative. Është inkurajues për faktin se kjo mund të tregojë për një ndryshim të madh në rolet dhe pritshmëritë gjinore për një mashkull. Nga ana tjetër, mund të jetë tregues i masës në të cilën gratë anashkalohen në media.

Imazhet e grave në mjete të ndryshme të komunikimit masiv janë stereotipizuar nga modelet tradicionale; gratë duhet të jenë simbol i feminilitetit (me një trup të bukur, të veshura mirë dhe tërheqëse) siç tregohet qartë në revistat elektronike dhe reklamat në televizion. Imazhet e grave shpesh i përshkruajnë ato si viktime të dhunës dhe abuzimit seksual.

Portretizimi i imazheve të grave shpesh nuk është konsistent, jo vetëm në përgjithësi, por edhe në botimet e agjencive të mediave. Nga njëra anë, ndonjëherë mediat krijojnë dhe lavdërojnë imazhin modern të grave si dinamike, me besim në vetvete dhe guximtare në mendim dhe

.....

12. Promovimi i barazisë gjinore dhe fuqizimit të grave në Vietnam në raportin e zbatimit të Synimeve të Zhvillimit të Mijëvjeçarit në Vietnam, 2010.

veprim, të suksesshme në punë, si dhe udhëheqëse të mira. Nga ana tjetër, lidhur me vlerat tradicionale, mediat duket se parapëlqejnë imazhin e një gruaje të hijshme, të durueshme, të qëndrueshme dhe që sakrifikon për familjen e saj, si dhe që është shumë e zonja në punët e shtëpisë, gatim, dhe kujdesin për fëmijët e saj.

Si pasojë e kësaj kundërshtie ndërmjet pranimit të koncepteve të reja dhe ruajtjes së vlerave tradicionale, imazhet e grave në mjetet e komunikimit masiv ndërtohen në formën e “Gruas së Përkryer” – e suksesshme në karrierë dhe e përkushtuar për çështjet sociale, por që vazhdon të kryejë detyrat e saj në familje. Shumë artikuj diskutojnë për temën “Sekreti për të Ruajtur Lumturinë e Grave të Suksesshme”. Është koncepti i gazetareve dhe i shoqërisë që nëse gratë duhet të jenë plotësisht të lumtura, ato duhet të jenë njësoj të afta e të suksesshme si në karrierë, ashtu edhe në punët e shtëpisë.

Përveç kësaj, shumë gazeta japin edhe mesazhin e nënkuptuar se, nëse gratë duan të jenë të suksesshme në karrierat e tyre, ato duhet të sakrifikojnë diçka. Nëse zgjedhin karrierën, atëherë ato mund të jenë të suksesshme, por të palumtura në jetën e tyre private dhe nëse zgjedhin të jenë bashkëshorte e nëna të buta e të urta, do të gjejnë qetësi dhe lumturi.

Në një seminar që u zhvillua në vitin 2011 për gratë gazetare, me rastin e Ditës Ndërkombëtare të Grave në qytetin Ho Chi Minh, u tha se: “Gazetaria është një punë e vështirë dhe kërkon shumë më tepër kohë dhe përpjekje dhe për të duhet të kesh një lloj aftësie. Numri i gazetareve të suksesshme është shpesh në përpjesëtim të zhdrejtë me numrin e grave që kanë jetë të lumtur familjare. Zgjidhja më e mirë për gratë gazetare për të fituar lumturinë është që të zgjedhin filozofinë e duhur...”.

Në vitet e mëparshme, ka pasur gjithmonë një zëvendës drejtoresh tek VOV por aktualisht në këto poste janë vendosur burra. VOV ka pothuaj 3000 punonjës që çdo ditë prodhojnë më se 200 orë transmetim. Ajo ka pesë redaksi rajonale, nëntë redaksi jashtë vendit dhe mbulon me transmetim radiofonik 99.55% të vendit. Nga rreth 1000 reporterë dhe redaktorë, më se gjysma janë gra. VOV operon gjashtë kanale transmetimi: VOV online, gazetat VOV dhe televizionin VOV, nga të cilat një menaxhere sistemi (në Kanalin 2) një kryeredaktore (VOV Online) dhe një menaxhere e Qendrës Inxhinierike të Transmetimit, janë femra.

VOV2 ka 47 programe me 80 punonjës, reporterë dhe redaktorë në nëntë sektorë, nga të cilët 60 janë gra. Programet e grave transmetojnë shpesh reportazhe që trajtojnë çështje të barazisë gjinore, të cilat përqendrohen tek përgjegjësitë familjare, rritja e fëmijëve dhe çështje shoqërore/të modës.

## Politika dhe strategji

VOV krijoi një Departament për Përparimin e Grave, të përbërë nga drejtuesit e VOV dhe drejtuesit e sektorëve. VOV organizon një grup të inspektimit gjinor, që redakton programet radiofonike dhe i bën ato më të ndjeshme nga pikëpamja gjinore. Ai ka katër vite që po zbatohet. Nuk ka politika të jashtme apo dokumente për këtë grup inspektimi apo për punën e tij. Çështjet gjinore në Vietnam drejtohen nga Ligji për Barazinë Gjinore dhe Ligjet për Parandalimin e Dhunës në Familje.

## Suksese dhe Sfida

Në përgjithësi, çështjet e barazisë gjinore reflektohen drejtpërsëdrejti dhe tërthorazi në pjesën më të madhe të programeve. Megjithatë, pavarësisht nga ekzistenca e 'departamentit/njesisë së grave' – ky vazhdon të jetë problem strukturor, në kuptimin që çështjet dhe këndvështrimet e barazisë gjinore si rregull nuk përfshihen në proramimin më të gjerë të VOV-së.

Diskutimet për gjininë dhe barazinë gjinore në Vietnam duhet të marrin parasysh natyrën e problemit dhe jo thjesht shprehjet dhe shifrat sipërfaqësore. Ato duhet të pranojnë dhe të shpjegojnë çështjet që lidhen me barazinë gjinore, duke marrë parasysh kontekstin historik dhe kulturor të vendit.

Për shembull, Raporti-Hije i OJQ-ve 2006, identifikoi çështjet e mëposhtme për sa i përket pjesëmarrjes së grave në politikë në Vietnam:

- Shkalla e pjesëmarrjes së grave në politikë është e ulët – nën 30% në Asambleen Kombëtare, rreth 20% në Këshillin Popullor në të gjitha nivelet dhe vetëm 15% në të gjitha nivelet e tjera zyrtare.
- Numri i grave që emërohen në postet më të larta në nivel vendor është shumë i ulët, me më pak se 4%, me përjashtim të nivelit qendror (kombëtar) ku shifra është 12%.
- Pjesëmarrja e grave në Këshillin Popullor është "e modeluar". Gratë zakonisht nuk kanë pushtet të vërtetë apo zë të fuqishëm në strukturat drejtuese të qeverisë. Ato zakonisht janë zëvendëse dhe jo autoritetet kryesor dhe rëndom marrin pjesë vetëm në fushat shoqërore, si puna, arsimi, kujdesi shëndetësor, popullata, gratë, fëmijët, etj.
- Në nivelin e bazës, autoriteti politik është në duart e burrave.

- Duke qenë se gratë zënë pozicione të ulëta në strukturat drejtuese, ato rrallë i sheh në poste drejtuese kyçe.<sup>13</sup>

Kështu, ndonëse numri i grave të angazhuara në forcën punëtore vazhdon të rritet, ndikimi i grave në ndërtimin dhe zbatimin e politikave në përgjithësi dhe të politikave gjinore në veçanti, është i kufizuar.

## Përvoja dhe perspektiva

Përfaqësuesit e studimit të rastit të VOV-së bënë këto vëzhgime:

- Komunikimi i gjinisë dhe i barazisë gjinore duhet të vlerësojë natyrën e problemit dhe jo thjesht të merret me çështje dhe shifra sipërfaqësore. Për këtë arsye, ekziston nevoja të pranohen dhe shpjegohen çështjet që lidhen me barazinë gjinore në kontekstin e tyre historik.
- Popullarizimi i çështjeve të barazisë gjinore duhet të gjejë një mënyrë që të 'shkrihet' me kulturën vietnameze.
- Kur diskutohen çështje të barazisë gjinore, mediat duhet të paraqesin jo vetëm ndikimin negativ të qëndrimeve tradicionale, por edhe të zbatojnë ato vlera tradicionale për analizimin e çështjeve të barazisë gjinore.
- Në zbatimin e barazisë gjinore në Vietnam, duhet të ketë një mënyrë për kapërcimin e ndikimit të Konfucianizmit kinez në kulturën e tij, që çon në shovinizëm mashkullor.
- Ekziston nevoja për të mbështetur ekspertët e çështjeve gjinore në nivel kombëtar dhe ndërkombëtar për t'i ndihmuar gazetarët vietnamezë që t'i trajtojnë problemet në një mënyrë të arsyeshme dhe në përputhje me kulturën vietnameze. Dhe kur gazetarët i kuptojnë qartë këto gjëra, ata luajnë një rol të dyfishtë, jo vetëm duke reflektuar realitetin objektiv, por edhe duke kontribuar në ndryshimin e paragjyqimeve gjinore në shoqëri.

.....  
13. Raporti Hije për CEDAW i OJQ-ve të Vietnamit, 2006.



## Plani i Veprimit

- a.** Për përparmin e grave në departamente, duhet të jepen mundësi për promovim, trajnim, leje lindjeje, etj. Kjo bëhet më mirë përmes politikave të brendshme.
- b.** Të organizohen seminare për ndërtimin e kapaciteteve për gazetarët dhe redaktorët përmes grupit të inspektimit gjinor të VOV-së, i cili përcakton piketat.
- c.** Kanali kulturor, edukativ dhe i jetës sociale, që ka 47 programe, duhet të nxitet të rishikojë përmbajtjen e programeve të veta, duke marrë parasysh çështjet e barazisë gjinore, për shembull, gratë, çështjet sociale dhe programet familjare që tregojnë jo vetëm vuajtjet e grave por edhe përfitimet e barazisë gjinore.
- d.** Gratë duhet të përfaqësohen në të gjitha programet për ekonominë, politikën, etj.
- e.** Të përdoret gjuhë me ndjeshmëri gjinore në të gjithë programet.
- f.** Të monitorohen dhe dokumentohen rezultatet dhe arritjet.

## Përfshirja e çështjeve gjinore në media:

### Raste studimi nga Karaibet<sup>14</sup>

#### *Caribbean Broadcastin Union*

### Përmbledhje

Këto raste studimi nga Karaibet përqendrohen në katër organizata mediash me përvojë të gjatë, tri prej të cilave janë stacione anëtare të Bashkimit të Transmetuesve të Karaibeve (Caribbean Broadcastin Union). Një nga këto organizata përfaqëson sektorin e shtypit të shkruar.

Rastet e studimit kanë për qëllim të marrin një raport progresi nga organizatat e ndryshme mediatike për hapat përpara në fushën e ndjeshmërisë gjinore ose të përfshirjes së çështjeve gjinore në organizatat e tyre gjatë pesë deri tetë viteve të fundit. Ato gjithashtu kanë për qëllim të eksplorojnë se në ç'masë janë faktikisht sukseset ose mos-sukseset në këtë fushë rezultat i praktikave informale, përkundrejt politikave zyrtare të shkruara.

Tabloja e vendeve Karaibe ka treguar një nivel sofistikimi krahasues për sa i përket barazisë gjinore në vendin e punës. Bazuar, si në rrethanat historike ashtu edhe në realitetet kulturore që janë krijuar, banorët anglisht-folës të Karaibeve janë mjaft të mësuar me strukturat matriarkale dhe konceptin e "gruas që punon". Po kështu, zhvillimi efektiv i sindikatave dhe lëvizja "Pushteti i Zi" në vitin 1970, kanë pasur gjithashtu një ndikim në çështjet që lidhen me "të drejtat e pakicave". Si rezultat i kësaj ka pasur një zhvillim mjaft të qëndrueshëm të një prirje drejt barazisë në vendin e punës, madje edhe ngritje progresive të grave "në poste".

Pyetja nëse këto ndryshime kanë ndikuar apo stimuluar ndjeshmërinë gjinore në vendin e punës është një çështjet tjetër interesante që trajtohet në këto raste studimi. Historikisht, përpara këtyre 5-8 viteve të fundit, zhvillimi i mediave në Karaibe pasqyronte zhvillimin e politikës sonë dhe të shoqërive që u krijuan si rezultat i politikës sonë. Manjati i mëparshëm i mediave, Ken Gordon, në biografinë e tij "Getting it Write" (Ta shkruash siç duhet), bën

14. Të gjitha rastet e studimit që u kryen mund të gjenden në [www.unesco.org/webworld](http://www.unesco.org/webworld)

një përshkrim shumë të pasur të zhvillimit të mediave karaibiane që u krijuan pas shoqërive koloniale, ku mediat ishin kryesisht nën pronësinë dhe kontrollin e interesave mediatike të huaja. Në atë kohë, çështja e të drejtave të grave dhe të ndjeshmërisë gjinore ishin çështje dytësore, në krahasim me luftën e ‘vërtetë’ për lirinë e shtypit karaibian dhe kundër dominimit kolonial që do të vazhdonte të ekzistonte në formën e tij ekonomike për vite të tëra pasi vendet tona fituan pavarësinë politike.

Në atë kohë, fitorja karaibiane u përshkrua si ajo që “transferoi kontrollin e mediave në duart e pronësisë vendore” (qoftë edhe tërësisht mashkullore), duke i hapur kështu rrugën entiteteve si Trinidad Express, Barbados Nation, The Starbroek News në Guajana dhe The Jamaica Observer.

Menjëherë pas pavarësisë së vendeve tona, erdhi lëvizja “Pushteti i Zi” i viteve shtatëdhjetë, që u përqendrua nga fuqizimi i vendeve tona në fuqizimin e racës “së zezë”. Përsëri, çështjet e grave ishin anësore, në pritje për “të drejtën për të hyrë në skenë”. Ishte lindja e identitetit karaibian pas këtyre dy periudhave kritike që do të lejonte edhe lindjen e “matriarkatit” si një shprehje e vlefshme (që kishte ekzistuar në komunitetet tona afro-centriste për shekuj me radhë).

Megjithatë, në fund të shekullit, gratë që punonin, rritja e qasjes në arsim dhe proceset e vazhdueshme për krijimin e mundësive të barabarta do të krijonin një dinamikë perfekte që gratë të gjenin vendin e tyre, qoftë si gazetare të bazës apo drejtuese mediatike, bazuar kryesisht në performancën, potencialin dhe kualifikimet e tyre.

CBU u është mirënjohës organizatave të mediave që pranuan të paraqiten me profilin e tyre në këtë raport. Ndër to përfshihen The RJR Group, Jamaica; TV6, Trinidad dhe Tobago; The Nation Publishing dhe Starcom Network në Barbados. Në të gjitha rastet, përfaqësuesit e drejtuesve të lartë të këtyre kompanive u intervistuan, si nga këndvështrimi i burimeve njerëzore ashtu edhe nga ai i përmbajtjes së mediave.

Ndonëse këto kompani mediatike kishin gjëra të përbashkëta mes tyre, ky studim vuri në dukje dallimet në qasjet e përdorura për zgjidhjen e disa vështirësive të caktuara me të cilat përballeshin këto organizata në fushën e çështjeve të barazisë gjinore.

Tabela e mëposhtme paraqet profile të shkurtra të katër organizatave të përfshira në këtë studim:

Emri i Organizatës	Lloji	Profili i përgjithshëm
TV6, Trinidad & Tobago	Televizion	1 përqendruar tek lajmet dhe çështjet e ditës
Nation Publishing, Barbados	Gazetë	Tabloid i përditshëm Tabloid i së dielës Edicioni javor i biznesit Gazetë online Gazetë rinore online
Starcom Network, Barbados	Radio	3 stacione radio
The RJR Group, Jamaica	Televizion dhe radio	7 kompani

Duhet të vihet në dukje se TV6, The Nation and Starcom Network kohët e fundit (brenda dy viteve të fundit) janë bërë pjesë e konglomeratit të parë madhor rajonal që ka marrë emrin Caribbean Media Group OCM.

OCM është organizata më e madhe dhe më e larmishme mediatike në rajon, me gazeta, radio, televizione dhe media online dhe të reja. Grupi operon në Barbados, Granada, Shën Lucia e Trinidad dhe Tobago. Kjo sipërmarrje e fundit biznesi me siguri do të ketë ndikimin e vet, me kalimin e kohës, mbi kompanitë e veçanta, si në lidhje me karakterin ashtu edhe politikat e korporatës për burimet njerëzore, përfshirë edhe çështjet gjinore. Ndoshta ia vlen të përmendet se OCM tani ka një Drejtore të Përgjithshme Ekzekutive, znj. Dawn Thomas.

Rastet e studimit në vijim do të trajtojnë fillimisht organizatat individuale të mediave dhe këndvështrimet e tyre për ndjeshmërinë gjinore dhe përfshirjen e çështjeve gjinore brenda kompanive të tyre. Pastaj aty do të përiqet të analizohet dhe të përmbledhet tabloja e përgjithshme e mediave mbështetur në katër përvojat e përshkuara.

Kemi shpresë që këto raste studimi do të paraqesin një tablo realiste të mjedisit të tanishëm të mediave dhe kështu të ofrojnë parametra për një punë dhe edukim/trajnim të mëtejshëm

në këtë fushë në zonën e rajonit të Karaibeve. Rastet e studimit mund të sinjalizojnë edhe se si ose ku mund të jenë të dobishme Treguesit me Ndjeshmëri Gjinore për Mediat të UNESCO-s për mediat e Karaibeve në vlerësimin e tyre në vazhdimësi të qasjeve të përfshirjes gjinore dhe reagueshmërisë gjinore.

## > Nation Publishing, Barbados

The Nation (Kombi) filloi të botohej në vitin 1973 dhe është sot një nga tre gazetat kryesore në Barbados. The Nation, sipas informacionit, është gazeta me qarkullimin më të madh, me 31,533 lexues në ditët e javës dhe 51,440 lexues të dielave.

The Nation Publishing është pjesë e Nation Corporation, një kompani mediash dhe komunikimi me qendër dhe pronësi në Barbados. Në vitin 2006 The Nation u bashkua me Caribbean Communications Network (CNN) të Trinidad dhe Tobagos dhe formuan One Caribbean Media Limited.

Në vitin 1975 kryeredaktor i gazetës u bë Harold Hoyte; ai ishte i pari president i kompanisë, i cili doli në pension në vitin 2006, 31 vjet pasi e drejtoi kompaninë si nga pikëpamja administrative ashtu edhe nga ajo redaktoriale. Ai thuhet se ka krijuar sloganin “The Nation Cares” (Kombi merakoset) dhe karakterin e korporatës që mbizotëroi atëherë. Pas daljes së tij në pension, postin e drejtores së përgjithshme e mori Viviane-Anne Gittens.

Në krahasim me dy vendet e tjera në këtë studim, Barbados duket se ofron një kontekst edhe më të përparuar legjislativ për politikën e barazisë gjinore të the Nation. Këshilli Social dhe Ekonomik i OKB-së, në një raport të fundit, tregon se Barbadosi ka ratifikuar Konventën për Eliminimin e të Gjitha Formave të Diskriminimit ndaj Grave të vitit 1979 dhe ka ndjekur aktivisht reformat e duhura legjislative për të korrigjuar çdo mangësinë ligjet e tanishme të Barbadosit.

### U intervistuan:

■ **Kaymar Jordan, Kryeredaktore**

■ **Cicely Green, Drejtore e Burimeve Njerëzore të Grupit**

- **Margaret Husbands, Zëvendës Drejtore e Burimeve Njerëzore**
- **Sanka Price, Gazetare/redaktore, Weekend Sun and Saturday Sun**
- **Carol Martindale, Gazetare/redaktore, Sunday Sun**

## Perspektiva gjinore

Kryeredaktorja e re e Kompanisë ka punuar për vite të tëra në mediat rajonale dhe ka pasur lidhje me organizata të ndryshme mediatike në shumë territore të Karaibeve. Vëzhgimi i saj në lidhje me Nation është se fokusi vihet më tepër mbi “kryerjen e punës” se sa “kush e bën punën” dhe përpjekjet e saj për të qenë një “kompani që kujdeset apo që i kushton vëmendjen familjes” ka pasur ndikim në praktikatat e ndjeshme gjinore të kompanisë me kalimin e viteve.

Kompania ka një politikë të dokumentuar të lejes së atësisë (5 ditë me pagë të plotë). Ajo ka një politikë të orëve fleksibël të punës; të pagës së barabartë mbështetur në nivelet e pagave, për të cilat është rënë dakord me punonjësit dhe lejen e lindjes për nënat. Punonjësit e Nation, përfshirë edhe gazetarët, përfaqësohen nga një sindikatë, por Burimet Njerëzore lanë të kuptohet se gjithmonë ka pasur marrëveshje për sa i përket çështjeve të barazisë gjinore ndërmjet drejtuesve të kompanisë dhe sindikatave dhe nuk ka pasur asnjë kundërshtim apo pakënaqësi të shprehur nga sindikata në këtë drejtim. Megjithatë, pjesa më e madhe e politikave të barazisë gjinore të kompanisë janë njëkohësisht edhe jo-zyrtare, edhe të pa dokumentuara.

Në përgjithësi, çështjet e barazisë gjinore nuk kanë qenë në qendër të vëmendjes së kompanisë sepse punësimi dhe promovimi i grave ka qenë gjithmonë pjesë e karakterit të kompanisë. Shëfja e tanishme e Burimeve Njerëzore ia atribuon këtë dy fakteve kryesore:

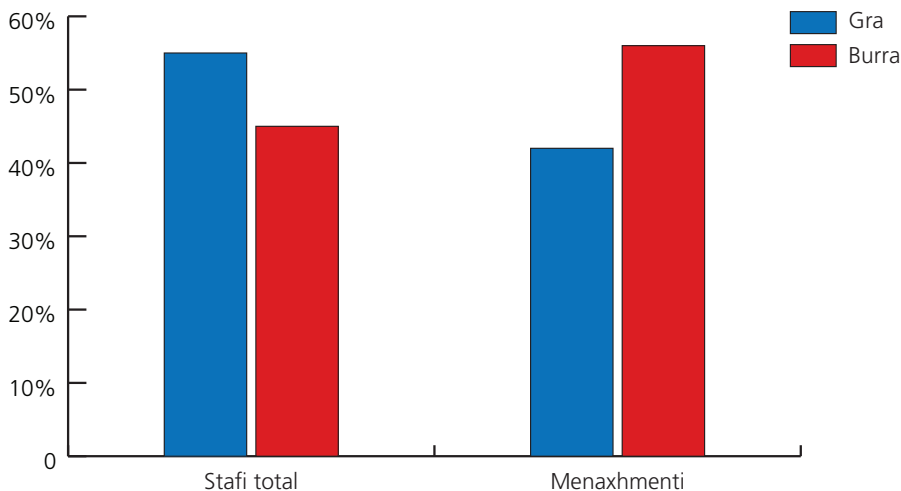
1. Për tridhjetë vitet e para të jetës së Nation ka pasur një grua si drejtore të burimeve njerëzore.
2. Ndonëse drejtori ekzekutiv për tridhjetë vitet e para ishte burrë, thuhet se ai ishte shumë i interesuar të krijonte një mjedis përkujdesës, që ndikoi në praktikatat e korporatës për sa i përket përfshirjes gjinore.

## Politikat kryesore

Për sa i përket personelit, kompania ka të punësuar 129 meshkuj dhe 110 femra. Në departamentin redaksional ka 31 meshkuj dhe 34 femra. Në nivelin e menaxhimit redaksorial, raporti është 50% me 50%. U vu në dukje gjithashtu se gratë as nuk caktohen as nuk kërkojnë të bëjnë reportazhe të caktuara për shkak të gjinisë së tyre. Si gratë dhe burrat mbulojnë çdo fushë raportimi, përfshirë krimin, politikën, kulturën, etj.

U konstatua se në nivelet teknike, për shembull tek Departamenti i Shpërndarjes, ka ende një mbizotërim të dukshëm të burrave në këto vende pune. Kjo është kryesisht për shkak të turneve të vona të punës që kërkon kjo fushë.

### Raporti burra-gra ndër punonjësit e Nation Publishing



Është interesante se dalja në pension e 'gardës së vjetër' gjatë këtyre katër apo pesë viteve të

fundit i hapi rrugën promovimit të disa grave në ekipin drejtues të Nation. Tashmë, në nivelin e drejtuesve të lartë ka pesë meshkuj dhe shtatë femra, të cilat janë në poste si Drejtore e Përgjithshme, Kryeredaktore dhe Drejtore e Marketingut.

Si rrjedhojë, çështja e ndjeshmërisë gjinore në nivelet drejtuese është më tepër e përqendruar që të sigurojë që edhe perspektivave mashkullore t'u jepet ende vend për të ndikuar në veprimtarinë e organizatës, duke pasur parasysh këtë dominim të numrit të grave mbi burrat.

Duhet të vihet në dukje se që të tri intervistat me gra në nivele drejtuese treguan se, pavarësisht nga numri i madh i grave në drejtim, kjo nuk i ka shtrembëruar politikat apo qasjet e korporatës e të organizatës. Nation, sidomos në klimën e sotme ekonomike, është përqendruar fuqishëm tek performanca financiare e kompanisë, për të ruajtur dominimin e saj në treg dhe për të siguruar aftësitë e duhura për vendet e ndryshme të punës.

## Mendimet e gazetarëve dhe gazetareve

Ishte interesante se këndvështrimi i gazetarëve ishte pasqyrim i atij të drejtuesve.

Sanka Price ka punuar për këtë organizatë që nga viti 1989, fillimisht si reporter. Ai ka bërë edhe shumë detyra si redaktor apo përgjegjës redaksie në vite, por vazhdon të bëjë reportazhe. Kur hyri në fillim në punë për Nation ai kishte si shefe një grua dhe pjesa më e madhe e punonjësve në redaksinë e lajmeve ishin femra. Ai nuk ka vënë re ndonjë dallim në trajtimin e burrave dhe grave në kompani. Megjithatë, ai tregoi se në Nation ka një shprehje që thotë se "burri më i mirë për ta bërë punën është një grua." Ai vuri në dukje se gratë gazetare kanë qenë gjithmonë më të përqendruara dhe efikase në punë, ndaj edhe merren në konsideratë për pjesën më të madhe të ngritjeve në detyrë. Por në përgjithësi, reporterët merreshin në punë dhe u jepeshin detyra në bazë të meritës dhe jo të gjinisë.

Për sa i përket përmbajtjes, gazetarët mendonin se përmbajtja e Nation drejtohej nga "çka përbën lajm" e ku tregohet empati në paraqitjen e situatave të njerëzve dhe ndjeshmëri për qeniet njerëzore në përgjithësi. Megjithatë, Sanka vuri në dukje një fushë të politikave të përmbajtjes që ai mendonte se duhet t'i kushtohej më shumë vëmendje. Për momentin, politikat mediatike që lidhen me raportimin e rasteve të përdhunimit lejojnë që të përmendet emri i personit të akuzuar për veprën penale, ndërsa emri i viktimës nuk bëhet asnjëherë publik. Sanka mendonte se emri i mashkullit duhet të bëhet publik vetëm nëse ai shpallet fajtor pas gjyqimit. Ai vuri në dukje se ndonjëherë këto çështje nuk përfundojnë fare në



gjykatë ose del se burri nuk ishte aspak fajtor, por në shoqëri të vogla si Barbadosi, emri i këtij personi dhe reputacioni i tij njollosen për jetë. Ai ngriti çështjen se ndoshta në këto raste duhet të ketë politika editoriale që të mbrojnë burrat.

Kolegia e Sankës, Carol Martindale ka mendime të ngjashme për qasjet e barazisë gjinore në Nation. Ajo ka 25 vjet që punon për kompaninë, fillimisht si reportere dhe pastaj edhe si përgjegjëse në redaksi të ndryshme.

Ajo u shpreh se redaksia e lajmeve ishte “mjaftë e balancuar”, me gra dhe burra që punonin si gazetarë, nën-redaktorë dhe redaktorë në ekip, por vuri në dukje se në pjesën më të madhe të posteve drejtuese në kompani ishin gra. Por ashtu si Sanka, Carol mendonte se promovimi i grave brenda organizatës nuk ishte rezultat i ndonjë përfshirjeje strategjike të çështjeve gjinore, por thjesht një çështje promovimi në detyrë mbi bazën e performancës.

Për sa i përket përmbajtjes së lajmeve, Carol mendonte se Nation ishte në fakt shumë i ndjeshëm ndaj çështjeve të barazisë gjinore, por nga këndvështrimi se ishte e rëndësishme të dëgjoheshin mendimet e burrave dhe të grave për çështje kritike që ndikojnë mbi redaksinë e lajmeve dhe përmbajtjen e tyre. Ajo shtoi se Nation mund të përmirësojë qasjen ndaj ndjeshmërisë gjinore, për sa i përket disa lajmeve që vendosen të ndiqen dhe në marrjen në punë të punonjësve, në mënyrë që redaksia e lajmeve të ruajë një balancë të shëndetshme gjinore.

## Sfidat

Nation ka bërë hapa të rëndësishëm përpara në sigurimin e niveleve të ndjeshmërisë gjinore, qoftë këto në mënyrë zyrtare apo jozyrtare. Ndoshta niveli i përmbajtjes së mediave tek Nation është ajo që duhet t’i kushtohet më shumë vëmendje në këtë fazë. Kjo është mjaft e ndërlikuar për një gazetë të përditshme, që shtyhet nga një proces mjaft rutinë e mbledhjes së lajmeve.

Megjithatë, janë bërë përpjekje për të siguruar një nivel të ndjeshmërisë gjinore në raportim dhe përgatitje të lajmeve. Kjo duket se ndikohet pjesërisht nga fakti se titullarja kryesore në Nation është grua. Për shembull, Nation përpiqet të sigurojë një baraspeshim ndërmjet raportimeve dhe artikujve me rastin e ditës së nënës dhe ditës së babait, për të siguruar që kjo të mos kontribuojë në mendimin stereotip se Dita e Nënës është më e rëndësishme. Ndonëse shumica e gazetarëve të shtypit janë burra, Nation po përpiqet të sigurojë në mënyrë

strategjike që të përfshihet edhe pikëpamja e grave. Po kështu ka ndjeshmëri edhe për çdo përdorim të gjuhës që përforcon stereotipet apo tendenciozitetin kundër një gjinie të caktuar.

