

**Përkatësia gjinore dhe  
dezinformimi në Shqipëri:**

**Si i formëson media  
qëndrimet ndaj roleve  
gjinore**

## Tabela e Përmbajtjes

<b>Hyrje</b> .....	<b>3</b>
<b>Qëndrimet ndaj gjinisë dhe seksualitetit</b> .....	<b>4</b>
Ndikimi i politikës dhe ndikimet e huaja dashakeqe .....	<b>6</b>
<b>Metodologjia</b> .....	<b>8</b>
<b>Narrativat gjinore në median shqiptare</b> .....	<b>10</b>
<b>Fushatat dezinformuese dhe përfituesit e tyre</b> .....	<b>17</b>
1) Fushatat dezinformuese mizogjene të nxitura nga ekonomia e klimave .....	<b>17</b>
2) Homofobia dhe fushatat e dezinformimit të motivuara politikisht .....	<b>18</b>
3) Fushatat dezinformuese .....	<b>20</b>
<b>Rekomandime</b> .....	<b>26</b>
<b>Referenca</b> .....	<b>28</b>

## Hyrje

Në këtë artikull analizohen disa fushata dezinformuese të iniciuara dhe të përforcuara nga mediat shqiptare në lidhje me gratë dhe me komunitetin LGBTI+. Me punën tonë, u përpoqëm të adresonim dy lloje pyetjesh: Së pari, çfarë fushatash po përhapen në mediat shqiptare që vënë në shënjestër gratë dhe anëtarët e komunitetit LGBTI+? Dhe, së dyti, nga vijnë dhe çfarë synojnë të arrijnë këto fushata? Kush përfiton prej tyre dhe çfarë mekanizmash përdoren për përhapjen e tyre? Duke parë natyrën dhe qarkullimin e këtyre narrativave, ne kishim për qëllim të kuptonim se çfarë i shtyn dhe kush përfiton nga këto fushata dezinformuese. Përveç shqetësimeve më të gjera se si e formëson mbulimi mediatik perceptimin e publikut ndaj roleve gjinore, ishim gjithashtu të interesuar të shihnim nëse këto lloj dezinformimesh përdoren edhe nga aktorë të huaj (d.m.th. nga shtete të tjera) për të përhapur axhendat e tyre dhe për të destabilizuar Shqipërinë dhe qeverinë e saj dhe nëse po, në çfarë shkallë përdoren ato. Ne jemi të vetëdijshëm për përpjekjet e qeverisë ruse, ndër të tjera, për të përdorur çështje kulturore për të ushqyer ndjenja anti-perëndimore dhe anti-BE dhe për të minuar qeveritë lokale.<sup>1</sup> Artikulli ynë shqyrton shkallën në të cilën vende si Rusia, Irani dhe Turqia (si disa nga aktorët kryesorë geopolitikë në Ballkanin Perëndimor), mund të përdorin ndikimin e mediave në lidhje me çështje të tilla kulturore për axhendat e tyre. Për qëllimin e këtij artikulli, me **dezinformim** kemi parasysh përhapjen e qëllimshme dhe me vetëdije të informacioneve të rreme ose të gabuara për t'i shkaktuar dëm veçanërisht një qeverie, një organizate apo një figure publike.

Artikulli vjen si produkt i një analize të thelluar të produktit të medias shqiptare. Për të identifikuar fushatat e mëdha dezinformuese që kanë të bëjnë me gjininë dhe me komunitetin LGBTI+, ne analizuam rezultatet e një sërë organesh mediatike, që nga kanalet kryesore të lajmeve deri te tabloidët dhe faqet e mediave sociale që ndiqen nga një numër i konsiderueshëm njerëzish. Pamë, gjithashtu, edhe angazhimin e mediave sociale dhe komentet në postimet e tyre që kanë të bëjnë me çështjet gjinore për të kuptuar më mirë se si i jep formë perceptimeve të publikut mënyra se si çështje të caktuara portretizohen në media. Kjo na dha mundësinë të dallonim disa raste fushatash të mëdha dezinformuese me synime të qarta dhe të rendisim narrativat kryesore që përdoren kur flitet për rolet gjinore. Përveç kësaj, analizuam edhe disa raporte mbi mënyrën se si i trajtojnë mediat shqiptare çështjet që lidhen me gjininë dhe seksualitetin gjatë pesë viteve të fundit për të përcaktuar se cilat fushata dizinformuese kanë pasur ndikimin më të madh dhe si vazhdojnë ato edhe sot e kësaj dite.

Gjetja e përfituesve kërkonte një analizë të peizazhit mediatik shqiptar në përgjithësi. Rreth 900 media operojnë në Shqipëri, duke përfshirë 60 kanale televizive lokale dhe kombëtare, gazeta, stacione radiofonike dhe portale online. Megjithë diversitetin që shihet në pamje të parë, “skena mediatike shqiptare është shumë e përqendruar në duart e disa pronarëve kryesorë, të cilët kanë lidhje të forta politike dhe kontrollojnë më shumë se gjysmën e audiencës dhe gati 90% të pjesës së tregut”, sipas Monitoruesit të Pronësisë së Medias të Rrjetit Investigativ Ballkanik<sup>2</sup>. Ky përqendrim i mediave më të mëdha në duart e disa pronarëve me lidhje politike do të thotë që shpesh mbulimi mediatik është në vetvete i motivuar politikisht, duke rritur mundësinë për manipulim të publikut përmes dezinformimit për qëllime dashakeqe. Përveç kësaj, megjithëse portalet luftojnë për vëmendje dhe klikime për të siguruar rezultatin e tyre përfundimtar në një treg shumë konkurrues, financimet e jashtme bëhen vendimtare për mbijetesën e tyre. Financimi dhe pronësia ishin vendimtare në përcaktimin e përfituesve të çdo fushate dezinformimi. Aty ku nuk kishte të dhëna të tilla, analizuam mbulimin e përgjithshëm për të kuptuar se ku konsistonin lidhjet e tyre, sidomos lidhjet që kanë të bëjnë me aktorë të huaj që veprojnë kundër interesave të Shqipërisë.

<sup>1</sup> Vanessa Nikolova, “Kremlin speaking: homophobia as geopolitics,” <https://factcheck.bg/en/kremlin-speaking-homophobia-as-geopolitics/>.

<sup>2</sup> Balkan Investigative Network, “Media Ownership Monitor,” <https://www.mom-gmr.org/en/countries/albania/>

## Qëndrimet ndaj gjinisë dhe seksualitetit

Megjithëse është e vështirë të dilet me shifra të sakta, sondazhe të ndryshme kanë treguar se televizioni, i ndjekur nga rrjetet sociale, mbeten burimet kryesore të lajmeve dhe argëtimit për shumicën dërrmuese të shqiptarëve<sup>3</sup>. Shqiptarët kalojnë orë të tëra të ditës duke parë transmetime lajmesh, emisione debatesh dhe shfaqje humori, si dhe në rrjetet sociale. Ky artikull fillon me të kuptuarit e faktit që përmbajtja që njerëzit konsumojnë përmes kanaleve mediatike formëson mënyrën se si e shohin ata botën, si ndërveprojnë me të dhe, veçanërisht si i kuptojnë çështjet dhe pikëpyetjet që kanë të bëjnë me gjininë. Për dekada me radhë, një grup gjithmonë e më i madh studimesh ka treguar se ekziston një lidhje e fortë midis mediave që njerëzit konsumojnë dhe qëndrimeve të tyre ndaj roleve dhe stereotipeve gjinore<sup>4</sup>. Përshkrimet që thyjnë stereotipet gjinore dhe që përdorin përshkrime pozitive dhe komplekse të grupeve të marxhinalizuara (duke përfshirë, ndër të tjerët, gratë, njerëzit me ngjyrë, anëtarët e komunitetit LGBT+) kanë një ndikim të matshëm në ndryshimin e perceptimit të publikut.<sup>5</sup>

Shqiptarët vazhdojnë të jenë ngushtësisht të lidhur me rolet strikte gjinore brenda dhe jashtë familjes. Kjo ruajtje e ideve tradicionale për gjininë është rezultat i traditave patriarkale të rrënjësura thellë në Shqipëri.<sup>6</sup> Sipas një raporti të UN Women, “Një në çdo tre meshkuj të anketuar dhe një në çdo katër femra të intervistuar besojnë se vajzat e kanë vendin në shtëpi, kurse djemtë duhet të ndjekin mundësitë për karrierë dhe për lidhje. Një përqindje e lartë gjithashtu besojnë se gratë duhet të jenë të nënshtruara ndaj partnerëve të tyre meshkuj.”<sup>7</sup> Në këtë raport, konstatohet gjithashtu se një numër pak a shumë i përafërt njerëzish besojnë se burrat duhet të kenë kontroll mbi trupat, vendimet dhe financat e grave, një qëndrim me të cilin bien më shumë dakord burrat sesa gratë.

