



Udhëzues praktik për gazetarët

© Rrjeti i Fuqizimit të Gruas në Shqipëri, AWEN dhe UN Women.

Botuar nga: Rrjeti i Fuqizimit të Gruas në Shqipëri, AWEN

Adresa: Rruga "Vaso Pasha", Ap.16, Kati 1/4, Tiranë

Website: www.awenetwork.org

Autore: Elira Çanga
Aleksandra Bogdani

Arti grafik: Armando Tanasica



Ky Udhëzues praktik realizohet nga AWEN, në kuadër të projektit "Investo te Gratë: Përshejto Progresin drejt Barazisë Gjinore në Shqipëri," projekt i zbatuar nga UN Women me mbështetje financiare nga Qeveria e Mbretërisë së Bashkuar.

Mendimet dhe opinionet e shprehura në botim nuk reflektojnë domosdoshmërisht ato Qeverisë së Mbretërisë së Bashkuar.



Përmbajtja

1.	Rëndësia e barazisë gjinore në media	4
	1.1 Çfarë është raportimi me ndjeshmëri gjinore?	
	1.2 Gratë, një audiencë e neglizhuar	
	1.3 Gjuha seksiste dëmton rolin e medias	
	1.4 Barazia gjinore: Detyrimet ligjore dhe etike	
2.	Hendeku gjinor në median shqiptare	8
3.	Stereotipet gjinore në media	10
	3.1 Keqkuptime mediatike: Seksi vs. Gjinia	
	3.2 Narrativat gjinore në media	
	3.3 Si i përforcon media stereotipet?	
	3.4 Këshilla praktike	
4.	Këshilla për përmirësimin e balancës gjinore në media	15
	4.1 Checklist për gazetarët	
5.	Raportimi për dhunën me bazë gjinore	16
	5.1 Këshilla praktike	
6.	Si të raportojmë për minoritetet gjinore dhe seksuale	18
	1.1 Çfarë është raportimi me ndjeshmëri gjinore?	
	1.2 Gratë, një audiencë e neglizhuar	
	1.3 Gjuha seksiste dëmton rolin e medias	
	1.4 Barazia gjinore: Detyrimet ligjore dhe etike	
7.	Mekanizmi i kontrollit të barazisë gjinore për mediat	24

Rreth autoreve



Elira Canga është gazetare me përvojë mbi 20 vjeçare të ndarë mes gazetarisë aktive në agjensi lajmesh, gazeta e TV, përfshi këtu edhe BBC në Shqipëri si dhe punës në fushën e zhvillimit të medias në organizata ndërkombëtare si OSBE dhe EFCSN. Ajo është lektore e lëndës Media dhe Shoqëria në Shkollën e Gazetarisë Walter Cronkite në Universitetin Shtetëror të Arizonës.



Aleksandra Bogdani është gazetare investigative dhe redaktore e BIRN Albania. Ajo ka mbi 20 vite përvojë në media si gazetare, redaktore dhe zv. kryeredaktore në disa redaksi dhe media kombëtare. Përgjatë karrierës së saj, Bogdani ka mentoruar dhjetra gazetarë për prodhimin e hulumtimeve mbi korrupsionin, krimin e organizuar, sistemin shëndetësor, çështjet mjedisore dhe të drejtat e njeriut.

Hyrje

Përgjatë tre dekadave të pluralizmit politik në Shqipëri, media është përballur me shumë probleme, por balanca gjinore dhe pasqyrimi më i drejtë i rolit të grave në shoqëri ka mbetur vazhdimisht në hije. Pabarazitë gjinore shfaqen pothuajse në të gjitha dimensionet, në mediat tradicionale dhe në platformat e reja online, përmes nën-përfaqësimit, përjetësimit të stereotipeve të dëmshme dhe hendekut që ekziston brenda vetë strukturave të industrisë mediatike. Shumë rrallë i shohim gratë eksperte të ftuara në panelet e diskutimit lidhur me çështjet politike, ekonomike apo ndërkombëtare. Në pjesën më të madhe të rasteve, gratë dhe vajzat janë protagoniste kur diskutohet për tema “të lehta” si gatimi apo tendencat e fundit të modës. Narrativat e pasqyruara në media vazhdojnë të jenë të ngarkuara me stereotipe dhe paragjykime – duke lavdëruar gratë për rolin e tyre si nëna apo bashkëshorte, ndërkohë që të njëjtat cilësi nuk përmenden kurrë kur flitet për burrat në pozita të ngjashme.

Edhe më shqetësues është raportimi i dhunës me bazë gjinore, ku shpeshherë viktimat dhunohen për së dyti përmes gjuhës së papërshtatshme, shkeljes së etikës dhe justifikimit të drejtpërdrejtë apo të tërthortë të dhunës.

Modelet që ofrohen nga media çdo ditë i kufizojnë shpesh gratë në ato role tradicionale që jemi mësuar t'i shohim prej kohësh dhe u servir edhe brezave të rinj një tablo të fiksuar në norma tradicionale shoqërore, që në fakt duhen sfiduar.



Në të vërtetë, kjo është një kulturë që gazetarët, redaktorët dhe drejtuesit e medias në Shqipëri duhet dhe mund ta ndryshojnë. Ndërsa problemet që lidhen me pavarësinë dhe paanshmërinë janë të rrënjësura në një kulturë mediatike të ndërthurur ngushtë me ndikimin e politikës dhe interesave të biznesit, raportimi etik dhe përfaqësimi i barabartë gjinor lidhen kryesisht me nivelin e profesionalizmit dhe ndërgjegjësimin brenda redaksive të informacionit.

Nisur nga kjo, shumë media në botë kanë ndërmarë një sërë nismash për të balancuar redaksitë dhe raportimin, duke përfshirë më shumë gra në poste drejtuese, por edhe si burime, eksperte apo protagoniste të kronikave, shkrimeve apo historive. Pikërisht këtë qëllim ka edhe ky manual: të promovojë raportimin e ndjeshëm gjinor si një praktikë të prodhimit të përmbajtjes mediatike në një mënyrë që portretizon gratë dhe burrat në mënyrë të drejtë dhe ka ndjeshmëri ndaj pabarazive gjinore dhe shoqërore. Udhëzuesi synon që t'u vijë në ndihmë profesionistëve të gazetarisë dhe institucioneve mediatike si një dokument vetërregullues, për të adresuar dhe parandaluar paragjykimet gjinore në raportim. Ai përfshin seksione mbi parimet etike dhe shem bujt praktikë të raportimit të ndjeshëm

gjinor, dhunës me bazë gjinore si dhe raportimit mbi minoritetet seksuale nga Shqipëria dhe më gjerë. Udhëzuesi ofron këshilla praktike për

vetërregullimin, duke përfshirë

strategjitë për trajtimin e temave të ndjeshme, ndërsa synon të pajisë redaksitë me mjete praktike për të monitoruar dhe përmirësuar gazetarinë e ndjeshme gjinore.

1. Rëndësia e barazisë gjinore në media

1.1 Çfarë është raportimi me ndjeshmëri gjinore?

Raportimi me ndjeshmëri gjinore ka në thelbin e vet arritjen e një ekuilibri. Në prodhimin e përmbajtjes së shkruar apo audiovizive, kjo nënkupton që si burrat ashtu edhe gratë të kenë mundësi të barabarta për të folur.

Megjithatë, ta shohësh raportimin me ndjeshmëri gjinore si një raportim që përqendrohet vetëm te gratë nuk është mënyra e duhur. Kjo do të thellonte ndarjet, do të krijonte paragjykim të reja si dhe do t'i linte burrat dhe gratë në dy kampe të ndara siç gjithmonë kanë qenë; gratë në një dhomë që flasin për modën dhe burrat në dhomën tjetër për futbollin dhe makinat.

Raportimi me ndjeshmëri gjinore nuk nënkupton fshirjen e dallimeve që ekzistojnë mes burrave dhe grave. Përkundrazi, duke pasur parasysh këto dallime, gazetarët mund të ofrojnë një informacion që u vlen si burrave ashtu edhe grave.

Raportimi me perspektivë gjinore merr parasysh të njëjtat pyetje thelbësore në gazetari: Çfarë përbën dhe çfarë nuk përbën lajm? Ai merr parasysh gjithashtu se kush do të flasë dhe si do të portretizohet një individ apo grup individësh në media.

Megjithatë, ka edhe pyetje të tjera që duhen adresuar, si për shembull: Për kë është i rëndësishëm ky lajm? A do të ndryshonte rëndësia nëse lexuesi është një grua mbi 60 vjeç apo një grua me prejardhje të caktuar etnike?

Këtu është vendi të bëjmë një shpjegim të rëndësishëm: Të raportosh me perspektivë gjinore nuk do të thotë të raportosh vetëm për

gratë, por të raportosh për ngjarjet, duke pasur parasysh perspektivat e ndryshme që gratë dhe burrat ndajnë për to.

1.2 Gratë, një audiencë e neglizhuar

Në ditët e sotme, media luan një rol thelbësor në formësimin e opinionit publik, duke shërbyer njëherazi si burim informacioni dhe si aktor i fuqishëm ndikimi në perspektivat individuale dhe kolektive. Për këtë arsye, vendimet që marrin gazetarët, redaktorët dhe ata që udhëheqin industrinë e medias kanë një rëndësi jetike.

Nëse mediat nuk arrijnë t'i përfaqësojnë gratë si të barabarta dhe i stereotipizojnë ato në punët dhe rolet e tyre shoqërore, atëherë ato janë duke përforcuar pabarazitë gjinore. I njëjti parim vlen jo vetëm për gratë, por edhe për orientimin seksual, racën, klasën shoqërore, fenë apo etninë.

Hendeku gjinor në media është sot shumë i thellë nga sa mund të mendohet edhe për vendet më të zhvilluara. Sipas Gjurmuesit të Barazisë Gjinore¹, 66% e emrave dhe përemrave të cituar në një ditë të zakonshme në mediat suedeze janë burra. Në mbulimin mediatik në Shtetet e Bashkuara, burrat përmenden dy herë më shumë se gratë.

Në Shqipëri mungojnë të dhënat e matshme, por panorama audiovizive e lajmeve dhe emisioneve të mbrëmjes e përforcon idenë se informacioni është i bërë "nga burrat për burrat". Për këto arsye, nevojiten përpjekje

¹ <https://www.prognosis.se/GE/#ge>

serioze nga punonjësit e medias për të punuar drejt përfaqësimit të burrave dhe grave në një mënyrë më të drejtë dhe të ekuilibruar.