Megjithatë, ekziston mendimi se duhen zbatuar politika më të zyrtarizuara në proceset e lajmeve. Për këtë u cituan shembujt e mëposhtëm, që tërhiqnin vëmendjen tek nevoja për udhëzime të qarta të shkruara:

1. Nation botoi një artikull për arritjet e bashkëshortes së një ish-kryeministri. Artikulli i atribuonte asaj një veprimtari të caktuar, por titulli dhe paragrafi hyrës e prezantonin atë si “gruaja e kryeministrit”. Personi në fjalë telefonoi redaksinë e Nation, mjaft e shqetësuar që e kishin përmendur në këtë mënyrë, kur kjo kishte meritat e saj. Ajo kishte mendimin se redaktorja duhet të kishte qenë më e ndjeshme në këtë drejtim, “si grua që është.”
2. Gazeta Nation e së shtunës nxjerr në faqen e saj të pestë një fotografi me titull “Një Vajzë e Zakonshme” që paraqet çdo javë një vajzë të re, të veshur – ose më mirë zhveshur - me rroba të bukura, që pozon si modele. Ndonëse drejtueset kryesore të Nation ndoshta do të donin ta hiqnin këtë rubrikë, një anketim për lexueshmërinë tregoi se ajo pëlqehet nga burrat dhe gratë dhe se ka ndikim në shitjen në numër të madh të gazetës së të shtunës. Në përpjekje për ta zbutur ndikimin e rubrikës, Sanka Price, që është redaktor i Saturday Sun propozoi që herë pas here të futej rubrika “Një Djalë i Zakonshëm” dhe të bëheshin përpjekje që vajzat apo gratë e fotografuara të ishin edhe shembuj pozitivë, për shembull, të kishin mbaruar studimet apo të ishin duke studiuar në universitet, dhe/ose të njiheshin për kontributin e tyre pozitiv në një mënyrë apo një tjetër.

Po kështu u tha nga një redaktore lajmesh se edhe gratë po ndryshojnë; ato po bëhen më të forta dhe të pandjeshme, për shembull ndaj pamjeve të gjakut e vrasjeve të tmerrshme dhe kjo sigurisht ndikon në mënyrën se si e përkufizon gazeta ndjeshmërinë gjinore kur bëhet fjalë për marrjen e vendimeve për përmbajtjen.

## Përvoja praktike

Nation po eksploron qasje të ndryshme për t’i ndihmuar punonjësit që kanë nevojë për përkujdesje për fëmijët pas shkollës/kopshtit, për shembull. Kompania ka krijuar traditën që prindërit i sjellin fëmijët në zyrë pas shkolle, por gjithnjë e më shumë po kërkohen zgjidhje

më efektive se kjo. Departamenti i Burimeve Njerëzoretashmë po shqyrton ofrimin e ndihmës financiare për prindërit, në mënyrë që ata të organizojnë vetë përkujdesjen për fëmijët pas shkollë. Megjithatë, kompania thekson se ndonëse një pjesë mjaft e madhe e punonjësve janë gra, kjo nuk ka sjellë ndonjë vështirësi në nivelet e produktivitetit.

## > **RJR Communications Group - Xhamajka**

RRJ Communications Group përbëhet nga shtatë emra të njohur të mediave të vendit: RJR 94FM, FAME 95FM, HITZ 92FM, Television Jamaica (TVJ), Reggae Entertainment Television (RETV), TVJ Sports Network (TVJSN) dhe Jamaica News Network (JNN). Kompania operon gjithashtu edhe Multi-Media Jamaica Limited, që ofron zgjidhje teknologjike.

Entitetet në Grup operojnë si shoqëri me përgjegjësi të kufizuar aksionet e të cilave shiten e blihen publikisht në Bursën e Xhamajkës.

Ndonëse RJR është e vetmja organizatë mediatike në këto raste studimi që nuk është anëtare e OCM Group, vlen të përmendet se kompania tani ka një numër të vogël aksionesh (48254 aksione) në OCM që nga marsi i vitit 2011 (OCM është një kompani multi-mediatike që operon në Trinidad dhe Tobago, Barbados, Grenada, dhe Shën Lucia).

Brenda Grupit RJR është një nga stacionet televizive më të vjetra të Xhamajkës, TVJ, që aktualisht zotëron pjesën më të madhe të audiencës televizive për transmetimet pa pagesë, sepse pothuaj dy të tretat e të gjithë shikuesve (66%) ndjekin emisionet e lajmeve të këtij stacioni, si dhe programet e tij zbavitëse dhe diskutimet. Ndërkohë, radio-stacioni kryesor i tij, RJR 94FM, ka 60 vjet që transmeton.

Qasja e RJR-së për barazinë gjinore pasqyron punën gjithnjë në rritje brenda Xhamajkës në nivel ligjor dhe shtetëror për të kaluar drejt një shoqërie më të paanshme gjinore. Megjithatë, është interesante se vështirësia më e madhe e RJR-së në këtë fushë (që do të citohet më poshtë) pasqyron çështjet tradicionale të stereotipizimit gjinor, që ende është plagë në disa aspekte të jetës në Xhamajkë.

Raporti më i fundit i Qendrës së Zhvillimit të OECD-së (Institucionet Shoqërore dhe Indeksi gjinor) tregon se në nivel shtetëror dhe politik, Xhamajka po punon për një Draft-Kartë që

do të sigurojë mbrojtjen e të drejtave themelore të të gjithë grupeve dhe ndalimin e plotë të diskriminimit me bazë gjinore. Është institucionalizuar një Kod i Familjes që sanksionon parimin e barazisë për gratë. Poligamia ndalohet dhe si burrat ashtu edhe gratë gëzojnë autoritet prindëror. Në vitin 1995 hyri në fuqi një ligj që njohu dhunën në familje si veprë penale.

### U intervistua:

■ **Gary Allen, Drejtor i Përgjithshëm, RJR Communications Group**

### Perspektiva gjinore

Drejtori i tanishëm i përgjithshëm, që ka qenë në këtë post për pothuaj tetë vite, raporton një përparim të mirë në lidhje me çështjet e barazisë dhe përfshirjes gjinore. Politikat themelore, si paga e barabartë, leja e lindjes, dhe kodi mbi ngacmimin seksual janë të mirë-dokumentuara; po kështu në veprimtarinë e kompanisë praktika e orëve fleksibël të punës është mjaft e përhapur.

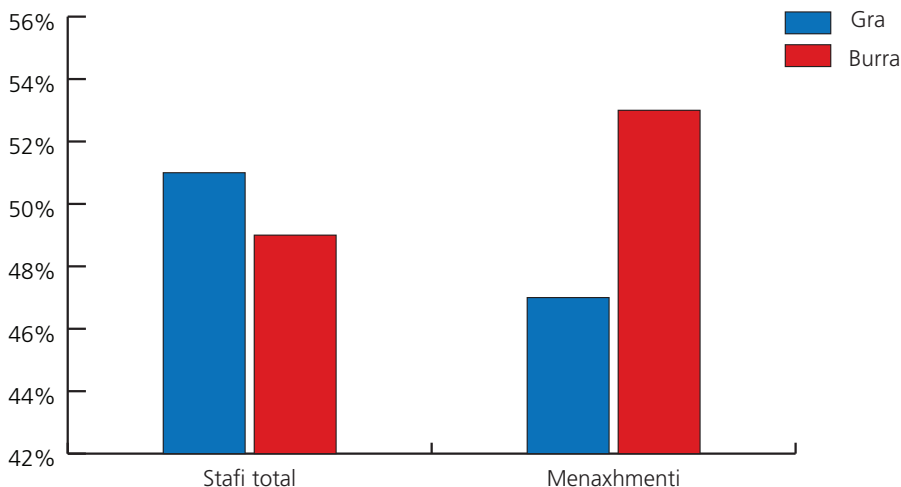
Punonjësit në RJR përfaqësohen nga Sindikata Kombëtare e Punëtorëve dhe për të gjitha politikat relevante diskutohet dhe bëhet marrëveshje me këtë organizatë gjatë procesit të negociatave kolektive një herë në dy vite.

Grupi ka bindjen se punonjëseve femra u ofrohen mundësi të barabarta, si në punësim ashtu edhe për ngritje në detyrë brenda shtatë kompanive të grupit. Në këtë moment po bëhet një përpjekje e vetëdijshme për të thyer të vetmin tavan të qelqtë që ndoshta ekziston akoma, që është në nivelin e bordit.

### Politikat kryesore

Në fund të vitit 2011, Grupi RJR kishte një numër të përgjithshëm prej 551 punonjësish, nga të cilët 285 ishin meshkuj dhe 266 femra.

## Raporti burra-gra ndër punonjësit e RJR



Në nivelin e drejtuesve të lartë, 15 nga 28 drejtues janë femra dhe 13 meshkuj; dhe u vu në dukje se kishte më shumë drejtuese femra që kishin një diplomë të dytë.

Në nivelin e Bordit Drejtues, Grupi zakonisht ka pasur një grua dhe shtatë burra. Kohët e fundit kjo ndryshoi me shtimin e një gruaje tjetër në Bord. Në nivelet dytësore, çdo Bord përbëhet nga gjashtë anëtarë, nga të cilët dy janë gra.

Ndonëse ka qenë më e traditës që në borde drejtuese të caktoheshin burra, një agjenci e quajtur Qendra Burimore dhe e Ndhmës për Gratë (Women's Resource and Outreach Centre – ROC) ka luftuar fort që në Bordet e Xhamajkës të ftohen më shumë gra. RJR e ka përqafuar këtë qasje duke përmendur një numër avantazhesh që vijnë nga prania e grave në Borde, për shkak të vëmendjes më të madhe që i kushtojnë ato hollësive.

Për shembull, kompania ka caktuar objektivin që të gjithë punonjësit do të kenë njohuri të plota për përdorimin e kompjuterëve deri në vitin 2013. Deri më tani 50,7% e grave janë certifikuar, në krahasim me 48,3% të burrave. U vu re përsëri se, kur kompania krijoi

këtë program të veçantë certifikimi për punonjësit, kishte më shumë gra se burra që ishin certifikuar që përpara se të fillonte projekti.

### **Këndvështrimet e gazetarëve**

Në nivelin e punonjësve ekzistonte mendimi se ndjeshmëria gjinore nuk ishte në fokus të RJR, jo sepse nuk ekzistonte, por më tepër se punonjësit mendonin se nuk kishte ndonjë dallim të madh në mënyrën se si trajtoheshin burrat dhe gratë brenda kompanisë.

Celia Morgan, Redaktore e lajmeve të radios, tha se nga pikëpamja dhe vëzhgimet e saj, politikat e kompanisë nuk ishin specifike gjinore dhe nuk zbatoheshin në mënyrë të barabartë për punonjëset dhe punonjësit. Ajo theksoi përsëri se ishte e kënaqur që burrat dhe gratë duhet të përmbushnin ekzaktësisht të njëjtat standarde. Për këtë, gazetarja mendonte se ajo çfarë do të kishte nevojë për përmirësim në këtë fushë është ndoshta një lehtësim dhe nxitje më e madhe e jetës familjare përmes një strukturimi më të mirë të punës dhe të orareve të punës – si për burrat dhe për gratë.

Në lidhje me përmbajtjen e lajmeve, Celia vuri në dukje se në përgjithësi promovohesh një qasje e balancuar dhe objektive në përmbajtjen e lajmeve dhe për këtë arsye nuk kishte ndonjë fokus të veçantë ose tendencë për theksimin e çështjeve gjinore në përgatitje e përditshme të lajmeve.

Redaktori i lajmeve televizive, Archibald Gordon, kishte pikëpamje shumë të ngjashme me ato të koleges së tij të radios. Ai mendonte se gjinia nuk luante rol në shumicën e vendimeve që merreshin në RJR sepse atij i dukej që gratë dhe burrat trajtoheshin në mënyrë të barabartë. Madje, nëse kishte diçka për të cilën korporata tregonte ndjeshmëri, kjo kishte të bënte me lehtësimin dhe krijimin e kushteve për familjet. Ai citoi raste kur kishte pasur fëmijë të sëmurë dhe prindërit duhet të merrnin leje nga puna për disa ditë, dhe në këto raste ishin bërë përpjekje për t'iu përgjigjur nevojave të punonjësve sipas rasteve.

Për sa i përket përmbajtjes së lajmeve, Archibaldi mendonte se politikat e kompanisë mbështeteshin tek raportimi i drejtë dhe objektiv i lajmeve dhe ishin më pak të ndikuara nga qasjet që përqendrohen tek përfshirja e çështjeve gjinore. Megjithatë, ai nxitoi të shpjegonte se redaksia e lajmeve ishte mjaft e hapur dhe e ndjeshme ndaj çështjeve si përdhunimet apo veprat penale seksuale dhe synonte të siguronte që viktimat dhe të akuzuarit të trajtoheshin në mënyrë të barabartë në të gjitha raportimet e lajmeve.

Nga pikëpamja e z. Gordon, një fushë ku mund të bëhen përmirësime në RJR janë trajnimet dhe një njohje më e madhe me çështjet gjinore në vendin e punës, në mënyrë që të ketë një ndërgjegjësim dhe kuptim më të mirë se si kjo mund të ndihmojë në rekrutimin dhe orientimin e stafit.

## Sfida

Në nivelin e burimeve njerëzore RJR Group tregon se ka një tendencë të fortë për ndjeshmëri gjinore dhe përfshirjen e çështjeve gjinore në veprimtarinë e punës dhe në përmbajtje, pavarësisht nga fakti se pjesa më e madhe e politikave ende nuk janë bërë zyrtare. Ndonëse çështje si ngacmimi seksual dhe oraret fleksibël të punës janë çështje që janë trajtuar me kohë, lejes së lindjes së fëmijës për baballarët nuk i është kushtuar aq vëmendje. Në vend të kësaj, kompania ka zgjedhur që t'u japë baballarëve të ashtuquajturën 'leje dhembshurie', sipas rastit.

Në nivelin e përmbajtjes, kompania aktualisht po përpiket të jetë më e vendosur për krijimin e politikave të ndjeshmërisë dhe përfshirjes gjinore.

Brenda TVJ-së, pesë nga gjashtë drejtuesit janë femra, ndër të cilat edhe drejtoresha e përgjithshme, drejtoresha e programeve dhe drejtoresha e produksionit. Kjo thuhet se ka sjellë një ndjeshmëri më të madhe gjinore në përmbajtjen e programit, ndonëse jo në mënyrë zyrtare. Për shembull, ka pasur programe që thuhet se nuk janë pranuar të shfaqen për shkak të portretizimeve negative ose stereotipike të grave. Po kështu, kompania përgatit rreth 50%-60% programe lokale, që bëjnë të mundur një kontroll më të madh mbi përmbajtjen dhe një prirje kah programet me orientim familjar.

Ndryshe nga TV, radio ka vështirësi në trajtimin e çështjeve të ndjeshmërisë gjinore. Shumica e programeve të radios në grup janë programe muzikore dhe zbavitëse, brenda një mjedisi të fortë kulturor. Një pjesë e madhe e muzikës xhamajkane ende përmban gjuhë dhe imazhe stereotipike kur flasin për gratë, duke e bërë shumë të vështirë që të gjendet përmbajtje që të jetë me ndjeshmëri gjinore. Ndonëse drejtori i radios është mashkull, pikëpamjet e tij ushtrojnë shumë më pak ndikim se sa realiteti kulturor dhe popullariteti i muzikës xhamajkane në këtë kontekst të veçantë. Janë bërë diskutime në nivel drejtues, ku është bërë thirrje për një balancë më të madhe, por ende nuk është paraqitur ndonjë politikë e caktuar.

Në fushën e Lajmeve dhe të Çështjeve të Ditës, udhëzuesi i ri i kompanisë për lajmet shumë

shpejt do të kthehet në një politikë zyrtare editoriale dhe do të trajtojë edhe çështjen e gjuhës jo-diskriminuese në shumë aspekte, përfshirë edhe gjininë.

## **Përvoja praktike**

Ndonëse RJR Group nuk ka treguar ndonjë dobësi të dukshme në nivelet e produktivitetit për shkak të numrit të madh të grave në përbërjen e stafit, kompania ka pasur vështirësi me punonjësit, si burra dhe gra, që duhet të largoheshin herët nga puna për të marrë fëmijët nga kopshtet apo shkollat. Po kështu, ka edhe çështje sigurie, të cilat tani përbëjnë sfidë për shkak të numrit të madh të fëmijëve që sillen në zyrë pas mbarimit të orëve të mësimit. Në disa raste, fëmijët lihen pa mbikëqyrje, për shembull kur prindërit ngarkohen të shkojnë diku për të bërë ndonjë reportazh.

Si rezultat, RJR Group po shikon mundësinë e ngritjes së një çerdheje, apo të një programi pas-shkollor, për të siguruar që fëmijët e punonjësve të mbikëqyren dhe të kenë kujdesin e duhur në vendin e punës së prindërve.

Një tjetër përvojë praktike me të cilën është përballur RJR është tensioni ndërmjet punonjësve meshkuj dhe shefeve të tyre femra. Ndonëse në përgjithësi drejtueset femra pranohen, ka pasur incidente kur burrat kanë thënë se eproret e tyre i kanë trajtuar "me një farë përçmimi".

Po kështu, është vënë re se disa drejtuese janë më të ashpra me gratë se sa me burrat në RJR dhe në disa raste kanë qenë ato pengesa më e madhe për ngritjen në detyrë të kolegeve të tyre.



## Përfundime dhe rekomandime

Që të katër këto organizata mediatike në këto raste studimi na dhanë raporte dhe këndvështrime shumë të ngjashme për ndjeshmërinë gjinore dhe përfshirjen e çështjeve gjinore në organizatat e tyre. Në fakt, një vështrim i shpejtë mbi kompanitë kryesore të mediave në të gjitha vendet Karaibe anglisht-folëse, do të tregonte ndoshta se përvojat e këtyre kompanive japin një pasqyrë mjaft të saktë të situatës së përgjithshme të mediave në fushën e çështjeve të barazisë gjinore.

Është për t'u vënë në dukje se tre nga katër kompanitë raportuan se kishin një forcë punëtore mjaft të balancuar numerikisht nga pikëpamja gjinore. Në rastin e TV6, shifrat anonin shumë më tepër nga ana e punonjëseve femra. Gjithashtu, edhe në nivelin drejtues, përveç Starcom Network, organizatat e mediave raportuan ose më shumë gra se sa burra në poste drejtuese, ose një raport 50% me 50%. Në dy nga këto tri kompani, gratë ishin në krye të të gjithë organizatës dhe mbështeteshin nga menaxhere femra në poste mjaft të rëndësishme.

Megjithatë, në shumicën e rasteve, pavarësisht nga numri i madh i grave në poste drejtuese, kjo nuk ka ndikuar në ndonjë anshmëri në politikat e barazisë gjinore, sipas mendimit të të intervistuarve. Gratë në poste drejtuese ishin po aq të interesuara në parimet bazë dhe sigurimi i fitimit komercial përmes veprimtarisë së organizatës së tyre sa edhe drejtuesit meshkuj. Po kështu, marrjet në punë dhe ngritjet në detyrë brenda këtyre kompanive mbështeteshin në aftësinë dhe kapacitetet profesionale dhe jo në ndonjë politikë të caktuar të barazisë gjinore.

Në të njëjtën kohë, ka shembuj të qartë ku gjinia ka luajtur një rol, duke ndikuar në qasjet dhe vendimet e marra nga korporatat. Përvoja e RJR-së tregon se ka pasur ndikim në përmbajtjen e emisioneve televizive, për shkak të një ekipi të fuqishëm menaxhues femëror në atë departament, ndërsa drejtueset femra në TV6 dhe OCM kanë pasur ndikim në politikat e burimeve njerëzore.

Në nivelin e punonjësve, asnjë nga kompanitë nuk identifikoi ndonjë rast ku gjinia të kishte pasur ndikim të konsiderueshëm në produktivitet apo profesionalizëm. Megjithatë, tendenca për të pasur një numër të madh punonjësesh femra pa dyshim që do të ketë ndikim të drejtpërdrejtë në strukturat e ardhshme drejtuese të organizatave, sidomos, ashtu siç u shprehën edhe përfaqësuesit e dy kompanive që u intervistuan, gratë bënin shumë më tepër përpjekje për të përmirësuar kualifikimet dhe aftësitë e tyre.

Në fushën e politikave të burimeve njerëzore, të gjitha kompanitë e përfshira në këto studimi konfirmuan se disa nga politikat më themelore për ndjeshmërinë gjinore tashmë janë miratuar.

Ndër këto janë politikat që lidhen me pagat e barabarta, lejen e lindjes dhe përfitimet sociale. Megjithatë, vetëm dy kompani kishin një politikë zyrtare e të dokumentuar për ngacmimin seksual. Dy kompani kishin gjithashtu edhe udhëzues të qartë për lejen e atësisë.

Megjithatë, në përgjithësi, politikat me ndjeshmëri gjinore nuk ishin të zyrtarizuara; ato mbështeteshin më tepër tek praktikata e korporatës dhe merrnin trajtë e në çdo kohë të caktuar, përcaktoheshin nga karakteri i drejtuesve të kompanisë.

Për sa i përket politikave të përbajtjes, të katër kompanitë ishin më pak të qarta në këtë fushë. Në shumicën e rasteve, kishte udhëzues editorialë për lajmet, por në rastin e programeve zbatimëse në radio dhe televizion, ishte e qartë që politikat me ndjeshmëri gjinore vareshin shumë nga personat që ishin në krye të organizatës në një kohë të caktuar. Për sa i përket muzikës në stacionet e radios, ishin realitetet kulturore të vendit në fjalë që ndikonin fuqishëm në përbajtjen e ofruar prej tyre, dhe jo politikat e tyre gjinore apo editoriale.

Duhet të vihet në dukje se si RJR, ashtu edhe Nation, ishin plotësisht të vetëdijshme për nevojën e politikave të dokumentuara, ose të paktën të qarta, në lidhje me përbajtjen.

Së fundi, ishte interesante të shihej se që të katra këto kompani po përballeshin me të njëjtën sfidë konkrete, që një numër i madh punonjësish sillnin fëmijët në punë pas shkollës. Në secilin rast, drejtuesit e kompanisë po kërkonin të hartonin një politikë për t'i dhënë zgjidhje kësaj nevoje në rritje të stafit. Disa kompani po shqyrtonin mundësinë e krijimit të një shërbimi pas-shkollor; një kompani po shikonte mundësinë që punonjësve t'u jepet mbështetje financiare, në mënyrë që ata të kërkojnë dhe ta zgjidhnin çështjen e kujdesit për fëmijët jashtë vendit të punës; ndërsa plani i TV6 për të ngritur një shërbim kujdesi për fëmijët brenda kompanisë ndoshta ishte më ambiciozi nga të gjithë.

Tabela e mëposhtme paraqet një përmbledhje të shkurtër të secilës organizatë mediatike në lidhje me praktikata dhe politikat e barazisë gjinore:

Pikat e fokusit	RJR	TV6	NATION	STARCOM
Raporti i punonjësve	Më shumë burra	Më shumë gra	Më shumë burra	50-50
Raporti i drejtuesve	Më shumë gra	50-50	Më shumë gra	Më shumë burra
Paga e barabartë	PO	PO	PO	PO

Pikat e fokusit	RJR	TV6	NATION	STARCOM
Leje lindjeje për nënën	PO	PO	PO	PO
Leje lindjeje për babanë	JO	JO	PO	PO
Politikë për ngacmimin seksual	PO	JO	JO	PO
Politika e përmbajtjes së lajmeve	Jo e zyrtarizuar	PO	Jo e zyrtarizuar	Jo e zyrtarizuar
Politika për përmbajtjen në fusha të tjera	Jo e zyrtarizuar	JO	JO	JO

## Rekomandime

Mbështetur në rezultatet e mësipërme të këtij studimi, mund të arrihet në përfundimin se organizatat e mediave në rajon po shkojnë drejt një politike përparimtare me ndjeshmëri gjinore për sa i përket çështjeve të burimeve njerëzore. Me vazhdimin e punës në këtë drejtim, gjatë tetë viteve të ardhshme shumica e këtyre organizatave të mediave do të kenë zgjidhur çështje si leja e lindjes për baballarët dhe ngacmimi seksual.

Është e qartë se organizatat e mediave po merren gjithashtu edhe me sfida të tjera, që kanë dalë në pah, kryesisht për shkak të një force punëtore të madhe femërore, si kujdesi/mbikëqyrja e fëmijëve dhe siguria në vendin e punës. Do të duhet një mbështetje dhe edukim i mëtejshëm për t'i ndihmuar këto organizata mediash të bëjnë përpara në këto fusha. Për shembull, do të duhet të vendosen praktikatat më të mira në lidhje me përkujdesin për fëmijët pas shkollës, qoftë brenda kompanisë apo jashtë saj; do të duhet të krijohen modele të politikave të sigurisë për punën në turnin e natës, etj.

Për sa i përket përmbajtjes, është e qartë nevoja për politika të dokumentuara që trajtojnë çështjet gjinore dhe një gamë të gjerë çështjesh të tjera. Tregues i kësaj është fakti që shumica e kompanive e pranuan këtë nevojë gjatë intervistave përkatëse. Megjithatë, kjo është një fushë ku duhet më shumë edukim, përkrahje dhe mbështetje nga organizatat e mediave në rajon. Sigurisht, kompanitë do të duhet të investojnë kohë dhe para në studime informuese dhe modelet e praktikave më të mira që do të duhen për t'i dhënë drejtimin e duhur kësaj veprimtarie. Çdo mbështetje nga grupet e përkrahjes dhe organizatat përkatëse me siguri do të mirëpritet.

Fusha më e vështirë e përbajtjes mund të jetë ajo e programeve zbavitëse në radio, ku vetë natyra e shumë fjalëve të këngëve në muzikën karaibiane mund të fyejë edhe vetë nocionin e ndjeshmërisë gjinore. Çdo masë tjetër për t'i vënë fre kësaj përbajtjeje muzikore, përveç ndalimit të këngëve që janë qartësisht ofenduese, mund të ndikojë në të ardhurat e kompanisë. Si rezultat, ngurrimi për t'u marrë me këtë fushë mund të ndikojë edhe në aftësinë e organizatës mediatike për të futur politika më të fuqishme me ndjeshmëri gjinore në fusha të tjera të përbajtjes së programeve të tyre.

Megjithatë, një edukim më i fuqishëm dhe bindës, sidomos ndërkërkjet drejtuese që gjithmonë e më shumë po mbushen me gra, mund të çojnë në gjetjen e zgjidhjeve dhe qasjeve krijuese për këtë sfidë të caktuar.

Së fundi, çështja më e rëndësishme me të cilën po përballen të gjitha këto organizata mediatike është nevoja për të pasur një politikë të dokumentuar për ndjeshmërinë gjinore. Shumë prej këtyre politikave janë ende jozyrtare.

Është e qartë që politikat jozyrtare mund të çojnë në mungesë konsistence, subjektivitet, udhëheqje reaktionale dhe një perceptim padrejtësie apo anshmërie nga ana e punonjësve. Organizatat mediatike të Karaibeve duhet të kalojnë nëpër proceset e dobishme të punës në dhe me të gjitha nivelet dhe këndvështrimet e korporatës dhe të krijojnë një politikë të dokumentuar, sidomos për sa i përket përbajtjes së mediave. Mediat vazhdojnë të kenë një ndikim jashtëzakonisht të madh në shoqëritë karaibiane dhe, sigurisht, qasja e mediave ndaj ndjeshmërisë gjinore, përdorimit të gjuhës dhe zgjedhjes së pamjeve dhe imazheve, do të ketë ndikimin e vet edhe në karakterin e shoqërisë në përgjithësi.

Në mbyllje, propozojmë rekomandimet si më poshtë:

- 1.** Me rritjen e numrit të fuqisë punëtore femërore dhe rritjen e numrit të grave në poste drejtuese, organizatat mediatike duhet të dokumentojnë plotësisht politika të qarta të burimeve njerëzore që synojnë të mbrojnë dhe fuqizojnë si burrat ashtu edhe gratë në vendin e punës. Sigurisht, çështja e lejes së atësisë duhet të shqyrtohet seriozisht. Me ndryshimet që po ndodhin në shoqëri, burrave u kërkohet që të jenë më të angazhuar në rritjen, kujdesin dhe edukimin e fëmijëve të tyre.
- 2.** Departamenteve të Burimeve Njerëzore duhet t'u kërkohet të parashikojnë se çfarë nevojash do të kenë organizatat e tyre në të ardhmen, për shkak të rritjes së numrit

të punonjëse femra. Kjo do të bëjë të mundur që kompanitë të studiojnë modelet më të mira praktike që lidhen me politikat dhe qasjet që duhet të zbatohen me kalimin e kohës.

3. Në lidhje me përmbajtjen, organizatat mediatike në të gjithë rajonin mund të duhet të investojnë në konsulentë, apo të zhvillojnë seminare brenda fushës, për të gjetur të paktën një model drejtues të politikave të korporatës për përmbajtjen e programeve të tjera përveç atyre të lajmeve.
4. Organizatat mediatike duhet të kalojnë në procesin e tranzicionit nga udhëzuesit e përgjithshëm redaktorialë, në një politikë progresive për përmbajtjen e lajmeve, që trajton çështjet e gjinisë, stereotipizimin dhe shqetësimet e mundësitë e tjera që ekzistojnë.
5. Asnjë nga organizatat e përfshira në këto raste studimi nuk përmendin në mënyrë të veçantë nevojën për trajnime në fushën e përfshirjes gjinore apo barazisë gjinore në vendin e punës. Ekzistonte qartësisht mendimi se çështjet e barazisë gjinore nuk shiheshin më si një sfidë e madhe për mediat karibiane në këtë moment. Megjithatë, autori i këtij studimi nxjerr përfundimin se trajtimet që lidhen me hartimin e politikave dhe modelet e praktikave më të mira do të mirëpriteshin nga institucionet e mediave në përpjekjet e tyre për të gjetur zgjidhje dhe qasje praktike drejt një përfshirje gjithnjë e më efektive të gjinisë brenda organizatave të tyre.

Shpresojmë që këto raste studimi të kenë ndihmuar të paktën në dy mënyra. Së pari, ato përfaqësojnë përparimin e bërë në fushën e barazisë gjinore në industrinë e mediave karibiane gjatë pesë deri tetë viteve të fundit. Së dyti, këto raste ndihmojnë në identifikimin e hapave të mëtejshëm të mëdhenj që duhen bërë, që sigurisht përfshijnë – ose varen nga – kërkesa kryesore për të kaluar nga politikat gjinore jozyrtare tek ato zyrtare dhe të dokumentuara gjatë pesë deri tetë viteve të ardhshme.