Figure 3: Women's Roles in Society

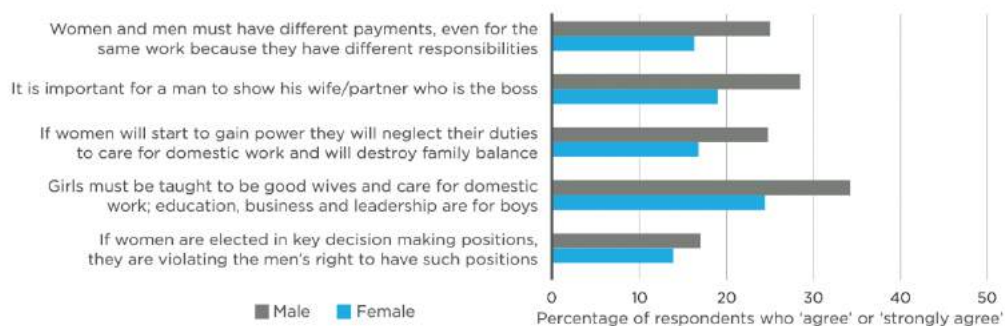


Figura 1: Rezultatet e anketës nga raporti i [UN Women](#) mbi perceptimin e roleve gjinore në shoqërinë shqiptare.

<sup>3</sup> Për një zberthim të tendencave të shqiptarëve sa i përket konsumimit të medias, shih seksionin “Metodologjia” më poshtë. Për një pasqyrë të këtyre shifrave, shih edhe Monitor, “Anketimi i INSTAT: Në çdo dhjetë shqiptarë, nëntë janë ekspozuar ndaj mediave,” <https://www.monitor.al/anketimi-i-instat-nente-nga-dhjetë-shqiptarë.-janë-te-ekspozuar-ndaj-mediave-2/>.

<sup>4</sup> Shih për shembull, L. Monique Ward dhe Petal Grower, “Media dhe Zhvillimi i Stereotipeve të Roleve Gjinore”, *Analiza e Përvitshme e Psikologjisë së Zhvillimit* (2020).

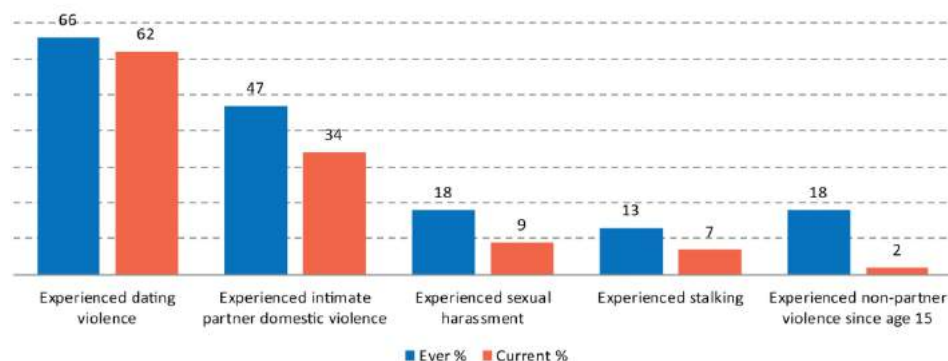
<sup>5</sup> Për shembull, Phillip Ayoub dhe Jeremiah Garretson, “[Getting the Message Out: Media Context and Global Changes in Attitudes toward Homosexuality](#)” *Comparative Political Studies*, 50, 8, (2017); Erik Bleich, Irene Bloemraad dhe Els De Graauw, “Migrantët, pakicat dhe media: Informacioni, përfaqësimet dhe pjesëmarrja në sferën publike,” *Migrantët, Minoritetet dhe Media* (2018).

<sup>6</sup> UN Women, *Perceptimet Publike për Barazinë Gjinore dhe Dhunën ndaj Grave në Shqipëri* (2018), <https://albania.unwomen.org/sites/default/files/Field%20Office%20Albania/Attachments/Publications/2019/05/Albania.pdf>.

<sup>7</sup> Po aty, 4. Th

Po kështu, në këtë raport konstatohet se perceptimet e ngurta për rolet gjinore përdoren për të justifikuar dhunën ndaj grave: nga tradhtia që shihet si justifikim i mjaftueshëm për dhunën fizike deri tek turpi dhe vendi i gruas në familje që çojnë në mbajtjen të fshehtë të dhunës në familje. Një studim i vitit 2020 tregoi se këto qëndrime mbeten kryesisht të pandryshuara.<sup>8</sup> Ndërkohë, një raport i Institutit Kombëtar të Statistikave ka treguar se “Më shumë se gjysma e grave dhe vajzave shqiptare të moshës 15-74 vjeç kanë përjetuar në jetë një ose më shumë nga pesë llojet e ndryshme të dhunës (dhunë nga partneri intim, dhunë gjatë periudhës së njohjes, dhuna nga persona të ndryshëm nga partneri, ngacmime seksuale dhe/ose përndjekje).”<sup>9</sup>

**Fig. 1 Experiences of violence against women and girls**



**Figura 2:** Raporti i INSTAT dhe UN Women i vitit 2019 për dhunën ndaj grave në Shqipëri.

Ndonëse zbatimi i rreptë i normave dhe roleve gjinore mund të jetë trashëgimi e një historie të gjatë traditash patriarkale, ato vazhdojnë edhe në të tashmen përmes një morie mekanizmesh, duke përfshirë edhe përmes mediave që konsumojnë shqiptarët. OJQ-të në Shqipëri kanë publikuar një studim të rëndësishëm mbi ndërthurjen e dhunës me bazë gjinore me portretizimin e grave në media. Gjetjet e tyre tregojnë se si objektivizohen gratë, si mbizotëron gjuha e urrejtjes ndaj grave, racave të pakicave dhe anëtarëve të komunitetit LGBT+ dhe se si dhuna ndaj grave justifikohet dhe rrënjohet përmes narrativave mediatike. “Raporti i monitorimit të gjuhës së urrejtjes në Shqipëri” i Rrjetit të Raportimit të Diversitetit, konstatoi se pas etnisë, kategoria e dytë më e madhe në qendër të gjuhës së urrejtjes në media ishte gjinia.<sup>10</sup> Një projekt monitorimi i Institutit Shqiptar të Medias vuri re gjithashtu se një pjesë e konsiderueshme e artikujve dhe postimeve për gratë në median shqiptare shfaqin stereotipe seksiste dhe mizogjene ose bazohen tek stereotipe të tilla.<sup>11</sup> Gratë në funksione publike, si politikanet dhe gazetaret, janë objekt i një mase joproportionale mbulimi mizogjen dhe gjuhe urrejtjeje, por edhe më gjerësisht,

<sup>8</sup> UN Women, Perceptimet e dhunës kundër grave dhe vajzave: Një përmbledhje krahasuese (2022) <https://albania.unwomen.org/en/digital-library/publications/2022/04/perceptions-of-violence-against-women-and-vajza-nje-permbledhje-krahasuese>.

<sup>9</sup> INSTAT, “Dhuna ndaj grave dhe vajzave në Shqipëri”, <https://www.instat.gov.al/en/statistical-literacy/violence-against-women-and-girls-in-albania/>.