Krijimi i përmbajtjes së larmishme dhe gjithëpërfshirëse nuk i shërben vetëm barazisë gjinore, por edhe biznesit të medias në tërësi. Në fund të fundit, gratë përbëjnë 50 për qind të shoqërisë dhe nëse ato nuk e gjejnë veten te produktet mediatike, qoftë për shkak se ndjehen të papërfaqësuar apo se temat e mbuluar nuk u pëlqejnë, ka shumë mundësi që gratë mund të zgjedhin të mos e konsumojnë produktin tuaj.

Ky realitet po i shtyn shumë organizata mediatike në Perëndim që të shtojnë përpjekjet për të angazhuar në mënyrë efektive audiencën femërore. Transmetuesi publik britanik, BBC lançoi në vitin 2017 Projektin e Barazisë 50:50² – një sistem i thjeshtë që mundëson monitorimin në kohë reale të angazhimit dhe përfaqësimit të grave në përmbajtjen e të gjithë rrjetit të BBC. Organizata të tjera mediatike po eksplorojnë të njëjtat rrugë.

Në Norvegji, kompania mediatike Amedia³ zbuloi se artikujt që përmbanin më shumë gra si burime kishin një lexueshmëri më të lartë mes audiencës femërore. Në Financial Times⁴, një buletin informativ që synonte gratë arriti norma më të larta shpërndarjeje se produkte të tjera të ngjashme, ndërsa agjencia tjetër e lajmeve ekonomike, Bloomberg, beson se përfshirja e perspektivës gjinore në raportim është një avantazh ndaj konkurrentëve.

² <https://www.bbc.co.uk/5050>

³ https://genderbalancecontent.womeninnews.org/?chapter_6=deep-dive-amedia

⁴ <https://www.ftstrategies.com/en-gb/insights/audience-diversity-four-steps-to-improving-the-gender-balance-of-your-publication>

⁵ <https://shqiptarja.com/lajm/rama-shpjegon-foton-qe-i-publikoi-grida-dumes-seshte-faji-im-qe-meta-berisha-dhe-ju-e-shikoni-nga-ana-seksuale-une-jo>

⁶ <https://lapsi.al/2017/10/25/rast-pas-rasti-si-i-ofendon-edi-rama-gazetaret-video/>

⁷ <https://shqiptarja.com/lajm/nje-tufe-cupelina-xhaferraj-ndez-debate-ne-kuvend-ministret-kerko-falje-i-del-ne-krah-edhe-erisa-xhixho-komentet-seksiste-te-papranueshme>

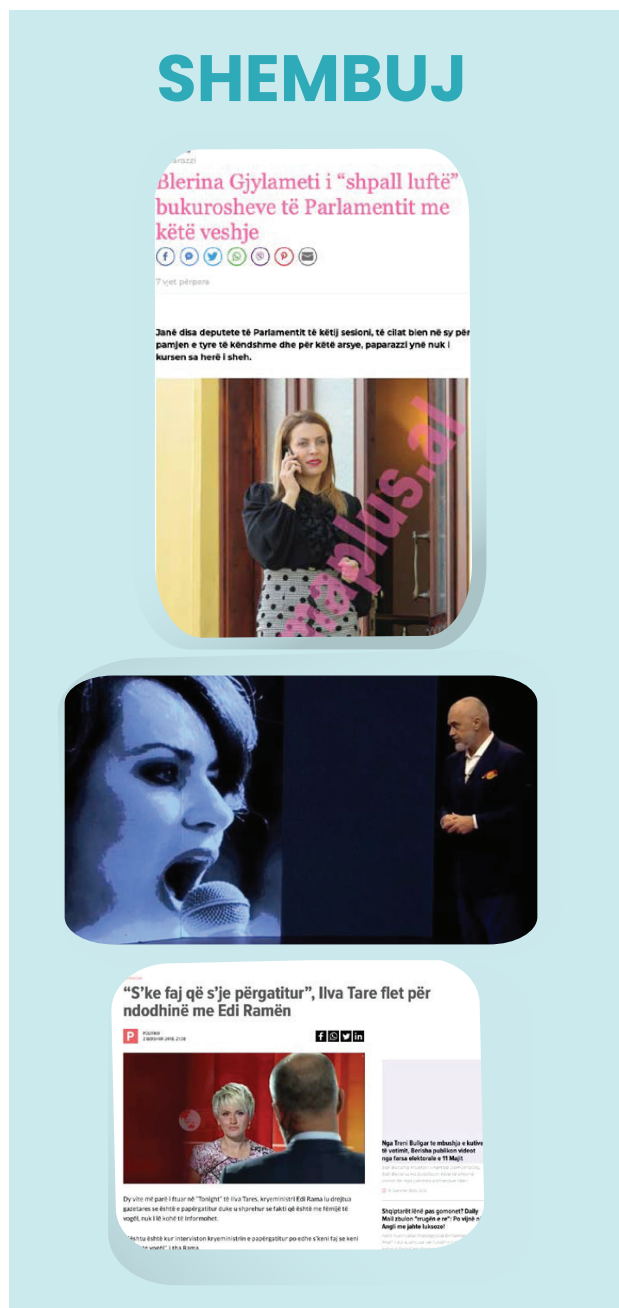
1.3 Gjuha seksiste dëmton rolin e medias

Gjuha seksiste në Shqipëri vijon të jetë e përhapur në politikë, media dhe sektorë të tjerë të jetës publike, duke ndikuar në mënyrë të drejtpërdrejtë perceptimin shoqëror për rolin e grave dhe barazinë gjinore.

Diskursi diskriminues frymëzohet nga nivelet më të larta të pushtetit politik, përçohet nga media dhe normalizohet në hapësirën publike, duke prodhuar një realitet ku seksizmi jo vetëm që tolerohet, por edhe ripërsëritet.

Një shembull i qartë është fushata zgjedhore e vitit 2021, kur kryeministri Edi Rama u përball me kritika të forta për publikimin e një fotografie të kandidates së kohës, Grida Duma, ku ajo shfaqej me gojë hapur përpara një mikrofoni – një përzgjedhje që u konsiderua gjerësisht si seksiste. Në të shkuarën, Rama e ka përdorur seksizmin edhe si një armë për të shpërndarur vëmendjen ndaj çështjeve konkrete politike në intervista televizive përballë gazetarëve gra. Gjuha denigruese ndaj grave nuk ka munguar as në kampin e opozitës. Në vitin 2022, deputeti Ferdinand Xhaferraj u kritikua ashpër pasi i etiketoi ministret e kabinetit qeveritar si “çupëlina” – një koment që u konsiderua poshtërues dhe nënvlerësues ndaj grave në pozita të larta. Edhe pse kërkoi ndjesë pas një reagimi të fuqishëm nga deputete të të dyja krahëve politike, ky episod tregon sesa thellë është rrënjësuar seksizmi në komunikimin politik.

Përballë këtij realiteti, media mund të luajë një rol të pazëvendësueshëm për t'i sfiduar këto modele komunikimi. Aq më tepër kur në nivel global ka një vetëdije gjithnjë në rritje kundër përmbajtjes seksiste, organizatat mediatike që nuk reflektojnë mbi këtë realitet rrezikojnë të humbasin besimin dhe audiencën.



1.4 Barazia gjinore: Detyrimet ligjore dhe etike

Përfshirja e barazisë gjinore në raportim nuk është thjesht një zgjedhje personale për gazetarët, por një detyrim që buron si nga legjislacioni, sikurse edhe nga etika profesionale. Gazetarët, si çdo qytetar tjetër, janë të detyruar të respektojnë kuadrin ligjor për barazinë mes grave dhe burrave, por për shkak të ndikimit në publik, përgjegjësia e tyre është edhe më e madhe. Kushtetuta e Shqipërisë⁸ përcakton në nenin 18 të saj se çdo individ është i barabartë para ligjit, dhe se askush nuk mund të diskriminohet për shkak të gjinisë, racës, besimit, gjuhës apo bindjeve politike, fetare a filozofike. Ky është themeli mbi të cilin qëndrojnë edhe ligje të tjera që synojnë mbrojtjen e të drejtave të barabarta. Ligji për Barazinë Gjinore⁹ (nr. 9970/2008) ka për qëllim të sigurojë mundësi të barabarta për gratë dhe burrat në çdo fushë të jetës – publike apo private. Ai e vendos detyrimin për barazi gjinore jo si rekomandim, por si normë që duhet zbatuar nga të gjithë, përfshirë edhe median. Nga ana tjetër, Kodi Penal¹⁰ shqiptar ka disa dispozita që ndëshkojnë gjuhën e urrejtjes dhe diskriminimin. Për shembull, neni 265 parashikon deri në 10 vjet burg për nxitje të urrejtjes mbi baza etnike, racore, fetare apo për orientim seksual. Neni 266 shkon edhe më tej, duke ndëshkuar me gjobë apo burgim thirrjet publike për urrejtje apo dhunë ndaj grupeve të caktuara. Dispozitat kundër shpifjes në Kodin Penal nuk mbulojnë drejtpërdrejt gjuhën e urrejtjes, por mund të konsiderohen si pjesë e sistemit rregullator mbi këtë çështje.

8 <https://qbz.gov.al/preview/635d44bd-96ee-4bc5-8d93-d928cf6f2abd>

9 https://www.mod.gov.al/images/PDF/barazia_gjinore_shoqeri.pdf

10 https://www.drejtesia.gov.al/wp-content/uploads/2017/11/Kodi_Penal-1.pdf

Kështu, neni 119 e dënon fyerjen e qëllimshme të një personi, ndërsa nenet 119/a dhe 119/b ndalojnë shpërndarjen e materialeve apo fyerjet me motive raciste dhe ksenofobie nëpërmjet sistemeve kompjuterike. Ligji për mbrojtjen e të dhënave personale¹¹ (nr. 9887/2008) i trajton si sensitive dhe të mbrojtura çdo të dhënë që lidhet me përkatësinë racore, fetare, politike, orientimin seksual apo gjendjen shëndetësore të individëve. Me përjashtime të rralla, ky informacion nuk mund të përdoret apo publikohet pa miratimin e vetë personit. Për gazetarët, përtej ligjit ekzistojnë edhe detyrime të etikës profesionale për raportimin me korrektësi, pa paragjykime dhe pa përhapur stereotipe gjinore. Kjo nuk është thjesht një çështje morali – është pjesë e standardeve ndërkombëtare të gazetarisë së përgjegjshme. Në vitin 2023, Autoriteti i Medias Audiovizive (AMA) përditësoi Kodin e Transmetimit¹² me rregulla të reja që synojnë nxitjen e barazisë gjinore dhe ndalimin e çdo forme seksizmi apo gjuhë urrejtjeje në televizion dhe në radio. Ky është një hap i rëndësishëm për të ndikuar pozitivisht në mënyrën se si media trajton çështjet gjinore. Megjithatë, sfida mbetet për mediat e shkruara dhe ato online, ku mungesa e një rregullimi të qartë ligjor e bën të domosdoshme vetë-rregullimin. Praktikantët më të mira ndërkombëtare sugjerojnë që mediat duhet të punojnë brenda kuadrit të ligjit, Kodeve të Etikës dhe të drejtave universal të njeriut, edhe nëse nuk ka një ligj specifik që i detyron për këtë. Në fund të ditës, raportimi me ndjeshmëri gjinore është një standard për media më të drejtë, më gjithëpërfshirëse dhe më të besueshme.