## Përfshirja gjinore në media: Raste studimore nga Evropa dhe shtetet arabe<sup>15</sup>

COPEAM

*(Konferenca e Përhershme e Operatorëve Audiovizualë  
Mësdhetarë)*

### Hyrje e përgjithshme

Sektori i medias – fusha e 12-të kritike që përbën shqetësim në Platformën për Veprim të Pekinit – është një prej fushave më të rëndësishme dhe sfiduese të punës për të nxitur barazinë gjinore. Ndonëse diskriminimi me bazë gjinore është eliminuar përgjithësisht në nivelin legjislativ, përfaqësimi dhe përfaqësueshmëria e grave është ende e kufizuar dhe e ndikuar nga stereotipat. Sfida kryesore është se si të ndryshohen mënyra e të menduarit të zhvilluara në shekuj shoqërizimi dhe të çimentuara nga zakonet, kultura dhe feja.

Barazi gjinore do të thotë fuqizim i barabartë, mundësi të barabarta, përgjegjësi të barabarta, pjesëmarrje e barabartë, dhe vizibilitet i barabartë, si për gratë ashtu edhe për burrat, të ankoruara në trajtimin e drejtë dhe të barabartë në të gjitha nivelet. Pra, si rrjedhim, në kontekstin e medias kjo duhet të përkthehet në fuqizim të plotë dhe mundësi, përgjegjësi, pjesëmarrje dhe vizibilitet të barabartë në të gjitha fazat e zinxhirit të vlerave në media, veçanërisht në median e shërbimit publik.

Mediat, veçanërisht stacionet televizive, kanë një rol potencialisht të madh për të luajtur në dy aspekte të ndryshme të fuqizimit të grave. Së pari, media mund të rrisë përfshirjen e grave në operacionet e tyre, përfshirë edhe në nivelet e vendimmarrjes. Së dyti, ato mund të promovojnë një paraqitje të ekuilibruar dhe jo-stereotip të grave, duke përmirësuar pjesëmarrjen dhe qasjen e tyre tek shprehja ,si dhe duke rritur mbulimin e grave në poste udhëheqëse apo vendimmarrëse.

15. Të gjitha rastet e studimit që u kryen mund të gjenden në [www.unesco.org/webworld](http://www.unesco.org/webworld)

Puna e tanishme ka si qëllim të paraqesë një vlerësim për barazinë gjinore dhe fuqizimin e grave në politikat dhe praktikatat e katër organizatave të mediave publike brenda rrjetit të COPEAM: Bashkëpunimi Transmetues i Qipros (Cyprus Broadcasting Cooperation – CYBC), Qipro; Radio Televizioni Jordanez (JRTV), Jordani; Radiotelevizioni italian (Radiotelevisione Italiana – RAI), Itali, dhe Shoqata Kombëtare e Radios dhe Televizionit (National Society of Radio and Television – SNRT), Marok.

## Metodologjia e përdorur

- Katër transmetuesit janë përzgjedhur në bazë të kriterëve dhe konsideratave të mëposhtme:
  - ◆ Dy vende nga bregdeti verior i Mesdheut dhe dy nga ai jugor, me qëllim që të ofrojnë një pamje përfaqësuese të rajonit.
  - ◆ Identifikimi i ndryshimeve të mundshme për sa i përket qasjeve dhe rezultateve duke hetuar politikat gjinore dhe efikasitetin e tyre – në organizata të mëdha, mesatare dhe të vogla.
- Identifikimi i një pike të duhur kontakti të ngarkuar me koordinimin e kërkimit të brendshëm, për secilën organizatë.
- Përpunimi i një vlerësimi të hollësishtëm vetjak/të brendshëm nga secila organizatë.
- Përpunimi i një analize cilësore në bazë të të dhënave të mbledhura.

Për të ndihmuar dhe strukturuar punën e organizatave të përfshira është krijuar një intervistë e gjysmë strukturuar dhe i është paraqitur partnerëve.

Duke marrë parasysh fushën e veprimeve të COPEAM-it ne kemi zgjedhur katër vendet që tregojnë një interesim të madh ndaj gjinisë dhe çështjeve të medias dhe kanë një evolucion konkret në gjendjen e tyre të brendshme.

Secili vend ka historinë e vet të veçantë që ka ndikuar në qasjen e tyre ndaj çështjeve të barazisë gjinore. Paragrafët e mëposhtëm përshkruajnë shkurtimisht gjendjen në secilin nga katër vendet, veçanërisht për sa i përket çështjes së grave në media dhe çështjeve të barazisë gjinore në përgjithësi.

## ITALIA

---

Në krahasim me shumë vende evropiane Italia tregon një të metë shqetësuese në lidhje me mundësitë e barabarta për gratë në sektorë të ndryshëm, nga ato ekonomike në socio-kulturorë. Sipas të dhënave më të fundit për punësimin të ofruara nga Eurostat-i<sup>16</sup>, Italia është në fund të listës së 27 vendeve evropiane me një përqindje punësimi të femrave në 46,4%, krahasuar me përqindjen evropiane të punësimit prej 64,6%. Kjo është në kontrast me përqindjen prej 9,3% të papunësisë ndër meshkujt.

Përfaqësimi vazhdimisht i pamjaftueshëm i grave në media, veçanërisht në mediat kryesore, siç vihet në dukje nga disa studime kërkimore empirike<sup>17</sup>, flet për një shoqëri që nuk ka mundur ende t'i përfshijë plotësisht gratë. Kjo është veçanërisht e vërtetë në përfshirjen e grave në jetën publike, që është më shumë e dukshme në media. Ky realitet mund të kontribuojë në përforcimin e qëndrimeve kulturore që nuk promovojnë një qasje dhe kuptim të ekuilibruar të perspektivave gjinore.

Imazhi kolektiv që vihet re në median italiane i ul poshtë gratë në role minimale dhe shumë konvencionale: gruaja si objekt seksual (shprehje e një "kulture mashkullore" që është shumë e përhapur në vend) dhe gruaja si nënë dhe shtëpiake. Italia ka miratuar ligjet evropiane që promovojnë një paraqitje më të ekuilibruar dhe më pak seksiste të grave në të gjithë sektorët e medias të sanksionuar në 'Testo Unico della Radiotelevisione'<sup>18</sup> në vitin 2005.

Po bëhen përpjekje për t'i kushtuar vëmendje më të madhe çështjes së përfaqësimit të ekuilibruar të grave. Megjithatë, kjo ende nuk është arritur me gjithë numrin në rritje të profesionistëve femra që punojnë në sektorin e lajmeve. Ky skenar mbështetet nga analiza a bërë nga Projekti Monitorues i Medias Globale (Global Media Monitoring Project – GMMP) sipas së cilës, numri në rritje i gazetareve femra në Itali, veçanërisht të prezantueseve të lajmeve në televizion, nuk ka çuar në ndryshimin e pritsëm në mjedisin e studios së lajmeve apo të ketë rezultuar në më shumë lajme me përmbajtje me ndjeshmëri gjinore<sup>19</sup>.

---

16. Eurostat Newsrealise 117/2010 – 4 gusht 2010; burimi: <http://ec.europa.eu/eurostat>.

17. Shih 'Osservatorio di Pavia-Fondazione Rosselli', Paraqitja e Femrës dhe Imazhi i grave. Monitorimi i RAI-t, 2008 (Burimi: <http://www.osservatorio.it/interna.php?section=analysis&m=v&pos=0&idsection=000106>).

18. Shih [http://www.arpa.emr.it/cms3/documenti/cem/normativa/dl177\\_05.pdf](http://www.arpa.emr.it/cms3/documenti/cem/normativa/dl177_05.pdf). Parë më 17 korrik 2012.

19. <http://www.whomakesthenews.org/images/stories/restricted/national/Italy.pdf>



## MAROKU

Ndikimi që ka televizioni në imagjinatën kolektive të njerëzve dhe në formësimin e opinionit publik është i padiskutueshëm. Fuqia e tij shpjegohet nga prania në gati çdo shtëpi. Ndryshe nga media e shkruar, televizioni mund të shkojë tek të gjithë, përfshirë edhe analfabetët, që për fat të keq është i përhapur në Magreb.

Gjatë dekadës së fundit, tema e “Grave arabe në media” ka qenë objekt i kërkimeve dhe seminareve të shumta në shumicën e vendeve arabe. Organizatat ndërkombëtare, autoritetet publike, sferat akademike dhe organizatat e grave e kanë ngritur, në nivele të ndryshme, çështjen e pranisë dhe imazhit të grave në media.

Në të gjithë rajonin ka pasur një rritje të konsiderueshme të numrit të grave që kanë hyrë në fushën e medias. Megjithatë, kjo rritje nuk do të thotë në shtimin e grave me pozita të nivelit të lartë në organizatat e mediave ose në përfaqësimin e tyre në përmbajtjen e mediave. Për shembull, në përgjithësi, ka më shumë prezantuese lajmesh femra sesa meshkuj. Megjithatë, si korrespondente numri i grave ka tendencë të jetë më i ulët se ai i burrave. Vetëm 33% e të gjithë korrespondentëve në Lindjen e Mesme janë gra<sup>20</sup>.

Në Marok, miratimi i Kartës Kombëtare për përmirësimin e imazhit të grave në media në vitin 2005, i pasuar nga Deklarata e Rabatit për barazinë midis gazetarëve burra dhe gra në Magreb, flet për hapa pozitivë drejt veprimeve të nevojshme. Është e rëndësishme të theksohet se Maroku është i vetmi vend në Magreb dhe në botën arabe që ka një kartë që denoncon imazhin stereotip dhe të nënçmuar të grave në media. Kohët e fundit, Ministria e Komunikimit filloi Vëzhgimin Kombëtar për përmirësimin e imazhit të grave në media, që bazohet tek Karta<sup>21</sup>.

20. [http://www.whomakesthenews.org/images/stories/restricted/regional/Middle\\_%20East.pdf](http://www.whomakesthenews.org/images/stories/restricted/regional/Middle_%20East.pdf).

21. <http://www.mincom.gov.ma/MinCom/Fr/Actualites/Observatoire+image+femme.htm>, Accessed on 7 August 2012.

## QIPRO

---

Duke pasur parasysh mungesën e të dhënave të disponueshme sasiore dhe cilësore për median në Qipro, rezultatet e GMMP 2010 janë një instrument thelbësor kërkimor që ofron elementet e duhura për të vlerësuar gjendjen e artit në këtë vend nga një perspektivë e barazisë gjinore dhe për të mbështetur aktivitetet e duhura mbështetëse.

Monitorimi i medias është veçanërisht i rëndësishëm në kontekstin e Qipros duke marrë parasysh ndarjen e thellë që ekziston në vend pas konflikteve midis dy komuniteteve, qipriotëve grekë dhe qipriotëve turq. Kjo ndarje përshkon të gjitha sferat e jetës sociale dhe politike në vend. Problemi i Qipros vazhdon të mbizotërojë lajmet, duke vënë në hije çështje të tjera, përfshirë pabarazinë gjinore. Ajo që shpërfillet shpesh, nëse jo gjithnjë, është se gjendja socio-politike e Qipros është në fakt e ndërlidhur me çështjet gjinore. Gratë nga të gjitha komunitetet në Qipro janë ndikuar nga konflikti në mënyra specifike gjinore. Megjithatë, zëri dhe perspektivat e tyre gati janë mbuluar nga heshtja në diskutimet për problemin e Qipros.

Media e lajmeve mbetet burimi kryesor dhe më me ndikim i informacionit, ideve dhe opinioneve për shumicën e njerëzve në të gjithë botën. Ajo është një nga lidhjet kyçe midis individëve dhe shoqërisë, si në dimensionin publik ashtu edhe atë privat, që përcakton ndërgjegjësimin dhe vetëdijen kritike. Përveç kësaj, një komb apo shoqëri që nuk e njeh veten plotësisht nuk mund të reagojë në mënyrën e duhur ndaj aspiratave të qytetarëve. Ajo që ka rëndësi është kush dhe çfarë shfaqet tek lajmet dhe si portretizohen njerëzit dhe ngjarjet. Kush ngelet jashtë dhe kush nuk mbulohet janë njëlloj të rëndësishëm. Kjo do të thotë se nën-përfaqësimi i grave në media kontribuon fuqishëm, edhe pse në mënyrë të tërthortë, në pabarazinë gjinore dhe në diskriminimin ndaj grave.

Ky është rasti i Qipros, sipas rezultateve të GMMP-së, që demonstroi se në këtë vend gratë janë të nën-përfaqësuara në mënyrë ekstreme në media. Megjithëse gratë kanë një prani të përgjithshme si subjekte të lajmeve, korrespondente dhe prezantuese, kjo arrin në vetëm 15% krahasuar me 85% për burrat. Ky hendek i stërmadh gjinor demonstroi qartë padukshmërinë gati të plotë të grave në mediat e Qipros<sup>22</sup>.

---

22. [http://www.mindstgenderstudies.org/wp-content/uploads/GMMP-2010\\_National-Report\\_CY\\_Final.pdf](http://www.mindstgenderstudies.org/wp-content/uploads/GMMP-2010_National-Report_CY_Final.pdf)

## JORDANIA

Për sa i përket Jordanisë, gjatë dekadës së fundit janë bërë arritje të mëdha në nivelet legjislative, ekonomike, politike dhe sociale dhe të gjitha kanë kontribuar në zhvillimin e statusit të gruas në aktivitete të rëndësishme si arsimi, shëndetësia, puna, politika dhe fusha të tjera. Niveli i analfabetizmit në mesin e grave është zvogëluar, sipas statistikave, në 15,1%<sup>23</sup>.

Pranimi zyrtarisht i nevojës për përpjekje sistematike, të organizuara dhe të qëndrueshme për çështjet e grave është një nga arritjet më të dukshme në Jordani. Kjo është pasqyruar me miratimin e Strategjisë Kombëtare për Gratë Jordaneze (National Strategy for Jordanian Women – NSJW) nga qeveria në vitin 1993. Komisioni Kombëtar Jordanez për Gratë kryen vlerësime periodike për të parë efikasitetin dhe vazhdimësinë e relevancës së strategjisë.

NSJW 2006-2010<sup>24</sup> mbulon disa fusha si fuqizimi legjislativ dhe ekonomik, pjesëmarrja e gruas në jetën publike, siguria njerëzore, mbrojtja sociale (që përfshin fushat e arsimit, shëndetit, varfërisë, familjeve me kryefamiljare grua, dhunës, pleqërisë, njerëzve me nevoja të posaçme, sigurisë së ushqimit, mjedisit, strehimit dhe banesës), si dhe median dhe komunikimin masiv.

NSJW 2006-2010 thotë se “tendencat negative të medias vazhdojnë ndonjëherë që të injorojnë arritjet e grave dhe nuk i ftojnë ato si eksperte në programe që trajtojnë çështje politike, ekonomike, ligjore dhe të tjera. Ato vazhdojnë të demonstrojnë imazhin stereotip të gruas të bazuar në shpërndarjen tradicionale të punës midis të dy gjinive dhe të zbulojnë një imazh të papërshtatshëm të grave në disa reklama dhe programe argëtuese. Këto prirje vihen përballë përdorimit ideal të medias dhe mjeteve të komunikimit masiv në shërbim të çështjeve të grave. Këto prirje përforcohen më shumë nga numri i vogël i grave në poste të politikës dhe vendimmarrjes me gjithë rritjen e numrit të tyre në fushën e medias” (f. 73).

23. Raporti CEDAW 2005

24. <http://sgdatabse.unwomen.org/uploads/National%20Strategy%20Jordanian%20Women.pdf>, Parë më 23 korrik 2012.

## > Radiotelevisione Italiana (RAI)

### Sfodi

Transmetimet e rregullta televizive në Itali filluan më 3 janar 1954 kur RAI u shfaq në ekranin e vogël me kanalin e tij të parë. Nga fundi i vitit 1954, televizioni ishte në 58% të shtëpive italiane dhe në vitin 1961 ai arriti 97% të popullsisë italiane. Transmetimet radiofonike, nga ana tjetër, kanë qenë popullore që nga fillimi i viteve 1920 me tre stacione kombëtare: Primo, Secondo dhe Terzo (apo rrjetet 1, 2, dhe 3). Përqindjet e abonimit u rritën në mënyrë konstante gjatë dhjetë viteve të para, duke shkuar nga vetëm 24000 në vitin 1954 në më shumë se 6 milion në 1965.

Roli i televizionit si shërbim publik mendohej jo vetëm si një burim argëtimi, por gjithashtu edhe si një mënyrë për të edukuar dhe informuar, madje edhe për të ndihmuar në luftën kundër analfabetizmit shumë të përhapur dhe në krijimin e një gjuhe kombëtare. Në fillim programet zgjasnin gati katër orë. Në vitin 1957 ne vumë re ndryshimin e parë të rëndësishëm me futjen e reklamave. Ndërsa televizioni ia kushton rritjen e tij të shpejtë në popullaritet argëtimit, lajmet dhe informacioni kanë qenë pikët e forta të RAI-it, me më shumë se 70% të audiencës televizive që ndiqte lajmet. Nga fundi i kësaj dekade, sistemet e regjistrimit u bënë më të zakonshme, kështu që televizioni nuk mund ishte më i lidhur nga transmetimet e drejtpërdrejta, por mund të regjistrohej, ruhej dhe ritransmetohej një ditë tjetër.

Në vitet 1980 ubënë testet e para të shërbimeve të teletekstit, të titrave për ata që nuk dëgjojnë dhe përdorimit të sistemit të matjes së shikueshmërisë nga audienca Auditel. Në shkurt të vitit 1996 RAI hyri zyrtarisht në internet me faqen e tij [www.rai.it](http://www.rai.it) dhe deri në fund të vitit 1997 kompania lëshoi tre kanalet e saj të para digjitale satelitore të ndara sipas temave, testimi i të cilave kishte filluar në fillim të viteve 90-të.

Në fund të vitit 2003, Bordi i Drejtorëve të RAI-t miratoi krijimin e Shoqatës italiane për zhvillimin e transmetimit tokësor digjital. Në janar të vitit 2004 RAI lëshoi shërbimin e tij të parë në platformën e re duke filluar një epokë të re në zhvillimin e tregut të televizionit italian.

Misioni i shërbimit të transmetimit për publikun e gjerë bazohet në parimet e Kushtetutës Italiane, Bashkimin Evropian, në Direktivën 'Televizioni pa kufij' të vitit 1989 dhe ndryshimet pasuese, në protokollin e nëntë për sistemin e transmetimit publik, si pjesë e Traktatit të Amsterdimit të vitit 1993, dhe Komunikimin pasues interpretues të Komisionit të Komuniteteve Evropiane 2009/C 257/01 botuar në Gazetën Zyrtare më datë 27 tetor 2009.

## Politikat dhe strategjitë kryesore për barazinë gjinore dhe fuqizimin e grave

### *Politikat e Brendshme: Komisioni i Mundësive të Barabarta*

Trajtimi i grave të punësuar në RAI rregullohet me Marrëveshjen Italiane Kolektive të Punës (Italian Collective Labour Agreement – ICLA) për drejtuesit, punonjësit dhe punëtorët e nënshkruar nga RAI dhe Sindikata në vitin 1998 në zbatim të rekomandimit të Komunitetit Ekonomik Evropian të 13 dhjetorit 1984 për promovimin e diskriminimit pozitiv për gratë<sup>25</sup>. ICLA krijonte mundësinë për formimin e një Komisioni të Mundësive të Barabarta (Equal Opportunities Commission – EOC) qëllimi i të cilit ishte për të promovuar një paraqitje realiste të roleve të ndryshme që gratë luajnë në shoqërinë italiane.

Ky komision është i ngarkuar me:

- Krijimin e kushteve të drejta për rritjen e përqindjes së punësimit të grave në të gjithë sektorët e kompanisë, gjithashtu nëpërmjet proceseve të trajnimit specifik;
- Promovimin e veprimeve pozitive që kanë si qëllim identifikimin dhe kapërcimin e atyre pengesave që parandalojnë mundësitë e barabarta dhe ngritjen e punës së grave;
- Mundësimin e një qasjeje më të lehtë në një gamë më të gjerë postesh punësimi, edhe nëpërmjet punëve me kohë të pjesshme.

Legjislacioni italian për mbrojtjen dhe mbështetjen për lejet e lindjes dhe atësisë (nr. 53, 2000) është shumë i gjerë<sup>26</sup>. RAI i njej dhe zbaton këto kërkesa nëpërmjet Marrëveshjes Kolektive të Punës.

Alternativa për punë të pjesshme është ofruar nga RAI që në vitin 1980. Përqindja e grave

25. Shih <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31984H0635:EN:HTML>. Parë më 23 korrik 2012

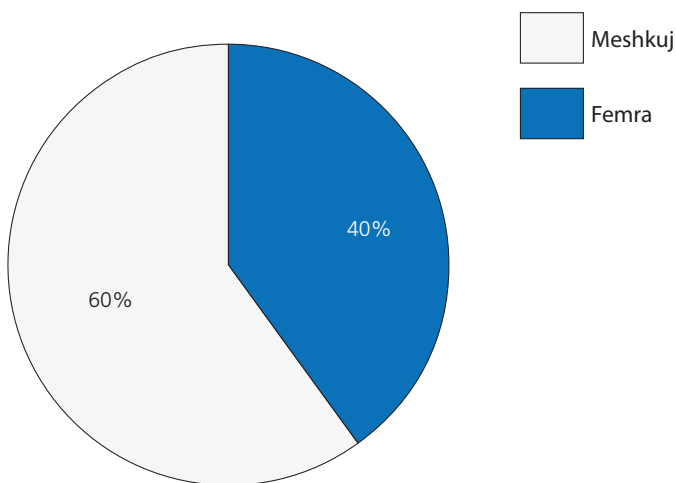
26. <http://www.camera.it/parlam/leggi/deleghe/01151dl.ht>

që përfitojnë prej saj shkon maksimumi 70% dhe 80% dhe gjatë viteve të fundit përqindja e grave është rritur në mënyrë të konsiderueshme krahasuar me burrat.

Për sa i përket periudhës së amësisë, jashtë legjislacionit italian, RAI u jep mundësinë punonjësve, si burra ashtu edhe gra, për të përfituar nga leja e papaguar për mungesa për shkak sëmundjeje të secilit fëmijë të moshës nga 3 në 6 vjeç duke paraqitur një raport mjekësor.

Në fund të lejes së lindjes, personelit që e kërkon i ofrohet një pagesë e barabartë me 90% të rrogës mujore për një muaj shtesë leje<sup>27</sup>.

Punonjësit e RAI-t



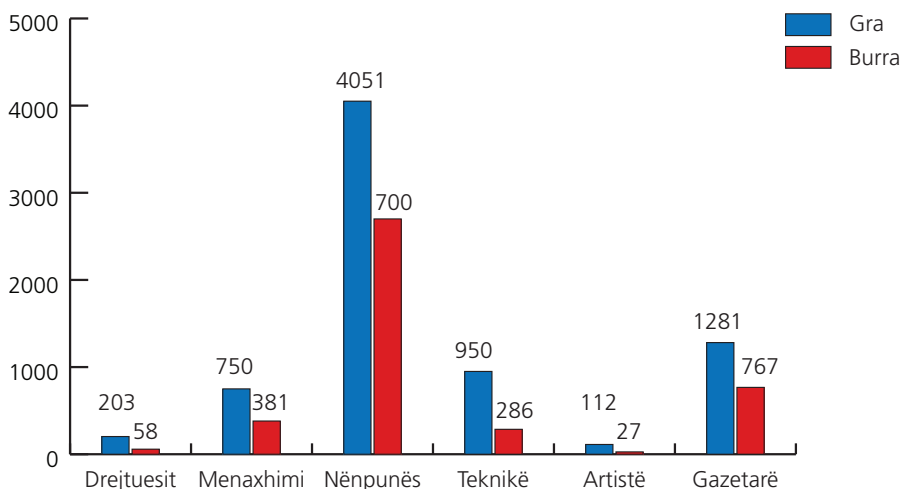
**Totali i punonjësve:** 12 165

**Totali i grave:** 4 818

**Totali i burrave:** 7 347

.....  
27. Shih Shtojcën A për legjislacionin mbi punën me kohë të pjesshme

## KATEGORITË PROFESIONALE SIPAS GJINISË



Në janar të vitit 2008 Komisioni i Mundësive të Barabarta dhe Shoqata e Drejtuesve të RAI-t (ADRAI) i paraqitën një kërkesë Drejtorit të Përgjithshëm për një përzgjedhje më të ekuilibruar gjinore për postet e larta në të ardhmen. Kjo kërkesë ka rezultuar në një përfaqësim më të barabartë të grave në nivelet e larta në vitet e fundit.

'Termet e referencës për Shërbimin e Transmetimit Publik' të nënshkruara nga RAI dhe Ministria e Komunikimit, e vlefshme për periudha tri-vjeçare, është një kusht për të zbatuar detyrën e shërbimit publik në territorin e Republikës Italiane. Marrëveshja e nënshkruar për vitet 2010-2012 përfshin disa tregues të rëndësishëm dhe ofron direktiva të reja për sa i përket përfaqësimit të grave në median e shërbimit publik<sup>28</sup>.

Për më shumë, RAI bie dakord që – duke respektuar dinjitetin e personit – përmbajtja e prodhuar në programin e tyre televiziv të jetë mbi bazën e etiketës, shijeve të larta, kriterëve të mungesës së vulgaritetit, duke garantuar një paraqitje më moderne të grave në shoqëri dhe duke rritur gjithashtu rolin e tyre. Siç thotë një nga përfaqësuesit e RAI-it, një pikë kyçe që

28. [www.segretariatosociale.rai.it/regolamenti/contratto2010\\_2012.htm](http://www.segretariatosociale.rai.it/regolamenti/contratto2010_2012.htm)

merret parasysh në këtë kontekst është nevoja për “një paraqitje të drejtë të imazhit të grave dhe më në përgjithësi të botës së grave në televizion”.

Termet e reja të Referencës përfshijnë eksplorimin e përfaqësimit të vërtetë dhe jo-stereotip, në shumëllojshmërinë e madhe të roleve të femrës. Ajo mbulon një numër çështjesh të lidhura me njëra-tjetrën siç përmbliken më poshtë:

- Promovimi i seminareve të brendshme me qëllim për të parandaluar përfaqësimin e shtrembëruar të imazhit të grave, me burime të brendshme dhe të jashtme, sipas treguesve që vijnë nga kategoritë e caktuara profesionale<sup>29</sup>.
- Për sa i përket programeve dhe karakteristikave të shërbimit në TV, është e mundur që të vihet re një angazhim ndaj “transmetimeve që kanë aftësi t’i komunikojnë publikut një paraqitje të plotë dhe realiste të rolit që gratë kanë në jetën sociale, kulturore dhe ekonomike të vendit, në institucione dhe familje, duke theksuar mundësitë, angazhimin dhe suksesin e arritur në të gjithë sektorët, në përputhje me parimet e kushtetutës”<sup>30</sup>.
- Një vëmendje e veçantë i jepet programeve për fëmijët ku është e detyrueshme që të shmangen programe që japin një perceptim të shtrembëruar të grave dhe dhunës ndaj grave<sup>31</sup>.
- Për sa i përket radios, do të transmetohen programe që i kushtohen çështjes së barazisë gjinore dhe roleve të grave në shoqëri<sup>32</sup>.
- Vëmendje e veçantë i kushtohet cilësisë së lajmeve që duhet të garantojnë respektimin e kriterëve të pluralizmit, plotësisë, objektivitetit, neutralitetit, pavarësisë dhe mbrojtjes së barazisë gjinore<sup>33</sup>.
- Së fundi, një nen i Marrëveshjes ka të bëjë me programet për qytetarët e huaj. RAI është i angazhuar që të ofrojë programe që respektojnë imazhin e grave duke marrë parasysh dinjitetin e tyre relevant kulturor dhe profesional, duke e përfaqësuar rolin e grave në shoqëri në mënyrë realiste<sup>34</sup>.

29. Neni 2, paragrafi 3, shkronja b

30. Neni 9, paragrafi 2/b

31. Neni 12

32. Neni 10

33. Neni 4, paragrafi 1

34. Neni 14/1



Përveç adresimit të barazisë gjinore në përmbajtje dhe personel, RAI është i angazhuar në parandalimin dhe kundërshtimin e dhunës ndaj grave nëpërmjet bashkëpunimit me ato institucione që janë të përfshira në produksionin dhe përhapjen e programeve të përkushtuara në platforma të ndryshme transmetimi<sup>35</sup>.

Në të njëjtën kohë, RAI ofron monitorime dhe përpilimin e raporteve vjetore për të verifikuar nëse zbatohen direktivat. Raportet duhet t'i transmetohen Ministrisë së Komunikimit, Autoritetit të Garancive të Komunikimit dhe Komisionit Parlamentar të Vëzhgimit. Ky monitorim e lejon Ministrinë që të verifikojë nevojën për ndonjë ndryshim të Marrëveshjes në të ardhmen në bashkëpunim me partnerët e tjerë<sup>36</sup>.

## Përvoja praktike dhe perspektivat për çështjet gjinore

Përveç politikave dhe direktivave të identifikuara nga Marrëveshja e Shërbimit Kombëtar, gjatë viteve të fundit janë realizuar disa nisma konkrete për të analizuar në thellësi efikasitetin e veprimeve që janë ndërmarrë tashmë dhe për të nxjerrë mësim nga gjendja.

RAI kreu dy studime kërkimore në lidhje me monitorimin dhe analizën e përfaqësimit të grave në programet e veta televizive: një në vitin 1998 dhe një tjetër në vitin 2008 për Vitin Evropian të Mundësive të Barabarta për të Gjithë.

I pari, Paraqitja e femrave në programet televizive informative të RAI-it<sup>37</sup> ishte një projekt shterues kërkimor që synonte të theksonte vlerën e dallimeve gjinore. Ai ishte strukturuar rreth një përzjerjeje metodologjish si: intervista me gra që drejtonin projekte të mundësive të barabarta dhe/ose politika të lidhura me organizimin dhe produksionin në Britaninë e Madhe, Suedi dhe Holandë; katër grupe fokusi me punonjës femra dhe meshkuj nga RAI që kishin aftësi të ndryshme dhe që vinin nga disa departamente të brendshme të fushës së "lajmeve"; kryerja e gjashtë intervistave me profesioniste femra që mbanin pozita të rëndësishme në RAI (prezantuese kryesore, gazetare, drejtuese departamenti); dhe studimi i një procesi eksperimental trajnimi për punonjësit e RAI-it dhe profesionistë të jashtëm për

35. Neni 13/6

36. Neni 2, paragrafi 7

37. Paraqitja e Femrës dhe Imazhi i grave. Monitorimi i RAI-t. Drejtore Marketingu - Francesca De Rosa dhe Loredana Cornero, Osservatorio di Pavia, Fondazione Rosselli, 1998. <http://www.osservatorio.it/interna.php?section=analysis&m=v&pos=0&idsection=000106>. Parë më 24 korrik 2012

tema të lidhura me barazinë gjinore.