<sup>10</sup> Dorentina Hysa dhe Kristina Lani, Raport Monitorimi i Gjuhës së Urrejtjes në Shqipëri. <https://www.annalindhfoundation.org/sites/default/files/documents/network-news/Monitoring-Report-on-Hate-Speech-in-Albania-12072022.pdf>

<sup>11</sup> Instituti Shqiptar i Medias, “Mend the Language”, Manual Projekti. <https://www.annalindhfoundation.org/sites/default/files/documents/network-news/Mind%20the%20Language%20-%20Project%20Handbook.pdf>

peizazhi mediatic shqiptar vuan si nga format e hapura, ashtu edhe nga format e fshehura të seksizmit.<sup>12</sup>

Ky artikull konfirmon etikën e përgjithshme të këtyre gjetjeve: portretizimi i grave dhe vajzave nga mediat shqiptare është mizogjen, si haptazi, ashtu edhe në mënyrë indirekte. Megjithatë, ndërkohë që këto raporte janë të interesuara kryesisht për të vënë në pah seksizmin dhe mizogjininë si tipare të mbulimit të lajmeve në mediat shqiptare, ky raport shqyrton edhe disa raste specifike të fushatave të dezinformimit të synuar dhe zbërthen mekanizmat përmes të cilave përhapen këto fushata. Mbi këtë bazë, ne analizojmë se si i shtrembëron faktet media shqiptare, si i përdor titujt e lajmeve për klikime dhe si e përdor tonin dhe gjuhën mizogjene si një armë – të gjitha këto shërbejnë për të nxjerrë në pah e për të ngulitur narrativa të caktuara gjinore në mendjen e publikut shqiptar. Ky dezinformim në lidhje me gjininë formëson mënyrën se si i mendon publiku gjininë dhe rolet gjinore, duke ngulitur thellë narrativa dhe stereotipe të dëmshme që kanë pasoja të drejtpërdrejta për jetën e grave dhe vajzave në Shqipëri, si dhe për jetën e komunitetit LGBT+.

## Ndikimi i politikës dhe ndikimet e huaja dashakeqe

Shumica e mediave shqiptare, veçanërisht mediat më të mëdha, kanë lidhje të qarta ose të fshehta politike. Për të ritheksuar gjetjet e Monitorit të Pronësisë së Medias, “kufijtë mes medias, politikës dhe biznesit kanë qenë gjithmonë të mjegullta”.<sup>13</sup> Ndërkohë që mediat tradicionale dhe pronësia e tyre shfaqen në bazën e të dhënave të qeverisë për bizneset e regjistruara, portalet online nuk kanë detyrimin t'i nënshtrohen të njëjtit nivel mbikëqyrjeje apo transparence në lidhje me financimin e tyre.<sup>14</sup> Ndonjëherë, kjo e bën të vështirë apo edhe të pamundur të kuptosh interesat e mediave të caktuara. Kështu që na duhet të mbështetemi në një analizë gjithëpërfshirëse dhe krahasuese të përmbajtjeve të tyre për të identifikuar lidhjet e tyre me interesa specifike, veçanërisht ato të huaja.

Për shembull, portalet si [Gazeta Impakt](#) nuk kanë asnjë rresht informacion që mund të na ndihmojë të identifikojmë pronarët e saj. Megjithatë, ndryshe nga shumica e mediave shqiptare, ato publikojnë një numër dominues artikujsh që dënojnë islamofobinë, janë qartazi anti-MEK dhe kanë artikuj që janë neutralë deri në pozitivë për Iranin. Gjithashtu, ato ndjekin llogaritë që lidhen me Iranin në hapësira si Twitter dhe artikujt e tyre ribotohen në [Shoqërinë Nejat](#) me pronësi iraniane. Kjo na ka bërë të besojmë se në publikimin e këtij portali në gjuhën shqipe luhen interesa iraniane. Po kështu, ka edhe [faqe interneti](#) që publikojnë në mënyrë rutinore pjesë të ekzagjeruara për përpjekjet e qeverisë turke, organizatave turke dhe fushatave të tyre humanitare në Shqipëri, veçanërisht në periudhën e Ramazanit. Megjithëse shkrime dhe reklama të tilla nuk janë të rralla edhe në mediat kryesore shqiptare, ato janë më shumë në linjë me korporata të caktuara sesa me vende individuale.

Studimi ynë ka treguar se në të vërtetë ka portale të tilla me ndikime të qarta të huaja, ku Irani dhe Turqia janë dy nga interesat më të dukshme të përfshira në publikimin e tyre. Irani në veçanti ka shfaqur një interes në rritje për Shqipërinë për shkak të vendimit të saj për të akomoduar

---

<sup>12</sup> Shih për shembull, Albana Metaj-Stojanova, “Raportimi mediatic mbi dhunën në familje kundër grave në Republikën e Shqipërisë”, *European Journal of Research in Social Sciences* (2017); UN WOMEN, Dhuna kundër Grave gjatë Zgjedhjeve & Paragjykimet Gjinore në Mbulimin Mediatic të Zgjedhjeve të Përgjithshme të Prillit 2021 në Shqipëri; Izela Tahsini dhe Veronika Duci, “Gratë dhe politika: Mbulimi i fushatës zgjedhore parlamentare 2021 në median shqiptare online”, *Mirëqenia Sociale Globale*.

<sup>13</sup> Rrjeti Ballkanik Investigativ, “Media Ownership Monitor”, <https://www.mom-gmr.org/en/countries/albania/>.

<sup>14</sup> AidData, “Albania: Media Ownership and Potential Foreign Influence Channels,” <https://www.aiddata.org/publications/albania-profile-of-media-ownership-and-potential-foreign-influence-channels>.

në vend anëtarët e Organizatës së Muxhahedinëve të Popullit të Iranit (MEK).<sup>15</sup> Në gjysmën e dytë të vitit 2022, disa sisteme të qeverisë shqiptare ishin viktime të disa sulmeve të koordinuara kibernetike që më pas iu atribuuan hakerëve iranianë.<sup>16</sup> Këto sulme paralizuan sistemet qeveritare për ditë të tëra dhe e çuan Shqipërinë në ndërprerjen e marrëdhënieve diplomatike me Iranin. *Homeland Justice*, grupi që ka marrë përsipër përgjegjësinë për sulmet, e ka bërë të qartë faktin se këto sulme janë hakmarrje ndaj vendimit të Shqipërisë për të shërbyer si mikpritëse e MEK-ut.<sup>17</sup>

Hija e ndikimit rus duket shumë e pranishme në Ballkanin Perëndimor, duke përfshirë edhe Shqipërinë. Rusia nuk e fsheh axhendën e saj anti-perëndimore dhe anti-BE në rajon dhe synimin e saj për të penguar anëtarësimin e gjashtë vendeve të Ballkanit Perëndimor në Bashkimin Evropian.<sup>18</sup> Në të gjithë Ballkanin, si edhe më gjerë në Evropën Lindore, ajo e ka armatosur median dhe kulturën, veçanërisht ndjenjat homofobike, për ta kthyer popullsinë e vendeve si Serbia, Bullgaria dhe Mali i Zi kundër BE-së. Megjithatë, marrëdhëniet e Shqipërisë me Rusinë, duhen kuptuar në kontekst. Ndryshe nga fqinjët e saj të Ballkanit Perëndimor, Shqipëria nuk ka lidhje të forta kulturore apo gjuhësore me Rusinë. Shumica dërmuese e shqiptarëve nuk flasin rusisht ose ndonjë gjuhë tjetër sllave. Kjo do të thotë se aftësia e mediave në gjuhën ruse për të depërtuar tek publiku shqiptar është në vetvete e vogël.