Kodi i Transmetimit për mediat audiovizive

- OSHMA-të garantojnë respektimin e dinjitetit njerëzor dhe ndalojnë çdo diskriminim dhe dhunim me bazë gjinore në çfarëdo formë të shprehjes së tyre në transmetimet audio dhe audiovizive.
- OSHMA-ve u ndalohet të përdorin gjuhë urrejtjeje mbi baza seksiste në të gjitha programet, përfshirë edhe reklamën si dhe të promovojnë drejtpërdrejt ose tërthorazi diskriminimin me bazë gjinore.
- OSHMA-të nuk transmetojnë reklama me pamje, role dhe paraqitje stereotipike të grave apo/dhe burrave ose me gjuhë dhe përmbajtje seksiste, të cilat provokojnë diskriminim për shkak të gjinisë, nxitje të urrejtjes ose/dhe dhunës me bazë gjinore.
- OSHMA-të nuk favorizojnë objektivizimin seksual apo përshkrimin e seksualizuar të grave, burrave, vajzave dhe djemve si edhe raportimet nënçmuese ose banalizuese për pamjen, veshjen dhe sjelljen e grave dhe vajzave.
- OSHMA-të angazhohen, që nëpërmjet programacionit të tyre, të sensibilizojnë opinionin publik për luftimin e diskriminimit me bazë gjinore. Ato shmangin në transmetimet e tyre cenimin e privatësisë së viktimave të dhunës me bazë gjinore si edhe çdo shkelje tjetër të të drejtave të grave dhe fëmijëve të tyre.
- OSHMA-të inkurajohen të zhvillojnë politika më të gjera të barazisë, diversitetit dhe përfshirjes.

¹¹ <https://idp.al/wp-content/uploads/2024/02/Ligj-2008-03-10-9887-perditesuar-nga-QBZ-1.pdf>

¹² <https://ama.gov.al/wp-content/uploads/2020/07/AMA-Kodi-I-Transmetimit.pdf>

2. Hendeku gjinor në median shqiptare

Mënyra sesi media ndikon në shoqëri nëpërmjet pasqyrit të ngjarjeve, jehonës dhe interpretimit të tyre është e lidhur thelbësisht me vendimmarrjen editoriale. Në këtë kuptim, përfaqësimi i grave në politikat editoriale dhe mundësia që ato kanë për të përcaktuar axhendën e lajmeve ndikon edhe nivelin dhe mënyrën e përfaqësimit të tyre në përmbajtjen mediatike.

Raporti “Perspektivat e munguara të grave në lajme”¹³ tregon se përqindja e femrave protagoniste në titujt e lajmeve ndryshon nga vendi në vend, por në përgjithësi mbetet e ulët.

Raporti zbulon një pamje problematike të nënpërfaqësimit të grave në lajme. Ajo tregon se përfaqësimi i grave në lajme është reduktuar në shekullin e 21-të dhe se gratë janë të lëna mënjanë në rolet udhëheqëse/ drejtuese në organizatat mediatike. Ndërkohë, përqindja e grave protagoniste si eksperte ose burime të cituara në lajme ishte midis 15% dhe 30% në të gjashtë vendet e analizuar.

Normat patriarkale janë në qendër të barrierave ekzistuese të padukshme për gratë në lajme. Këto norma pengojnë ndikimin e legjislacionit për barazinë gjinore në organizatat e lajmeve; mundësojnë dominimin e vazhdueshëm të perspektivave të meshkujve në krijimin e lajmeve dhe kufizojnë praninë e grave në lajmet si protagoniste dhe eksperte. Në Shqipëri, nuk ka të dhëna të sakta dhe të aksesueshme lidhur me përfaqësimin e grave në

politikëbërjen editoriale në median e shkruar, atë audiovizive dhe online. Të dhënat e aksesueshme për median audiovizive fokusohen te pronësia e medias, ndërsa për median e shkruar dhe atë online bazohen te të dhënat e regjistrimit të biznesit. Pra, të dhënat mbi identitetin e kryeredaktorëve dihen vetëm kur janë të deklaruara vullnetarisht. Në përgjithësi vetëm pak media i publikojnë këto të dhëna në mënyrë proaktive.

Gjithsesi, raporte të ndryshme japin një panoramë të hendekut gjinor që mbizotëron në median shqiptare. Përgjithësisht, ekziston ideja dhe vajzat dhe gratë përbëjnë numrin më të madh të punonjësve të medias në Shqipëri, por vetëm një numër i kufizuar i tyre mban role drejtuese.

Një raport i hershëm i Autoritetit të Mediave Audiovizive, AMA¹⁴, për dinamikën e tregut audioviziv e mbështet këtë ide, kur vlerëson se 63 për qind e punonjësve të televizioneve janë femra, por ato janë në minorancë në tregun radiofonik me 41%. Në shërbimet e tjera mediatike, gratë përbëjnë 34% të të punësuarve, ndërsa shifra zbret në 24% sa i përket kabllorëve.

Gratë në role ekzekutive janë në minorancë të dukshme në industrinë mediatike shqiptare. Sipas raportit “Monitorimi i Pronësisë së Medias” – MOM Albania 2023¹⁵, vetëm tre nga 25 pronarë gjithsej zotërojnë aksione në 24 kompanitë mediatike të analizuar në median e shkruar, televizion, radio dhe online.

¹³ <https://www.iwmf.org/missing-perspectives/>

¹⁴ <https://ama.gov.al/wp-content/uploads/2018/12/AMA-BULETINI-PERIODIK-1.pdf>

¹⁵ <https://albania.mom-gmr.org/sq/pronesia/pronaret/>

Në prill 2025, për herë të parë një grua u zgjodh Drejtuese e Përgjithshme e Transmetuesit Publik në Shqipëri. Megjithatë, Këshilli Drejtues¹⁶ reflekton pabarazi në përfaqësim, ku vetëm dy nga njëmbëdhjetë anëtarët e tij janë gra.

Mediat komerciale me mbulim kombëtar ose me peshë në peisazhin informativ të vendit (Top Channel, TV Klan, Vizion Plus, Panorama, Dita, Lapsi.al, Syri.net) kanë të gjitha drejtues ose kryeredaktorë burra, me përjashtim të televizionit News 24, i cili drejtohet së fundmi nga një grua. Numri i grave kryeredaktore kufizohet vetëm në disa media dhe kryesisht në organizatat mediatike jofitimprurëse.

Hendeku gjinor nëpër redaksi reflektohet në përmbajtjen mediatike që ofrohet sot në Shqipëri. Kur vjen puna të përfaqësimi në media përmes emisioneve, kronikave apo përmbajtjes mediatike, monitorimet e vazhdueshme kanë vënë në dukje se ekspertët meshkuj në mënyrë të dukshme dhe sistematike ftohen më shpesh nga media për të komentuar çështjet dhe ngjarjet politike dhe të tjera relevante sesa ekspertët femra.

Një hendek i tillë u identifikua nga një monitorim i BIRN-it i kryer midis 1 dhjetorit 2021 dhe 1 prillit 2022, në gjashtë emisionet më të spikatura politike në televizionin shqiptar. Të dhënat treguan se në këto debate televizive morën pjesë 312 burra dhe vetëm 56 gra (ose rreth 15%).

Këndvështrimi ndryshon në bazë të gjinisë dhe kulturës shoqërore ndaj kjo më pas reflektohet në mënyrën sesi i kuptojmë dhe interpretojmë informacionet dhe pikëpamjet.

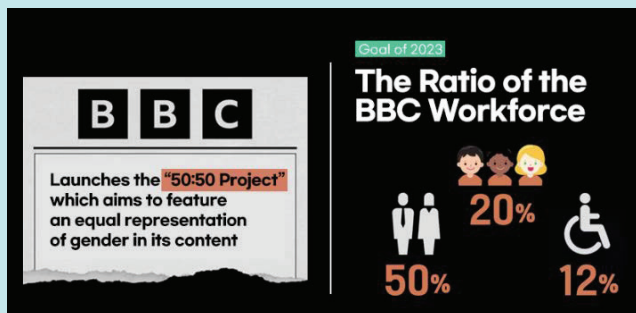
Në vitin 2024, një raport i publikuar nga SCiDEV thekson paragjykimet e vazhdueshme gjinore në praktikën, përmbajtjen dhe imazhet mediatike. Këto paragjykime përfshijnë mungesën e përfaqësimit të grave si eksperte, përforcimin e stereotipeve gjinore dhe përdorimin e imazheve që shpesh degradojnë dinjitetin e grave. Pavarësisht se shumica e profesionistëve të medias e pranojnë rëndësinë e integritetit të ndjeshmërisë gjinore në përgatitjen e përmbajtjes mediatike, ka një mungesë të udhëzimeve dhe protokolleve editoriale të vendosura për të ndihmuar raportimin me ndjeshmëri gjinore. Mediat në përgjithësi kanë parimet apo politikat e tyre editoriale, por ndjeshmëria gjinore nuk është e përfshirë në to.