E rëndësishme ishte se kërkimi përfshiu një anketë për përmbajtjen, duke marrë parasysh si analizat sasiore ashtu edhe ato cilësore për sa i përket gjatësisë dhe frekuencës së roleve të tanishme të mbajtura nga burrat dhe gratë në programet televizive të RAI-it.

### Rezultatet

Të dhënat sasiore tregojnë se vizibiliteti i grave në role profesionale në fushën e gazetarisë flet për një farë emancipimi të grave, por në të njëjtën kohë ato nuk vënë në dukje ndikimin e tyre në atë se çfarë dhe si krijojnë lajme çështjet e barazisë gjinore.

Anketa socio-cilësore tregon se burrat janë në pozita autoriteti më të madh; “ekspertët” meshkuj janë më të shumtë se “ekspertet” femra, që shpesh përballen me drejtues me qëndrime paternaliste. Edhe regjizura e programimit televiziv kontribuon shpesh në krijimin e imazhit të grave duke i fokusuar ato për të theksuar trupin e tyre, ose pjesë të tij. Gazetaret/prezantueset gra shpesh e pranojnë – pak a shumë me ndërgjegje – arsyen dhe metodat e prodhimit të informacionit të krijuara nga burrat.

Rezultatet e mëposhtme kryesore janë përmbledhur nga kërkimi i vitit 2008, Paraqitja e Femrës dhe Imazhi i Grave<sup>38</sup>.

Programet informative përfshijnë një numër të madh grash si drejtuese emisioni ose spikere dhe një prani të drejtë të gazetareve gra, 38,5%. Gjithashtu, pozitive në gjetjet e studimit ishte se ndarja e vjetër që i lidhte gazetaret gra me lajmet e lehta dhe gazetaret burra me lajmet e rënda është tashmë një praktikë e së kaluarës. Me përjashtim të lajmeve sportive, korrespondentet femra përfaqësohen gjerësisht në të gjitha llojet e lajmeve. Studimi nxori në pah një paradoks në praninë e grave në lajme. Në një kuptim kjo është dukshëm pozitive. Megjithatë, në një kuptim tjetër ajo i vë gratë në një lloj disavantazhi për dy arsye kryesore: skena e lajmeve prioritare duke i dhënë rëndësi dhe vizibilitet çështjeve ky janë mbizotërues burrat (për shembull, politika dhe ekonomia), dhe kriteri në përzgjedhjen e intervistuesve, duke i dhënë kryesisht vizibilitet klasave të larta ku gratë janë të përfaqësuara keq. Atëherë

38. Paraqitja e Femrës dhe Imazhi i grave. Monitorimi i RAI-t. Drejtore Marketingu - Francesca De Rosa dhe Loredana Cornero, Osservatorio di Pavia, Fondazione Rosselli, 1998. <http://www.osservatorio.it/interna.php?section=analysis&m=v&pos=0&idsection=000106>. Parë më 24 korrik 2012

mund të thuhet se gratë, me dashje ose pa dashje, po e përforcojnë statuskuonë.

Në programet argëtuese, studimi tregoi përfaqësim të barabartë gjinor në mesin e drejtuesve të emisionit; një prani të madhe të grave në mesin e gazetarëve dhe profesionistëve të përfshirë në produksionin e programeve televizive; një përfaqësim të barabartë gjinor në mesin e personave të përmendur ose të ftuar në programet televizive; gratë dhe burrat përfaqësoheshin në mënyrë të barabartë në të gjitha rolet televizive. Si rrjedhojë, prania e stereotipave gjinore vazhdon dhe vë në hije anët pozitive të sapo përmendura.

Programet fantazi tregojnë një kujdes të madh ndaj grave dhe botës së tyre, megjithëse të përfaqësuara në një mënyrë simbolike, ndërsa 77,6% e episodeve të analizuara përqendrohen në një histori rreth një personazhi femër.

Për sa i përket kontekstit të përfaqësimit të përgjithshëm të personazheve, krahasimi midis personazheve meshkuj dhe femra tregon një përzgjedhje të mjediseve moderne të punës që ndahen midis burrave dhe grave dhe një portret më tradicional të mjediseve të familjes ku aktojnë kryesisht gratë.

Ndërsa gjendja ekonomike e personazheve është mesatare për gratë, e mesme në të lartë për burrat, niveli kulturor, nga ana tjetër, është i mesëm në të lartë për gratë dhe i mesëm në të ulët për burrat. Në shumicën e rasteve gratë e shohin punën e tyre si një mundësi për arritje personale. Paraqitja e personazheve që kanë vështirësi në detyrat për përkujdesje është, në përgjithësi, paksa i pazakontë. Megjithatë, atje ku shfaqet, ai lidhet me situata shumë bashkëkohore që i tregojnë gratë dhe burrat të ndajnë bashkë kujdesin për fëmijët, prindërit e plakur, pjesëtarë të familjes me aftësi të kufizuara apo persona të vdekur. Por paraqitja e punëve të shtëpisë kryhet në mënyrë më tradicionale – kryesisht megjithëse jo ekskluzivisht – nga gratë. Së fundi, profilet e personazheve i portretizojnë gratë kryesisht si të mira, por të brishta, dhe burrat si të këqij, por të fortë.

## Planet e Ardhshme

Si pasojë e paragrafit të ri tek Termat e Referencës për Shërbimin Transmetues Publik, monitorimi nëpërmjet së njëjtën metodologji për analizimin e këtyre programeve do të zbatohet tre herë në vit për paraqitjen e grave në programet televizive të RAI-t.

## > Shoqata kombëtare e radio dhe televizionit (SNRT)

### Sfondi

Paraardhësi i SNRT-së, Radio Maroku, filloi transmetimet më 15 prill 1928. Gjatë kohës si protektorat, Maroku ishte një pionier në fushën audio-vizuale. Që në vitet 1950 vendi kishte përjetuar eksperimentin e parë të kryer nga kompania franceze 'Telma' e cila pa tek komuniteti evropian në Marok një audiencë potenciale. Në vitin 1951 'Telma-s' iu shit licenca e operimit dhe shpërndarjes, e cila filloi transmetimin në vitin 1954. Lindja e televizionit publik maroken duhet të priste pavarësinë më 3 mars 1962 – duke transmetuar në bardh e zi.

Në tetor të vitit 1966, Radiodiffusion Télévision Marocaine (RTM) u bë një institucion publik me status ligjor dhe autonomi financiare, por u kthye nën administrimin e drejtpërdrejtë të qeverisë marokene në janar 1968. Pastaj në vitin 1978 SNRT-ja iu bashkëngjiti Administratës Qendrore të Ministrisë së Informacionit.

Në prill të vitit 2005, në kontekstin e liberalizimit dhe rritjes së konkurrencës në mjedisin audio-vizual maroken, Kompania Kombëtare e Radio dhe Televizionit (Société Nationale de Radiodiffusion et de Télévision) zëvendësoi RMT-në që ishte ende një institucion qeveritar. 2 300 punonjësit e ish- RMT-së pastaj ndryshuan statusin; ky grup nuk ishte më një institucion qeveritar, por një kompani e pavarur shtetërore.

Kanë filluar disa projekte modernizimi për sa i përket strukturës organizative dhe krijimit të kanaleve tematike, është hapur një faqe interneti dhe prezantuar TNT dhe Televizionit në Celular.

SNRT-ja, në përputhje me Ligjin nr. 77-03 për Komunikimin Audio-vizual, është një kompani publike me përgjegjësi të kufizuar sipas ligjit maroken, kapitali i të cilës zotërohet plotësisht nga shteti e drejtohet nga Z. Faisal LARAICHI që nga vitit 2006.

SNRT-ja financohet me fonde shtetërore, të ardhurat nga reklamat dhe taksa për promovimin e mjedisit audio-vizual kombëtar (TPPAN). Kanalet e shërbimit publik maroken synojnë që nëpërmjet programeve të tyre të promovojnë dhe ruajnë trashëgiminë audio-vizuale kombëtare.

Aktivitetet e SNRT-së rregullohen nga një sërë specifikimesh në miratimin e një plani me objektivat që duhen arritur nga kanalet e ndryshme të grupit. Është krijuar një autoritet i mjedisit audio-vizual maroken, Autoriteti i Lartë i Komunikimit Audio-vizual (High authority of Audiovisual Communication – HACA). Misioni i tij është që të garantojë pluralizmin e shprehjes së mendimeve dhe opinioneve dhe të sigurojë vizibilitetin dhe qasjen e barabartë në median e transmetimit për të gjitha partitë politike, sindikatat dhe organizatat e ndryshme profesionale jashtë periudhës zgjedhore. Tekstet e HACA-s rrjedhin si pasojë e mungesës së juridiksionit për këtë çështje.

Historikisht, SNRT-ja ka qenë pioniere në fushën e barazisë gjinore. Në fakt, gratë u punësuan për herë të parë në radio kur Maroku ishte një protektorat. Në vitin 1962, me ardhjen e televizionit, ky trend u zhvillua në përputhje me klimën e përgjithshme të Marokut gjatë viteve 50-të. Një periudhë gjatë së cilës i ndjeri SHT Mohammed V gjatë një vizite në Taxhier ngarkoi vajzën e tij 17-vjeçare Princeshën lalla Aicha që të mbante një fjalim historik para studentëve islamikë. Ky ishte një veprim historik për atë kohë duke hapur rrugën për ngjitjen e grave marokene në fusha të tjera përveç edukimit të fëmijëve dhe punëve të shtëpisë.

Këtu po japim disa njerëz të spikatur që bënë histori në transmetimet marokene gjatë viteve 50-të dhe 60-të në gazetari dhe fushën artistike:

- Gazetari: Maria Ammar, Latifa Cadi, Badia Rayane dhe Latifa El Fassi.
- Fusha artistike: Habiba Madkouri, Amina Rachid, Fatima Benziane dhe Safia Ziyani.

Maroku është një nga 181 vendet që ratifikuan Konventën për Eliminimin e të Gjitha Formave të Diskriminimit kundër Grave për të cilën më shumë se 120 vende kanë ndërmarrë plane të veprimit kombëtare për barazinë gjinore.

Për një dekadë Mbretëria Marokene ka ndërmarrë reforma të rëndësishme për forcimin e një shoqërie moderne dhe demokratike.

Janë vënë në veprim disa projekte zhvillimi. Ato ndryshime nxjerrin në pah të drejtat e njeriut dhe veçanërisht të drejtat e grave. Shpejtimi i reformave dhe në veçanti liberalizimi i transmetimit, çoi drejt një reflektimi të ri në lidhje me vendin e grave në media dhe ngritjen e tyre në procesin e vendimmarrjes në një kontekst drejtësie dhe barazie.

Nga një pikë-vështrim legjislativ Maroku ka ndërmarrë tashmë disa hapa të rëndësishëm për

sa i përket barazisë gjinore. Kushtetuta e re marokene e miratuar në vitin 2011 thotë në nenin 19: “Burrat dhe gratë duhet të gëzojnë, në nivel të barabartë, të drejtat dhe liritë civile, politike, ekonomike, sociale, kulturore dhe mjedisore të përcaktuara në këtë Kapitull dhe në dispozita të tjera të Kushtetutës, si dhe ato të specifikuara në konventat dhe marrëveshjet ndërkombëtare të ratifikuara sipas rregullave nga Mbretëria, në përputhje me dispozitat e Kushtetutës dhe me vlerat dhe ligjet e pandryshueshme të Mbretërisë. Shteti maroken angazhohet të realizojë barazinë midis burrave dhe grave. Ai krijon për këtë qëllim një Autoritet për barazi dhe luftë kundër të gjitha formave të diskriminimit”.

Këto reforma, së bashku me Kushtetutën marokene, u japin grave një qasje më të mirë në pjesëmarrjen politike, ekonomike dhe sociale në jetën aktive të vendit<sup>39</sup>.

### **Politikat dhe strategjitë kryesore për barazinë gjinore dhe fuqizimin e grave**

Si një media e shërbimit publik, SNT-ja përdor një strategji për barazinë gjinore që ndjek strategjinë kombëtare që tani paraqet, pas një procesi konsultimi, dy objektiva kryesore:

- Gratë dhe burrat i ndikojnë dhe udhëheqin politikat dhe programet e zhvillimit në një mënyrë të barabartë dhe të drejtë.
- Gratë dhe burrat, vajzat e reja dhe djemtë e rinj, përfitojnë nga politikat dhe programet e zhvillimit ekonomik dhe social në një mënyrë të barabartë dhe të drejtë.

Strategjia bazohet në pesë pika strategjike dhe njëra prej tyre në veçanti lidhet me sjelljet sociale dhe individuale, duke marrë në konsideratë stereotipat seksiste dhe çështjet e barazisë gjinore në media.

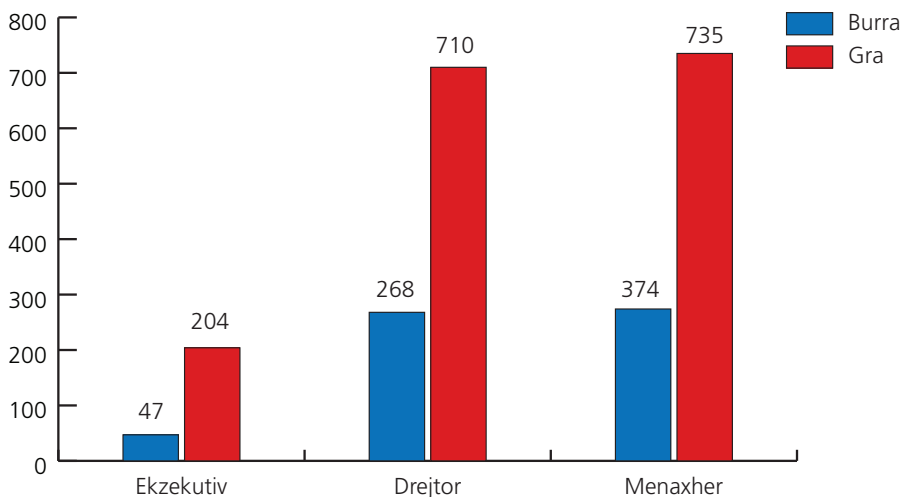
Që kur është bërë kompani me përgjegjësi të kufizuar SNRT-ja ka vendosur të fusë gjak të ri në kompani dhe të favorizojë punësimin e grave në të gjitha postet në radio dhe televizion në përputhje me politikat e mundësive të barabarta, pa ndonjë dallim apo diskriminim.

39. Shih Shtojcën B për reformat kryesore të miratuara

Qasja strategjike e SNRT-së frymëzohet nga strategjia kombëtare për sa i përket barazisë gjinore, e cila nëpërmjet zbatimit të saj garanton qasjen e grave në të gjitha pozitat në radio dhe televizion: kategoritë profesionale (gazetaria, redaktimi, kinematografia, prodhimi, tregtimi, marketingu, administrata, teknika, etj); drejtuesit e lartë (ekzekutiv, drejtor, menaxher) dhe drejtuesit e mesëm (përgjegjës departamenti, përgjegjës shërbimi, dhe përgjegjës radiostacioni).

### Grafiku 1

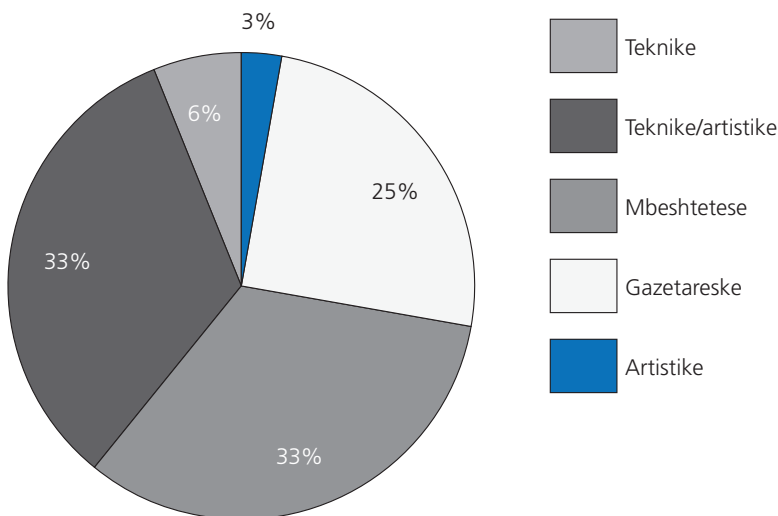
#### KATEGORITË E LARTA TË DREJTIMIT NË SNRT SIPAS GJINISË



Grafiku 1 tregon një hendek të madh midis burrave dhe grave në tre kategoritë e punësimit në SNRT megjithëse prania e grave arrin në 50% në postet drejtuese.

## Grafiku 2

SHPËRNDARJA E PERSONELIT GRA TË SNRT-SË PËR ÇDO KATEGORI PROFESIONALE



Grafiku 2 tregon se gratë kanë qasje në të gjitha profesionet në SNRT, veçanërisht teknike/artistike, gazetareske dhe mbështetëse.

Politika specifike e SNRT-së përshkohet nga procesi i institucionalizimit të barazisë gjinore të udhëhequr nga Ministria e Informimit dhe Komunikimit që mbikëqyr operacionet e saj. Në këtë sfond, SNRT-ja përfaqësohet nga dy anëtarë të përhershëm (një grua dhe një burrë) të emëruar në vitin 2008 për të marrë pjesë në komisionin mbështetës që përfshin të gjitha institucionet partnere të ministrisë në këtë projekt. Ky komision është i ngarkuar me zbatimin e programit afat-mesëm të veprimit për sa i përket barazisë gjinore në fushën e komunikimit, i cili përbehet nga tre interesa kryesore:

- Përmirësimi i aftësive institucionale të ministrisë dhe institucioneve partnere për të përforcuar barazinë gjinore në praktikatat dhe organizatat e tyre;



- Përmirësimi i kompetencave të lojtarëve të duhur në sektorin e komunikimit për të ngritur imazhin e grave në media;
- Promovimi i barazisë gjinore në Ministrinë e Komunikimit dhe institucionet e medias dhe gasjen e grave në postet e nivelit vendimmarrës.

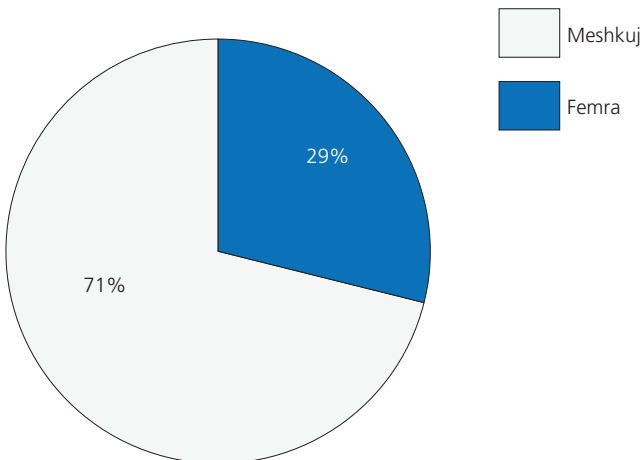
Qëllimi kyç i SNRT-së është që të përmbysë disa perceptime negative mashkullore për politikën gjinore dhe të konfirmojë barazinë gjinore mbi bazën e vlerave të mendje së hapur, demokracisë dhe kërkimit të drejtësisë. Në praktikë kjo ndiqet së pari nëpërmjet veprimesh që synojnë të arrijnë barazi gjinore në personelin dhe përmbajtjen e SNRT-së, përfshirë atë në nivelin vendimmarrës. E para bazohet në meritën dhe aftësinë pa dallim në gjini.

Si shembull:

- Personeli aktual i SNRT-së përbëhet nga 2 338 punonjës që përfshin 689 gra – që përfaqësojnë një nivel prej 29%, që është më e lartë se niveli kombëtar.

### Grafiku 3

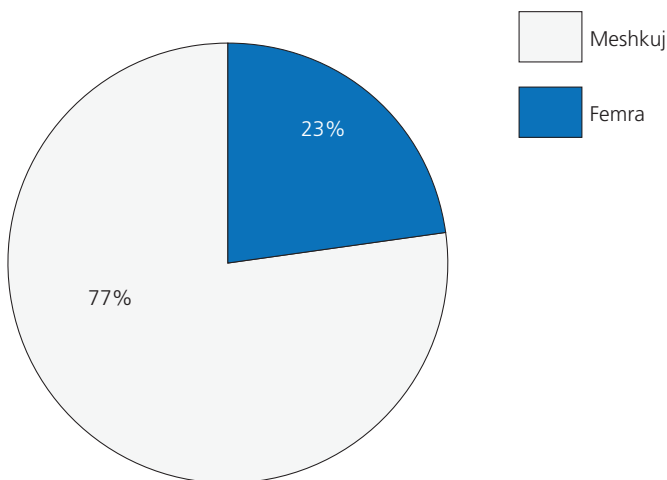
#### SHPËRNDARJA E PERSONELIT TË SNRT-SË SIPAS GJINISË



- Gratë në pozita udhëheqëse në SNRT janë 39 nga 168, duke përfaqësuar një nivel prej 23%. Shtatë gra janë të punësuar si menaxhere dhe/ose drejtoresha – të ngarkuara me një kanal televiziv, lajmet televizive, marrëdhëniet ndërkombëtare, reklamën, ligjshmërinë, etj., - dhe pesë gra janë përgjegjëse rajonale të radios.

#### Gafiku 4

SHPËRNDARJA E POZITAVE DREJTUESE TË SNRT-SË SIPAS GJINISË



### Përvojat dhe perspektivat praktike

SNRT-ja mori pjesë në projektin Euromed-News të financuar nga Komisioni Evropian brenda Thirrjes për tender për 'Aktivitetet e medias në vendet e instrumentit evropian të fqinjëve dhe partneritetit'<sup>40</sup> (ENPI) – një veprim i gjerë bashkëpunues rajonal në fushën e televizionit' të udhëhequr nga France Télévisions dhe që mbledh Bashkimin e Transmetimit të Shteteve

40. [http://ec.europa.eu/europeaid/where/neighbourhood/overview/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/europeaid/where/neighbourhood/overview/index_en.htm). Parë më 23 korrik 2012.

Arabe, COPEAM, Bashkimin e Transmetimit Evropian dhe transmetuesit publikë të Algjerisë, Jordanisë, Sirisë, Marokut, Libanit dhe Egjiptit.

Në kuadrin e Euromed-News u aplikua një strategji e “Barazisë gjinore” në të gjitha aspektet e nismës për sa i përket përbërjes së ekipeve operuese dhe koordinuese, si dhe temave të trajtuara brenda produksioneve televizive. Objektivi i kësaj strategjie ishte të inkurajonte, nëpërmjet medias së përfshirë, një reflektim në lidhje me evolucionin e rolit të grave në shoqëritë mesdhetare jugore dhe të promovonte një imazh tej çdo klisheje dhe stereotipi.

Televizionet partnere prodhuan lajme dhe dokumentarë që mbulonin të gjitha aspektet e ndryshme të lidhura me gratë dhe median. Për më shumë, në Aman u zhvillua një sesion trajnues i fokusuar në Instrumentet e ‘Vlerësimit gjinor’<sup>41</sup>. Trajnimi – që ishte në qendër të strategjisë gjithëpërfshirëse të barazisë gjinore – ishte një rast për gazetarët e televizioneve anëtare të Partneritetit për t’u njohur me instrumentet që u përkthyen në arabisht në kuadrin e projektit Euromed-News.

## Planet e ardhme

Pas transformimeve të thella për sa i përket burimeve njerëzore dhe punësimit të të rinjve në personel, SNRT-ja më në fund synon të integrojë zbatimin e barazisë gjinore dhe fuqizimin e grave si elementë të strategjisë së saj të tashme dhe ardhme, ashtu siç kanë bërë sektorë të tjerë të shoqërisë marokene.

SNRT-ja do të përfshihet në zbatimin e ‘Programit afatmesëm për institucionalizimin e barazisë gjinore’ në rang kombëtar të promovuar nga qeveria marokene duke i kushtuar kujdes të veçantë seksionit që i kushtohet sektorit të komunikimit<sup>42</sup>.

Ky program synon të kontribuojë në integrimin e një qasjeje institucionale ndaj barazisë gjinore në praktikën, sistemin dhe politikën e sektorit të komunikimit.

Programi paraqitet në tre faza dhe projekte relevante:

41. <http://yle.fi/vintti/yle.fi/gender/wminintro.html>. Parë më 23 korrik 2012.

42. <http://www.mmsp.gov.ma/fr/declina.aspx?m=2&r=191>

## FAZA 1

Përmirësimi i aftësive institucionale të Ministrisë së Komunikimit dhe institucioneve partnere për të përforcuar programin e barazisë gjinore në strukturat dhe praktikatat e tyre.

### **PROJEKTI 1.1:**

Mbështetja e qeverisë dhe përforcimi i Komitetit Mbështetës për 'Institucionalizimin e barazisë gjinore'.

### **PROJEKTI 1.2:**

Mbështetje për krijimin dhe përforcimin e rrjetit të programit të 'Institucionalizimit të barazisë gjinore' në institucione kyçe partnere të sektorit të komunikimit.

Përforcimi i aftësive të partnerëve të duhur në sektorin e komunikimit për rritjen e imazhit të grave në media.

## FAZA 2

### **PROJEKTI 2.1:**

Krijimi dhe zbatimi i një programi trajnimi, informimi dhe vetëdijësimi.

### **PROJEKTI 2.2:**

Trajnim për gazetarët dhe studentët e gazetarisë.

## FAZA 3

Promovimi i barazisë gjinore dhe qasjes së grave në pozita vendimmarrëse brenda Ministrisë së Komunikimit dhe organizatave të medias.

### **PROJEKTI 3.1:**

Zhvillimi i studimeve strategjike për barazinë gjinore dhe median.

### **Projekti 3.2:**

Zhvillimi i procedurave institucionale në institucionet partnere.

## Përfshirja gjinore në media Raste studimore nga amerika latine<sup>43</sup>

OTI

*(Organización de Telecomunicaciones Iberoamericanas)*

### Sfondi

Duke marrë parasysh rëndësinë e medias si një mjet me të cilin shoqëria mëson për veten dhe formëson kuptimin e vlerave<sup>44</sup>, këto raste studimore hetojnë përvojat në median e Amerikës Latine për promovimin e barazisë gjinore.

Këto raste studimore janë rezultat i tre muaj vlerësimi të hollësishëm të brendshëm të barazisë gjinore dhe fuqizimit të grave në politikat dhe praktikat e katër organizatave të përzgjedhura të medias në Amerikën Latine. Ato adresojnë çështje që trajtojnë përfshirjen e grave në vendimmarrje, qasjen në shprehje, portretizimin gjinor dhe rrogat. Informacioni i mbledhur përfshin një dokument zyrtar, tregime të redaktorëve, menaxherëve, gazetarëve dhe profesionistëve kyç që punojnë në organizatat gjegjëse të medias.

Metodologjia e propozuar u përqendrua në identifikimin e politikave dhe praktikave konkrete që mund të kenë kontribuar për të arritur përparim në këtë fushë brenda organizatave gjegjëse të medias. Ajo u përqendrua gjithashtu në sfidat që hasen për të zbatuar politikat dhe strategjitë atje ku ekzistojnë. Për këto qëllime, u zhvilluan një seri intervistash të mbyllura dhe të hapura në nivele të ndryshme (Bordi i drejtuesve, drejtuesit e lartë dhe pjesëtarë të tjerë të personelit) dhe brenda fushave të tjera specifike profesionale si shitjet, produksioni dhe përmbajtja, burimet njerëzore, si dhe ato teknike dhe administrative.

Synimi është që gjetjet e këtyre rasteve studimore të zbulojnë mundësitë, praktikat më të mira dhe rekomandimet që mund të jenë të zbatueshme në organizata të ngjashme të medias. Për

43. Të gjitha rastet e studimit që u kryen mund të gjenden në [www.unesco.org/webworld](http://www.unesco.org/webworld)

44. UNESCO (2008), Treguesit e Zhvillimit të Medias: Kuadri për vlerësimin e zhvillimit të mediave. - (<http://unesdoc.unesco.org/images/0016/001631/163102e.pdf>)

të trajtuar disa boshllëqe të caktuara në faktorët që mungojnë në dokumentin e tanishëm, mund të jetë e nevojshme një analizë e mëtejshme e përgjithshme e dimensioneve të tjera gjinore kyçe.

Çështjet e barazisë gjinore nuk janë një subjekt i ri në agjendën e Amerikës Latine.<sup>45</sup> Ashtu si edhe në rajone të tjera të botës, me gjithë përparimin e bërë në fusha specifike, duhet bërë më shumë punë për të korigjuar pabarazitë gjinore. Megjithëse reforma të rëndësishme ligjore në dekadat e fundit kanë kontribuar në ndryshime të rëndësishme pozitive dhe disa vende në Amerikën Latine kanë krijuar tani të drejta dhe detyrime të barabarta për gratë dhe burrat, stereotipat mbeten të rrënjosura fort.

Sipas GMMP 2010, Regional Report Latino Amerika<sup>46</sup>, përqindja e grave të paraqitura si subjekte të lajmeve në rajon ishte 32% në televizion, 29% në shtyp dhe 22% në radio. Vetëm 36% e korrespondentëve në vend dhe në organizatat e medias të anketuara janë gra. Për sa i përket paraqitjes, prania e grave në lajme lidhet në mënyrë mbizotëruese me role dhe tema që në shoqëri “i rezervohen” grave, si konkurset e bukurisë. Paraqitja e grave në median e Amerikës Latine është i lidhur kryesisht me rolin stereotip të grave brenda familjes, një gjendje që mund të pengojë konceptimin e grave si individë që mbështeten në forcat e veta dhe janë të pavarura.

45. PNUD (2008) Políticas de Igualdad, Equidad y Gender Mainstreaming. ¿De qué estamos hablando?: Marco Conceptual.

46. GMMP 2010: Informe Regional America Latina; Shih në: [http://www.whomakesthenews.org/images/stories/restricted/regional/America\\_latina.pdf](http://www.whomakesthenews.org/images/stories/restricted/regional/America_latina.pdf)

## > Canal Uno: Ekuador

### Sfondi dhe politikat e praktikat kryesore në lidhje me gjininë

Canal Uno u krijua në maj të vitit 2002 si pjesë e 'Rivas Comunicaciones S.A.' që ofronte mbulim për të gjitha krahinat e Ekuadorit dhe nën drejtimin e Presidentit dhe drejtuesit kryesor ekzekutiv, Marcel Rivas Sáenz.