Sipas një informimi të fundit të Parlamentit Evropian, “Maqedonia e Veriut dhe Shqipëria janë identifikuar si vendet më pak të cenueshme” ndaj ndikimit rus, duke përfshirë edhe ndikimin kulturor.<sup>19</sup> *Research Lab Aid Data* konstatuan se “Rusia dhe aktorë të tjerë të jashtëm duket se kanë një numër relativisht të vogël kanalesh aktive për të ndikuar në hapësirën mediatike shqiptare”.<sup>20</sup> Më tej, ata konstatuan se në Shqipëri ekziston vetëm “një organ mediatik në pronësi të shtetit rus, një zyrë për Rossiyskaya Gazeta”. Për pronarët e mediave, vetëm Koço Kokëdhima, biznesmen shqiptar dhe pronar i Gazetës Shekulli, ka lidhje me oligarkët rusë dhe me qeverinë ruse, megjithëse kjo nuk duket të ketë çuar në përmbajtje pro-ruse në Gazetën Shekulli

---

<sup>15</sup> Shih për shembull, Arron Merat, “Terrorists, cultists – or champions of Iranian democracy? The wild wild story of the MEK,” *The Guardian*, <https://www.theguardian.com/news/2018/nov/09/mek-iran-revolution-regime-trump-rajavi>.

<sup>16</sup> Ayman Oghanna, “How Albania Became a Target for Cyberattacks,” *Foreign Policy*, <https://foreignpolicy.com/2023/03/25/albania-target-cyberattacks-russia-iran/>.

<sup>17</sup> Agjencia e Sigurisë Kibernetike dhe Sigurisë së Infrastrukturës, “Aktorët Shtetërorë iranianë kryejnë operacione kibernetike kundër qeverisë së Shqipërisë”, <https://www.cisa.gov/news-events/cybersecurity-advisories/aa22-264a>.

<sup>18</sup> Paul Stronski, “Russia in the Balkans After Ukraine: A Troubling Actor,” *Carnegie Endowment for International Peace*. <https://carnegieendowment.org/politika/87959>.

<sup>19</sup> European Parliament, “Russian and the Western Balkans: Geopolitical confrontation, economic influence and political interference,” [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2023/747096/EPRS\\_BRI\(2023\)747096\\_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2023/747096/EPRS_BRI(2023)747096_EN.pdf).

<sup>20</sup> Aid Data, “Albania: Media Ownership and Potential Foreign Influence Channels,” 12.

Tabela 1: Media me pronësi shtetërore ruse në Shqipëri

Television		Print		Radio		News Agency	
Russia I	✗	Rossiyskaya Gazeta	✓	Sputnik	✗	TASS	✗
Russia 24	✗					Sputnik	✗
Russia K	✗						
RTR-Planeta	✗						
TV Centre	✗						
Channel One	✗						
RT	✗						

**Burimi:** Aid Data, “Shqipëria: Pronësia e medias dhe kanalet e mundshme të ndikimeve të huaja”

Në fakt, studimi ynë tregon se në rastet ku dezinformimi që vë në shënjestër gratë dhe personat LGBT+ përdoret politikisht, ai bëhet nga aktorë lokalë dhe për qëllime lokale. Portalet me përkatësi dhe financime nga partitë politike, veçanërisht nga Partia Demokratike, kanë më shumë gjasa të dezinformojnë në funksion të qëllimeve të tyre politike. Për Partinë Demokratike në fjalë, kjo do të thotë një përpjekje për t'i bërë votuesit të jenë në anën e axhendës së tyre të re kulturore, e cila fokusohet në vlerat tradicionale të familjes dhe të drejtat anti-LGBT+. Kjo gjithashtu do të thotë se mizogjia dhe homofobia përdoren shpesh për të sulmuar kundërshtarët politikë. Megjithatë, kjo nuk do të thotë se mediat shqiptare nuk janë të cenueshme ndaj rusëve (ose ndikimeve të tjera të huaja). Siç e përmendëm, ka disa portale që qartazi kanë lidhje me subjekte të huaja, megjithëse ndikimi i tyre për momentin duket i kufizuar. Edhe kur bëhet fjalë për Partinë Demokratike, ose aleatën e saj, Partinë e Lirisë, disa anëtarë kanë lidhje të qarta financiare me Rusinë ose më donatorë rusë.<sup>21</sup> Është axhenda tradicionale e vlerave familjare, që frymëzohet nga Fidesz-i gjithnjë e më autoritar, që tregon se sa mund të shtrihen ndikimet e huaja në formësimin e politikës shqiptare. Përdorimi i dezinformatave për të orientuar publikun shqiptar kundër çështjeve progresive në lidhje me përkatësinë gjinore, edhe pa praninë e medias ruse në Shqipëri, mundet prapëseprapë që të ndihmojë synimet e Rusisë për ta larguar edhe një tjetër vend të Ballkanit Perëndimor nga BE-ja duke përdorur kulturën.

## Metodologjia

Sipas vlerësimeve të fundit, në sferën mediatike shqiptare operojnë më shumë se 900 media online, shumica e të cilave funksionojnë si portale të stilit tabloid, ndërkohë që të tjerat janë faqet

<sup>21</sup> Shih, për shembull, hetimet e Faktoje për këto çështje. Anila Hoxha, “Dosja e lobimit rus, dy vjet sorollatje e kacafytje në sistemin e drejtësisë dhe në fund Basha u harrua,” *Faktoje*, <https://faktoje.al/dosja-e-lobimit-rus-dy-vjet-sorollatje-e-kacafytje-ne-sistemin-e-drejtësisë-dhe-ne-fund-basha-u-harrua/>. Shih, gjithashtu, Barbara Halla & Jona Plumbi, “Paratë ruse, media dhe drejtësia e re – A po heton SPAK Monika Kryemadhin për pagesa offshore me oligarkë rus?,” *Faktoje*, <https://faktoje.al/parate-ruse-media-dhe-drejtësia-e-re-a-po-heton-spak-monika-kryemadhin-per-pagesa-offshore-me-oligarke-rus/>.



e internetit të blogjeve dhe agjencive tradicionale të lajmeve.<sup>22</sup> Përveç sferës online, ekzistojnë edhe gjashtë transmetues televizivë kombëtarë si dhe afërsisht 56 transmetues lokalë në të gjithë vendin.<sup>23</sup> Shifrat rreth pranisë dhe konsumit të mediave janë të vështira për t'u verifikuar me një shkallë të lartë saktësie. Portalet online bazohen në modele biznesi të paqëndrueshme që do të thotë se shumë prej mbylljen shumë shpesh e po aq të tjera të reja dalin në horizont. Ky aspekt ekonomik i peizazhit mediatik shqiptar është thelbësor për përhapjen e fushatave të dezinformimit, pasi portalet janë në kërkim të klikimeve dhe angazhimit të publikut për të rritur të ardhurat nga reklamat dhe për të qëndruar në treg.

Peizazhi mediatik është i parregulluar në masën më të madhe dhe shifrat e shikueshmërisë mbeten të pakonfirmuara, por sipas raportit të vitit 2019 të Institutit Kombëtar të Statistikave, 91% e femrave shqiptare dhe 88% e meshkujve shqiptarë shikojnë televizor të paktën një herë në javë.<sup>24</sup> Megjithëse televizioni vazhdon të jetë burimi më i madh i argëtimit dhe lajmeve, ai po tejkalohet vazhdimisht nga interneti, duke përfshirë portalet online dhe mediat sociale. Janë 2,07 milionë shqiptarë që e përdorin internetin (nga një popullsi prej rreth 2,8 milionë banorësh) dhe 1,87 milionë përdorin rrjetet sociale, ose 65,2% e popullsisë.<sup>25</sup> Me 1,2 milionë përdorues, Facebook dhe Instagram vazhdojnë të jenë platformat më të përdorura të mediave sociale në vend, ndërsa Tëitter ka 94,000 përdorues shumë më modest.