Përfshirja e konceptit të barazisë gjinore në ligjin "Për Mediat Audiovizive në Republikën e Shqipërisë" inkurajon operatorët të hartojnë, miratojnë dhe zbatojnë politika dhe mekanizma vetërregullues për eliminimin e seksizmit, përfshirë eliminimin e gjuhës së urrejtjes në transmetimet audio dhe audiovizive, duke u mbështetur në standardet ndërkombëtare të pranuar botërisht, siç janë treguesit e raportimit me ndjeshmëri gjinore të UNESCO-s, linjat e Këshillit të Evropës dhe Udhëzuesi i OSBE-së. Megjithatë, reflektimi dhe zbatimi në praktikë i këtyre parimeve kërkon udhëzues apo shembuj konkretë, vendosjen e indikatorëve të matshëm si dhe ndërgjegjësimin e gazetarëve në përgjithësi për mënyrën se si mund ti bëjnë më të ndjeshme nga perspektiva gjinore raportimet e tyre.

16 <https://rtsh.al/konstituohet-keshilli-drejtues-i-rtsh-petrit-beci-zgjidhet-nenkryetar-i-kdrtsh-me-10-vota/14> <https://ama.gov.al/wp-content/uploads/2018/12/AMA-BULETINI-PERIODIK-1.pdf>

17 <https://scidevcenter.org/wp-content/uploads/2024/09/Study-on-Gender-Based-Media-Reporting-SCiDEV.pdf>

50:50



Një shembull i mirë lidhur me integrimin e konceptit të barazisë gjinore në praktikën mediatike është projekti "50:50" i BBC-së, që ka për qëllim të balancojë përfaqësimin e burrave dhe grave në panelet e diskutimit në programe apo emisione, por edhe në raportimin e përditshëm të historive. Më shumë informacion lidhur me këtë projekt dhe mënyrën e zbatimit të tij mund të gjendet këtu: <https://www.bbc.co.uk/5050>

3. Stereotipet gjinore në media

3.1 Keqkuptime mediatike: Seksi vs. Gjinia

Në mediat shqiptare përsëriten vazhdimisht keqkuptime bazike mbi seksin dhe gjininë, teksa shpeshherë përdoren fjalët "femër" ose "mas-hkull" në vend të "grua" ose "burrë". Femër është një term i gjerë, i cili përshkruan seksin biologjik dhe i përfshin të gjitha speciet pa dallim. Në anën tjetër, grua është fjala që i referohet njeriut të seksit femër në moshë të pjekur. Ndryshe nga seksi biologjik, gjinia është një qasje sociologjike, e cila tregon se marrëdhëniet midis grave dhe burrave janë rezultat i ndikimit shoqëror, historik, kulturor dhe simbolik. Gjinia nuk është natyrore dhe ndryshon ndjeshëm nga një shoqëri, kulturë apo epokë në tjetrën. Ajo na lejon të kuptojmë se si shoqëria, duke përdorur seksin biologjik, u cakton burrave dhe grave role, norma dhe detyrime të ndrysh

me, duke krijuar kështu një hierarki pabarazish. Për të mos krijuar keqkuptime shtesë, këtu është rasti për të mësuar disa koncepte kyçe rreth gjinisë¹⁸.

Barazi gjinore – Përfaqëson konceptin që gratë dhe burrat, vajzat dhe djemtë, gëzojnë të njëjtat kushte, trajtim dhe mundësi për të realizuar potencialin e tyre të plotë, të drejtat dhe dinjitetin e tyre si për të kontribuar ashtu dhe përfituar në zhvillimet ekonomike, sociale, kulturore dhe politike.

Seksizmi – nënkupton të gjitha paragjykimet, bindjet ose diskriminimet e bazuara në gjini që përfshijnë besimin se një seks është superior ndaj tjetrit. Në formën e tij më ekstreme, seksizmi mund të inkurajojë ngacmimin seksual, përdhunimin ose forma të tjera të dhunës seksuale.

¹⁸ <https://www.unicef.org/rosa/media/1761/file/Genderglossarytermsandconcepts.pdf>

Diskriminim gjinor – Çdo dallim, përjashtim apo kufizim i bërë mbi bazën e gjinisë; trajtim i padrejtë ose paragjykses i një kategorie gjinore ndaj tjetrës.

Specifikim gjinor – I referohet roleve, sjelljeve, aktiviteteve dhetributeve shoqërore që një shoqëri e caktuar i konsideron të përshtatshme për burrat apo për gratë.

Diskriminim pozitiv – Është favorizimi i përkohshëm i grupeve të caktuara të njerëzve që diskriminohen historikisht me qëllim rivendosjen e mundësive të barabarta në shoqëri. Një shembull i diskriminimit pozitiv është vendosja e kuotave gjinore për pjesëmarrjen aktive të grave në politikë.

Fuqizimi – Është mekanizmi me anë të të cilit njerëzit, organizatat dhe komunitetet fitojnë kontroll mbi jetën e tyre. I referohet pushtetit që një individ mund të ketë mbi jetën e vet.

Patriarkat – Sistemi social në të cilin burrat kanë pushtetin më të madh, rolet drejtuese, privilegjet dhe autoritetin moral për të aksesuar burimet dhe tokën, përfshirë edhe familjen. Shumica e shoqërive moderne vazhdojnë të jenë patriarkale.

Stereotip gjinor – Është një pikëpamje apo paragjykim i përgjithësuar rrethtributeve, karakteristikave apo roleve që zotërohen ose duhet të zotërohen nga gratë dhe burrat. Një stereotip gjinor është i dëmshëm kur kufizon aftësinë e grave dhe burrave për të zhvilluar aftësitë e tyre personale, për të ndjekur karrierën e tyre profesionale dhe/ose për të bërë zgjedhje në lidhje me jetën e tyre.

Seks – Fjala i referohet realitetit biologjik dhe fiziologjik të të qenit mashkull apo femër.

3.2 Narrativat gjinore në median shqiptare

Në Shqipëri mbizotëron ende një presion i lartë ndaj vajzave dhe grave që të sillen në përputhje me rolet gjinore tradicionale. Sipas një ankete të UN Women¹⁹ të vitit 2018, një në tre burra dhe një në katër gra besonin se gratë e kishin vendin në shtëpi, ndërkohë që burrat ishin ata që duhej të ndiqnin mundësitë për karrierë dhe lidhësi. Një numër i lartë të anketuarish besonin gjithashtu se burrat legjitimohen të mbajnë pozicione dominimi dhe pushteti mbi gratë, duke përfshirë këtu kontrollin mbi trupin, financat dhe autonominë vendimarrëse të tyre.

Në të njëjtën linjë me publikun, edhe mediat në Shqipëri pasqyrojnë përgjithësisht një vizion të rreptë patriarkal të roleve dhe marrëdhënieve gjinore, pavarësisht se sa dëmtuese janë për gratë apo grupet e tjera të marginalizuara. Sipas një studimi të Faktoje²⁰, narrativa të tilla si “gruaja e ka vendin në shtëpi”; “gratë që tradhetojnë e meritojnë ndëshkimin” apo “burrat janë të dhunshëm nga natyra” kornizojnë raportimin e bazuar mbi stereotipe, duke i paraqitur shpeshherë gratë në rolin e shtëpiakeve apo të mëmësisë, ndërsa burrat për tiparet e tyre të forta apo të lidhësit. Këto stereotipe përforcohen edhe nga televizionet, ku rezulton se 60% e të ftuarave në emisionet e mëngjesit ku flitet për kulturë, kulinari apo modë janë gra, ndërsa në programet e formatit Talk Show të mbrëmjes ku flitet për politikë apo tema të tjera të rëndësishme, vetëm 21 për qind e të ftuarave janë gra.

19 <https://albania.unwomen.org/sites/default/files/Field%20Office%20Albania/Attachments/Publications/2019/05/Albania.pdf>

20 <https://faktoje.al/perkatesia-gjinore-dhe-dezinformimi-ne-shqiperi-si-formeson-media-qendrimet-ndaj-roleve-gjinore/>

Narrativa 1 – Gruaja e ka vendin në shtëpi

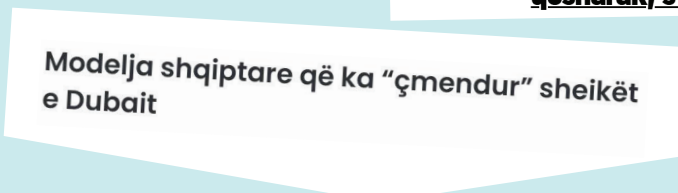
Elhaida Dani shtatzanë për herë të parë? Jeta e re e këngëtares pas njohjes me balerinin



Narrativa 2- Gratë janë shkaktare për dhunën



Narrativa 3- Sthurja e grave po shkatërron familjen shqiptare



3.3 Si i përforcon media stereotipet?

Stereotipizimi gjinor²² mund të shfaqet në mënyra nga më të ndryshmet; që nga gjuha që ne përdorim kur flasim për gratë deri te fotografitë që i portretizojnë ato. Ndërsa disa shembuj të stereotipizimit gjinor janë mjaft dukshëm, të tjerë shembuj janë bërë aq të zakonshëm në mbulimin mediatik sa është e vështirë që t'i identifikosh si të tillë.

Theksimi i roleve

Shpeshherë, ne u referohemi grave si bashkëshorte, nëna apo bija në vend që t'i portretizojmë ato si profesioniste në fushat e tyre. Në mënyrë të vazhdueshme u referohemi atyre si 'nëna punëtore' nëse kanë fëmijë, ndryshe nga burrat që pavarësisht se mund të jenë prindër, nuk përshkruhen asnjëherë në të njëjtën mënyrë.

Cilësitë dhe karakteristikat

Mediat kanë tendencën që t'i portretizojmë gratë si të turpshme, të dobëta, emocionale, hysterike apo si viktimë, në vend që të theksojnëtribute të tjera të tyre si psh. të sigurtë, të forta, të dhembshura. Media fokusohet gjithashtu shumë te mosha, pamja apo veshja e gruas. Kur gratë janë të suksesshme, karakteristikat që i bëjnë ato të suksesshme përshkruhen me nota negative. Për shembull: Në vend që të përshkruhen si të vendosura, gratë janë autoritare, ose në vend që të theksohet zëri i tyre i fuqishëm, gratë prezantohen shpesh si të ashpra ose acaruese.

Gjuha që përdorim

Një nga format më të përdorura dhe potencia-
lisht të dëmshme të seksizmit është përjashtimi i grave nga referencat që synojnë të përfshijnë të gjithë njerëzit. Gjithashtu, media ka tenden-
cën që të përforcojë stereotipet duke ndjekur narrativë që u japin gjini titujve të punës. Stereotipet përjetësohen duke shtuar një gjini në titujt neutralë të punës, si psh. "infirmier burrë" ose "taksiste femër".