Organizata është e ngarkuar për transmetimin e lajmeve dhe ngjarjeve sportive dhe tani po punon për t'u kthyer në një kanal argëtues për të gjithë familjen, por me një vëmendje të veçantë tek shtëpiaket.<sup>47</sup>

Ashtu si edhe çdo organizatë tjetër, Canal Uno është përballur që nga fillimi me sfidën universale për të trajtuar çështjet me ndjeshmëri gjinore. Në këtë kontekst, ajo miratoi disa parime dhe zhvilloi një sërë praktikash me synim vendosjen e barazisë brenda personelit të organizatës.

Canal Uno nuk ka politika të brendshme formale të veçanta dhe të shkruara për barazinë gjinore. Duke ndjekur maksimumin se "barazia gjinore në të gjithë botën duhet të bazohet në respektimin e normave ndërkombëtare për trajtimin e barabartë të grave dhe burrave dhe për eliminimin e diskriminimit gjinor në punë"<sup>48</sup>, organizata promovon respektimin e të drejtave, të diversitetit kulturor dhe të eliminimit të çdo forme diskriminimi gjinor. Një nga direktivat kryesore në nivelin e burimeve njerëzore është promovimi i mundësive të barabarta për femrat dhe meshkujt të bazuar në aftësitë personale, kapacitetet dhe sjelljen profesionale të kombinuara me një shkallë transparente rrogash.

Përveç kësaj, edhe pse nuk janë përcaktuar si politika gjinore në kuptimin më të ngushtë, në pesë vitet e fundit Canal Uno miratoi një grup nismash me ndjeshmëri gjinore. Këto aktivitete janë bërë praktika të prekshme dhe konkrete për shkak të rishikimit sistematik e periodik dhe zbatimit të tyre.

Në këtë kuptim organizata ka zbatuar mekanizma joformalë me synimin për të vendosur

47. Shih në: <http://www.facebook.com/pages/Canal-Uno-Tv-Ecuador/152775808083612?sk=info>

48. Intervistë me Marcel Rivas, CEO Canal Uno: Ekuador



një balancë midis përgjegjësiwe personale dhe profesionale si orare fleksibël dhe leje për prindërit. Ajo ka zhvilluar programe trajnimi për barazinë gjinore dhe programe profesionale jo-diskriminuese.

Canal Uno ua shpërndan kuadrin ekzistues ligjor për trajtimin e barabartë të grave dhe burrave pjesëtarëve të personelit të saj. Ai zbaton legjislacionin kombëtar kundër dhunës gjinore dhe vlerëson përdorimin e gjuhës jo-seksiste brenda organizatës.<sup>49</sup>

Në fushën e burimeve njerëzore, në veçanti për sa i përket përzgjedhjes së personelit, Canal Uno promovon qasjen ndaj punës së qëndrueshme për gratë, rritjen e pjesëmarrjes së tyre profesionale në nivele të ndryshme të organizatës (veçanërisht pjesëmarrjen e tyre në poste teknike dhe të nivelit të lartë), punësimin e grave që kanë qenë pa punë për një kohë të gjatë dhe një proces përzgjedhjeje të bazuar në objektivitet, transparencë dhe aftësitë profesionale.

50

Për sa i përket rrogës, Canal Uno zbaton legjislacionin kombëtar për pagesë të barabartë dhe kryen rishikime të rregullta dhe transparente të pagës. Ai përdor një shkallë transparente të rrogës dhe një sistem të brendshëm vlerësimi të pagës.<sup>51</sup>

Organizata bashkëpunon me organizata dhe agjentë të tjerë duke u ofruar një vend për shprehjen e çështjeve të barazisë gjinore.

## **Përvojat praktike për çështjet gjinore: faktorët kyç të suksesit dhe sfidat që hasen**

Promovimi i mundësiwe profesionale bazuar në objektivitetin, transparencën dhe kapacitetet profesionale dhe praktikat e përmendura më parë me ndjeshmëri gjinore mund të kenë kontribuar në rritjen pozitive të pjesëmarrjes së grave në fusha të veçanta siç ilustron në Tabelën 1.



49. I njëjtë

50. Burimi: Drejtoria e Burimeve Njerëzore, Canal Uno Ekuador

51. I njëjtë

**Tabela 1: Përfaqësimi i grave në fushat profesionale të Canal Uno: Ekuador në vitin 2006 dhe 2011<sup>52</sup>**

Përfaqësimi i grave sipas fushës profesionale	2006	2011
Personeli	31%	<b>42%</b>
Totali i prezantuesve të lajmeve	45%	<b>52%</b>
Prezantuesit e lajmeve: Politika dhe qeveria	30%	<b>45%</b>
Prezantuesit e lajmeve: Ekonomia	<b>50%</b>	<b>50%</b>
Prezantuesit e lajmeve: Krimi	<b>50%</b>	<b>50%</b>
Prezantuesit e lajmeve: Argëtimi	<b>67%</b>	<b>67%</b>
Poste ekzekutive	24%	<b>32%</b>
Poste redaktoriale: Televizion	32%	25%
Poste redaktoriale: Internet	<b>50%</b>	<b>50%</b>
Poste operative dhe produksioni	21%	<b>41%</b>
Gazetarë	41%	30%
Poste teknikësh	20%	11%
Poste administrative	48%	<b>49%</b>

Në veçanti, zbatimi i mekanizmave që synojnë arritjen e një ekuilibri midis jetës personale dhe profesionale, si orare fleksibël (edhe nëse praktikohen në mënyrë joformale), duket se kanë luajtur një rol të rëndësishëm në ruajtjen e pozicionit dhe promovimin e pjesëmarrjes së mëtijshme të grave në fusha të veçanta si administrata. Gratë e intervistuarat për poste administrative vunë re se një nga elementet kyç që ata synuan kur aplikuan për një vend pune apo për të ruajtur postin e tyre të tanishëm ishte "fakti që kishin një menaxher që mund të jetë i ndjeshëm ndaj nevojave të grave, si oraret fleksibël për t'u kujdesur për përgjegjësitë e familjes."

Për sa i përket atyre fushave, faktori kyç i suksesit për qëndrueshmërinë profesionale dhe

52. Burimi: Drejtorja e Burimeve Njerëzore, Canal Uno Ekuador

ekonomike të arritur nga gratë që mbajnë poste vendim-marrëse (nga pikëpamja menaxhuese) gjendet jo vetëm në aftësitë e përpjekjet e tyre profesionale dhe në mbështetjen e të gjithë personelit, por është gjithashtu për shkak se këto gra me shpirt iniciative i zbatojnë me guxim përgjegjësitë e tyre gjegjëse.

Gjithashtu është arritur përparim, sipas raportit, për sa i përket pagës në nivel drejtues dhe provat tregojnë se prirja në vitet 2006-2011 ishte drejt ekuilibrit, siç paraqitet në Tabelën 2 këtu më poshtë.

**Tabela 2: Paga mesatare e grave krahasuar me pagën e burrave për nivel posti në Canal Uno**<sup>53</sup>

Posti	Paga mesatare e grave krahasuar me pagën e burrave në vitin 2006	Paga mesatare e grave krahasuar me pagën e burrave në vitin 2011
Poste ekzekutive	67%	76%
Poste të menaxhimit të mesëm	93%	92%
Poste të tjera	110%	102%

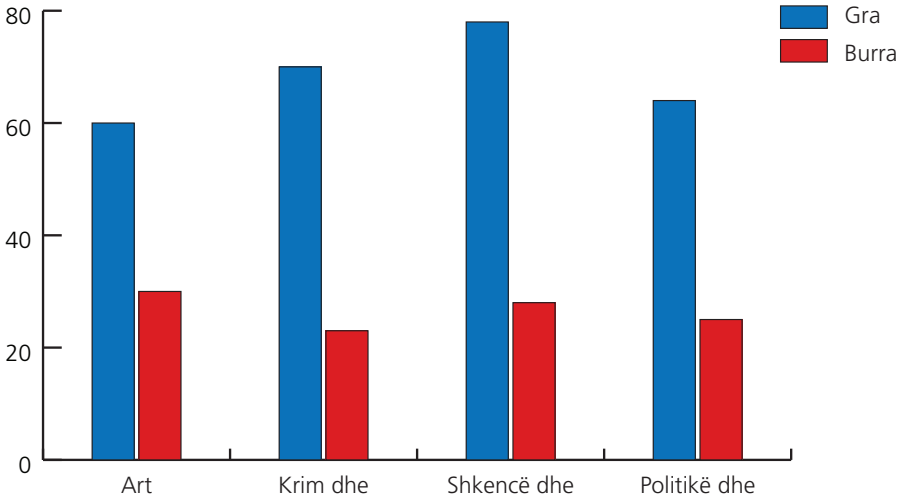
Me gjithë përparimin e bërë në fushat e përmendura më sipër, ende ekzistojnë disa sfida dhe gratë kanë frikë të marrin poste më të larta, për shembull poste drejtuese, ose kanë mungesë motivimi kur është puna për të punuar në fusha që "zakonisht u rezervohen" burrave, si poste teknike në siguri dhe logjistike. Me gjithë ekzistencën e mundësive profesionale dhe zbatimin e praktikave me ndjeshmëri gjinore, gratë janë ende të nën-përfaqësuar në këto fusha<sup>54</sup>.

Vazhdojnë të ekzistojnë gjithashtu sfida në paraqitjen e grave si subjekte të lajmeve (gratë paraqiten si subjekte të lajmeve vetëm në 27% të të gjitha lajmeve) dhe në mënyrë më specifike në disa fusha të caktuara intelektuale dhe shkencore (arte, shkencë, shëndet dhe politikë) provat ende flasin për një përqindje të ulët përfaqësimi siç tregohet në Grafikon 1.

53. Burimi: Drejtoria e Burimeve Njerëzore, Canal Uno Ekuador

54. Intervistë me Marcel Rivas, CEO Canal Uno: Ekuador

**Grafiku 1: Gratë dhe burrat si subjekte të lajmeve**<sup>55</sup>



## Plane të ardhme për barazinë gjinore

Zbatimi i praktikave joformale për ta përfshirë perspektivën gjinore në proceset e brendshme përbën një hap të parë operativ për organizatën. Qëllimi është që kjo perspektivë të përdoret dhe përsëritet në një nivel të jashtëm në bashkëpunim me agjencitë e reklamave dhe furnizuesit e organizatës.

Organizata po zhvillon tani një seri diskutimesh me personelin e saj për tema konkrete me qëllim që të plotësojë nevojat më të gjera të punonjësve dhe synon të zhvillojë programe për krijimin e kapaciteteve, veçanërisht në fushat e përmendura më sipër ku gratë mbeten ende të nën-përfaqësuara.

55. Burimi: Drejtorja e Burimeve Njerëzore, Canal Uno Ekuador

Canal Uno synon të vazhdojë punën për të gjetur zgjidhje të mëtejshme për të ndikuar pozitivisht mbi të gjitha format e diskriminimit kundër grave dhe t'u ofrojë grave dhe burrave një bazë solide të barabartë për zhvillimin e tyre profesional. Prandaj, një nga qëllimet afatshkurtra të organizatës, nga pikëpamja drejtuese, është që të bëhet pikë reference për sa i përket barazisë gjinore në fushën e medias.<sup>56</sup>



56. Intervistë me Marcel Rivas, CEO Canal Uno: Ekuador

## > Televisa: Meksikë

### Sfondi dhe politikat e praktikat kryesore të lidhura me gjininë

Televisa është një korporatë e madhe ndërkombëtare argëtimi e drejtuar nga presidenti dhe drejtori ekzekutiv Emilio Azcárraga Jean. Një përqindje e madhe e programeve të saj transmetohen në Shtetet e Bashkuara në Univision, me të cilin ka një kontratë ekskluzive. Organizata bëri hapat e saj të parë në vitin 1930 si një radio-stacion<sup>57</sup> dhe me kalimin e kohës u kthye në grupin më të rëndësishëm televiziv në botën spanjishtfolës<sup>58</sup>. Më 31 dhjetori 2010 Televisa kishte 24 739 punonjës.<sup>59</sup>

E frymëzuar nga parimi i përgjegjësisë sociale të korporatës, organizata është përfshirë në mënyrë aktive tre vitet e fundit në një seri programesh dhe nismash për barazinë gjinore. Së bashku me nëntë kompani të tjera meksikane ajo merr pjesë në një Grup Pune për 'Zhvillimin e grave në poste të nivelit të lartë' që në vitin 2009. E organizuar nga Shkolla e Biznesit IPADE (Instituto Panamericano de Alta Dirección de Empresa), objektivi kryesor i nismës është që të ofrojë një kuptim më të qartë të çështjeve me ndjeshmëri gjinore në këtë sektor.

Në kuadrin e këtij programi, organizata po kryen një seri intervistash me gra që mbajnë poste të larta administrative dhe me ato që punojnë drejtpërdrejtë në produksion dhe përmbajtje redaksionale me qëllim që të arrijë një qasje me përfshirjen e shumë palëve të interesuara dhe të zhvillojë politika që do të zbatohen sipas rekomandimeve të vendosura.<sup>60</sup>

Gjithashtu, përfaqësuesit e Departamentit të Burimeve Njerëzore të Televisa-s kanë marrë pjesë në konferenca dhe seminare të ndryshme ndërkombëtare për të shkëmbyer përvojat dhe për të zhvilluar mekanizma të tjera me ndjeshmëri gjinore në fusha të tjera të organizatës.<sup>61</sup>

Sipas dokumenteve zyrtare që përshkruajnë standardet që rregullojnë operacionet e Televisa-s, "marrëdhëniet njerëzore vlerësohen nëpërmjet trajtimit të respektueshëm, të barabartë dhe

57. Shih në: <http://www.televisa.com/inversionistas-ingles/166445/the-journey-of-media-and-advertising>

58. Shih në: <http://www.tedial.com/en/news/news-archive/98-televisa-bpm>

59. Shih në: <http://www.televisa.com/inversionistas-ingles/faq/160423/faq-english-televisa-investors/>

60. Burimi: Drejtoria e Burimeve Njerëzore, Televisa, Meksikë

61. Seminari "Çështje Biznesi: Fuqizimi ekonomik i graus" OECD, 2012 dhe vijimi i Ministerialit të OECD, maj 2012.

të drejtë të të gjithë pjesëtarëve të personelit. Në Televisa ne mbështetemi në respektin ndaj të tjerëve” dhe “njohje do të thotë të marrësh në konsideratë të gjitha meritat dhe sukseset e njerëzve që kontribuojnë në zhvillimin e Televisas, pa marrë parasysh postin, gjininë apo moshën e tyre”.<sup>62</sup>

Merita dhe sjellja profesionale janë parime udhërrëfyese në fushën e menaxhimit të burimeve njerëzore dhe shpjegojnë nga një perspektivë menaxhuese<sup>63</sup> arsyen kryesore pse nuk është shqyrtuar një sistem kuotash në favor të grave ose burrave.

Me gjithë mungesën e kuotave, kur vjen puna në përzgjedhjen e prezantuesve të programeve dhe lajmeve, organizata nxit një pjesëmarrje të shtuar të grave me eksperiencë dhe me iniciativë, me qëllim që të arrijë pikë-vështrime të ekuilibruara dhe një diversitet opinionesh dhe stilesh.

Sipas Departamentit të Burimeve Njerëzore, rritja e vetëdijes për hendeqet gjinore është një qasje kyç për të krijuar barazi: “Është e rëndësishme të kuptohen vështirësitë që provojnë gratë të cilat kombinojnë përgjegjësi të rëndësishme në shtëpi me ato në vendin e punës, veçanërisht në Meksikë ku nënat luajnë një rol të rëndësishëm brenda familjeve. Meqë ato janë baza e një shoqërie të qëndrueshme dhe të shëndetshme, është e domosdoshme për çdo kompani që të krijojnë mekanizma të cilat u bëjnë të mundur grave të vendosin një ekuilibër midis jetës personale dhe kënaqësisë profesionale.”<sup>64</sup>

Një praktikë e përgjithshme për shumë drejtues është që t’u ofrojnë punonjëseve të tyre femra orare dhe grafikë pune fleksibël, që u bëjnë të mundur atyre të vendosin një ekuilibër midis jetës personale dhe karrierës. Këto vendime u lihen në dorë drejtuesve në fjalë. Në mesin e ideve të tjera, organizata ka zhvilluar gjithashtu nisma të tilla si nënshkrimi i kontratave me qendra të kujdesit ditor dhe negociimi i niveleve të preferuara të pagave për gratë që punojnë në organizatë.

Gjithashtu, organizata i rezervon një platformë digjitale grave në faqen e saj kryesore të internetit. Seksioni Mujer (Gruaja) përfshin informacione që lidhen me aktivitetet e jetës së përditshme, si dhe një blog për të shkëmbyer mendime. Faqja e internetit i paraqet gratë si individë aktive, të angazhuara me mjedisin dhe të emancipuara nga ana seksuale, duke ofruar

62. Përkthyer nga spanjishtja. Shih në: <http://www.televisa.com/quienes>

63. Burimi: Drejtoria e Burimeve Njerëzore, Televisa, Meksikë

64. I njëjtë

fusha interesi, si stili i jetës, seksi, shëndeti, ekologjia, ushqimi dhe sporti. Megjithatë, nuk shqyrtohet asnjë informacion për aspektet profesionale.<sup>65</sup>

Për sa i përket krijimit të aftësive, Televisa u ofron, si burrave ashtu edhe grave, trajnime të posaçme në fusha që lidhen me detyrat e tyre gjegjëse, si seminare për sistemet e informatikës, të shkruarit dhe prezantimin e programeve, si dhe trajnime për aftësi menaxhimi dhe komunikimi.<sup>66</sup>

Drejtimesit e televizionit kanë lënë të kuptohet se tani po zhvillojnë politika të brendshme për arritjen e marrëveshjeve për orët e punës, shtëpi-zyrë dhe për punë fleksibël dhe me kohë të pjesshme që do t'i fuqizojnë gratë për ta ekuilibruar më me efikasitet jetën e tyre si profesioniste dhe si shtylla të familjeve të tyre.

### **Përvojat praktike për çështjet gjinore: faktorët kyç të suksesit dhe sfidat që hasen**

Siç mund të shihet në Grafikon 2 më poshtë, të dhënat që lidhen me kanalin e saj kryesor televiziv tregojnë se forcimi i pjesëmarrjes së grave në lajme, si prezantuese dhe analiste duket se ka kontribuar në arritjen e ekuilibrit gjinor.

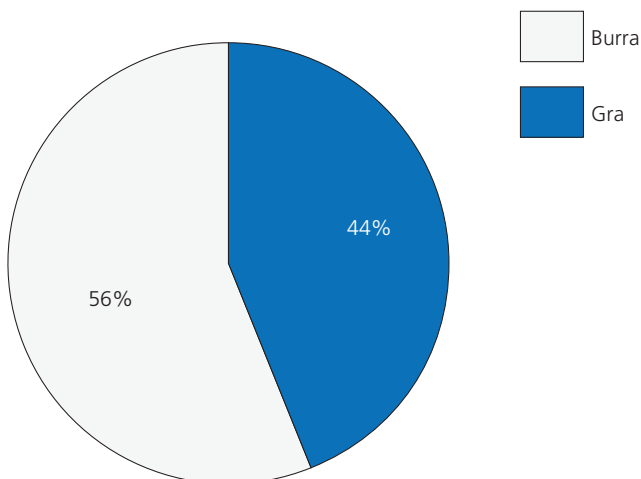
65. Shih informacionin në: <http://www2.esmas.com/mujer>

66. Shih informacionin në: <http://www2.esmas.com/mujer>



### Grafiku 3: Burimet e ndërprerjes së zhvillimit profesional të grave brenda organizatës<sup>67</sup>

#### PREZANTUES DHE ANALISTË LAJMESH



Organizata mbështetet gjithashtu tek gratë e suksesshme dhe me përvojë brenda strukturës drejtuese dhe redaksionale. Përveç ndikimit pozitiv që kanë aktivitetet me ndjeshmëri gjinore mbi jetët dhe karrierat e tyre, nga një perspektivë drejtuese ka edhe përfitime më të gjera për organizatën, sepse performanca e talentuar e grave në poste të nivelit të lartë vazhdon të çojë përpara ndryshimin.

Siç e shpreh një nga gratë e intervistuarat: “Këto gra kanë sukses në sajë të aftësive të tyre personale dhe performancës profesionale, si dhe të mbështetjes së organizatës në promovimin e zhvillimit profesional pavarësisht gjinisë. Karakteri i tyre dinamik dhe aftësitë e fuqishme komunikuese dhe negociuese sigurisht që kanë kontribuar në krijimin e kushteve të punës që u kanë bërë të mundur grave të ekuilibrojnë jetët e tyre personale me karrierat e tyre.”

67. Shih informacionin në: <http://www.televisa.com/programas/noticieros-y-analisis>

Një nga sfidat kryesore me të cilat përballen gratë, për sa i përket marrëveshjeve fleksibël të punës, është natyra subjektive e dialogut për këtë gjë. Vendimet në lidhje me dhënien e kushteve elastike të punës që vendosin një ekuilibër midis jetës personale dhe karrierës u lihen kryesisht në dorë drejtuesve në fjalë.<sup>68</sup>

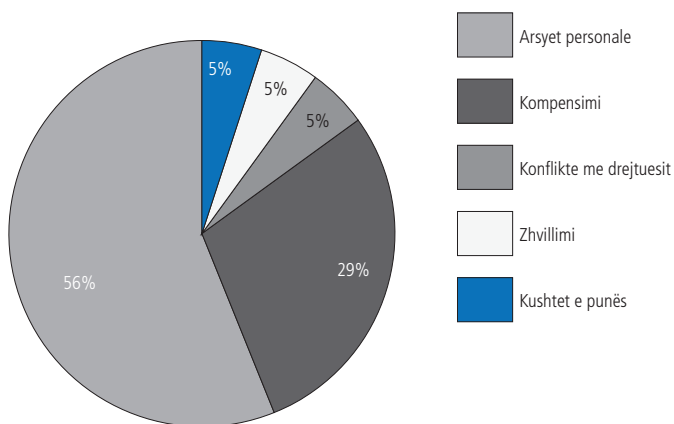
Një përfaqësues i lartë i organizatës vuri në dukje se: “Në kompaninë tonë ne e kuptojmë shumë qartë rëndësinë që kanë gratë tona. Ne kemi femra ikona, komunikuese, aktore dhe ekzekutive të mëdha që ofrojnë talentin e tyre të jashtëzakonshëm çdo ditë. Ato janë pjesë përbërëse e përpjekjeve tona për të ruajtur pozitën udhëheqëse që gëzon kompania jonë në të gjithë botën. Pyetja jonë e madhe është se çfarë mund të bëjmë që të vazhdojmë të tërheqim, mbajmë dhe zhvillojmë talente superiore femra?”

Për këtë qëllim, Televisa kreu një analizë për të përfutur një kuptim më të thellë të nevojave të grave që punojnë në organizatë dhe për të vlerësuar hapat e nevojshme që mund të marrë kompania për t’i përmbushur këto nevoja.

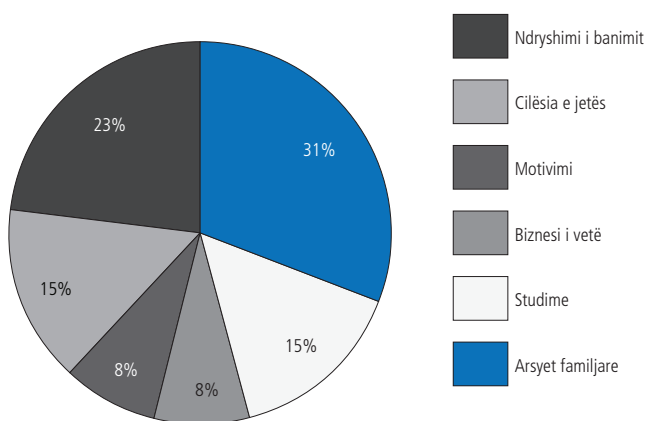
Sipas provave të paraqitura në Grafikon 3 më poshtë faktori kryesor që bën që gratë në fusha të ndryshme profesionale dhe në të gjitha nivelet të ndërpresin zhvillimin e tyre profesional brenda kompanisë janë “arsyet personale”. Një vështrim më i thellë në të dhënat e ndara për sa i përket arsyeve personale për largimin nga puna tregojnë se gratë përmendën “arsyet familjare” si problemin kryesor (Shihni Grafikon 4).

68. Burimi: Drejtoria e Burimeve Njerëzore, Televisa, Meksikë

**Grafiku 3: Burimet e ndërprerjes së zhvillimit profesional të grave brenda organizatës<sup>69</sup>**



**Grafiku 4: Burimet personale të ndërprerjes së zhvillimit profesional të grave brenda organizatës<sup>70</sup>**



69. Burimi: "Çështje Biznesi: Fuqizimi ekonomik i gruas", Enrique Peña, OECD (Paris, 2012)

70. I njëjtë

Gjithashtu, ndërsa është shënuar përparim në fusha specifike si ato që përshkruam më lart, do të duhet të bëhet shumë më shumë punë për të trajtuar hendeqet gjinore në të gjitha nivelet, si në nivelin ekzekutiv ku gratë nuk janë të përfaqësuara.<sup>71</sup>

### Plane të ardhme për barazinë gjinore

Televisa ka si qëllim të vazhdojë bashkëpunimin e saj me Shkollën e Biznesit IPADE për të zhvilluar strategji konkrete dhe politika të korporatës për çështjet gjinore që mund të ndihmojnë inter alia për të çrënjosur aspektin arbitrar të dialogut të tanishëm për këtë çështje dhe për të eksploruar më tej mundësinë (nga një perspektivë e shumë palëve të interesuara) e kthimit të disa politikave dhe praktikave në kërkesa ligjore.<sup>72</sup>

Organizata po punon tani për krijimin e një Zyre Gjinore që do të jetë e ngarkuar me zhvillimin, zbatimin dhe vlerësimin e nismave, politikave dhe praktikave me ndjeshmëri gjinore në bashkëpunim me ekspertët në këtë fushë.

### Konkluzione dhe rekomandime

Pa dyshim që sfidat që ngre zbatimi i strategjive të duhura për të trajtuar pabarazitë janë po aq komplekse sa edhe vetë koncepti i gjinisë. Gjinia përfshin aspekte dhe dimensione të ndryshme, prandaj është i nevojshëm kuptimi i psikologjisë njerëzore, marrëdhënieve ndër-personale dhe ndër-kulturore.

Duke theksuar lehtësinë e një perspektive holistike dhe shumë-disiplinore drejt një kuptimi dhe trajtimi më të gjithanshëm të çështjeve gjinore, elementi kyç në promovimin e barazisë gjinore është identifikimi i rolit që çdo individ – apo institucion – luan në ndërtimin e gjinisë. Në rastin e medias, kontributi i saj në përfshirjen e gjinisë është i pamohueshëm. Si dritarja dhe kanali kryesor i komunikimit për audiencën masive të kombit, organizatat e medias luajnë një rol themelor në shtypjen apo përjetësimin e stereotipave.

71. Shih informacionin në: <http://www.theofficialboard.es/organigrama/grupo-televisa>

72. Burimi: Drejtoria e Burimeve Njerëzore, Televisa, Meksikë

Me fjalë të tjera, roli i organizatave të medias presupozon dy grupe përgjegjësish: nga njëra anë, institucionale, ka sfida për zbatimin e mekanizmave për promovimin e barazisë në burimet njerëzore të organizatës; dhe, nga ana tjetër, e jashtme, një kontribut në ndërtimin e gjinisë nëpërmjet mesazheve dhe modeleve që transmeton tek audiencia masive.

Në rastin e Ekuadorit gratë janë ende të përfaqësuara në nivel të ulët në postet vendimmarrëse dhe teknike. Nga pikëpamja drejtuese, përfaqësimi i ulët i grave lidhet ngushtë me frikën që shfaqet për të marrë përgjegjësi të larta apo mungesën e motivimit për të punuar në fusha që zakonisht “i rezervohen” burrave. Praktikrat e rëndësishme që zbatohen për t’u ofruar grave dhe burrave kushte të barabarta për zhvillim profesional sigurisht që kanë kontribuar në ndryshime pozitive në fusha specifike; megjithatë, praktikrat e fuqizimit të grave që synojnë të forcojnë vetëbesimin (p.sh. krijimi i aftësive për gratë në fushat teknike që “zakonisht i rezervohen burrave”) mund të kontribuojnë në forcimin e pjesëmarrjes së grave në fushat ku pjesëmarrja e tyre është e ulët.

Kjo mund të thuhet gjithashtu edhe për rastin e Hondurasit ku paraqitja e grave si eksperte në fusha të tilla mund të ndihmojë për të trajtuar karakterin “ekskluzivisht mashkullor” të sektorëve të caktuar (p.sh. programet sportive) dhe në këtë mënyrë të kontribuojë tërthorazi për të ekuilibruar përqindjen e personelit mashkull dhe femër duke zgjeruar gamën e përzgjedhjes së temave nga një fazë e mëparshme; me fjalë të tjera mund të jetë më e pranueshme që gratë të konsiderojnë studimin e lëndëve teknike nëse këto nuk paraqiten si “ekskluzivisht mashkullore”.

Nevoja për zbatimin e praktikave të fuqizimit të grave me synimin për të përforcuar vetëbesimin mbështetet nga rasti meksikan ku faktori kryesor i suksesit pas përfaqësimit të grave në postet vendimmarrëse është “karakter i tyre nismëtar dhe dinamik dhe aftësitë e fuqishme të komunikimit dhe negocimit”. Kjo e fundit sigurisht që ka kontribuar në krijimin e kushteve të punës që u bëjnë të mundur grave të gjejnë ekuilibër midis jetëve të tyre personale dhe profesionale dhe të kapërcejnë sfidat që u nxjerrin përpara natyra subjektive dhe arbitrare e dialogut të tanishëm gjinor brenda organizatës (që tradicionalisht u lihet në dorë drejtorit apo përgjegjësit).

Në përvojën kiliane kuadri ligjor kombëtar çoi në një institucionalizim të gjinisë nëpërmjet politikave konkrete që kontribuuan në sensibilizimin për këtë çështje. Ai krijoi gjithashtu një klimë të favorshme për ndërtimin e gjinisë në një mënyrë më “të natyrshme” apo fluide. Përfaqësimi i grave në nivele vendimmarrëse në fushat kyç brenda organizatës së medias ka më shumë mundësi të jetë rezultat i kësaj dinamike rreth ndërtimit të barazisë gjinore si dhe një reflektim i dinamikave socio-ekonomike, politike e shoqërore që ekzistojnë në vend.

Tabela 3 dhe 4 (më poshtë) jep një përmbledhje të sfidave dhe mundësive me të cilat përballen organizatat e mediave të analizuara drejt promovimit të praktikave të barazisë më të madhe gjinore në vendin e punës.