Duke pasur parasysh diversitetin e peizazhit mediatik në Shqipëri, vendosëm të mos kufizohemi në disa media, por bëmë disa krahasime për të parë se si janë përhapur disa fushata specifike dezinformuese me një ndikim jetëgjatë te publiku në sferën mediatike shqiptare. Mediat që ne anketuam përfshinin agjencitë kryesore tradicionale të lajmeve që tërheqin vëmendjen e publikut shqiptar në vend përmes kanaleve dhe programeve të tyre televizive të bazuara në të dhënat e anketave mediatike. Zgjedhëm, gjithashtu, edhe disa tabloide me një numër të madh ndjekësish në mediat sociale (më shumë se 100,000 ndjekës në Facebook dhe/ose Instagram), si dhe me një angazhim të vazhdueshëm në mediat sociale. Dhe e fundit, pamë me vëmendje edhe disa llogari në mediat sociale me numrin më të madh të ndjekësve (1,3 milion ndjekës në Instagram dhe 2 milion ndjekës në Instagram) duke pasur parasysh se ato ua kalojnë shumë formave të tjera mediash për nga angazhimi në internet, duke përfshirë edhe mediat tradicionale.

Pasi u zgjedhën këto burime, ne ndoqëm një qasje kualitative me dy hapa për anketën tonë. Së pari, vazhduam me analizën kualitative të produkteve të këtyre shtatë mediave. Studimi ynë u përqendrua në analizimin e mbulimit të lajmeve gjatë një periudhe pesëvjeçare, përkatësisht nga janari 2018 deri në prill 2023. Kjo na lejoji të kuptonim se cilat fushata dezinformimi kishin një shtrirje të madhe në publikun shqiptar dhe çfarë ndikimi kanë pasur ato si në planin afatshkurtër, ashtu edhe në atë të afatgjatë. Si pjesë e studimit tonë, analizuam si artikujt e publikuar online, ashtu edhe “reels” (videot), intervistat, programet e ndryshme dhe argëtuese, si dhe postimet në rrjetet sociale për të kuptuar më mirë informacionin dhe argëtimin që i ofrohet publikut shqiptar si online, ashtu edhe “live”. Në studim u përfshinë edhe transmetimet e lajmeve dhe programet argëtuese, sepse megjithëse numri i shqiptarëve që informohen online sa vjen e rritet, programet e ndryshme vazhdojnë të tërheqin një numër të madh shikuesish përmes emisioneve si “talk show”, emisioneve të njohjeve djem-vajza e madje edhe disa formave të tjera të “reality TV”.

Pas analizimit të këtyre produkteve mediatike në lidhje me gjininë dhe seksualitetin, zgjedhëm një sërë fushatash dezinformuese që ne i konsiderojmë si ilustruese të këtij zhanri. I analizuam këto fushata në dy nivele. **Së pari**, për të kuptuar se çfarë vendi zë gjinia dhe seksualiteti i subjekteve që qëndrojnë në fokus të fushatave dizinformuese. Pse vihet në shënjestër një person

<sup>22</sup> Rrjeti Ballkanik Investigativ, *Qeverisja e Internetit në Shqipëri dhe Roli i tij në Lirinë e Medias*, f. 12.

<https://birn.eu.com/wp-content/uploads/2020/08/Internet-Governance-1-1.pdf>

<sup>23</sup> Rrjeti Ballkanik Investigativ, Media Ownership Monitor Albania, <https://albania.mom-gmr.org/sq/gjetjet/perqendrimi-i-medias/>.

<sup>24</sup> Monitor, “Anketimi i INSTAT: Nëntë nga dhjetë shqiptarë janë të ekspozuar ndaj mediave,” <https://www.monitor.al/anketimi-i-instat-nente-nga-dhete-shqiptare-jane-te-ekspozuar-ndaj-mediave-2/>.

<sup>25</sup> Simone Kemp, Digital 2022: Shqipëri, <https://datareportal.com/reports/digital-2022-albania>.

apo grup i caktuar? Si portretizohet gjinia ose seksualiteti i tyre në fushatë dhe çfarë besimesh mbështeten apo sfidohen për grupin e synuar në tërësi përmes kësaj fushate? **Së dyti**, për të kuptuar se si është montuar dhe si është përhapur fushata e dezinformimit. Nga ka lindur fushata? Cili ka qenë qëllimi i fushatës? Si kanë reaguar mediat e tjera ndaj kësaj fushate dezinformuese? Si ka reaguar publiku ndaj saj, për aq sa mund ta vlerësojmë?

Duke përdorur këto pyetje si udhëzime, vazhduam me verifikimin e fakteve të këtyre fushatave dezinformuese, duke u kushtuar vëmendje burimeve që ato përdornin, gjuhës së përdorur në përshkrimin e individëve në qendër të historisë, si dhe narrativave dhe interesave, të cilave u shërbejnë këto fushata. I kushtuam vëmendje të veçantë potencialit për ndikime nga jashtë, por edhe shtysave politike që qëndrojnë pas fushatave të caktuara, duke parë se si ishin amplifikuar ato dhe nga kush. Prodhuan një sërë artikujsh që i çmontuan këto fushata, duke parë edhe se çfarë ndikimi kishin pasur ato te publiku dhe se si kishin zënë vend mes narrativave më të mëdha që përdor media shqiptare për të folur për gratë dhe/ose për komunitetin LGBTI+.

Sa i përket çështjes së ndikimit të huaj keqdashës në këto fushata dezinformuese, përveç analizimit të fushatave dezinformuese dhe burimeve të tyre, u përpoqëm të gjurmojmë edhe pronësinë dhe/ose lidhjet e tyre të mundshme me donatorët. Megjithëse pronësia e mediave kryesore shqiptare, veçanërisht stacioneve televizive dhe gazetave, mund të gjendet online, në regjistrin e biznesit të qeverisë, portalet online janë më të vështira për t'u gjurmuar. Në rastin e këtyre portaleve online, na u desh të bënim një rishikim holistik të përmbajtjes së tyre dhe ta krahasonim me përmbajtjen e përgjithshme të prodhuar nga media të krahasueshme me to, për të kuptuar se cilat mund të jenë lidhjet e tyre. Gjithashtu, kemi përdorur edhe burime të besueshme online si Monitorimin e Pronësisë së Medias online për të gjetur pronësinë, si dhe lidhjet e pronarëve të bizneseve individuale me forcat politike shqiptare dhe me subjekte të tjera me interes. Duke përdorur burime të tilla dhe duke u mbështetur edhe në punën kërkimore të OJQ-ve të tjera mbi çështjen e lirisë dhe ndikimit të medias në Shqipëri, qemë në gjendje të përcaktonim se cilat media mund të kenë interes të veçantë që me mbulimin e tyre mediatik, duke përfshirë edhe fushatat e orkestruara dezinformuese, të ndihmojnë në axhendën politike të partive specifike.

## Narrativat gjinore në median shqiptare

Fushatat e dezinformimit që kemi identifikuar në seksionin vijues mund të duken si incidente të ndryshme. Për të përcaktuar më mirë burimin e tyre dhe ndikimin që ato kanë në shoqërinë shqiptare në përgjithësi, kemi identifikuar edhe narrativat që përdoren më shumë në mediat shqiptare. Ndonëse në mënyrë më teorike sesa fushatat e drejtpërdrejta të dezinformimit, këto narrativa tregojnë se si janë formësuar mediat shqiptare dhe si e formësojnë ato perceptimin e shqiptarëve për rolet gjinore. Këto narrative duhet të shihen si narrativa që i shërbejnë të njëjtit funksion: qoftë me vetëdije apo pa vetëdije, ato përsërisin dhe mbështesin një vizion të rreptë dhe patriarkal të roleve dhe marrëdhënieve gjinore që dëmtojnë gratë dhe grupet e tjera të marxhinalizuara.

### 1) Gratë e kanë vendin në shtëpi/Gruaja duhet të ketë për qëllim të martohet dhe të krijojë familje

Siç e thekson edhe raporti i UN Women, respektimi i roleve strikte gjinore në Shqipëri mbështetet tek lidhja me familjen tradicionale patriarkale, ku burrat kanë autoritet mbi gratë e familjes dhe ku ata kanë nën kontroll gjithçka, që nga trupat deri te financat e grave. Media shqiptare e ruajnë këtë lidhje emocionale të publikut me familjen tradicionale, pavarësisht se si ajo i dëmton gratë, duke u bërë jehonë një sërë rrëfimesh që mbështeten pikërisht tek të parit e gjërave të tilla si punët e shtëpisë dhe mëmësia si krejt të natyrshme për gratë, si për shembull narrativa "gruaja e ka vendin në shtëpi" apo "gruaja duhet të sakrifikojë për ta mbajtur familjen të bashkuar."