3.4 Këshilla praktike

Kur **përshkruani gratë**, bëjeni në të njëjtën mënyrë siç do të përshkruanit burrat.

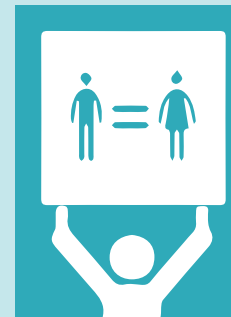
- Nëse zakonisht nuk përshkruani veshjet apo modelin e flokëve të një sipërmarrësi, mos diskutoni veshjet dhe modelin e flokëve të një sipërmarrëseje, për sa kohë kjo nuk është e rëndësishme për ngjarjen që po rrëfeni.
- Shmangni fjalë të përgjithshme si "femërore", e cila përmban shumë asocime dhe mund të interpretohet në mënyra të ndryshme nga njerëz të ndryshëm.
- Përdorni detaje specifike për të shpjeguar çfarë doni të thoni. A ecën ajo hijshëm? Flet butësisht?
- Kini kujdes që të mos bëni hamendësime në shkrimet tuaja për rolin që duhet të kenë gratë.

²¹ <https://balkaninsight.com/sq/2022/05/27/grate-ne-median-shqiptare-nga-riviktimizimi-tek-stigmatizimi-si-imorale/>

Pabarazia e referencave

- Përshkrimi i burrave sipas aftësive intelektuale apo profesionale, ndërsa i grave sipas atributive fizike
- Përshkrimi i grave sipas moshës së tyre, ndryshe nga burrat
- Për karakteristika të njëjta, gratë dhe burrat përshkruhen në mënyra të ndryshme: e turpshme kundrejt i përmbajtur; emocionale kundrejt i ndjeshëm; e dobët kundrejt i fortë; hormonale kundrejt i inatosur.
- Zvogëlimi i rolit të një gruaje te marrëdhënia që ajo ka me një burrë. Në vend që t'i referohemi si një person me të drejta të plota, gratë përshkruhen përgjithësisht si bashkëshorte, të dashura, bija apo nëna të një burri.
- Atashimi i gruas me angazhimet e saj familjare. Për shembull, gratë me fëmijë përshkruhen si "nëna që punojnë" dhe shpeshherë vihen në pikëpyetje për aftësitë e tyre në kryerjen e profesionit ndërkohë që janë duke u kujdesur edhe për familjen. Burrat ndërkohë nuk përshkruhen asnjëherë si "baballarë që punojnë" dhe as vihet në diskutim aftësia e tyre në punë.
- Fokusi i tepërt te veshja ose tualeti i grave përballë arritjeve të burrave.
- Përdorimi i titujve që i etiketon gratë sipas marrëdhënies që ato kanë me një burrë ose statusit të tyre civil. Titulli zonjushë përcakton statusin martesor, ndërkohë që titulli i përshatshëm do të ishte Zonjë.

4.1 Checklist për gazetarët



Zgjedhja e temës

- A është tema me interes për burrat dhe për gratë?
- Cilat janë të dhënat analitike gjinore në lidhje me temën dhe kontekstin?
- Cila është mënyra më e mirë për t'iu qasur temës me burrat dhe gratë?
- Cilat janë pikëpamjet specifike gjinore mbi temën?

Gjatë procesit të raportimit

- A duhet të flisni me burra dhe gra në të njëjtën kohë apo veçmas?
- Si mund t'i merrni parasysh ndjeshmëritë dhe pikëpamjet e burrave dhe grave?
- Si mund t'i balanconi përvojat e burrave dhe grave në raportim?
- A duhet bashkëshorti/ja e të intervistuarit që të jetë i pranishëm në intervistë?
- A keni nevojë për një shoqërues/e gjatë intervistës?
- A i shmangni mbiemrat që janë të parëndësishëm ose përforcojnë stereotipet?

Gjatë procesit të raportimit

- A u keni kushtuar vëmendje dhe trajtim të barabartë pikëpamjeve të burrave dhe grave?
- A keni shmangur përsëritjen e përfaqësimeve negative dhe stereotipeve?
- A e keni mbledhur informacionin në një mënyrë të tillë që të jetë me interes për të gjithë?
- A i keni portretizuar interesat e disave si kërcënime për të tjerët?

4. Këshilla për përmirësimin e balancës gjinore në media

Gazetarët, redaktorët dhe organizatat media-tike në Shqipëri duhet të angazhohen për përmirësimin e balancës gjinore duke kërkuar dhe prezantuar burime dhe eksperte gra, duke krijuar një ekuilibër në raportim si nga burrat ashtu edhe nga gratë si dhe duke shmangur stereotipet gjinore ose karakterizimet seksiste. Më poshtë do të gjeni disa këshilla se si mund ta realizoni këtë:

1 *Gjeni gruan pas çdo historie*

Sigurohuni që gratë, ashtu sikurse burrat, të jenë personazhe kryesore të historive tuaja ose së paku perspektiva e tyre mbi çështjen në fjalë të jetë e përfaqësuar. Në varësi të temës, gratë mund të jenë rrëfimtare, komentuese ose eksperte. Përfshirja e barabartë e grave si burime, nuk është thjesht çështje numrash, por perspektive.

2 *Balanca gjinore brenda redaksive*

Sigurohuni që gratë të shkruajnë dhe të krijojnë përmbajtje mediatike, së bashku me burrat. Shpesh kjo nënkupton një rritje të përgjegjshmërisë për barazinë gjinore. Megjithatë, nëse gazetaret gra raportojnë vetëm për kulturën, kronikën rozë apo atë sociale, kjo nuk është balancë gjinore. Sigurohuni që gratë të kenë autorësi në tema me peshë si politika, gjyqësori apo ekonomia.

3 *Krijoni një udhëzues stilistik*

Një udhëzues stilistik për barazinë gjinore do të zgjidhte shumicën e dilemave për stafet e redaksive dhe do t'i ndërgjegjësonte ata për gjuhën e përshtatshme dhe të papërshtatshme. Një shembull është Udhëzuesi për Gjuhën Neutrale Gjinore i përgatitur nga UNESCO.

4 *Jepuni zë grave*

Intervistojini gratë si burime parësore për të siguruar që perspektivat e tyre të përfshihen. Mos bini në grackën e stereotipeve gjinore kur planifikoni historitë tuaja, të tipit – burrat si politikanë dhe gratë si kujdestare apo shtëpiake. Shmangni përdorimin e grave vetëm për të ndarë përvoja e tyre personale.

5 *Gratë si eksperte*

Sigurohuni që të ketë një balancë midis burrave dhe grave eksperte për të sjellë një shumë-llojshmëri mendimesh. Ka gra të suksesshme dhe të ditura në të gjitha profesionet – nuk ka asnjë justifikim për të mos përfshirë mendimin e tyre të specializuar në historitë tuaja.

6 *Lista e burimeve*

Krijoni dhe përditësoni një bllok burimesh dhe kontaktesh të ekspertëve për fushat tuaja të mbulimit. A ka aty mjaftueshëm gra ose të paktën në të njëjtën masë sa burrat? Kontaktoni vazhdimisht organizatat jofitimprurëse që punojnë në fushën e të drejtave të njeriut.

7 *Shmangni stereotipet*

Nuk janë vetëm historitë që lexojmë në media ato që ndikojnë në mënyrën se si e perceptojmë botën. Mënyra se si përshkruhen gjërat luan gjithashtu një rol të rëndësishëm. Përdorni gjuhë të përshtatshme kur flisni për gratë dhe burrat dhe paraqitini në mënyrë të njëjtë për të reduktuar stereotipet gjinore dhe seksizmin.

5. Dhuna me bazë gjinore, si ta raportojmë me saktësi?

Dhuna me bazë gjinore është një temë më të shpeshta të raportimit mediatik, në Shqipëri ashtu si edhe në vende të tjera të botës. Në të njëjtën kohë, është edhe një ndër temat më sensitive dhe komplekse për shkak të kujdesit që duhet treguar por edhe ndikimit në përs-hkrimin e historive, personazheve, portretizimin e tyre në media si dhe reagimeve për shkak të raportimeve të tilla.

Raportimi për dhunën gjinore fokusohet te ngjarjet dhe personazhet por angazhon edhe një sërë aktorësh dhe institucionesh të përfshira si policia, prokuroria, gjykata dhe shërbimet ligjore e psikologjike. Mangësitë në raportimin e ndjeshëm gjinor apo gjuha e përdorur në komunikimin nga institucionet që janë burimet e informacionit shpesh reflektohet edhe në shkrimin dhe raportimin mediatik.

Ka shumë sfida për gazetarët që mbulojnë histori mbi dhunën me bazë gjinore. Historitë që lidhen me viktimat e dhunës janë më komplekse se temat e tjera për shkak të aspektit emocional të përfshirë në raportim. Zakonisht, kushtet psikologjike, emocionale dhe fizike të subjektit të raportimit janë të brishta. Një sfidë tjetër është siguria e tyre. Zakonisht, personat e përfshirë në këto akte dhune janë të rrezikshëm dhe mund të kërcënojnë mirëqenien ose jetën e gazetarëve që mbulojnë këto histori.

Në median shqiptare, raportimi i dhunës me bazë gjinore është thuajse i përditshëm dhe shpesh shfaq mangësi në portretizimin e saktë, me objektivitet dhe pa gjykim të ngjarjeve.

Monitorimet e vazhdueshme të medias tregojnë se mënyra e raportimit dominohet nga një qasje sensacionale, që nuk shoqërohet nga konteksti apo analiza e shkaqeve dhe shpesh nuk respekton asnjë parim të të drejtës për privatësi të të mbijetuarve apo kategorive më të brishta, si minorenët. Një qasje që siguron mbrojtjen e të mbijetuarve është e domosdoshme në pasqyrimin e rasteve të tilla.

Shpesh rastet e dhunës apo krimeve me bazë gjinore portretizohen si “krim pasioni”, një përshkrim paradoksal dhe i pasaktë. Është gjithnjë e rëndësishme që këto raste të pasqyrohen dhe pranohen si forma dhune me pasoja shumë të ëwnda. Termat ligjorë të saktë kanë shumë rëndësi.