**Tabela 3: Politikat dhe praktikat e lidhura me gjininë të organizatave të mediave në Amerikën Latine<sup>1</sup>**

Organizata	Politikat dhe praktikat me ndjeshmëri gjinore <sup>2</sup>
Canal Uno: Ekuador	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mundësi profesionale për gratë dhe burrat në bazë të objektivitetit, transparencës dhe aftësive profesionale</li> <li>Grup praktikash të barazisë së pagave, trajnimit për barazinë gjinore, promovimit të ekuilibrit midis jetës personale dhe profesionale, komunikimit përfshirës, shëndetit në punë dhe ngacimit seksual, si dhe bashkëpunimit për të ofruar platforma për diskutimin rreth çështjeve gjinore</li> </ul>
Televiscentro: Honduras	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mundësitë profesionale për gratë dhe burrat në bazë të aftësive profesionale, kualifikimeve dhe motivimit</li> </ul>
Televisa: Meksikë	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mundësitë profesionale për gratë dhe burrat në bazë të meritave dhe sukseseve</li> <li>Bashkëpunimi me institucionet për çështjet gjinore</li> <li>Nxitja e pjesëmarrjes së shtuar të grave me përvojë dhe iniciativë si prezantuese të programeve dhe lajmeve dhe si analiste</li> <li>Seanca trajnimit në fusha të përafërta me detyrat</li> <li>Praktika që i mundësojnë grave për të arritur ekuilibrin mes jetës personale dhe karrierës (p.sh. kontratë me kopshtet për fëmijë, ore fleksibël-arbitrare)</li> </ul>
TVN: Kili	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mundësi profesionale për të gjithë sektorët dhe grupet, si dhe kushte të barabarta të qasjes</li> <li>Grafikë e "Programit të Orientimeve" duke mbështetur parime dhe politika të veçanta gjinore</li> </ul>

1. Informacioni bazohet në dokumentet zyrtare dhe informatat e dhëna nga Departamenti i Burimeve Njerëzore përkatës i Organizatës Mediatike.

2. Praktikant janë përshkruar në dimensione të përgjithshme. Për praktika të veçanta që korrespondojnë me fusha të veçanta, ju lutem shihni studimin përkatës të rastit.

	Histori Suksesi	Sfida
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rritja e rëndësishme e pjesëmarrjes së grave në fusha të ndryshme udhëheqëse në shumicën e rasteve për përfaqësim të balancuar dhe në disa raste si në prezantimin e lajmeve, për mbipërfaqësim të grave</li> <li>Prirje drejt barazisë së pagave</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nënpërfaqësimi i grave në vendimmarrje dhe pozicione teknike</li> <li>Nën përfaqësimi i grave si subjekt i lajmeve, veçanërisht në fusha ku gratë paraqiten në nivel ekzekutiv</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ekulibër relativ në personel dhe në fusha të veçanta, të tilla si prezantimi i lajmeve dhe programeve</li> <li>Niveli i lartë i përfaqësimit të grave në prezantimin e lajmeve për tema të veçanta si fëmijët, ngjarjet shoqërore dhe argëtuese</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nënpërfaqësimi i grave në fusha të caktuara "të rezervuara nga shoqëria" për burrat, si prezantimi i programeve sportive</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Arritja e ekuilibrit relativ në prezantimin dhe analizën e lajmeve dhe programeve</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nënpërfaqësim në nivel ekzekutiv</li> <li>Natyrë subjektive e dialogut për gjininë</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>rritjen e pjesëmarrjes së grave në vitet e fundit</li> <li>Niveli i lartë i pjesëmarrjes së grave në fushat kyçe për zhvillimin gjinor në nivel vendimmarrje</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mungesë provash për pengesat lidhur me zbatimin e politikave ose praktikave gjinore. Megjithatë ka nënpërfaqësim të grave në personel</li> </ul>

***Tabela 4: Politikat e tërthorta të propozuara dhe praktikat për organizatat e mediave***

- Kontraktimi i një njësie të jashtme eksperte për auditim / vlerësim sistematik dhe periodik për çështje gjinore në fusha të ndryshme dhe në të gjitha nivelet brenda organizatës mediatike.
- Krijimi i një Byroje Gjinore të brendshme që vepron si pikë kontakti për personelin mbi çështjet gjinore: p.sh. juridike, sociale, etj.
- Ndhimesë emergjente: psh në strehim, ushqim, financë (kjo mund të jetë e nevojshme si pasojë e dhunës në familje, në mes tjerash).
- Disponueshmëri të mbështetjes së përhershme psikologjike (pasi mangësitë gjinore kanë burime të ndryshme, p.sh. familja, kjo mund të jetë e nevojshme si pasojë e dhunës në familje, në mes tjerash) kombinuar me trajnim profesional apo trajnim për fuqizimin e grave.
- Promovim të pranimit të këndvështrimit gjinor: p.sh. duke dhënë çmime për meritë për gratë, duke dhënë çmime për gratë dhe burrat për angazhim apo punë për çështjet gjinore.
- Programe bashkëpunimi me shkollat e mediave: p.sh. duke ofruar praktika për studentët e gazetarisë, bazuar në punët që promovojnë barazinë gjinore, duke ofruar praktika për gratë që studiojnë lëndët ku ato janë ende të nënpërfaqësuar brenda organizatës.

Bazuar në informacionin e dhënë nga këto histori suksesi dhe fushat me mundësi, praktika të tjera të tërthorta (këtu më poshtë) mund të aplikohen nga organizatat e medias - dhe institucionet e tjera në përgjithësi - në mënyrë që t'i ndihmojnë të konsolidojnë strategjitë e tyre për përfshirjen gjinore.

Udhërrëfyesi në vijim i përftuar nga studimi mund të jetë i dobishëm për të zbatuar një strategji konkrete për përfshirjen e politikave dhe praktikave gjinore në organizatat e medieve:

1. Emërtimin e një “ambasadori gjinor”, që do të thotë, një person brenda organizatës ose një mbikqyrës i jashtëm, me njohur për këndvështrimin gjithëpërfshirëse dhe shumëdisiplinore të gjinisë.
2. Ai / ajo do të jetë përgjegjës për identifikimin e aktorëve kryesorë ose “pikës së kontaktit” të çdo departamenti, në bashkëpunim me autoritetet kryesore të organizatës.
3. “Ambasadori” do të ofrojë një sesion trajnimi për pikat e kontaktit, në mënyrë që t'i sensibilizojë ata drejt koncepteve kryesore, aspekteve praktike dhe përfitimeve ekonomike të përfshirjes së këndvështrimit gjinor në punën e tyre.



4. Këto pika kontakti, në bashkërendim me “ambasadorin”, do të kryejnë një analizë ose auditimit të nevojave kryesore të fushave të tyre përkatëse dhe do t’i paraqesin “ambasadorit” komente të vazhdueshme dhe çështje problematike.
5. Në një proces dinamik me dy kahe, nga ana tjetër “ambasadori” do ta përmbledhë këtë informacion dhe do të kryej një analizë të brendshme të veçantë të situatës dhe nevojave të kohës.
6. Bazuar në këtë informacion, “ambasadori” do të hartojë politika dhe praktika të mira, të veçanta për organizatën mediatike. Një auditor i jashtëm mund të kontaktohet në këtë fazë në qoftë se ka nevojë për mbështetje të mëtejshme.
7. Të udhëhequr nga “ambasadori”, pikat e kontaktit do të fuqizohen drejtpërdrejtë dhe do jenë përgjegjës për zbatimin strategjik dhe institucionalizimin e një strategjie të përfshirjes gjinore në fushat e tyre përkatëse ose të departamenteve. Vëmendje e veçantë do t’i kushtohet psh për fushat apo veprimtaritë me nivel tradicionalisht më të ulët të pjesëmarrjes së femrave në organizatë (p.sh. përmes seminareve periodike apo trajnimeve për fuqizimin e grave).
8. Do të përcaktohet një afat kohor për vlerësimin e ndikimit të politikave të zbatuara nga “ambasadori” dhe pikat e kontaktit.
9. Pikat e kontaktit do të raportojnë mbi rezultatet e vlerësimit dhe do t’i paraqesin ato ose do t’i vënë në dispozicion të organizatës mediatike dhe do t’i ndajnë me institucione të tjera partnere.
10. Është e rëndësishme që Drejtori Ekzekutiv i organizatës mediatike apo Presidenti të përfshihen gjatë gjithë procesit, për të mbështetur barazinë gjinore nga një nivel sistematik dhe makro, për t’i dhënë këtij përparimi dukshmëri më të madhe.

## Përfshirja gjinore në media: Raste studimore nga afrika jugore

SABA

*(Shoqata e Transmetuesve të Afrikës Jugore)*

### Hyrje e përgjithshme

Shoqata e Transmetuesve të Afrikës Jugore (SABA), në bashkëpunim me Organizatën e Kombeve të Bashkuara për Arsimin, Shkencën dhe Kulturën (UNESCO), zhvilloi një studim vetë-vlerësues për katër transmetues të SADC, për të hulumtuar ndikimin e mundshëm të përfshirjes gjinore në programet, politikat dhe veprimet e Shoqatës së Transmetuesve të Afrikës Jugore (SABC), Korporatës së Transmetimeve të Namibisë (NBC), Shërbimeve Kombëtare të Transmetimit të Lesotos (LNBS) dhe Shërbimeve Transmetuese të Botsuanës (BSB).

Studimi vetë-vlerësues për përfshirjen gjinore u mundësua nga konsulenti nëpërmjet shpërdarjes së një pyetësoi, i cili u pasua nga intervista të hollësishme në institucione të ndryshme të transmetimit. Intervistat ndërmorën një qasje fokus grupi të ndërmmjetësuar nga konsulenti, për të mbledhur mendime, këndvështrime, përvoja dhe sfida në lidhje me përfshirjen gjinore.

Barometri i Protokollit të SADC (2011) tregon se femrat përbëjnë 61% të studentëve të mediave, por ka më shumë profesorë meshkuj për gazetarinë në Afrikën Jugore. Studimi i Glass Ceiling in Southern African Newsroom (2009) tregon se megjithëse femrat përbëjnë 41% të të gjithë punonjësve në media, ata janë ende një pakicë në pozitat drejtuese. Për më tepër, në bazë të studimit Gjinia dhe Media (GMBS), ka pasur një rritje të vogël 2% në burimet femërore në media në SADC, nga 17% në vitin 2003 në 19%. Ndërsa vende të tilla si Afrika e Jugut (20%), Namibia (20%) dhe Botsuana (20%) kanë mbetur në vend-numëro, vende më të vogla dhe me shoqëri më konservatore, të tilla si Lesoto (32%), kanë bërë përparim të dukshëm.

Afrika e Jugut dhe Namibia kanë politikat më të përparuara për të drejtat e njeriut dhe barazinë gjinore, me një mjedis të larmishëm dhe pluralist të medias. Të dy vendet punësojnë në media respektivisht 50% dhe 40% femra. SABC dhe NBC ndajnë të njëjtën histori politike

dhe si institucione shtetërore që veprojnë në shoqëri multi-kulturore, janë të detyruara të zbatojnë diskriminim pozitiv dhe t'i paraqesin raporte progresi vjetore Komisionit të Barazisë në Punësim. Megjithatë, këto raporte tregojnë se numri i femrave të punësuara në pozita drejtuese ende nuk është i barabartë me atë të homologëve të tyre meshkuj.

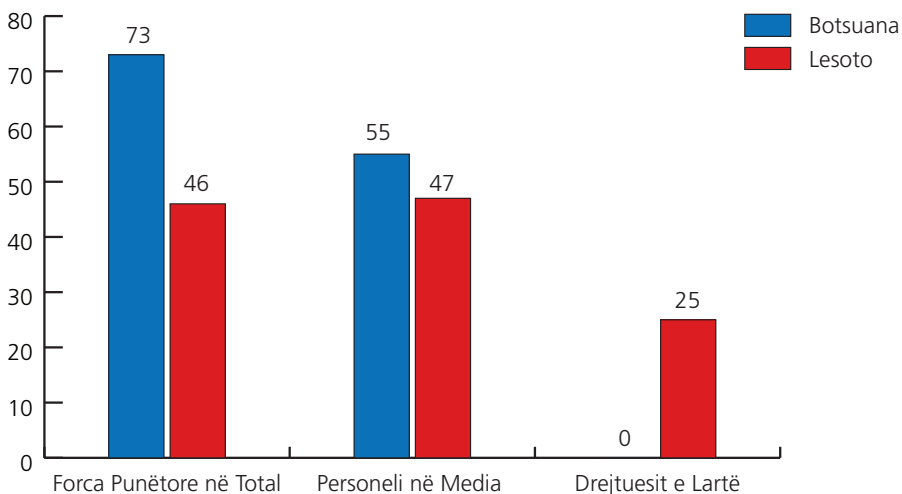
SABC ka përfaqësimin më të lartë të femrave (44%) ndër drejtuesit e lartë, ndërsa NBC ka vetëm 17% përfaqësim femra drejtuese. Si transmetuesi i vetëm në SADC me një femër Drejtore Ekzekutive Grupi, korporata SABC ka një plan progresiv trevjeçar punësimi të barabartë që promovon gra dhe persona me aftësi të kufizuara dhe më parë të disavantazuar. Përveç kësaj, buxheti i saj i përgjegjshëm gjinor luan një rol jetik në promovimin e politikave dhe praktikave për përfshirjen gjinore. Përfshirja gjinore është pjesë e performancës së menaxhimit të SABC, për të siguruar progres sistematik në fushën e barazisë gjinore. SABC ka ecur përpara në lidhje me përfshirjen gjinore, por duhet të punojë më shumë për të ngushtuar hendekun mes gjinive në nivel të lartë të drejtimit organizativ. Ai është vetëm një prej katër transmetuesve në SADC me një politikë gjinore dhe gëzon mbështetje të lartë nga drejtuesit e lartë dhe bordi. Kështu, zgjedhja dhe rekrutimi, mjedisi i punës, trajnimi dhe ngritja e kapaciteteve të grave janë të gjitha në përputhje me planet e SABC për të ndryshuar profilin e fuqisë punëtore në aspektin e gjinisë në të gjitha nivelet e punës, në mënyrë që të krijojë një tablo më të barabartë dhe përfaqësuese të shoqërisë së Afrikës Jugore.

Edhe pse NBC nuk ka një politikë gjinore, ajo është e detyruar të zbatojë dispozitat e Ligjit për Diskriminim Pozitiv të vitit 1998, të dorëzojë raporte vjetore mbi progresin në lidhje me fuqizimin e grave dhe të personave me aftësi të kufizuara dhe më parë të disavantazuar. NBC po kalon në një proces ristrukturimi, i cili ka ndikuar në përfaqësimin e femrave në drejtimin e lartë. Para këtij ristrukturimi, NBC kishte përfaqësim prej 50% femra në menaxhimin e lartë. Tashmë, vetëm 17% e pozitive të larta drejtuese janë të zëna nga femrat. Për më tepër, numri i grave në nivelin e drejtimit të mesëm është dukshëm më i ulët se ai i meshkujve. Kështu NBC ka nevojë për një politikë gjinore që do të siguronte një qasje më të balancuar në aspektin gjinor gjatë përzgjedhjes dhe rekrutimit të drejtuesve të lartë. Gjithësesi NBC ka një politikë ngacmimi seksual; si meshkujt ashtu dhe femrat trajtohen në mënyrë të barabartë; leja e lindjes është praktikë; nuk ka buxhet të veçantë për përfshirjen gjinore për shkak të mbështetjes minimale të bordit dhe drejtuesve të lartë.

Lesoto dhe Botsuana kanë kushtetuta shumë të efektshme dhe të respektuara që operojnë në shoqëri homogjene. Si LNBS ashtu edhe BSB janë departamente në ministritë e qeverisë. Shtatëdhjetë e tre për qind (73%) e punonjësve në industrinë e medias në Lesoto janë femra. Kjo është më e larta në rajonin e SADC, ndërsa Botsuana punëson 46% punëtore femra. LNBS nuk ka asnjë femër të vetme në drejtimin e lartë, ndëkohë që 55% e personelit të punësuar

janë femra. BSB ka përfaqësuar 25% femra në drejtimin e lartë, duke punësuar një total prej 47% të personelit femër.

### Personeli në Media i Lesotos dhe Botsuanës



Për shkak të mungesës së dispozitave të detyrueshme, të dy departamentet nuk kanë politika gjinore; nuk kryejnë asnjë trajnim gjinor, nuk e kanë të detyrueshme Diskriminimin Pozitiv dhe nuk kanë nevojë që të rekrutojnë në bazë të parimeve të DP. Kështu, në këto dy departamente (LNBC dhe BSB), numri i grave në drejtimin e mesëm dhe në nivelin mbikëqyrës është dukshëm më i ulët se ai i burrave. Prandaj, LNBS dhe BSB duhet të krijojnë më shumë ekuilibër në aspektin e gjinisë në nivelin më të lartë dhe të lartë të drejtimit.

SABC i ka tejkaluar të gjithë transmetuesit në SADC sepse ka përfaqësimin më të lartë të femrave në nivel të lartë, si dhe ka një Drejtore Ekzekutive femër. Politika e saj e përfshirjes gjinore përforcon idenë se gratë kontribuojnë në diversitet dhe se përfaqësimi i barabartë i grave në vendimmarrje rrit aftësinë e SABC për të shfrytëzuar plotësisht potencialin e të gjithë sektorëve të fuqisë punëtore. Modeli hierarkik i SABC duket më i parashikueshëm për rritjen në detyrë të femrave në krahasim me LNBS dhe BSB për shkak se ka një udhërrëfyes për ecjen

në drejtim të barazisë gjinore. NBC ka shprehur synimet e saj për të adaptuar praktikat e përfshirjes gjinore, por ende nuk i ka zbatuar ato.

Protokolli i SADC rekomandon që transmetuesit të përforcojnë zhvillimin dhe zbatimin e politikave të përfshirjes gjinore në të gjitha nivelet. Ky protokoll gjithashtu rekomandon ndarjen e një buxheti të përgjegjshëm gjinor për zbatimin e politikave të përfshirjes gjinore. Përveç kësaj, duhet të ketë mbështetje të plotë nga drejtuesit më të lartë dhe bordet për të krijuar një platformë për të ndarë informacione dhe ide në lidhje me përfshirjen gjinore dhe për të ndërtuar kapacitetet në këtë drejtim.

## PËRMBLEDHJE

Pjesëmarrja e grave në të gjitha nivelet e vendimmarrjes në industrinë e medias është e rëndësishme për përfshirjen gjinore dhe fuqizimin e grave. Në SADC është bërë progres, por më shumë duhet bërë për të rritur përfaqësimin e personelit femra të medias në bordet dhe nivelet drejtuese.

UNESCO dhe SABA ndërmorën një rishikim të përfshirjes gjinore në katër organizatat kombëtare të transmetimit të rajonit SADC. Ky rishikim është bërë me qëllim për të shqyrtuar përmes një studimi të vetë-vlerësimit shkallën e progresit për barazinë gjinore në të gjitha nivelet brenda strukturave organizative si pasojë e aplikimit të protokollit të SADC.

Anketa është kryer në Shoqatën e Transmetuesve të Afrikës Jugore (SABC), në Korporatën e Transmetimeve të Namibisë (NBC), Shërbimet Kombëtare të Transmetimit të Lesotos (LNBS) dhe Shërbimet Transmetuese të Botsuanës (BSB). Rezultatet nga ky studim do të përmirësojnë zhvillimin e politikave të përfshirjes gjinore dhe programeve.

Hulumtuesi, një ekspert i mediave me bazë në Namibi, ka qenë i ngarkuar me kryerjen e anketës për katër rastet studimore. Periudha ishte nga prilli deri në qershor 2012. Sondazhi i Vetë-Vlerësimit për Përfshirjen Gjinore (GMSA) u realizua përmes pyetësorëve, analizës mbi përmbajtjen e të dhënave dhe intervistave të hollësishme në transmetuesit e ndryshëm. Të dhënat e mbledhura kanë qenë kryesisht cilësore dhe për këtë arsye për analizat është shfrytëzuar statistika përshkruese.

## I. INFORMACION I PËRGJITHSHËM

Sipas raportit të Konferencës së Katërt Botërore për Gratë (Protokolli i Aleancës Gjinore të SADC, 2011: 23), "përfshirja e perspektivës gjinore është procesi i vlerësimit të ndikimit që ka tek gratë dhe burrat çdo veprim i planifikuar, duke përfshirë legjislativonin, politikat ose programet, në të gjitha fushat dhe në të gjitha nivelet. Kjo është një strategji që synon t'i bëjë shqetësimet dhe përvojat e grave, si dhe të burrave, një dimension përbërës të hartimit, zbatimit, monitorimit dhe vlerësimit të politikave dhe programeve në të gjitha sferat, politike,

ekonomike dhe shoqërore, në mënyrë që gratë dhe burrat të përfitojnë në mënyrë të barabartë dhe që pabarazia të mos përjetësohet. Qëllimi përfundimtar është arritja e barazisë gjinore. “

## a. Rrethanat

Rastet Studimore të Përfshirjes Gjinore në Afrikën e Jugut, Namibi, Lesoto dhe Botsuanë ishin porositur nga Shoqata e Transmetuesve të Afrikës Jugore (SABA), për të vlerësuar përfshirjen gjinore në këto katër transmetues, përkatësisht: SABC, NBC, LNBS dhe BSB. Qëllimi kryesor i këtij vlerësimi është:

- i. Të vlerësojë barazinë gjinore dhe fuqizimin e grave në politikat, programet dhe praktikatat në të katër organizatat.
- ii. Të hulumtojë strategjitë ekzistuese në të katër transmetuesit për të promovuar gratë në pozita drejtuese.
- iii. Të krahasojë dhe ballafaqojë katër organizatat e mediave për të kuptuar dallimin mbi nivelet e angazhimit për të mbështetur barazinë gjinore dhe përfshirjen.

## b. Teoria përkatëse

Ky studim është përgatitur nga këndvështrimi i teorisë së përfshirjes gjinore, një koncept i kontestuar në thelb dhe praktikë, sepse përfshin riformulimin, ristrukturimin dhe riemërtimin i një pjese të rëndësishme të feminizmit në epokën bashkëkohore. Kjo është edhe një formë e re e praktikës së politikave gjinore, por dhe një strategji e re gjinore për zhvillim teorie. Si një praktikë, përfshirja gjinore është një proces për të promovuar barazinë gjinore. Ajo synon gjithashtu të përmirësojë efektshmërinë e politikave kryesore duke bërë të dukshme natyrën gjinore të supozimeve, proceseve dhe rezultateve. Megjithatë, për përfshirjen gjinore ka shumë përkufizime të ndryshme, si dhe dallime të konsiderueshme në praktikë. Si një lloj teorie, përfshirja gjinore është një proces i rishikimit të koncepteve kyçe për të kuptuar në mënyrë më adekuate një botë që është gjinore, sesa i krijimit të një teorie separatiste gjinore. Përfshirja gjinore përmban shumë prej tensioneve dhe dilemave në teoritë feministe dhe praktikatat e dekadës së kaluar dhe na jep një fokus të ri për debatet se si të ecet përpara (Behning dhe Pascual 2001; Beveridge et al 2000; Mazey 2000; Verloo 2001; Walby 2001, Woodward 2003).

### c. Studime të mëparshme për përfshirjen gjinore në SADC

Një numër i madh i studimeve kërkimore për përfshirjen gjinore dhe tema të ngjashme në media janë bërë nga Gender Links, të tilla si Udhërrëfyesi drejtë Barazisë 2009 (Roadmap to Equality), Tavani i Qelqtë: Gratë dhe Burrat në Mediat e Afrikës Jugore 2009 (Glass Ceiling: Women and Men in Southern African Media), Gazeta e Diversitetit Gjinor dhe Mediatik (Gender and Media Diversity Journal), Drafti i Dytë i Protokollit të Studimit Bazë Gjinor të SADC 2011 (Second Draft SADC Gender Protocol Baseline Study), Diversiteti në Veprim 2006 (Diversity in Action) dhe Protokollit Gjinor të SADC 2010, 2011 dhe 2012. Bazuar në hulumtimin e përgjithshëm kryer deri në Barometrin e Protokollit Gjinor të fundit të SADC në vitin 2012, shumica e 15 vendeve të Afrikës Jugore nuk kanë mundur të arrijnë barazi 50/50 femër / mashkull të vendosur për vitin 2015, por me 12 zgjedhjet e mbetura, përfaqësimi mund të shkojë deri në 30%. Puna kërkimore tregon gjetje të ndryshme.

Në prill 2012 në Afrikën Jugore u bë histori kur Joyce Banda u zgjodh gruaja e parë Presidente e Malavit, si dhe kryetarja e parë e shtetit grua në SADC. Pastaj, ish-Ministria e Punëve të Brendshme të Afrikës së Jugut, Nkosozana Dlamini-Zuma, u bë kryetarja e parë grua e Komisionit të Bashkimit Afrikan. Kjo është me të vërtetë një fitore për gratë, por mbeten vetëm tre vite deri në vitin 2015. Vendet e SADC kanë bërë përpertime, por nevojitet të bëhet edhe më shumë. Për shembull, në "Afrikën e Jugut, tekta Ministria e Gruas hartonte një projektligj për Barazinë Gjinore që mbulon shumë dispozita kyçe të Protokollit të SADC për Gjininë dhe Zhvillim, një ligj për Pushtetin Tradicional që i jep kompetenca të gjera gjykatave zakonore, ka nxitur grupet e të drejtave të grave në protestë." (Protokollit për Gjininë dhe Zhvillim i SADC 2012: 8).

Hulumtimi tregon se pavarësisht nga arritjet e bëra gjatë këtyre viteve për përfshirjen gjinore, mbesin ende disa sfida:

- Qëndrimet patriarkale të meshkujve janë ende mbizotëruese dhe kjo është e dukshme në nivelet e larta të dhunës me bazë gjinore; stereotipet gjinore në media dhe shkolla. Strukturat vendimmarrëse kryesisht meshkullore në të gjitha nivelet dhe e drejta zakonore, kontrollojnë dispozitat kushtetuese, duke lënë pasojë në shumë vende.
- Ka një rënie të përfaqësimit të grave në nivel lokal dhe kombëtar në zgjedhjet e fundit në vendet e SADC. Lesoto kishte vetëm një rritje të vogël prej 1% në maj 2012 në nivel kombëtar dhe u ul nga 58% në nivel lokal në 49% në nëntor 2011. Në Namibi gjithashtu është ulur nga 30% në 26% për nivel kombëtar në vitin 2009.
- Ekonomia është kryesisht e dominuar nga meshkujt, ndërsa gratë ende nuk kanë qasje



në vendimmarrjen ekonomike (26%), tokë, kredi dhe në mënyra të tjera të prodhimit. Gratë janë kryesisht të varfër, pa prona dhe punojnë në informalitet.

- Femrat e reja janë më të prekurat nga HIV e SIDA dhe janë ato të cilat kujdesen për ata që janë të prekur nga kjo sëmundje.
- Është raportuar gjithashtu se ndërsa institucionet e mediave në përgjithësi kanë adaptuar diaspozita të dobta gjinore, numri i rregullatorëve që po zhvillojnë kode miqësore gjinore u rrit nga 6 në 7.
- Bazuar në Barometrin e fundit të SADC për Gjininë, është arritur progres tepër i vogël në arsim, shëndetësi dhe vendimmarrje ekonomike.

Studimi për përfshirjen gjinore në të katër transmetuesit është shumë i rëndësishëm si një nga hulumtimet e fundit që shqyrton ndikimin e përfshirjes gjinore për gratë dhe burrat në rajonin e SADC. Studimi tregon progresin dhe / ose mungën e tij në lidhje me ngjitjen e shkallëve ekonomike të suksesit të grave.

Pavarësisht nga disa studime të bëra për përfshirjen gjinore, shumë organizata mediatike ende nuk kanë politika gjinore. Ky studim ofron rekomandime të veçanta për këto organizata mediatike për të mundësuar projektimin, zbatimin, monitorimin dhe vlerësimin e politikave gjinore.

## II. PËRSHKRIMI I PROGRAMIT

### a. Historia dhe zhvillimi i përfshirjes gjinore në SADC

Konferenca e Katërt Botërore e Grave në Pekin, 1995, propozoi eliminimin e diskriminimit të grave përmes politikave, praktikave dhe veprimeve për përfshirje gjinore të qeverisë dhe institucioneve. Ajo ritheksoi se përfshirja gjinore ka rëndësi thelbësore për barazinë gjinore dhe se ajo ka ndikim pozitiv si tek gratë ashtu edhe tek burrat. Përfshirja gjinore kontribuon gjithashtu edhe në zhvillimin e qëndrueshëm të komuniteteve. Shumë vende të SADC-së kanë miratuar politika kombëtare dhe ndërkombëtare për të promovuar përfshirjen gjinore. Synimet e Mijëvjeçarit të Kombeve të Bashkuara u përqafuan edhe nga shumë vende anëmbanë botës. Ato parashikojnë masa për promovimin e barazisë gjinore. Në rajonin SADC, vendet anëtare miratuan Protokollin e SADC për Gjininë dhe Zhvillimin në gusht të vitit 2008 në Johaneshburg. Deri më sot, nëntë nga 15 vende e kanë ratifikuar protokollin gjinor dhe deri në vitin 2015 do të zbatohen të njëzet e tetë (28) treguesit gjinorë të tij. Përveç protokollit rajonal dhe traktateve të tjera ndërkombëtare, shumë vende në SADC kanë hartuar edhe politikatat e tyre për të promovuar përfshirjen e çështjeve gjinore në qeveri dhe organizata. Afrika e Jugut ka miratuar Ligjin e Barazisë Gjinore në vitin 2012, i cili mishëron shumë nga dispozitat e Protokollit Gjinor të SADC; Mozambiku e shpalli të paligjshëm diskriminimin ndaj homoseksualëve dhe lesbikeve në vendin e punës; kushtetutat e nëntë vendeve parashikojnë mbrojtjen e grave, ndërsa shtatë të tjera përmbajnë dispozita që lidhen me barazinë gjinore; po kështu janë bërë rishikime të kushtetutave në shtatë vende të SADC. Lesoto, Botsuana, Afrika e Jugut kanë guvernatore femra në Bankat Qendrore të tyre. Namibia ka ministre financash. Në përgjithësi, në SADC ka gjashtë zëvendës ministre financash (40%). Gjashtë nga pesëmbëdhjetë vendet e SADC u japin leje baballarëve me rastin e lindjes së një fëmije. Protokollin e SADC për Gjininë dhe Zhvillimit përdoret nga kompanitë private në Afrikën e Jugut për të krahasuar arritjet në fushën e përfshirjes gjinore. Lesoto ka numrin më të lartë të anëtarëve të këshillave bashkiak (49%) në SADC dhe numrin më të madh të nxënësve në shkollat fillore në rajon. Shumica e vendeve të SADC-së po punojnë për harmonizimin e prioriteteve të tyre kombëtare me dispozitat e përfshirjes gjinore në nivel rajonal dhe global.