Megjithëse shumica e mediave shqiptare vazhdojnë të përdorin narrativa që ngulisin normat dhe rolet strikte gjinore, ato e bëjnë këtë në mënyra më të sofistikuar kur bëhet fjalë për artikujt që publikojnë. Siç do të diskutohet më poshtë në lidhje me objektivizimin dhe trupin e grave, tabloidët dhe madje edhe agjencitë kryesore të lajmeve publikojnë në rubrikat e tyre "Gossip" dhe "Showbiz" artikujt që në masën më të madhe nxjerrin në pah shtatzëninë, mëmësinë dhe marrëdhëniet romantike me burrat. Këta artikuj rrallë përqendrohen tek figura e babait, kurse për gratë ka shumë më tepër gjasa të përmenden për "arritjet" e tyre në këto kategori sesa për arritjet e tyre profesionale.

SHQIPTARË LIFESTYLE

## U bë nënë për herë të parë, Eleni Foureira publikon foton me djalin duke u ushqyer me gji

14/02/2023, 22:09



SHQIPTARË LIFESTYLE

## Me një foto të ekos, aktorja e njohur e humorit zbulon se është shtatzënë

04/03/2023, 19:44



**Figura 3:** Pamjet e artikujve nga një tabloid shqiptar që theksojnë shtatzëninë dhe mëmësinë.

Leximi i qoftë edhe një tabloidi tregon se si lajmet për shtatzëninë dhe martesën janë pikat kryesore të faqeve të tyre: ato dalin çdo javë. Edhe gjuha dhe imazhet e përdorura në këta artikuj tregojnë se si ato e vlerësojnë dhe glorifikojnë mëmësinë. Për shembull, ja si e përshkruan një prej artikujve shtatzëninë dhe lindjen e një këngëtareje: “Këngëtarja dhe partneri i saj, Alberto Botia, po përjetojnë ditët më të lumtura të jetës së tyre, teksa kanë në shtëpi djalin e porsalindur”, duke vazhduar me “këngëtarja mban me butësi djalin e saj në krahë dhe i jep gji duke na dhuruar këto foto të ëmbla”.<sup>26</sup>

Artikujt të tjerë tërheqin vëmendjen ndaj grave janë beqare ose në vështirësi për të gjetur një partner, duke e pozicionuar martesën si qëllimin përfundimtar të një gruaje në jetë. Megjithëse disa artikuj kanë një ton që i kritikon burrat shqiptarë, të tjerët luajnë me fantazi patriarkale përmes artikujve që flasim për gra që janë në kërkim të burrave dominues. Një artikull për një modele shqiptare mban titullin: “A ka një “kapo” në jetën e Adrolës? Modelja: Nuk jetohet pa dashuri.”

<sup>26</sup> Newsbomb, “U bë nënë për herë të parë, Eleni Foureira publikon foton me djalin duke u këmbë me gji,” <https://newsbomb.al/u-be-ne-per-herë-te-pare-elëni-foureira-publikon-foton-me-djalin-duke-u-ushqyer-me-gji/>.



**Figura 4:** Artikuj në një tjetër tabloid që fokusohet te martesë dhe mashkulloriteti tradicional.

Ndonëse të marra individualisht, këta artikuj mund të mos tërheqin vëmendje, të analizuar së bashku ata tregojnë se çfarë imazhi kanë dhe nxisin mediat shqiptare për gratë. Por ndërkohë që narrativat në këta artikuj mund të duken ndonjëherë të nënkuptuara, narrativa më të qarta vazhdojnë të dominojnë bisedat në emisionet e debateve dhe në emisione të ndryshme argëtuese, të cilat e tërheqin vëmendjen e publikut edhe më shumë sesa artikujt e publikuar online. Ky paragjykim i veçantë është lehtësisht i dukshëm tek të ftuarit në emisione të ndryshme për të folur për çështje të ndryshme, që lidhen me gjininë ose me çështje të tjera: ato priren të përfshijnë figura fetare (si të krishtera ashtu edhe myslimane), madje edhe psikologë të palicencuar që formësojnë bisedën rreth detyrës së gruas ndaj familjes dhe bashkëshortit.

Në një bisedë me katër pjesë që ka tërhequr më shumë se një milion shikime nga kanali më i madh në vend, u sollën një grup njerëzish për të diskutuar mbi rolin dhe sjelljen e gruas në familje.<sup>27</sup> Megjithatë ky program përfshinte perspektivat e grave që përpiqen të trajtojnë pritshmëritë dhe ngarkesat e tyre, ai përfshinte edhe disa pjesë të dëmshme, ku fjalët e një prej të ftuarve, imamit Elvis Naçi, u bënë epiqendra e emisionit. Naçi kishte qenë në qendër të një debati për publikimin e një videoje ku shpjegonte dhe justifikonte pse burrat tradhetojnë gratë e tyre. Ai segment përfshinte disa komente mizogjene nga përdorues të ndryshëm të Facebook-ut që e mbështesnin Naçin dhe që u transmetuan për miliona shikues shqiptarë. Në komentet e tij, që Naçi i mbrojti edhe gjatë intervistës, ai theksonte detyrimet seksuale dhe shtëpiake të gruas ndaj bashkëshortit dhe detyrën për të qenë vazhdimisht tërheqëse për të, po për të qenë gjithë kohën modeste sa i përket botës jashtë shtëpisë.

Këto narrativa theksojnë edhe një herë se vendi i gruas është në familje dhe brendapërbrenda shtëpisë, ajo është bërë për të qenë një qytetare e dorës së dytë, nevojat dhe dëshirat e së cilës vijnë pas atyre të bashkëshortit (ose ndonjëherë, pas çdo figure tjetër mashkullore në shtëpi). Narrativat e mbështetura nga Naçi (dhe nga të tjerë të ftuar në emision, pavarësisht mosmiratimit të tyre nga të ftuarat femra) i hapin rrugë dhunës dhe e justifikojnë atë. Siç tregohet nga raporte të ndryshme, vetëm 56% e shqiptarëve të anketuar nga UN Women “besonin se dikush do të ndëshkohej për kryerje marrëdhëniesh seksuale të detyruara me bashkëshortin/partnerin”, pasi këta të anketuar mund të “besojnë se njëri partner ka 'të drejta' mbi trupin e tjetrit në kontekstin e një marrëdhënieje.” Këto narrativa ndihmohen edhe nga mediat shqiptare dhe nga bisedat që ato ndajnë dhe moderojnë.

<sup>27</sup> Top Channel, “Pasdite ne TCH, Roli dhe modeli i gruas në familje, 2 tetor 2017,” <https://www.youtube.com/watch?v=tHeWiH6vpLM>.