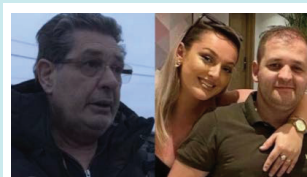
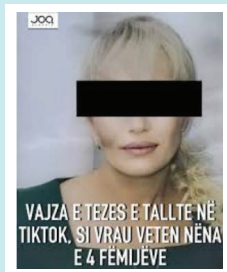
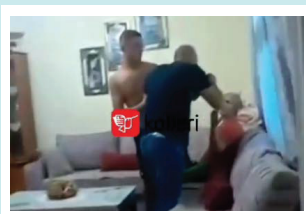
Identifikimi i personave që përjetojnë dhunë me bazë gjinore, direkt apo indirekt (duke raportuar për vendodhjen, banesën, shkollën, zyrën sociale apo të punësimit, apo elementë të tjerë identifikues), bie gjithnjë ndesh me Kodin e Etikës. Por, në shumë raste bëhet shkak për pasoja edhe më të rënda në jetën e personave të përfshirë në raportim.

SHEMBUJ

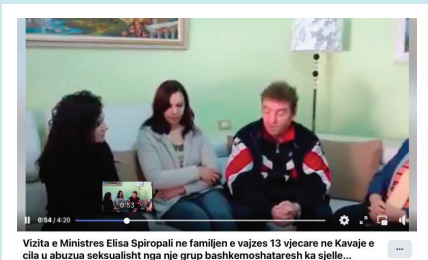
Në vitin 2024, një vajzë 13-vjeçare shqiptare u abuzua seksualisht. Një program lokal lajmesh e identifikoi atë dhe vendin ku jetonte familja e saj. Gazetari intervistoi babanë e vajzës dhe ai tha se vajza e tij do të martohej me dhunuesin. Si mund të përdorë praktikën më të mirë ky raportim?

Gazetarja nuk duhet ta kishte identifikuar vajzën si të mbijetuar dhe duhet të kishte përfshirë konceptin ligjor që një i mitur nuk mund të japë ligjërisht miratimin për marrëdhënie seksuale.

Një grua në Durrës u vetëvra për shkak të bullizimit online dhe një grua në Kosovë u vra në sy të fëmijëve nga bashkëshorti i saj. Në të dyja rastet, media shqyrtoi me kujdes të mbijetuarit dhe familjet e tyre dhe publikoi edhe identitetin e fëmijëve të viktimës.



Në vitin 2019, rasti i një vajze 13 vjeçare të abuzuar nga shtatë adoleshentë në Kavajë u vendos në qendër të vëmendjes së medias dhe opinionit publik. Vajza e abuzuar u identifikua në mënyrë indirekte kur Ministrja e asaj kohe, Elisa Spiropali vizitoi familjen e saj dhe pamjet e këtij takimi u publikua gjerësisht nga media, duke harruar tërësisht faktin se në këtë rast ishte fare e lehtë të identifikojë viktimën e abuzimit.



Vizita e Ministres Elisa Spiropali në familjen e vajzes 13 vjeçare në Kavajë e cila u abuzua seksualisht nga një grup bashkëmoshataresh ka sjelle...

5.1 Këshilla praktike

Përdorimi i gjuhës

Gazetarët duhet të përdorin terma ligjore për të identifikuar dhunën me bazë gjinore. Megjithatë policia dhe të tjerët të intervistuar mund të përdorin zhargon për të diskutuar dhunën me bazë gjinore, një gjuhë e tillë nuk duhet të riprodhohet në raportim.

Transparenca dhe objektiviteti janë thelbësore kur trajtohet dhuna me bazë gjinore. Të bësh këtë nxit mirëkuptim dhe ndjeshmëri më të madhe si dhe një mjedis ku viktimat ndihen të sigurta dhe të mbështetura në raportimin e përvojave të tyre.

Objektiviteti

Informacioni mbi dhunën me bazë gjinore duhet të paraqitet qartë dhe objektivisht, edhe nëse kjo do të thotë se përmbajtja është komplekse. Kjo qasje është jetike në mënyrë që mesazhi të kuptohet plotësisht. Përdorimi i gjuhës neutrale dhe objektive ndihmon në luftimin e paragjytimeve dhe lejon audiencën të krijojë opinione të bazuara në fakte, jo në interpretime të njëanshme.

Praktikat e mira

Kur raportojmë një histori dhune me bazë gjinore, duhet të kemi një qasje të përqendruar te të mbijetuarit. Mediat duhet të ofrojnë udhëzime specifike ose praktika më të mira do t'i ndihmojnë gazetarët të shkruajnë histori më të mira. Nëse kemi raportim më etik të bazuar në gjini, do të ketë një publik më të edukuar për shkaqet themelore dhe faktorët e rrezikut. Organizatat mediatike duhet të ofrojnë trajnime profesionale dhe mundësi për të mësuar gazetarët se si të raportojnë për këto çështje.

Shmangia e stereotipeve dhe gjykimeve të dëmshme

Kur flasim për krime të cilat në media përkruhen si “pasionante”, është thelbësore të pranohet se këto akte janë forma dhune me pasoja të thella dhe në këtë mes nuk ka asgjë pasionante. Duke tërhequr vëmendjen për faktin se kjo dhunë prek viktimën dhe familjen e saj, komunitetin dhe shoqërinë në tërësi, ne promovojmë ndërgjegjësimin kolektiv dhe ndryshimin shoqëror. Si gazetar, është thelbësore të tregosh përkushtim.

Tregoni realitetin e dhunës me bazë gjinore nëpërmjet tregimeve dhe dëshmive të mirë-dokumentuara. Kjo punë mund të ndihmojë në çmontimin e miteve dhe paragjykimeve dhe, nga ana tjetër, të inkurajojë komunitetin të ndër marrë veprime.

Gazetaria e angazhuar mund t'i bëjë të dukshme padrejtësitë dhe të kërkojë/advokojë për politika më të drejta dhe të barabarta.

Praktikat e mira

Kur raportojmë një histori dhune me bazë gjinore, duhet të kemi një qasje të përqendruar te të mbijetuarit. Mediat duhet të ofrojnë udhëzime specifike ose praktika më të mira do t'i ndihmojnë gazetarët të shkruajnë histori më të mira. Nëse kemi raportim më etik të bazuar në gjini, do të ketë një publik më të edukuar për shkaqet themelore dhe faktorët e rrezikut. Organizatat mediatike duhet të ofrojnë trajnime profesionale dhe mundësi për të mësuar gazetarët se si të raportojnë për këto çështje.

6. Si të raportojmë për minoritetet gjinore dhe seksuale?

Minoritetet gjinore dhe seksuale në Shqipëri përballen me sfida të konsiderueshme, duke përfshirë diskriminimin, paragjykimet dhe përjashtimin në shoqëri. Hulumtimet²² dhe anketat publike tregojnë se një pjesë e madhe e qytetarëve ka njohuri të kufizuara në lidhje me komunitetin LGBTI+ dhe manifeston mungesë tolerancë ndaj diversitetit gjinor dhe seksual. Në këtë kontekst, roli i medias është thelbësor për promovimin e një imazhi më të drejtë dhe të balancuar të këtij komuniteti.

Megjithatë, mbulimi mediatik²³ aktual shpesh reflekton dhe përforcon stereotipe të dëmshme, paragjykime dhe mite të pasakta lidhur me minoritetet gjinore dhe seksuale. Nga ana e gazetarëve, ekziston një përgjegjësi e rëndësishme për të sfiduar këto imazhe të shtrembëruara dhe për të promovuar portrete më të ndershme dhe reale të diversitetit gjinor dhe seksual në shoqëri. Ky proces kërkon fillimisht një reflektim të thellë mbi paragjykimet

²² <https://euronews.al/barometri-toleranca-ndaj-lgbt-ne-vendin-tone-shqiptaret-nuk-duan-ti-kene-afer/>

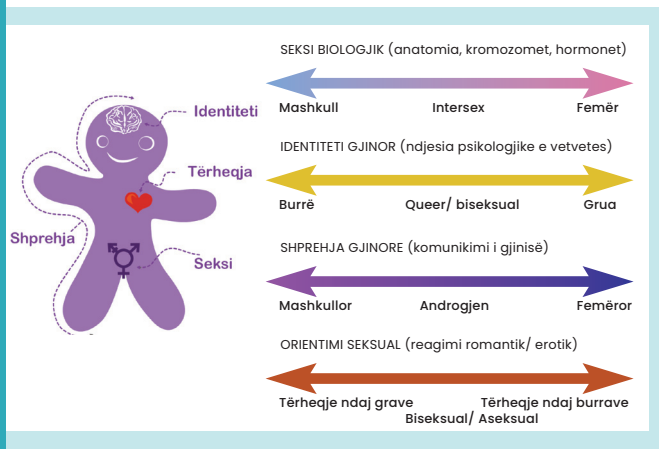
²³ <https://www.reporter.al/2020/02/21/jeta-e-nen-hijen-e-paragjykimeve-e-te-rinje-homoseksual-ne-shqiperi/>

personale, si dhe përqafimin e parimeve thelbësore të profesionit të gazetarisë: drejtësinë, saktësinë dhe ndjeshmërinë.

6.1 Spektri i seksualitetit dhe gjinisë

Për një raportim të saktë mbi komunitetin LGBTI+, gazetarët duhet të kenë njohuri të qarta mbi dallimet mes seksit biologjik, identitetit gjinor dhe orientimit seksual, të cilat shpesh keqkuptohen si sinonime. Keqkuptimet më të zakonshme burojnë nga perceptimi që seksi biologjik përcakton identitetin dhe shprehjen gjinore të individit — ku meshkujt pritët të identifikohen si burra dhe të shfaqin sjellje mashkullore, ndërsa femrat si gra me sjellje femërore.

Këto perceptime mbizotërojnë në kontekste kulturore me norma të rrepta sociale dhe ndikojnë negativisht në pranimin e diversitetit gjinor. Është thelbësore të theksohet se seksi dhe gjinia nuk përbëjnë një marrëdhënie binare, por ekzistojnë në një spektrum. Identitetet gjinore janë rezultat i përvojave personale dhe ndikimeve sociale dhe historike, të cilat mund të ndryshojnë nga një individ në tjetrin. Për të kuptuar më mirë këtë; na vjen në ndihmë ilustrimi i mëposhtëm:



Gazetarët dhe redaktorët duhet të kuptojnë gjithashtu terminologjinë e saktë që lidhet me anëtarët e ndryshëm të komunitetit LGBTI+. Në vijim, ofrohet një fjalor i përzgjedhur me termat dhe përkufizimet kyçe, me qëllim të shërbejë si udhëzues për redaktorët dhe gazetarët në përdorimin e një gjuhe të saktë dhe për të kuptuar më mirë dimensionet e orientimit seksual dhe identitetit gjinor, si në aspekt të përgjithshëm ashtu edhe në nuanca më specifike.