## b. Misioni dhe qëllimi

Objektivi kryesor i Vetë Vlerësimit për Përfshirjen Gjinore (VVPJ) – në anglishte Gender Mainstreaming Self-Assessment (GMSA), ishte që të vlerësohte masën në të cilën politikat, programet, strategjitë dhe veprimet e SABC, NBC, LNBS, dhe të BBS janë të orientuara drejt barazisë gjinore dhe fuqizimit të grave.

Për të përcaktuar nivelin e këtij objektivi, vrotimi i vetë-vlerësimit përfshin një analizë që shqyrton masën në të cilën merrej parasysh fuqizimi gjinor në politikat e burimeve njerëzore, si për shembull në diskriminimin pozitiv, rekrutimin dhe zgjedhjen e punonjësve, trajnimet, ndërtimin e kapaciteteve, buxhetimin reagues gjinor, monitorimin dhe vlerësimin e përfshirjes gjinore dhe rezultateve të barazisë në të gjitha nivelet e punonjësve dhe në formulimin e rekomandimeve, sukseseve dhe mësimëve të nxjerra për përpelimin e përfshirjes gjinore.

## c. Parime dhe metoda

Vrotimi për Vetë-Vlerësimin e Përfshirjes Gjinore u lehtësua nga konsulentja përmes një pyetësori personal, ndjekur nga intervista të thelluara në institucione të ndryshme transmetuese. Intervistat përdorën qasjen e grupeve të fokusit dhe u moderuan nga konsulentja për të nxjerrë ide, këndvështrime, përvoja dhe sfida që lidhen me përfshirjen gjinore.

Ndër pjesëmarrësit ishin katërbëdhjetë drejtorë nga SABC, LNBS, NBC dhe BSB, që vinin nga departamentet e burimeve njerëzore, shërbimeve televizive, shërbimeve të mirëqenies, shërbimeve të radios, menaxhimit të politikave, mundësive të barabarta për punësimi dhe nga departamenti teknik.

U zhvillua një analizë paraprake kompjuterike e politikave më kryesore për strategjitë për përfshirjen gjinore në media në Afrikën Jugore dhe në katër institucione të mediave përpara se të zgjidheshin transmetuesit mbi bazën e kriterëve të mëposhtme:

- Rajon i ngjashëm gjeografik, SADC.
- Popullatë e ngjashme multi-kulturore (NBC/SABC), popullatë homogjene (LNBS/BSB)
- Sfondi politik/historik (ligj që parashikon detyrimin e diskriminimit pozitiv)
- Organizata shtetërore përkundrejt departamenteve ministeriale (LNBS/BSB).

- Ngjashmëria dhe Diversiteti: historia/sfondi politik.
- Shprehja e interesit për të marrë pjesë.

Pyetjet trajtonin ndikimin e përfshirjes gjinore në hartimin, zbatimin dhe politikat e programet e përgjithshme të transmetuesve me theksin mbi rekrutimin dhe përzgjedhjen, kushtet e punësimit, ndërtimin e kapaciteteve, fuqizimin e grave, monitorimin, vlerësimin dhe buxhetin, sfidat, sukseset, pritshmëritë dhe mësimet kryesore që janë përjetuar dhe mësuar.

### > **Vlerësimi i Shërbimit Transmetues Kombëtar të Lesotos (Lesotho National Broadcasting Services – LNBS)**

#### **Pak histori**

Lesoto është vend i pavarur që nga viti 1966 dhe ka kaluar një varg grushtesh shteti. Vendi është një mbretëri malore, pa dalje në det që rrethohet nga të gjitha anët nga Afrika e Jugut, me një popullatë prej 2.1 milion banorë. Lesotos nuk iu bë vlerësim nga Reporterët pa Kufi me qendër në Paris. Megjithatë, Kushtetuta e Lesotos e vitit 1993 garantonte në mënyrë të nënkuptuar lirinë e mediave: “Çdo person ka të drejtën dhe (përveç rasteve kur jep pëlqimin e vet) nuk do të pengohet në gëzimin e lirisë së shprehjes, përfshirë edhe të drejtën për të pasur opinione pa ndërhyrje, lirinë për të komunikuar ide dhe informacion pa ndërhyrje (qoftë komunikim publikut në përgjithësi apo çdo personi apo klase personash) dhe lirinë nga ndërhyrja në korrespondencën e tij (Ndërhyrjet e papërligjura, MISA, 2004: f. 34).

Lesoto është i ventim vend në SADC që nuk ka një gazetë të përditshme, por nxjerr tre gazeta të përjavshme me pronësi private: Public Eye, Lesotho Times dhe Sunday Express. Lesotho Today, një e përjavshme me pronësi dhe drejtim shtetëror, botohet në anglisht dhe në gjuhën sesotho. Ka tetë radiostacione komerciale dhe dy publike, Radio Lesotho dhe Ultimate Radio, ku kjo e fundit vepron mbi bazën e parimeve komerciale.

Nga dy kanalet televizive që ekzistojnë në vend, njëri është publik, Lesotho TV, që ka filluar

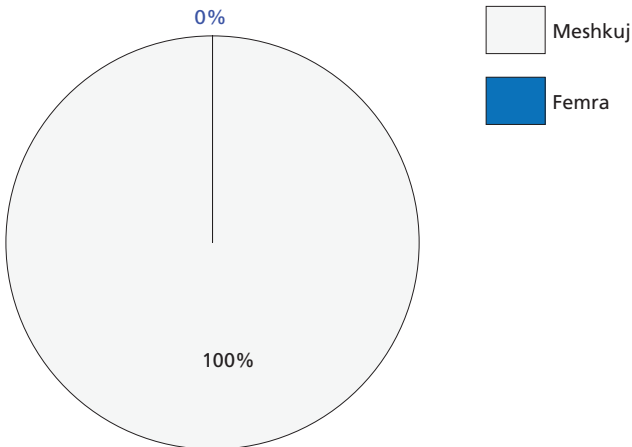
në vitin 1988 dhe tjetri është DSTV, një televizion me abonime që operohet nga Multi-Choice nga Afrika e Jugut.

LNBS e ka qendrën në Maseru, kryeqyteti i vendit, dhe është një departament qeveritar që varet nga Ministria e Informacionit, Komunikimit, Shkencës dhe Teknologjisë. Drejtori i Përgjithshëm i raporton Sekretarit të Përhershëm. Stafi përbëhet nga 174 punonjës me 79 (45%) meshkuj dhe 95 (55%) femra.

## Të dhënat e LNBS-së të ndara sipas gjinisë për nivelet më të larta, të larta, të mesme, përgjegjës dhe nën nivelin e përgjegjësve

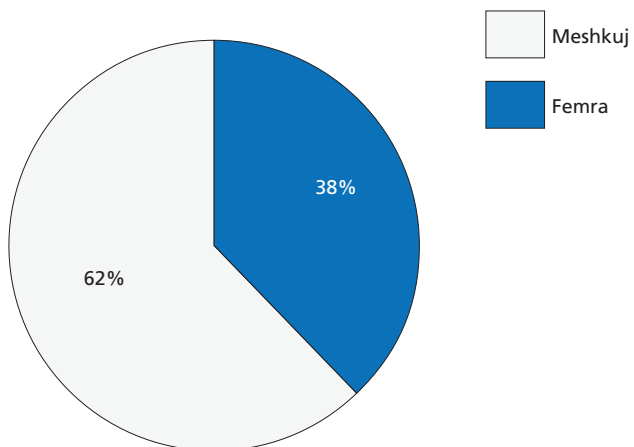
Struktura e punësimit të LNBS-së sipas gjinisë.

**Grafiku 11: Drejtuesit më të lartë**



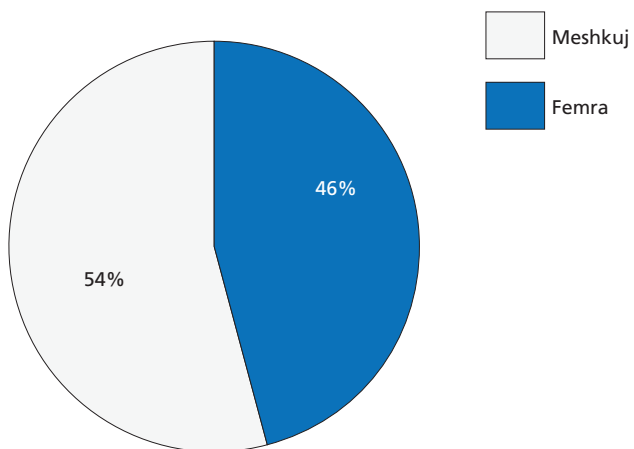
Drejtimesit më të lartë: 5 meshkuj (100%) 0 femra

**Grafiku 12: Drejtuesit e lartë**

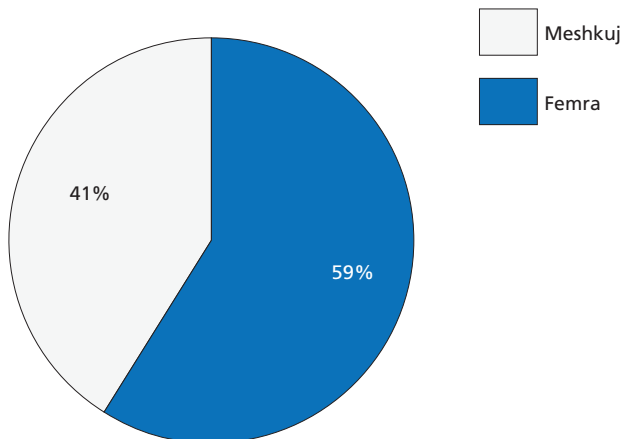


Drejtuesit e lartë: 8 meshkuj (62%) 5 femra (38%)

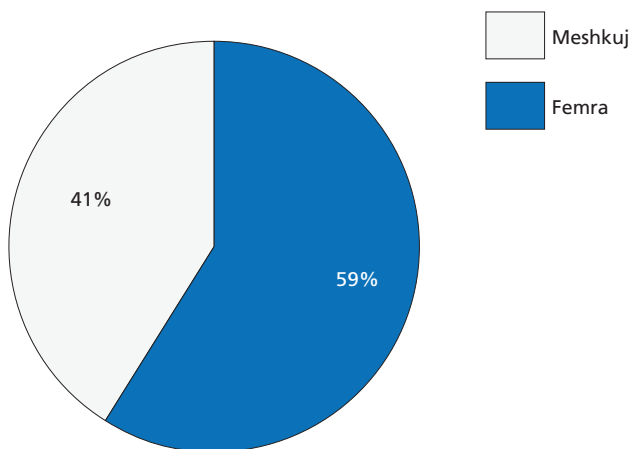
**Grafiku 13: Drejtuesit e mesëm**



Drejtuesit e mesëm: 7 meshkuj (54%) 6 femra (46%)

**Grafiku 14: Përgjegjësit**

Përgjegjës 25 meshkuj (41%) 36 femra (59%)

**Grafiku 15: Nën nivelin e përgjegjësve**

Niveli nën përgjegjësit përbëhet nga 34 meshkuj (41%) dhe 48 femra (59%)

LNBS nxjerr 80% të të ardhurave të veta nga qeveria dhe 20% nga reklamat dhe burime të tjera të ardhurash, dhe publiku nuk paguan taksë televizori. Veprimtaria e tij rregullohet nga Autoriteti i Komunikacionit i Lesotos i vitit 2000, i cili nuk parashikon politika të barazisë në punësim, por qytetarët mbrohen nga Kushtetuta.

Lesoto është një shoqëri homogjene dhe ka nënshkruar dhe ratifikuar Protokollin e SADC për Gjininë dhe Zhvillimin. Është interesante të vihet në dukje se Lesoto është i vetmi vend në SADC që i ka tejkuluar kërkesat e protokolleve të SADC-së për zgjedhjet në nivelin vendor, sepse kishte një përfaqësim të femrave me 58% në vitin 2005. Kjo ndodhi kur u fut diskriminimi pozitiv gjatë zgjedhjeve të organeve vendore të qeverisjes.

Aktualisht, përfaqësimi i gjinisë femërore në parlament është me 26%, në qeverisjen vendore është 49% (zgjedhjet e vitit 2011); dhe kabineti ka një përfaqësim femëror prej 39% (Aleanca e Protokollit Gjinator të SADC-së, 2011:58).

Gratë në Lesoto përbëjnë 73% të studentëve të medias dhe 67% të personelit femëror në institutet e arsimit të lartë. Gratë e punësuara në media përbëjnë 73% të punonjësve, në bordet e drejtorëve 47%, dhe në poste drejtuese 52% (Aleanca e Protokollit Gjinator të SADC-së, 2011:272). Lesoto është gjithashtu një nga tri vendet kryesore në rajonin SADC që ka numrin më të lartë të burimeve femërore të lajmeve (32%) në media që intervistohen për tema tradicionalisht të dominuara nga meshkujt, si politika, sporti dhe ekonomia (Aleanca e Protokollit Gjinator të SADC-së, 2011:255).

## Diskriminimi Pozitiv

LNBS nuk e ka detyrim të ketë Plane të Diskriminimit Pozitiv, por i përmbahet Kushtetutës së vendit dhe politikave të tjera kombëtare. "Lesoto do të miratojë politika që kanë për qëllim promovimin e një shoqërie të mbështetur tek barazia dhe drejtësia për të gjithë qytetarët, pavarësisht nga raca, ngjyra, gjinia, gjuha, opinioni politik apo i çfarëdo lloji tjetër, origjinës kombëtare apo shoqërore, pronave, lindjes apo çfarëdo statusi tjetër. Në veçanti, shteti do të marrë masat e duhura për të promovuar mundësi të barabarta për grupet e pa favorizuara në shoqëri për t'u mundësuar atyre të marrin pjesë plotësisht në të gjitha sferat e jetës publike". (Kushtetuta e Lesotos, Neni 26, faqe 29: [www.constitutionnet.org/files/Lesotho%PDF](http://www.constitutionnet.org/files/Lesotho%PDF))



## Rekrutimi dhe përzgjedhja

Ndonëse LNBS-ja mundëson shpalljen e vendeve të lira të punës, si drejtori ajo nuk është përgjegjëse për rekrutimin dhe përzgjedhjen e punonjësve në nivel drejtues, sepse kjo bëhet përmes Komisionit të Shërbimeve Publike. Ata intervistojnë vetëm punonjësit e niveleve të ulëta. “Departamenti i burimeve njerëzore në çdo ministri, departament apo agjenci, (a) do të bëjë që të gjitha vendet e lira të punës brenda ministrive, departamenteve ose agjencive të shpallen në mënyrë sa më efektive, efikase dhe të gjerë që është e mundur, përmes qarkoreve dhe mediave ekzistuese për të depërtuar tek i gjithë kontigjenti i aplikantëve potencialë’ përveç të emëruarve politikë dhe pozicioneve staturore” (Rregullorja e Shërbimit Publik, 2008, kapitulli II: faqe 5). LNBS nuk ka nisma specifike për nxitjen e grave që të ndërmarrin karriera në industrinë e mediave, megjithatë, numri i femrave që studiojnë në këtë fushë është rritur.

## Gjendja në vendin e punës

LNBS ofron tre muaj leje lindjeje me pagesë, si dhe dy orë pushim çdo ditë për ushqyerje me gji të foshnjës për tri muajt e parë pas lindjes, por nuk ofron leje atësie.

Nuk ka politika specifike që synojnë minimizimin e stereotipeve femërore, por udhëzimet e rregullta kushtetuese zbatohen në mënyrë efektive. Përveç kësaj, LNBS nuk ka ndonjë politikë të ngacmimit seksual, por kjo trajtohet në kushtetutë. Gratë kanë lirinë të zgjedhin punë tradicionalisht mashkullore, si operatore kamerash, fotografe dhe teknike, por shumica largohen për shkak të detyrimeve familjare dhe tradicionale.

## Zhvillimi i stafit

LNBS ofron mundësi të shumta për zhvillim profesional për punonjësit, por nuk ofron trajnime specifike për gratë. Nuk ka ndonjë program për zhvillimin e menaxhimit, i cili synon që t’i përgatisë femrat e kësaj drejtorie për poste drejtuese.

LNBS ka futur një kurs trajnimi plotësues diplome në media në bashkëpunim me Universitetin Kombëtar të Lesotos, për të ngritur nivelin e aftësive të punonjësve aktualë të mediave në fushën e transmetimeve. “Kriteret e zgjedhjes për trajnim dhe zhvillim të mëtejshëm: çdo zyrtar publik ka të drejtën për trajnim dhe zhvillim. (2) Pavarësisht nga nën-rregulla 1, në të

cilën merret vendimi për llojin e trajnimit dhe zhvillimit, punonjësi duhet të marrë parasysh si nevojat e punonjësit ashtu edhe ato të organizatës, por nevojat e organizatës kanë përparësi.” (Rregullorja e Shërbimit Publik, 2008, faqe 32).

### **Ngritjet në detyrë**

Të gjithë punonjësit ngrihen në detyrë përmes rekomandimeve nga përgjegjësit e tyre dhe miratohen nga Bashkimi i Shërbimit Publik. Nuk ekzistojnë kuota për gratë. “Ngritjet në detyrë brenda Sektorit Publik mbështeten në merita dhe, ndër të tjera, tek përvoja e duhur dhe relevante, performanca e vazhdueshme e mirë dhe sjellja e mirë, si dhe nga ekzistenca e vendeve të lira” (Rregullorja e Shërbimit Publik, 2008, faqe 13, Neni 31).

### **Monitorimi dhe vlerësimi**

Nuk ka ndonjë mekanizëm kontrolli për të monitoruar dhe vlerësuar përfshirjen gjinore, për shkak të mungesës së politikave të përfshirjes gjinore. Statistikat e punëdhënësve nuk janë të ndara sipas gjinisë/seksit dhe nuk është caktuar ndonjë buxhet për zbatimin e programeve të barazisë gjinore.

### **Sfidat**

- LNBS ka më shumë femra në departament, por ekipi i drejtuesve të lartë janë kryesisht meshkuj. Edhe po të kombinohen tri nivelet më të larta, përqindja që përftohet është vetëm 35% femra në një total prej 55% punonjësesh femra. Kjo tregon nevojën e ndërmarrjes së një përfshirjeje gjinore të duhur.
- Radio Ultimate drejtohet nga një burrë me nëntë vartëse femra. Në një moment të caktuar, shtatë nga këto zonja u larguan me leje lindjeje në të njëjtën kohë, duke krijuar probleme në ekzekutimin e veprimtarive të përditshme. Barazia gjinore duhet të jetë e balancuar në nivelet e duhura për të siguruar përfitimin maksimal për transmetuesin dhe punonjësit.
- Drejtuesit nuk kanë asnjë kontroll mbi rekrutimin dhe përzgjedhjen e punonjësve.

- Komunikimi ndërmjet seksioneve nuk është i zhvilluar mirë.
- Qenia me statusin e një drejtorie në një ministri qeveritare kufizon gamën e kompetencave të drejtuesve.
- Procedurat burokratike dhe kufizimet financiare bëjnë që vendet e lira të punës të mos plotësohen në kohë.
- Reporteret dhe tekniket e kamerave parapëlqejnë të bëjnë punë afër shtëpisë për shkak të detyrimeve familjare.

## Faktorët e suksesit

- LNBS ka pasur sukses në punësimin e më shumë femrave (55%) dhe mund të ndodhë që ato të ngrihen në detyrë.
- Mediat e Lesotos në përgjithësi intervistojnë më shumë burime femërore (32%) në rajonin SADC, edhe në fushat tematike që dominohen nga meshkujt, si politika, sportet, ekonomia.

## Mësimet e marra

Mësimet më të vlefshme që janë marrë është punësimi i shumicës së femra në mënyrë të anshme nuk kontribuon domosdoshmërisht për barazi gjinore, por mund të jetë edhe e dëmshme për kompaninë, siç shihet në Radio Ultimate ku shtatë femra ikën me leje lindjeje në të njëjtën kohë. Ekziston nevoja për politika të përfshirjes gjinore për t'i balancuar gjinitë siç duhet.

## Pritshmëri dhe mundësi

LNBS dëshiron të ketë një baraspeshim gjinore më të drejtë, ku femrat të mund të ngrihen në detyrë dhe të promovohen në nivelet më të larta të drejtorisë. LNBS dëshiron të ketë një politikë të përfshirjes gjinore dhe duhet të përdorë paga më konkurruese për të tërhequr profesionistët e duhur.

## > Vlerësimi i Shërbimeve Transmetuese të Botsuanës

### Pak histori

Botsuana është një nga ekonomitë më dinamike dhe me rritje më të shpejtë në Afrikë, që mbështetet nga një industri shumë fitimprurëse e nxjerrjes së diamanteve. Ajo ka një popullsi prej mbi 2 milion banorë dhe është një nga vendet më paqësore dhe më të qëndrueshme të Afrikës. Në vitin 2011, Reporterët pa Kufi e renditën Botsuanën në vendin e 42-të për sa u përket lirisë së mediave, një ngjitje prej 20 vendesh në rang botëror në krahasim me vitin 2011. Përveç kësaj, Botsuana është deklaruar si vendi më pak i korruptuar në Afrikë për 15 vitet e fundit.

Ka rreth 13 media shtypi komerciale të lajmeve në pronësi të bizneseve të ndryshme dhe një gazetë shtetërore, Daily News. Shërbimet Transmetuese të Botsuanës (BSB) përbëhen nga Radio Botsuana (MD) dhe Televizioni i Botsuanës (BTV). Radio Botsuana përbëhet nga dy radiostacione, RB1 dhe RB2. Kjo e fundit është radio e parë komerciale që nisi transmetimet në vitin 1992. BTV u hap në vitin 2000 dhe transmeton në gjuhën angleze dhe setsuane.

Shërbimet Transmetuese të Botsuanës (BSB) me seli në kryeqytetin Gaborone e marrin 80% të financimit nga qeveria dhe 20% nga reklamat dhe burime të tjera të ardhurash. Bordi i Transmetimeve Kombëtare (NNB) është rregullatori dhe deri më tani ka lëshuar licencat e radios për stacionet private Yarona FM, GAZ FM dhe Duma FM. Aktualisht i vetmi televizion tjetër i licencuar është eBotswana, i njohur fillimisht si Gaborone Broadcasting Corporation. Ajo e mori licencën e saj të transmetimit në vitin 2005. Televizionit satelitor të Afrikës së Jugut, Multichoice i është lejuar të transmetojë kanalet DSTV në Botsuana. Dy transmetuesve të tjerë televiziv, Munhumutape African Broadcasting Corporation (MABC) dhe Black Earth Communications (BEST TV) iu revokuan licencat 15 vjeçare, pasi nuk arritën të përmbushin kërkesat e përcaktuara.

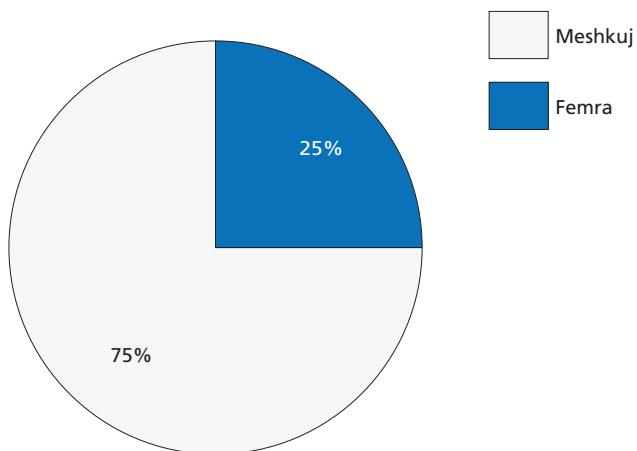
Nuk ka një bord drejtorësh siç është rasti i ndërmarrjeve shtetërore, por ka një bord promovimi që merret me promovime dhe emërimet. BSB nuk ka politikë diskriminimi pozitiv, megjithatë respekton kushtetutën për të siguruar të drejta të barabarta në vend.

Megjithatë BSB është nën Zyrën e Presidentit, Drejtori i raporton Sekretarit të Përhershëm. Peroneli i Shërbimeve Transmetuese të Botsuanës përbëhet nga 314 punonjës, nga të cilët 166 janë meshkuj (53%) dhe 148 femra (47%).

## Të dhënat e BSB-së të ndara sipas gjinisë për nivelet më të larta, të larta, të mesme, përgjegjës dhe nën nivelin e përgjegjësve

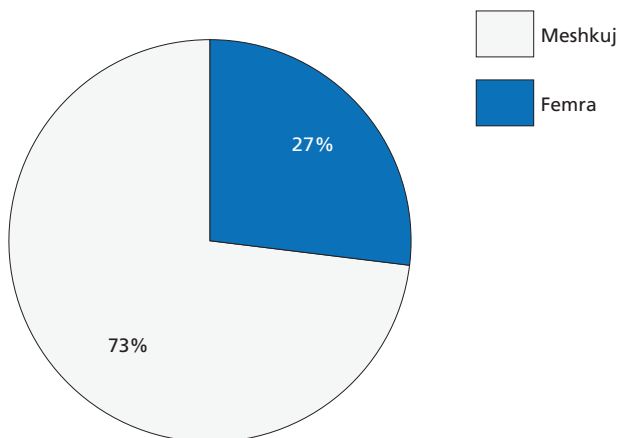
Struktura e punësimit të BSB-së ndahet si më poshtë:

**Grafiku 16: Drejtuesit më të lartë**



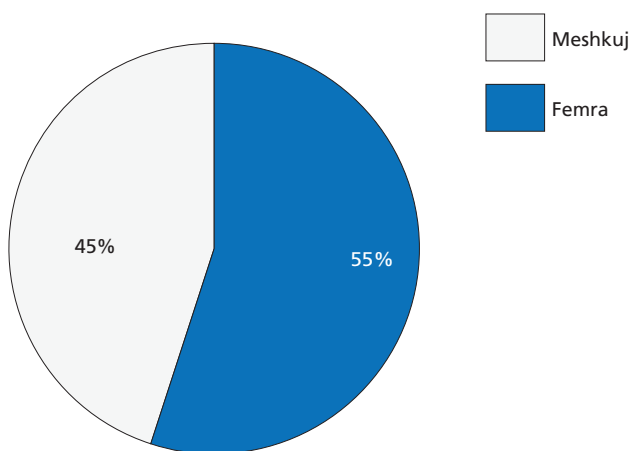
Drejtuesit më të lartë: 3 meshkuj (75%) 1 femër (25%)

**Grafiku 17: Drejtuesit e lartë**

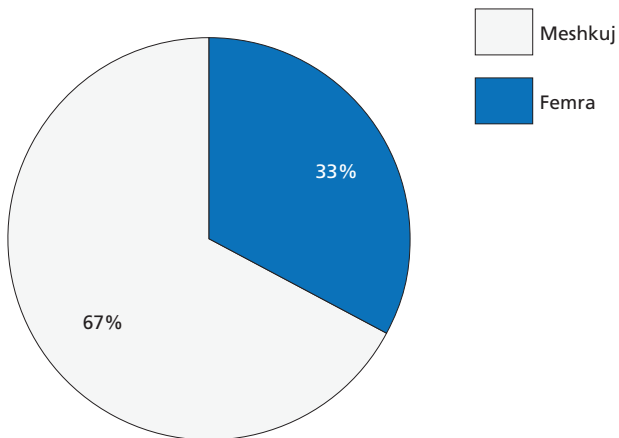


Drejtuesit e lartë: 8 meshkuj (73%) 3 femra (27%)

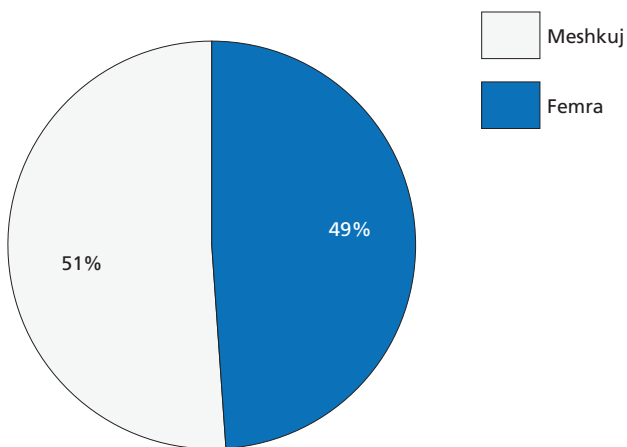
**Grafiku 18: Drejtuesit e mesëm**



Drejtuesit e mesëm: 24 meshkuj (45%) 29 femra (55%)

**Grafiku 19: Përgjegjësit**

Përgjegjës 26 meshkuj (67%) 13 femra (33%)

**Grafiku 20: Nën nivelin e përgjegjësve**

Niveli nën përgjegjësit përbëhet nga 105 meshkuj (51%) dhe 102 femra (49%)

Botsuana nuk e ka nënshkruar ende Protokollin e SADC për Gjininë dhe Zhvillimin dhe ka përfaqësimin e dytë më të ulët të femrave në parlament (8%), qeverisje lokale (19%); dhe qeveri (17%) në rajonin e SADC (Aleanca e Protokollit Gjinator të SADC, 2011: 272).

Në Botsuana, numri i studenteve femrave në gazetari është 54%, ndërsa ato të punësuara nga institucionet mediatike përbëjnë (37%) të fuqisë punëtore. Punonjëset femra në media përbëjnë (46%), në bordin e drejtorëve (24%), dhe menaxhim (37%) (Aleanca e Protokollit Gjinator të SADC, 2011: 131).

Media përdor 20% të burimeve femërore të lajmeve për tema tradicionalisht të dominuara nga meshkujt, si politika, ekonomia dhe sporti. Kjo është e ngjashme me Afrikën e Jugut dhe Namibinë, ndërsa Lesoto ka një nga më të lartat me 32% (Aleanca e Protokollit Gjinator të SADC, 2011: 271).

### **Diskriminimi Pozitiv**

BSB nuk ka Plane Diskriminimi Pozitiv pasi kjo nuk është e detyruar me ligj. BSB udhëhiqet nga kushtetuta e vendit dhe politika të tjera kombëtare që mbrojnë të drejtat e njeriut të qytetarëve.

### **Rekrutimi dhe përzgjedhja**

BSB është nën Zyrën e Presidentit, prandaj është një Departament dhe Komisioni i Shërbimit Publik është përgjegjës për punësimin e stafit drejtues në BSB, por vetëm intervistojnë punonjësit e nivelit më të ulët.