Në fakt, mediat shqiptare jo vetëm që mundësojnë narrativa që e kufizojnë rolin e gruas brendapërbrenda familjes, por ato vazhdon edhe ta portretizojë vizionin e të qenit grua si një sakrificë të përrjetshme. Një raport i vitit 2013 tregoi se “[Gratë shqiptare] supozohet të jenë plotësisht të afta për ta kryer rolin e tyre si bashkëshorte dhe nëna dhe janë të përgatitura për të sakrifikuar jetën për hir të martesës ... Gratë ende duhet të veprojnë sipas rregullave të vendosura nga meshkujt. Shkeljet e roleve dhe pritshmërive gjinore tradicionale çojnë në abuzime fizike dhe psikologjike.”<sup>28</sup>

## 2) Gratë që tradhtojnë meritojnë të rrihen/të vriten

Skandalet e tradhtisë janë ushqim i sigurt për angazhimin e publikut me mediat shqiptare. Që nga personazhet e famshme deri tek njerëzit e zakonshëm, historitë e tradhtisë nxisin klikime dhe janë fitimprurëse për portalet dhe agjencitë e lajmeve në sferën mediatike shqipfolëse. Megjithatë, kur bëhet fjalë për njerëzit e zakonshëm, akuzat për tradhti ndaj grave janë shumë më të përhapura dhe tradhtia është më e prirur të theksohet, veçanërisht në rastet kur partneri mashkull ose familja e tij hakmerren me dhunë fizike. Kjo nuk është diçka që nuk pritet, po të kemi parasysh se "1 në 3 të anketuar meshkuj dhe 1 në 4 të anketuara femra ranë dakord se tradhtia ishte një 'arsye e vlefshme' që një partner mashkull ta godasë partneren e tij femër", dhe po pothuajse në këto shifra ishin edhe të anketuarit që ishin dakord se edhe dyshimi për tradhti mund të mjaftonte për të justifikuar dhunën.

Ky qëndrim është i përhapur në mediat shqiptare. Megjithëse ato nuk e nxisin drejtpërdrejt dhunën, mënyra se si ato e portretizojnë atë e tregon qartë se ku mund të çojnë. Në pranverën e vitit 2022, një tabloid shqiptar postoi foto të redaktuara të një vajze të re që sulmohej fizikisht nga vjehëri dhe vjehërra që pretendonin se e kishin gjetur në shtrat me një djalë tjetër ndërkohë që djali i tyre punonte në Gjermani. Tabloidët e mbushën një ditë të plotë me këtë lajm, duke postuar foto dhe video të skenës së dhunës dhe duke krijuar kushte më të favorshme për një dënim publik të vajzës.



<sup>28</sup> Linja e Këshillimit për Gratë dhe Vajzat, “Studim për viktimat e dhunës në familje dhe sulmeve seksuale në Shqipëri”, [http://www.cp-project.al/archive/wp-content/uploads/2014/01/DOMESTIC\\_VIOLENCE.pdf](http://www.cp-project.al/archive/wp-content/uploads/2014/01/DOMESTIC_VIOLENCE.pdf).

**Figura 7 :** Pamje nga një tabloid i tillë që tregon skena nga dhoma e gjumit e gruas<sup>29</sup>

Megjithëse artikulli mbyllet me dëshirën që e reja të mbrohet nga policia, tabloidët nuk bënë asgjë për të mbrojtur identitetin e saj nga publiku i gjerë, duke postuar më shumë foto të saj në pozicione vulnerabel. Këto foto theksuan dobësinë e saj, por edhe fajin e saj të supozuar, siç bënë edhe titujt e krijuar për të kapur sa më shumë klikime. “Vjehri dhe vjehrra kapin ‘mat’ në krevat nusen e djalit me dashnorin dhe ushtrojnë dhunë psikologjike ndaj saj”, ose “E kapur me të dashurin në shtrat në shtëpinë e burrit, nusja e Librazhdit përfundon në spital pas rrahjes nga i ati.” Këta tituj theksojnë dhunën, por nuk e ndajnë kurrë atë nga tradhtia, duke nxitur në thelb një gjyq publik. Dhe e fundit, tabloidët publikuan edhe fotografi të fytyrës së babait të saj, gjë që vuri në rrezik edhe sigurinë e saj duke qenë se ajo vjen nga një qytet i vogël.



**Figura 8:** Dy artikuj, të publikuar në një distancë kohore prej më shumë se një viti dhe që theksojnë lidhjen midis tradhtisë dhe femicidit.

Lidhje të tilla të dukshme midis dhunës së meshkujve dhe tradhtive të supozuara të grave janë të shumta. Titujt e këtyre artikujve i mëshojnë tradhtisë, duke e prezantuar shpesh dhunën mashkullore si krim pasioni. Në këtë mënyrë, ata e bëjnë dhunën me bazë gjinore të duket thjesht si një reagim i natyrshëm të një burri të dëshpëruar. Dhe ajo çka është edhe më e rëndësishmja, ato e bëjnë publikun që të fajësojë viktimën, duke e bërë gruan shpesh përgjegjëse për dhunën që ajo ka pësuar. Ashtu si narrativat që vendosin kufizime sa i përket vendit të gruas, vizionit që ajo mund të ketë, asaj që mund të arrijë dhe mënyrës se si mund të sillet, duke i prezantuar këto gjëra si ekuivalente, ato e justifikojnë dhunën ndaj grave.

### 3) Burrat që kryejnë përdhunim janë monstra/Burrat janë më të dhunshëm nga natyra

Në fakt, nëse e shohim ngushtë, thelbi i dhunës së meshkujve është ndër narrativat më të përhapura që u mëshojnë roleve dhe normave të ngurta gjinore. Në rastin e tradhtisë, narrativa së cilës i mëshojnë mediat shqiptare është se gratë janë pronë e burrave dhe kur kjo pronë cenohet, ata kanë të drejtë të hakmerren me dhunë. Nga ana tjetër, mediat shqiptare përhapin edhe narrativën se meshkujt reagojnë dhunshëm sepse është në natyrën e tyre të jenë më pasionantë dhe/ose të dhunshëm. Këto lloj narrativash, në vend që ta konsiderojnë dhunën një çështje sistemike që mund të trajtohet dhe të çrrënjohet, e thjeshtojnë dhe e shohin shumë ngushtë atë.

Një nga mënyrat më të zakonshme të esencjalizimit të dhunës mashkullore në mediat shqiptare është përmes portretizimit të burrave që kryejnë dhunë me bazë gjinore (qoftë dhunë në familje, apo sulme seksuale dhe përdhunime) si monstra. “Dëshmia tronditëse: Përbindëshi që abuzoi me minorenen tentoi të përdhunojë nusen e djalit”, thotë një titull për një 65-vjeçar që ishte shpallur fajtor për përdhunimin e një vajze të mitur në verën e vitit 2020. Po kështu, përdhunuesit zakonisht

<sup>29</sup> JOQ, “U kap me dashnorin në krevatin e shtëpisë së burrit, nusja nga Librazhdi përfundon në spital, e rrahu babai i saj,” <https://joq-albania.com/artikull/1024965.html>.

etiketohen si monstroozë, duke iu përmbajtur ideve që kanë kohë që janë vërtetuar si të pavërteta, si ideja se seksualiteti mashkullor është i pakontrollueshëm. "Babai përbindësh që bëri shtatë fëmijë me vajzën e tij, rrëfen krimet e neveritshme të 25 viteve", është një tjetër titull i ngjashëm.



**Figura 9:** Dy artikuj të ndryshëm nga dy tabloide të ndryshme, të cilat që të dyja i referohen meshkujve që kanë ushtruar dhunë seksuale si "përbindështa".

Duke i cilësuar këta burra si "përbindështa" dhe duke përdorur fjalë si "neveri" ose "të neveritshëm", këto narrativa për dhunën me bazë gjinore pretendojnë se kjo dhunë ndodh vetëm në skajet e shoqërisë dhe se janë raste individuale, të izoluar. Përveç kësaj, këto narrativa e patologjizojnë dhunën në vend që ta shohin atë si rezultat të dështimeve institucionale dhe çështjeve sistemike. Më pas, me zgjidhje duket se shihet largimi i autorëve individualë nga shoqëria, në vend që të punohet drejt ndryshimeve më të gjera në qëndrime dhe në mënyrën e të menduarit.