LGBTI+ - Termi ombrellë për të gjithë personat që kanë gjini ose seksualitet jonormativ. LGBTI është akronim për lesbike, gej, biseksual, trans-gjinor dhe interseks. Termit i vendoset një + në fund për të qenë sa më gjithëpërfshirës.

Identiteti gjinor - Ndjenja e brendshme e një individ mbi të qenit mashkull, femër, të dy, asnjëri, ose diçka tjetër. Meqenëse identiteti gjinor është i brendshëm, identiteti gjinor i një personi nuk është detyrimisht i dukshëm për të tjerët.

Shprehja gjinore - i referohet mënyrave me të cilat manifestojmë maskilitetin dhe/ose feminitetin. Zakonisht është zgjatim i identitetit gjinor, mënyra jonë e të qenit burrë ose grua.

Orientimi seksual - është model i qëndrueshëm i tërheqjes romantike dhe/ose seksuale për personat e gjinisë ose seksit të kundërt; gjinisë ose seksit të njëjtë; ose për të dy seksin dhe/ose më shumë se një gjini.

Orientimi seksual është termi i saktë shkencor për tërheqjen e individit – qoftë fizike, romantike dhe /ose emocionale. Ai përfshin orientimet lezbike, gej, biseksuale dhe heteroseksuale.

Heteroseksual - është mbiemër cilësor që përdoret për të përshkruar një person që tërhiqet emocionalisht, fizikisht dhe/ose seksualisht nga njerëzit e një seksi ose gjinie tjetër.

Homoseksual - është përdorur për të përkrahur një person emocionalisht, fizikisht dhe/ose seksualisht të tërhequr nga njerëz të të njëjtit seks ose gjini. Megjithatë, sot konsiderohet term klinik i vjetëruar, që është nënçmues dhe fyes për shumicën në komunitet.

Lezbike - Grua që tërhiqet emocionalisht, fizikisht dhe/ose seksualisht nga gratë e tjera. Disa lezbike preferojnë termin gej ose gra gej.

Gej - Burrë që fizikisht, dhe/ose seksualisht, tërhiqet nga burrat e tjerë. Mund t'i referohet edhe një gruaje që tërhiqet fizikisht, dhe/ose seksualisht nga gratë e tjera.

Biseksual - Personi i cili emocionalisht, fizikisht dhe/ose seksualisht mund të tërhiqet nga të tjerët e së njëjtës gjini ose nga ata të një gjinie tjetër. Përvojat e tilla mund të zhvillohen në mënyra të ndryshme gjatë jetës së një personi. Personat biseksualë nuk kanë nevojë të kenë përvoja seksuale për t'u identifikuar si biseksualë.

Transgjjinor - Është termi ombrellë për personat që identiteti gjinor dhe/ose shprehja gjinore nuk përputhet me seksin e tyre të lindur. Njerëzit transgjjinorë mund të zgjedhin t'i nënshtrohen trajtimit të hormoneve, të përshkruar nga mjekët, në mënyrë që trupin ta harmonizojnë me identitetin gjinor; disa mund të zgjedhin edhe t'i nënshtrohen operacionit. Sidoqoftë, jo të gjithë personat transgjjinorë mund ose ndërmarrin hapa të tillë.

Transseksual - Personi që emocionalisht ose fizikisht ndjen se i përket seksit të kundërt. I referohet edhe individëve që kërkojnë të marrin hormone, dhe të cilët zakonisht, por jo gjithmonë, kërkojnë trajtim kirurgjikal për ta ndryshuar seksin, në mënyrë që të jetojnë përgjithmonë si njerëz të seksit të kundërt me atë të lindjes. Disa individë që kanë kaluar nëpër procedura të tilla mund të mos pëlqejnë t'i referohen vetes si transseksualë.

Trans - Përdoret si shkurtesë për transgjjinor ose transseksual, si dhe term ombrellë që përfshin një gamë të gjerë identitetesh nën nocionin transgjjinor. Në përgjithësi, duhet të shmanget pasi jo të gjitha audiencat e njohin kuptimin, prandaj mund të çojë në paqartësi. Mund të përdoret nëse është pjesë e një citati të drejtpërdrejtë dhe nëse shpjegimi përfshihet në kllapa, ose nëse kuptimi mund të shpjegohet qartë brenda kontekstit të rrëfimit.

Interseks - Term ombrellë që përshkruan njerëzit e lindur me kromozome seksuale, organe gjenitale të jashtme dhe/ose një sistem riprodhues të brendshëm që nuk konsiderohen "standard" ose normative as për seksin mashkull as për femër. Këto variacione quhen ndonjëherë Dallime të Zhvillimit të Seksit. Interseks preferohet si term kundrejt hermafrodit, i cili është i vjetëruar dhe konsiderohet term poshtërues.

Panseksual - Është orientimi seksual në rastet kur personi dëshiron një partner seksual, duke u bazuar në tërheqjen e personalizuar ndaj karakteristikave fizike, të trupit, tipareve të identitetit dhe/ose atyre specifike personale që mund të përputhen me dualizmin seksual dhe gjinor. Prandaj, është tërheqje seksuale, romantike ose emocionale, pavarësisht nga seksi ose identiteti gjinor i tjetrit. Disa persona panseksualë mund t'i referohen vetes si të verbër ndaj gjinisë, që do të thotë se seksi dhe gjinia nuk e përcaktojnë tërheqjen e tyre romantike ose seksuale ndaj të tjerëve.

Metroseksual - është një mashkull heteroseksual, i cili ka ndjesi të fortë estetike ose interes për modën dhe pamjen personale.

Queer - përdoret si term dhe si fjalë. 1) Qëndron si term përfaqësues ombrellë i matricës së gjerë të identiteteve jashtë mazhorancës normative gjinore dhe heteroseksuale ose monogame.

2) Si fjalë, përdoret si cilësor nga disa njerëz, orientimi seksual i të cilëve nuk është ekskluzivisht heteroseksual. Në përgjithësi, personat që identifikohen si queer, i konsiderojnë termit gej, lezbike dhe biseksual si kufizues ose të ngarkuar me konotacione kulturore, me të cilat nuk identifikohen.

Mbretëreshë drag (ANG: “drag queen”) – në përgjithësi janë burra gej, që vishen si gra për qëllime argëtimi. Gratë transgjimore nuk janë mbretëresha drag. Për më shumë, fjala “transvestite” duhet të shmanget gjithmonë, përveç nëse ndokush vetidentifikohet ashtu.

Mbret drag (ANG: “drag king”) – Një person që identifikohet si grua ose femër, dhe që vishet me rroba që kulturalisht asocohen me burrat për qëllime të performancës.

Moskonformim gjinor; Jobinar – i referohen personave, identiteti gjinor dhe/ose shprehja gjinore e të cilëve dalin jashtë pritshmërive konvencionale shoqërore dhe kulturore të lidhura dhe/ose që i përshkruhen maskilitetit dhe feminitetit. Është me rëndësi të kuptohet se mjaft njerëz kanë shprehje gjinore që nuk u përgjigjen koncepteve konvencionale, por kjo nuk do të thotë se ata janë transgjimore. Prandaj, jo të gjithë njerëzit me moskonformim gjinor janë transgjimore, dhe jo të gjithë personat transgjimore janë me moskonformim gjinor.

6.2 Paragjykime dhe keqkuptime rreth komunitetit LGBTI+²⁵

Seksualiteti është një zgjedhje

Shumë njerëz besojnë ende se të qenit gej, lezbike, biseksual apo ndryshe është diçka që një person e zgjedh në mënyrë aktive. Megjithatë, më shumë se 30 vjet kërkime kanë arritur

në përfundimin se të qenit pjesë e komunitetit LGBTI+ është një identitet dhe jo zgjedhje.

Komuniteti LGBTI+; i importuar nga Perëndimi

Pretendimi se tërheqja ndaj të njëjtit seks është një praktikë perëndimore është i gabuar. Personat LGBTI+ mund t'i gjejnë kudo – përgjatë mijëra viteve histori dhe vendeve të ndryshme, pavarësisht etnicitetit apo nivelit të të ardhurave.

Të qenit pjesë e komunitetit LGBTI+ është “një sëmundje”

Më shumë se 20 vjet më parë, Organizata Botërore e Shëndetësisë sqaroi në mënyrë të qartë se homoseksualiteti nuk është as çrregullim dhe as sëmundje, duke theksuar në fakt se është një variacion natyral dhe jopatologjik i seksualitetit njerëzor.

Personat LGBTI+ kërkojnë “të drejta speciale”

Kjo nuk është e vërtetë. Personat LGBTI+ nuk kërkojnë të drejta të veçanta, por ata kërkojnë që të gëzojnë të njëjtat të drejta dhe liri themelore si çdo qenie tjetër njerëzore. Fatkeqësisht, këto të drejta dhe liri u mohohen miliona njerëzve në mbarë botën vetëm për shkak të orientimit të tyre seksual dhe identitetit gjinor.

Personat LGBTI+ dallohen nga pamja

Është mjaft i përhapur paragjykimi se të gjithë burrat gej shprehin tipare femërore, të tilla si sjellja, manierizmi, stili apo mënyra e të folurit. Gjithashtu për gratë lezbike pritet që të shfaqin tipare mashkullore, gjë që nuk është e vërtetë.

²⁵ <https://www.pgaction.org/inclusion/practical-tools/myths-and-reality.html>

Orientimi seksual dhe identiteti gjinor mund të ndryshohen

Organizata Botërore e Shëndetësisë e ka bërë të qartë se orientimi seksual nuk mund të ndryshohet. Përpjekjet për të ndryshuar me forcë orientimin seksual të personave gej, lezbike, biseksualë etj, janë joefektive, të dëmshme dhe mund të çojnë në torturë.

Personat LGBTI+ janë të “rrezikshëm për fëmijët”

Nuk ka asnjë provë që lidh të qenit gej, lezbike, biseksual ose transgjinor me abuzimin ndaj fëmijëve. Provat tregojnë se personat LGBTI+ në të gjithë botën, ashtu si personat heteroseksualë, janë prindër, mësues dhe modele të mira për të rinjtë. Portretizimi i personave LGBTI+ si të rrezikshëm për fëmijët është i gabuar, ofendues dhe paragjykes.