### **Gjendja në vendin e punës**

Ndërsa Kushtetuta e Botsuanës nuk ka asnjë dispozitë që ndalon diskriminimin me bazë gjinore, Kodi i Shërbimit Publik të Botsuanës numër 14 e vitit 2000 shton një seksion të ri (318) që e klasifikon ngacmimin seksual të një punonjësi publik nga një bashkë-punëtor apo nga një epror si sjellje të pahijshme (Kodi i Shërbimit Publik të Botsuanës 2010, Fq.11) .



Gratë janë të lira për të bërë punë tradicionalisht për meshkuj, të tilla si operatorë kamerash, fotografë, dhe teknikë. Përveç kësaj, BSB ofron tre muaj leje lindje me pagesë dhe të lejon tre muajt e ardhshëm dy orë pushim për dhënie gjiri, por jo leje atësore.

## Zhvillimi i stafit

BSB ka një plan zhvillimi për stafin që ofron trajnime të barabarta për të gjithë të punësuarit dhe gratë nuk bëjnë përjashtim.

## Ngritjet në detyrë

Menaxherët motivojnë dhe ia rekomandojnë punonjësit për ngritje në detyrë Bordit të Promovimit për miratim. Megjithatë, nuk ka sistem kuotash për gratë kur merren në konsideratë ngritjet në detyrë dhe / ose gjatë punësimit.

## Monitorimi dhe vlerësimi

BSB nuk ka ndonjë mekanizëm kontrolli për të monitoruar dhe vlerësuar përfshirjen gjinore, sepse ajo nuk ka politika për përfshirjen gjinore. Statistikat e punonjësve nuk janë të ndara sipas gjinisë dhe nuk shpërndahet buxhet për zbatimin e avancimit të barazisë gjinore.

## Sfidat

- Sfida kryesore në lidhje me përfshirjen gjinore në BSB është mungesa e një politike udhëzuese dhe mungesa e kuadrit ligjor për të zbatuar përfshirjen gjinore.
- Drejtuesit nuk janë përgjegjës për rekrutimin dhe përzgjedhjen e drejtorëve dhe nuk kanë asnjë kontroll.
- Ata sugjerojnë krijimin e platformave për të ndarë ide e të dhëna pasi kanalet e komunikimit nuk janë të zhvilluara mirë.

- Ata nuk takohen rregullisht dhe informacioni zakonisht shkon nga lartë poshtë.
- Të emëruarit politikë jo gjithmonë kanë njohuri për transmetimet.
- Burokracia dhe korrupsioni.

## Faktorët e suksesit

Përkundër faktit se BSB ka përfaqësim të ulët të femrave në dy nivelet drejtuese më të larta të organizatës, ajo ka një drejtuese të lartë grua në departamentin e inxhinierisë.

Ka më shumë femra (55%) në nivelin e mesëm drejtues që eventualisht mund të ngrihen në detyrë në nivel të lartë dhe më të lartë, nëse vihen në jetë procese të qarta të përfshirjes gjinore.

## Mësimet e marra

Mësimi më i vlefshëm që ka mësuar BSB në lidhje me përfshirjen gjinore është se pa një politikë të përfshirjes gjinore dhe kuadër ligjor përkatës, barazia gjinore nuk mund të zbatohet sistematikisht nga drejtuesit. Politikat janë të nevojshme për të krijuar qëndrueshmëri, drejtësi dhe uniformitet në të gjithë organizatën.

## Pritshmëri dhe mundësi

Drejtuesit mendojnë se në qoftë se do të zbatoheshin politikat e përfshirjes gjinore, atëherë ata do të dinin se çfarë pritet prej tyre. Nëse do të prezantoheshin platforma më të mira komunikimi, idetë do të mund të ndaheshin në mesin e të punësuarve.

### III. PËRMBLEDHJE E GJETJEVE PËR PËRFSHIRJEN GJINORE NË TRANSMETUESIT E SADC

Përmbledhja e gjetjeve pasqyron disponueshmërinë e dispozitave të mëposhtme për të garantuar barazinë gjinore: diskriminimi pozitiv, rekrutimi dhe seleksionimi, gjendja në vendin e punës, zhvillimi i stafit dhe ngritja në detyrë. Në të gjithashtu përmenden sfidat aktuale dhe faktorët e suksesit për secilin subjekt transmetues.

SABC					
Diskriminimi Pozitiv	Rekrutimi dhe përzgjedhja	Gjendja në vendin e punës	Zhvillimi i stafit	Ngritjet në detyrë	Monitorimi dhe vlerësimi
Po	Po	Po	Po	Po	Po

NBC					
Diskriminimi Pozitiv	Rekrutimi dhe përzgjedhja	Gjendja në vendin e punës	Zhvillimi i stafit	Ngritjet në detyrë	Monitorimi dhe vlerësimi
Po	Jo	Po	Jo	Jo	Jo

Sfidat	Faktorët e suksesit
<ul style="list-style-type: none"> <li>Sfida kryesore që ka SABC është joshja e femrave profesioniste nga transmetuesit privatë, të tilla si E-TV që ofron shpërblime më të larta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>SABC është transmetuesi i parë në SADC me një CEO femër;</li> <li>Drejtori i Përgjithshëm i Financave është femër; Forumi i Barazisë në Punë dhe Komitetet përmirësojnë përfshirjen gjinore;</li> <li>Komiteti Teknik i Grave po përshpejton punësimin e grave në profesionet e dominuara nga meshkujt;</li> <li>SABC ka politikë dhe buxhet për përfshirjen gjinore</li> </ul>

Sfidat	Faktorët e suksesit
<ul style="list-style-type: none"> <li>Nuk ka objektiva të veçanta organizative për përfshirjen gjinore;</li> <li>Nuk ka buxhet për trajnime ose aktivitete gjinore;</li> <li>Nuk ka politika gjinore në vendin e punës;</li> <li>Nuk ka mbështetje të drejtuesve të lartë për persona të kontaktit gjinor dhe propozimet e tyre;</li> <li>Nuk ka trajnim të rregullt gjinor për personelin.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Emërimi i personave të kontaktit gjinor në nivel të lartë;</li> <li>Raporti vjetor AA;</li> <li>Rishikimi vjetor i politikave të burimeve njerëzore duke përfshirë edhe lejen e lindjes, ngacmimin seksual dhe rekrutimin.</li> </ul>

LNBC					
Diskriminimi Pozitiv	Rekrutimi dhe përzgjedhja	Gjendja në vendin e punës	Zhvillimi i stafit	Ngritjet në detyrë	Monitorimi dhe vlerësimi
Jo	Jo	Jo	Jo	Jo	Jo

Sfidat	Faktorët e suksesit
<ul style="list-style-type: none"> <li>• LNBS ka më shumë femra në departament, por zyrtarët e lartë janë kryesisht meshkuj. Edhe nëse kombinohen tre nivelet e zyrtarëve të lartë, arrihet 35% përfaqësim, në një personel ku gratë janë 55% e punëtorëve. Kjo tregon nevojën për përfshirjen e duhur gjinore;</li> <li>• Radio Ultimate drejtohet nga një mashkull dhe nëntë vartëse femra. Në një moment, shtatë zonja nisin lejen e lindjes në të njëjtën kohë duke krijuar probleme në zhvillimin e aktiviteteve të përditshme. Barazia gjinore duhet të jetë e balancuar në nivele të duhura për të siguruar përfitim maksimal për transmetuesit dhe punonjësit;</li> <li>• Drejtuesit nuk kanë kontroll mbi rekrutimin dhe përzgjedhjen e punonjësve;</li> <li>• Komunikimi midis drejtorive nuk është i ndërtuar mirë;</li> <li>• Të qenurit departament në një ministri të qeverisë i kufizon kompetencat dhe pushtetin e drejtuesve;</li> <li>• Pengesat burokratike dhe kufizimet financiare shkaktojnë mos plotësimin në kohë të vendeve të lira;</li> <li>• Gazetaret femra dhe tekniket e kamerave preferojnë të punojnë pranë shtëpisë për shkak të detyrimeve tradicionale në familje.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• LNBS ka arritur të punësojë më shumë femra (55%) dhe ato mund të rriten në detyrë;</li> <li>• Përgjithësisht mediat e Lesotos intervistojnë më shumë femra (32%) në rajonin SADC në lidhje me tema të dominuara nga meshkujt, si politika, sporti dhe ekonomia.</li> </ul>

BSB					
Diskriminimi Pozitiv	Rekrutimi dhe përzgjedhja	Gjendja në vendin e punës	Zhvillimi i stafit	Ngritjet në detyrë	Monitorimi dhe vlerësimi
Jo	Jo	Jo	Jo	Jo	Jo

## IV. PËRFUNDIME

### Diskriminimi Pozitiv

Afrika e Jugut dhe Namibia dallohen në rajon si vendet me politikat më të përparuara për të drejtat e njeriut dhe barazinë gjinore. Ato renditen në mesin e 50 vendeve me praktikatat më të mira të lirisë së medias. Të dyja gëzojnë një shumëllojshmëri pluraliste të medias që punëson 50% dhe 40% respektivisht të femrave profesioniste të mediave në vendet e tyre. Të dyja ndajnë të njëjtën histori politike dhe NBC e SABC janë ente shtetërore që operojnë në shoqëri multi-kulturore. Të dyjave i kërkohet nga ligji për të bërë plane të diskriminimit pozitiv dhe i raportojnë çdo vit Komisionit të Barazisë në Punë. Të dyja kanë pasur qarkullim të lartë të Drejtorit të Përgjithshëm gjatë viteve të fundit. Megjithatë, nëse shikojmë përbërjen e stafit të tyre drejtues, realiteti është krejt ndryshe.

Sfidat	Faktorët e suksesit
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sfida kryesore në lidhje me përfshirjen gjinore në BSB është mungesa e një politike udhëzuese dhe mungesa e kuadrit ligjor për të zbatuar përfshirjen gjinore.</li> <li>• Drejtuesit nuk janë përgjegjës për rekrutimin dhe përzgjedhjen e drejtorëve dhe nuk kanë asnjë kontroll.</li> <li>• Ata sugjerojnë krijimin e platformave për të ndarë ide e informata pasi kanalet e komunikimit nuk janë të zhvilluara mirë.</li> <li>• Ata nuk takohen rregullisht dhe informacioni zakonisht shkon nga lartë poshtë.</li> <li>• Të emëruarit politikë jo gjithmonë kanë njohuri për transmetimet.</li> <li>• Burokracia dhe korrupsioni.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Përkundër faktit se BSB ka përfaqësim të ulët të femrave në dy nivelet drejtuese më të larta të organizatës, ajo ka një drejtuese të lartë grua në departamentin e inxhinierisë.</li> <li>• Ka më shumë femra (55%) në nivelin e mesëm drejtues që eventualisht mund të ngrihen në detyrë në nivel të lartë dhe më të lartë, nëse vihen në jetë procese të qarta të përfshirjes gjinore</li> </ul>

SABC është transmetuesi i vetëm në rajon me një Drejtuese Ekzekutive Grupi femër që menaxhon një staf drejtuesish të lartë prej 44% femra, ndërkohë që NBC ka 17%. 36% e drejtuesve të lartë e përbëjnë gratë, ndërsa NBC ka 57%. Në SABC 41% e drejtuesve të mesëm përbëhet nga femra dhe 32% në NBC. Po të mbledhim të tre nivelet e drejtimit, femrat në SABC përfaqësojnë 40% të forcës së punëtore dhe në NBC 32%. NBC aktualisht është duke kaluar nëpër një proces ristrukturimi dhe vitin e kaluar përfaqësimi i femrave në drejtuesit e lartë u reduktua nga 50% në 17%. Meqë ristrukturimi është ende në vazhdim e sipër, ky mund të jetë edhe shpjegimi për rezultatin 57% në nivel të lartë të drejtimit.

Një tjetër ndryshim është se bordi drejtues i SABC dhe drejtuesit më të lartë mbështesin plotësisht dhe i japin përparësi përfshirjes gjinore në programet dhe politikat e saj, ndërsa në NBC nuk ndodh kështu. SABC ka një buxhet të përgjegjshëm gjinor dhe fuqizimi i grave është përfshirë si pjesë e sistemit të menaxhimit të performancës. Bordi SABC miratoi një Plan



Barazie Punësimi tre-vjeçare, ndërsa NBC nuk e ka bërë ende këtë. NBC në anën tjetër ka adaptuar një Plan Diskriminimi Pozitiv, madje ka edhe një politikë gjinore që pret miratimin e bordit drejtues. Personat Gjinorë të kontaktit në NBC gëzojnë mbështetje minimale dhe nuk ekzistojnë programe zhvillimore për gratë. Disa nivele drejtuese në SABC ende kanë nevojë për të arritur barazinë gjinore, por ka përpjekje të dukshme në shumicën e niveleve për të ngushtuar hendekun mes gjinive. SABC ka parametra të mirë sepse status quo-ja e saj është në harmoni me të pasurit e një politike sistematike dhe të organizuar përfshirje gjinore. NBC nuk ka parametra të mirë sepse i mungojnë shumë sisteme që do të krijonin një mjedis të favorshëm për barazi gjinore. Edhe pse është i detyruar nga ligji për Diskriminim Pozitiv për të përbushur disa objektiva të caktuara dhe ka gjithashtu një politikë gjinore në pritje e sipër, zbatimi lë shumë për të dëshiruar. NBC ka pasur 228 meshkuj dhe 144 femra të punësuar në vitin 2009. Sipas Planit tre-vjeçare të Diskriminimit Pozitiv të NBC synohej të punësoheshin edhe 53 punonjëse femra dhe 22 punonjës meshkuj në periudhën financiare 2010/2011. Megjithatë ajo arriti të punësonte vetëm 20 femra, duke mos përbushur objektivin e saj me 33 gra; por ia arriti të punësonte 22 burra, duke tejkaluar objektivin e saj (Raporti i NBC për Diskriminim Pozitiv 2008/2009).

Lesoto dhe Botsuana janë gjithashtu vende paqësore, me kushtetuta shumë të efektshme dhe të respektuara. Të dyja kanë shoqëri homogjene dhe si LNBS ashtu edhe BSB janë departamente në ministrinë e qeverisë. Botsuana, ashtu si Namibia dhe Afrika e Jugut, renditet në 50 vendet më të larta në nivel global me praktikat më të mira të lirisë së medias. Ndërsa Lesoto nuk është e renditur nga Gazetarët pa Kufi; gazetarët e tyre raportojnë lirisht dhe pa kërcënime e frikësime. Industria e medias në Lesoto ka përqindjen më të lartë (73%) të punësimit të grave në SADC, ndërsa industria e medias në Botsuanë punëson 46%, gjithashtu më e lartë se mesatarja rajonale e SADC. Por të dhënat tregojnë se ka dallime të vogla në përbërjen e stafit të tyre drejtues.

LNBS është vetëm një nga katër transmetues që nuk kanë një femër të vetme në drejtimin më të lartë. Ajo është 100% meshkuj, ndërsa përfaqësimi i femrave në BSB është 25%. Në drejtimin e lartë LNBS përbëhet nga 38% femra, ndërsa BSB ka 27%. BSB ka përfaqësim të mirë në drejtimin e mesëm me 55% femra dhe LNBS ka 46%. LNBS dhe BSB kanë një përfaqësim shumë të ulët të grave në nivelin e parë dhe të dytë, por të dyja janë më mirë në nivelin e mesëm të drejtimit. Është e rëndësishme që gratë të jenë të përfaqësuara mirë në nivelet e vendimmarrjes, sidomos në nivelet më të larta të çdo organizate.

Të dhënat tregojnë se për të arritur barazi gjinore është me rëndësi jetike hartimi i kornizave ligjore, të tilla si politikat gjinore që integrojnë të gjitha programet, proceset dhe veprimet e organizatave. Dhe sigurohuni që ato të zbatohen si duhet. Situata në LNBS tregon qartë se në

vendin me punësimin më të lartë të femrave në media, me numrin më të lartë të studenteve femra në institucion mediatike terciare, me burimet femërore më të larta të lajmeve për lajme të vështira, të punësimin më të shumtë të femrave në LNBS, është e papranueshme të kesh përfaqësim zero në nivelin e drejtimit më të lartë dhe vetëm 38% në nivelin e lartë të drejtimit. Lesoto demonstroi vullnet politik kur vendosi diskriminim pozitiv gjatë zgjedhjeve vendore, duke sjellë rezultatin rekord 58% për femrat ligjvënëse. Ata e kanë arritur këtë pavarësisht një përpjekje të dështuar për t'i kërkuar Gjykatës së Lartë ndalimin e kësaj nisme. Për këtë arsye, LNBS mund të zbatojë një politikë të përfshirjes dhe një shpërndarje më të balancuar të femrave në të gjitha nivelet. Punësimi i shumë femrave në një departament mund të jetë e dëmshme për funksionimin e punës, siç është demonstruar me shtatë gratë që morën leje lindje në të njëjtën kohë. NBC po bënë hapa prapa në fushën e barazisë gjinore dhe ka nevojë për mbështetjen e bordit për të zbatuar në mënyrë efektive nismat gjinore. BSB duhet të shikojë nivelin më të lartë drejtues dhe në nivelin e lartë drejtues pasi zbatimi i barazisë gjinore është i çrregullt. SABC ka bërë punë të mirë në formulimin e politikave, por ka nevojë për të përmirësuar drejtimin e saj të lartë. Megjithatë, ka një prirje sistematike dhe të parashikueshme në zbatimin e barazisë gjinore në të gjitha nivelet në SABC.

## Rekrutimi dhe përzgjedhja

SABC ka një politikë rekrutimi dhe përzgjedhje që është në harmoni me barazinë gjinore dhe përfshirjen gjinore. Komisionet e intervistave kanë balancim gjinor dhe buxheti i përgjegjshëm gjinor i SABC i shërben rekrutimit të femrave. NBC përdor komisione intervistimi të balancuara gjinore, por si në rastin e BSB dhe LNBS nuk ka buxhet dhe nuk ekziston një politikë gjinore që synon në mënyrë specifike të promovojë rritjen në detyrë të grave në vendin e punës. Prandaj, organika e SABC pasqyron një përpjekje sistematike dhe të vazhdueshme në balancimin e punëtorëve meshkuj dhe femra në shumicën e niveleve.

Komisioni i Barazisë në Punësim përcakton kritere të veçanta ku femrat me potencial mund të përgatiten për pozita më të larta në vendin e punës. Nëpërmjet Planeve të Diskriminimit Pozitiv të NBC-së, në tre vitet e fundit u synua punësimi i më shumë femrave në organizatë, por kjo nuk u zbatua siç parashikohej. Arsyeja mund të ketë qenë situata e paqëndrueshme që mbizotëronte në lidhje me menaxhimin, si dhe kufizimet financiare. LNBS dhe BSB janë departamente dhe rekrutimi dhe përzgjedhja e drejtuesve bëhet përmes Komisioneve të tyre të Shërbimit Publik. Në SABC përfshirja gjinore është pjesë e vlerësimit të punës së drejtuesit, prandaj rekrutimi dhe përzgjedhja e një fuqie punëtoresh të kualifikuara, të larmishme dhe me balancim gjinor është e dobishme për drejtuesit.

## Situata në vendin e punës

Mjedisi në vendin e punës në SABC është mjaft i favorshëm për punonjëset femra për shkak të politikave që zbatohen, të tilla si politika bujare e lejes së lindjes, fushata për ngacmim seksual dhe gratë që promovohen në bazë të meritave dhe në përputhje me udhëzimet e vendosura nga komisioni i barazisë në punësim. Në NBC situata është gjithashtu e ngjashme, përveç se leja e lindjes është tre muaj dhe politika gjinore nuk është miratuar ende. Në BSB dhe LNBS mjedisi është i mirë, me mbrojtje të ngjashme në bazë të ligjit dhe një shtesë prej dy orësh jashtë pune për dhënie gjiri për tre muajt në vijim të lejes së lindjes.

Në NBC dhe SABC, të dhënat ndahen sipas gjinisë për të siguruar monitorimin e duhur dhe vlerësimin e status quo së femrave. Është gjithashtu e lehtë për të marrë informacion për partnerët e zhvillimit për të bërë propozime të mira kur kanë të bëjnë me përfshirjen gjinore. Kjo nuk ndodh në LNBS dhe BSB dhe për këtë arsye për të marrë informacion merr kohë. Për një politikë gjinore adekuate, është e nevojshme që informacion të jetë gati e në dispozicion.

SABC ka një buxhet të përgjegjshëm gjinor për të siguruar realizimin efektiv të barazisë gjinore në vendin e punës. NBC, LNBS dhe BSB nuk kanë buxhete specifike për përfshirjen gjinore dhe për këtë arsye është e vështirë për të realizuar ndonjë projekt në këtë drejtim.

SABC ka zbatuar politika dhe praktika për të punuar drejt një mënyre efektive të përfshirjes gjinore dhe gjithashtu për të vendosur një shembull të mirë për pjesën tjetër të transmetuesve në SADC. Megjithatë, ka ende shumë për të bërë për të ngushtuar hendekun mes statusit të meshkujve dhe femrave brenda organizatës.

NBC është i detyruar me ligj për zbatimin e diskriminimit pozitiv dhe ka në miratim e sipër një politikë gjinore dhe kështu mund ta përmirësojë atë. LNBS ka të punësuar në shumicë femra dhe mund të përmirësojë çështjen e ngritjes në detyrë ose promovimin e tyre në nivele më të larta në kuadër të departamenteve. BSB nuk ka një situatë pozitive në nivelin drejtues më të lartë dhe të lartë, por me 55% femrat në nivelin drejtues të mesëm, mund t'i promovojë eventualisht në nivelet e larta drejtuese.

## Trajnimi dhe zhvillimi personelit

SABC ka prioritet zhvillimin dhe trajnimin e stafit përmes Planeve të Zhvillimit Personal (PPD) dhe programit të bazuar GIBB nga të cilat përfitojnë shumica e stafit. Programi Gratë-në-

Teknologji shërben i një rrugë e shpejtë për të shkëlqyer në fusha të dominuara tradicionalisht nga meshkujt. Me që zhvillimi i kapaciteteve është një tregues i rëndësishëm për përfshirjen gjinore të suksesshme, bordi drejtues i SABC ka miratuar një buxhet gjinor të përgjegjshëm për të realizuar qëllimet e trajnimit dhe nisma të tjera për përfshirje gjinore.

NBC, LNBS, dhe BSB nuk kanë programe të posaçme trajnimi për gratë, por i lejojnë gratë për të studiuar, kur është mundësia përmes programeve të sponsorizimit ose nëpërmjet ndërmarrjeve të përbashkëta me institucionet e tjera.

### **Promovimi**

Promovimet e personelit në SABC janë bërë përmes listë së shkurtër të kandidatëve të kualifikuar apo atyre me potencial për të zënë pozita të larta. Kjo është bërë duke përdorur kriteret e diskriminimit pozitiv në mënyrë që të jetë e drejtë për të gjithë të punësuarit. SABC ruan të njëjtat standarde të përcaktuara nga politikat e saj për të promovuar kandidatët e kualifikuar. NBC, LNBS dhe BSB nuk i japin përparësi të veçantë promovimit të grave të kualifikuara me potencial për shkak të mungesës së politikave të tilla. Për këtë arsye, të tre kanë përfaqësim të ulët në menaxhimin e lartë dhe përqendrim më të lartë të punëtoreve femra në nivele më të ulëta drejtimi.

### **Monitorimi dhe Vlerësimi**

Drejtuiesit e lartë të SABC krijuan forume dhe komitete të përfshirjes gjinor për të siguruar që informacioni dhe idetë të përhapeshin nëpër departamente dhe pastaj në të gjithë organizatën deri në provinca. Objektivat e diskriminimit pozitiv monitorohen dhe vlerësohen në mënyrë efektive si pjesë e performancës së përgjithshme të drejtuesve dhe punonjësve përkatës. Prandaj, përfshirja gjinore matet dhe drejtuesit shpërblehen në përputhje me objektivat e përcaktuara dhe të arritura. Nxitja për arritjen e barazisë gjinore është një mënyrë efektive për të siguruar që sistemi të mbështesë femrat në organizatë. Kjo nuk ndodh në NBC, LNBS dhe BSB, për shkak se nuk e kanë të detyruar për ta bërë këtë. Megjithatë, NBC është i detyruar të dorëzojë raporte të diskriminimit pozitiv çdo vit. Monitorimi dhe vlerësimi është një komponent kyç në matjen e drejtimit dhe që përfshirja gjinore të zbatohet, duhet të monitorohet dhe vlerësohet në mënyrë efektive.

## V.REKOMANDIMEKRYESOREBËRËNGATRANSMETUESIT

SABC					
Diskriminimi Pozitiv	Rekrutimi dhe përzgjedhja	Gjendja në vendin e punës	Zhvillimi i stafit	Ngritjet në detyrë	Monitorimi dhe vlerësimi
Po	Po	Po	Po	Po	Po
Do të rishqyrtojë strukturën e nivelit të lartë për të përfshirë më shumë femra në këtë nivel					

NBC					
Diskriminimi Pozitiv	Rekrutimi dhe përzgjedhja	Gjendja në vendin e punës	Zhvillimi i stafit	Ngritjet në detyrë	Monitorimi dhe vlerësimi
Zbatim më i mirë i Diskriminimit Pozitiv.	NBC mund të përdorë më shumë nisma për të inkurajuar më shumë gra për të filluar karrierë në sektorin e medias.	Shmangni ristrukturimin e vazhdueshëm të drejtuesve të lartë pasi vonon zbatimin e politikave ekzistuese.	Drejtuesit duhet të sigurojnë miratimin e propozimit të paraqitur në këtë drejtim.	Krijoni një kuotë për promovimin e grave në të gjitha nivelet e organizatës.	Akordoni një buxhet të veçantë për përfshirjen gjinore.

LNBS					
Diskriminimi Pozitiv	Rekrutimi dhe përzgjedhja	Gjendja në vendin e punës	Zhvillimi i stafit	Ngritjet në detyrë	Monitorimi dhe vlerësimi
Përfshirja gjinore është urgjentisht e nevojshme në lidhje me të gjitha këto fusha. Por, meqë LNBS është aktualisht e drejtuar nga qeveria, ajo duhet të transformohet në një transmetues publik, për të lehtësuar planifikimin e brendshëm dhe zbatimin e përfshirjes gjinore në të gjitha nivelet.					

BSB					
Diskriminimi Pozitiv	Rekrutimi dhe përzgjedhja	Gjendja në vendin e punës	Zhvillimi i stafit	Ngritjet në detyrë	Monitorimi dhe vlerësimi
Botsuana duhet të nxitet për të nënshkruar Protokollin e SADC për Gjininë dhe Zhvillimin në mënyrë që të sigurojë përfshirjen gjinore në të gjitha fushat e mësipërme.					

Transmetuesit kombëtare që marrin pjesë në Vetë-Vlerësimin për Përfshirjen Gjinore kanë bërë disa rekomandime kyçe për të rritur dhe për të përmirësuar strategjinë e përfshirjes gjinore të organizatave. Transmetuesit e pranojnë se politikat gjinore dhe / ose politikat e diskriminimit pozitiv janë të rëndësishme në sigurimin e barazisë gjinore dhe përfshirjes gjinore. Prandaj, ata rekomandojnë që institucionet e tyre të zhvillojnë një dokument të vetëm gjithëpërfshirës të politikës së përfshirjes gjinore për zbatimin efektiv të programeve të përfshirjes gjinore në të gjitha nivelet. Kur ajo është sistematike dhe e organizuar, gratë e kanë më të lehtë që të ngjisin shkallët e karrierës së korporatave nga pozicionet e palëvizshme në nivelet e ulëta të rezervuara për to. Femrat japin një kontribut të rëndësishëm në vlerat e diversitetit, kulturë e përvojë dhe kështu përfaqësimi i barabartë i grave në vendimmarrje do të rrisë aftësitë e subjekteve transmetuese për të shfrytëzuar plotësisht potencialin e grave në të gjitha nivelet.

Një buxhet i përgjegjshëm gjinor duhet të ndahet për nismat që kanë të bëjnë me zbatimin e përfshirjes gjinore dhe fuqizimit të grave. Qëllimi është për të aktivizuar burimet që mund të përmirësojnë performancën e integritimit gjinor dhe ndihmojnë në transformimin efektiv të transmetuesve.

Mbështetja nga bordet drejtuese, ministrinë përgjegjëse dhe drejtuesit e lartë është me rëndësi jetike për zbatimin e përfshirjes gjinore. Përfshirja gjinor duhet të mbështetet, si një strategji efektive për të siguruar barazinë gjinore brenda organizatës dhe kjo mund të bëhet vetëm me mbështetjen e duhur nga autoritetet më të larta.

Transmetuesit duhet të krijojnë platforma brenda organizatës ku informacioni dhe idetë të mund të ndahen në mënyrën më të mirë për të zbatuar strategjitë për përfshirje gjinore. Është shumë e rëndësishme që njohuritë mbi përfshirjen gjinore të promovohen në të gjitha nivelet e institucionit. Një strategji duhet të zhvillohet për të siguruar që njohuritë e fituara të zbatohet në mënyrë efektive nga drejtuesit dhe stafi. Këto platforma mund të realizohet përmes krijimit

të forumeve dhe të komisioneve në të gjitha nivelet që merren me përfshirjen gjinore. Kjo strategji siguron që të gjitha nivelet e organizatës të jenë të mbuluara dhe përfshirja gjinore të zbatohet në mënyrë efektive.

Trajnimi dhe ngritja e kapaciteteve të drejtuesve dhe personelit me theks në fuqizimin e grave është e rëndësishme, siç është dhe trajnimi për rëndësinë e përfshirjes gjinore. Kjo do të mundësojë krijimin e një situate të përfshirjes dhe pronësisë së këtij koncepti. Për më tepër, transmetuesit duhet të iniciojnë programe që inkurajojnë gratë të punësohen në industrinë e medias dhe në veçanti në fushatat e mbizotëruara nga meshkujt brenda industrisë.

Përfshirja gjinore duhet të jetë evident në hartimin dhe zbatimin e programeve dhe politikave të çdo organizate. Prandaj, ajo duhet të jetë pjesë e sistemeve të performancës së drejtuesve, në mënyrë që drejtuesit të mbajnë përgjegjësi për objektivat e përcaktuara. Përfshirja gjinore duhet të vlerësohet, matet dhe shpërblehet. Përveç kësaj, organizata duhet të krijojë programe në faqen e internetit, radios dhe televizionit për të promovuar konceptin e përfshirjes gjinore.

Stafi duhet të trajnohet për të përpiluar dhe përdorur të dhëna të ndara sipas gjinisë, me qëllim hartimin e dokumenteve të duhura që do të përfshijnë strategjitë për përfshirje gjinore.