6.3 Këshilla për raportimin etik të komunitetit LGBTI+

1 Mëso nga komuniteti

Para se të shkruash për çështje që lidhen me orientimin seksual apo identitetin gjinor, informohu mirë. Mënyra më e mirë është të flasësh me anëtarë të komunitetit në zonën tënde. Edhe nëse disa prej tyre nuk janë të gatshëm të flasin për shkak të përvojave të këqija me median në të shkuarën, përpiqu t'i kontaktosh dhe të krijosh besim.

2 Eduko publikun tënd

Disa media përdorin temat LGBTI+ për të tërhequr vëmendje ose për të krijuar frikë. Kjo është e gabuar. Syno të informosh me ndjeshmëri dhe saktësi, duke përdorur një gjuhë të kuptueshme dhe të respektueshme.

3 Lufto mitet dhe keqkuptimet

Nëse dikush që interviston thotë diçka të pavërtetë për komunitetin LGBTI+, mos e paraqit si fakt. Nëse burimi yt është duke përsëritur një mit që ti e di se është i rremë, mund ta përjashtosh nga raportimi ose ta përfshish atë së bashku me informacionin e saktë, që tregon njëherazi edhe paragjykimin e burimit. Jep informacion të saktë dhe shmang gjuhën fyese apo të urrejtjes në shkrimet e tua.

4 Mos e paraqit temën bardh e zi

Mos kufizo historinë në dy mendime të kundërta. Bisedo me persona me këndvështrime të ndryshme që mund të ndihmojnë të kuptosh më mirë situatën.

5 Lëri njerëzit të tregojnë historitë e tyre

Kur raporton për këtë komunitet, jepu fjalën atyre që e përjetojnë nga afër. Ata e njohin më mirë realitetin e tyre dhe historia bëhet më prekëse kur flasin vetë.

6 Përdor termat që ata preferojnë

Lejo personat që interviston të vetëidentifikohen dhe përdor termat që ata ndihen rehat me to. Gjithashtu, përdor përemrat që ata përdorin për veten.

7 Mbro burimet

Kur interviston njerëz nga komuniteti LGBTI+, shpjego ku dhe si do publikohet historia. Jepu kohë për të menduar nëse duan të identifikohen apo jo. Nëse ka rrezik për ta, mbroji duke mos përmendur emrin ose duke ndryshuar disa detaje.

8 *Zgjidh fotografi që tregojnë historinë siç është*

Përdor imazhe që përfaqësojnë historinë pa stereotipe dhe pa e ekzagjeruar seksualisht paraqitjen. Simbolet si flamuri i ylberit janë të dobishme, por mos i përdor pa arsye.

9 *Trego edhe anët pozitive*

Mos u përqendro vetëm te vuajtjet e komunitetit LGBTI+. Ata kanë edhe histori suksesi, gëzimi dhe fuqie që meritojnë të tregohen.

10 *Reflekto mbi veten*

Nëse ndjen se nuk je personi i duhur për ta mbuluar këtë temë me ndjeshmëri dhe drejtësi, është në rregull t'ia lësh dikujt tjetër që mund ta bëjë atë më mirë.

7. Disa mekanizma për matjen e barazisë gjinore

Ka një sërë metodash që mund të përdoren për matjen e balancës gjinore. Një guidë e përgatitur nga nisma e WAN-IFRA, "Gratë në Media",²⁶ sugjeron disa variante që mund të përshtaten për përdorim në redaksi apo organizata mediatike të ndryshme. Në këtë pikë është e rëndësishme që jo vetëm shkrimet pra përmbajtja mediatike, por edhe imazhet të përfshihen në këtë mekanizëm matjeje.

Numri i grave të përmendura në artikull

1. Një mënyrë e thjeshtë për të parë përfshirjen e grave në përmbajtjet mediatike është të krahasosh numrin e grave të përmendura në një artikull me numrin e burrave të përmendur. Një "përmendje" përfshin çdo referencë për një burrë ose një grua. Ky mund të jetë një emër, një përemër (ajo, ai, ajo, e tij, ai, etj.), një titull (Z., Znj., Znjsh., Zonjushë, Zotëri, Zonjë,, etj.), një emër i gjinisë (e dashura, i dashuri, vajza, djali, gruaja, burri, etj.). Ju mund ta përshtasni këtë metrikë për të numëruar vetëm emrat, ose përemra specifikë, si p.sh. ajo kundrejt atij.

Njësia matëse	% e grave të përmendura kundrejt burrave
Formula	numri i grave si personazhe kryesore pjesëtuar me numrin në total të personazheve kryesore
Synimi - 50%	

Gratë si personazhe kryesore

2. Krahasimi i numrit të grave që shfaqen si personazhe kryesore në një histori/artikull me numrin e burrave është një tjetër masë e thjeshtë e rëndësisë së grave në mbulimin mediatik. Një "personazh kryesor" mund të jetë subjekti ose një nga subjektet e historisë ose dikush që citohet ose përmendet vazhdimisht gjatë gjithë historisë. Një histori mund të ketë më shumë se një personazh kryesor.

²⁶ <https://genderbalancecontent.womeninnews.org/wp-content/uploads/2020/09/Gender-Balance-Guidebook.pdf>

Njësia matëse	% e personazheve kryesore gra
Formula	numri i grave si personazhe kryesore pjesëtuar me numrin e përgjithshëm të personazheve kryesore
Synimi - 50%	

3. Gratë si subjekte kryesore në foto

Rëndësia e imazheve mund të vlerësohet duke matur proporcionin e 'imazheve të njerëzve' me gratë si subjektin e vetëm ose kryesor. Një 'subjekt kryesor' mund të jetë i vetmi subjekt ose një nga subjektet e spikatura në një imazh. Kjo nuk përfshin gratë në sfond. Një imazh mund të ketë më shumë se një subjekt.

Njësia matëse	% e fotove në rastet kur gratë janë subjekt kryesor
Formula	numri i fotove që kanë gratë si subjekte kryesore pjesëtuar me numrin e përgjithshëm (burra dhe gra) në foto
Synimi - 50%	

4. Gratë si burime kryesore

Gjurmimi i përqindjes së grave si burime në një artikull jep një ide të qartë mbi nivelin e përfshirjes së zërave dhe opinioneve të grave. Një "burim" mund të jetë dikush që jep një rrëfim për një përvojë ose opinion personal, një dëshmitar, një zëdhënës ose një "ekspert". Një "burim" përfshin dikë që citohet drejtpërdrejt ose tërthorazi dhe matet duke numëruar numrin e "citimeve direkte dhe të tërthorta". Një burim duhet të numërohet vetëm një herë, pavarësisht se sa herë citohen.

Njësia matëse	% e citimeve unike të grave
Formula	numri i citimeve unike të grave kundrejt numrit të përgjithshëm të burimeve
Synimi - 50%	

5. Gratë si burime të ekspertizës

Fokusimi në burimet e ekspertëve në vend të burimeve në përgjithësi nxjerr në pah pabarazinë në llojet e burimeve që përdoren. Një "burim ekspertize" është dikush me njohuri ose përvojë për të ndikuar, i cituar drejtpërdrejt ose tërthorazi. Ky mund të jetë një gjyqtar, një akademik, një drejtor ekzekutiv ose një biznesmen me njohuri për sektorin, një politikan, një shëf policie etj. Qasja ndaj "matjes" është e njëjtë për "burimet" e mësipërme, ku një burim ekspert llogaritet vetëm një herë, pavarësisht se sa herë citohen.

Njësia matëse	% e citimeve unike të grave eksperte kundrejt burrave
Formula	numri i citimeve unike të grave eksperte pjesëtuar me numrin e përgjithshëm të burimeve të ekspertizës
Synimi - 50%	

6. Gratë si autore të artikujve

Zëri i autores është gjithashtu një tregues i rëndësishëm. Përqindja e emrave të grave është një metrikë e thjeshtë dhe e fuqishme. Është më mirë që kjo të analizohet sipas kategorisë së përmbajtjes së lajmeve, si dhe sipas publikimit në përgjithësi, pasi ka tendencë të ketë një "deficit" të emrave të grave në kategoritë e përmbajtjes së "rëndë" si politika, biznesi dhe sporti. Emrat e autores ku autori nuk dihet duhet të përjashtohen nga numri i përgjithshëm.

Njësia matëse	% e grave autore të shkrimeve/kronikave
Formula	numri i grave të shkrimeve ku autore janë gratë pjesëtuar për numrin e përgjithshëm të shkrimeve
Synimi - 50%	

7. Gjuha seksiste apo që përfshin stereotipe gjinore

Vlerësimi nëse përmbajtja përmban stereotipe gjinore dhe gjuhë seksiste kërkon një kuptim të qartë të asaj çfarë kuptojmë me stereotipe. Kjo është një kategori e vështirë për t'u matur sepse mund të kërkojë vendime subjektive. Një metodë bazë është të numërosh çdo artikull me një ose më shumë raste të stereotipizimit gjinor ose seksizmit. Ekziston një ndryshim midis gjuhës së stereotipizimit gjinor që është e butë dhe e paqëllimshme kundrejt gjuhës së hapur dhe ofenduese seksiste.

Njësia matëse	% e artikujve që përmbajnë gjuhë seksiste apo stereotipizuese gjinore
Formula	numri i shkrimeve që përmbajnë gjuhë seksiste apo stereotipizuese gjinore kundrejt numrit të përgjithshëm të shkrimeve
Synimi - 0%	

8. Imazhe seksiste apo stereotipizuese gjinore

Imazhet mund të përdoren gjithashtu për të matur shkallën e stereotipizimit gjinor. Kjo përfshin llogaritjen e përqindjes së imazheve të grave me elementë seksistë ose stereotipe gjinore. Është e mundur të përshtatet kjo mënyrë matjeje për të bërë dallimin midis stereotipizimit gjinor/imazheve seksiste të lehta, të mesme ose të forta.

Njësia matëse	% e fotove/videove seksiste apo që kanë elementë të stereotipeve gjinore
Formula	numri i fotove/videove seksiste apo që kanë elementë të stereotipeve gjinore kundrejt numrit të përgjithshëm të fotove/videove
Synimi - 0%	