Për më tepër, nëse burrat janë përbindështa dhe nuk mund të bëhet asgjë për t'i ndryshuar, kjo justifikon sjelljen e tyre të vetëdijshme si të pranueshme dhe fajëson vajzat dhe gratë, të cilat shpesh janë viktima të miteve të përdhunimit, sipas të cilave fajin e kanë ato që sillen në një mënyrë të caktuar dhe jo dhunuesit. Një hetim i BIRN, i cili shqyrtoi qindra artikuj që trajtojnë dhunën ndaj grave, duke përfshirë edhe dhunën seksuale, konstatoi se media shqiptare i trajton viktimat dhe të mbijetuarit jo me ndonjë kujdes të madh. "[Një] analizë e raportimit të dhunës në familje gjatë së njëjtës periudhë identifikoi 142 artikuj që, direkt ose indirekt, përpiqeshin ta justifikonin dhunën dhe 364 artikuj që zbulonin të dhënat personale të viktimave, fotot dhe/ose videot e tyre", konstatoi ky studim.<sup>30</sup>

#### 4) Gratë e shturura po rrënojnë familjen shqiptare

Fajësimi i viktimave dhe sharja e tyre si gra të përdala janë shumë të përhapura si dukuri në mediat shqiptare, madje edhe përtej rasteve të dhunës seksuale. Faqet e internetit të të dyja agjencive të lajmeve dhe të tre tabloideve në shqyrtim përmbajnë disa skeda që synojnë të ofrojnë mbulim për lajme kulturore dhe për ato që shpesh etiketohen si "lajme pop". Shpesh, këto faqe "pop news" funksionojnë në thelb si faqe thashethemesh që poshtërojnë gratë dhe normalizojnë objektivizimin e tyre. Këto faqe publikojnë foto nga xhirimet e modelingut, apo faqet në Instagram të femrave shqiptare dhe të huaja – shpesh duke zgjedhur foto që ata shpresojnë se do t'i kënaqin shikuesit. Fotot shoqërohen me tituj që theksojnë tërheqjen seksuale të subjektit, duke përdorur fjalë si "seksi", "bombastike", "gjysmë e zhveshur". Artikuj të kësaj natyre e çojnë edhe më tej

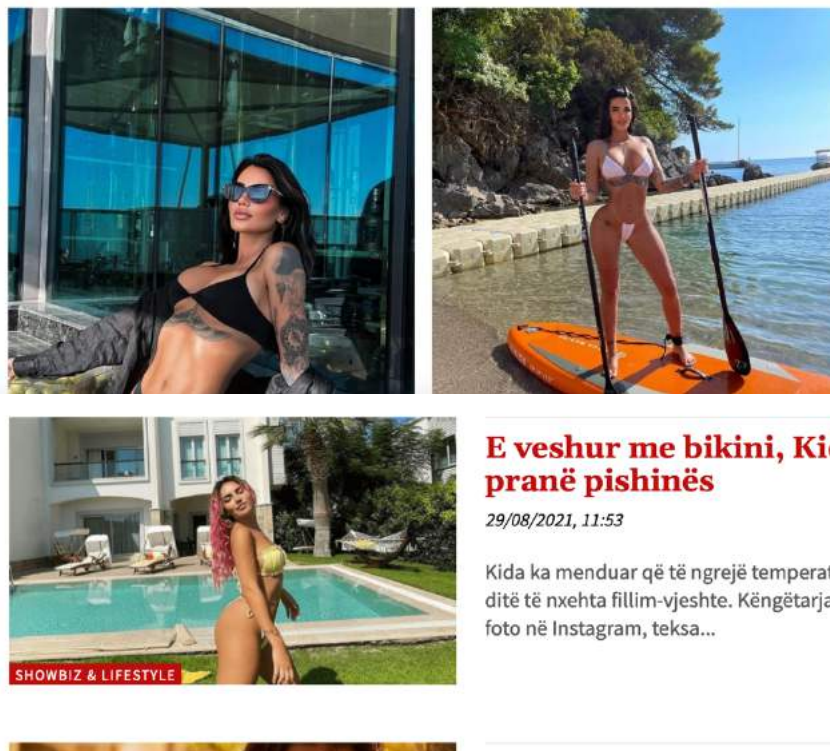
<sup>30</sup>Valbona Bezati, "Gratë në mediat shqiptare: Nga riviktimizimi tek stigmatizimi si imorale", Balkan Insight, <https://balkaninsight.com/2022/05/27/women-in-albanian-media-from-secondary-victimization.-to-slut-turperim/>

objektivizimin e grave, duke i paraqitur ato para lexuesve si objekte për t'u parë si konsum nga shikuesit si përmes fotografive ashtu edhe gjuhës së përdorur.

Për shembull, një artikull për një influencer-e shqiptar tregon dy foto nga Instagrami i saj me titull: "Fotografi/Morena Tabaku më joshëse se kurrë në Dubai, ekspozon format e saj bombastike". Vlen t'i kushtohet vëmendje përdorimit të fjalëve të tilla si "joshëse" dhe "joshje", të cilat në mënyrë të vetëdijshme përdoren për t'i portretizuar vajzat dhe gratë që nuk paraqiten në mënyra që konsiderohen modeste nga këndvështrimi konservator, si vajza dhe gra që e meritojnë objektivizimin, seksualizimin dhe përbuzjes. Kjo terminologji i drejtohet si burrave, të cilët nxiten që t'i shohin këto vajza dhe gra thjesht si objekte për t'u parë (ndërsa gjetkë të njëjtat vajza shahen), ashtu edhe ndaj grave që nxiten që t'i përçmojnë ato si "joshëse" që me paraqitjen e tyre mund të bëjnë për vete bashkëshortët ose të dashurit e tyre.

Foto/ Morena Taraku më joshëse se kurrë në Dubai, ekspozon format e saj bombastike

© 07/04/2023 10:39



**Figura 10** : Pamjet e vajzave me bikini të marra nga llogaritë e tyre në rrjetet sociale dhe të publikuara në faqet e lajmeve shqiptare.

Këto fotografi publikohen pa lejen e personit dhe përdoren për të mbushur përmbajtjen për faqet online edhe të agjencive të mëdha të lajmeve e madje edhe me reputacion. Megjithëse disa raste individuale mund edhe të justifikohen, shpeshësia dhe gjuha e këtyre artikujve, të marra së bashku, shfaqin një përpjekje të medias shqiptare për të krijuar dhe për të zgjeruar edhe më tej një narrativë që përkon me atë që studiuesit feministë e identifikojnë si dikotomia e "gruas së përdalë/Madonës". Nëse, nga njëra anë, narrativat që promovojnë vlerat familjare përpiqen ta mbysin pavarësinë dhe shprehjen e gruas, duke e futur atë në grackën e narrativës së nënës ideale dhe vetëmohuese, vëmendja që media i kushton "joshjes" përpiqet që ta poshtërojë ato a priori. (një grua që poston foto me bikini nuk mund të merret seriozisht) dhe ta paraqesë atë si konkurrencën dhe modelin e asaj çfarë gruaja nuk duhet të jetë.



## Fushatat dezinformuese dhe përfituesit e tyre

Më lart, theksuam disa narrativa rreth gjinisë që dominojnë në mediat shqiptare. Këtu, do të vazhdojmë të përshkruajmë dhe të çmontojmë pesë fushata dezinformuese që kanë tërhequr vëmendjen e publikut shqiptar dhe që kanë pasur ose kanë pasur potencialin të kishin pasur pasoja të rënda për komunitetet e prekura. Seksioni mbi fushatat e dezinformimit bazohet në punën e bërë nga ekipi i Faktos në çmontimin e një sërë fushatash të shpallura nga media shqiptare gjatë dy viteve të fundit dhe zgjerohet në ato raste me shembuj të mëtejshëm të fushatave dezinformuese që kanë në shënjestër gratë, vajzat dhe anëtarët e komuniteti LGBTI+. Në këtë pjesë, do të zbërthejmë edhe mënyrat se si përdoren këto narrativa dezinformuese për qëllime të nxitjes së angazhimit të publikut online dhe të ardhurave nga reklamat, por shpesh edhe për përfitime politike dhe sociale të aktorëve të veçantë. Në veçanti, ne zbuluam se mediat me lidhje me partitë politike e kanë përdorur dezinformimin rreth gjinisë dhe grupeve të tjera të marxhinalizuara për të çuar përpara axhendat e tyre politike (duke përfshirë edhe sulmet ndaj kundërshtarëve të tyre), për të aktivizuar bazën dhe për të marrë kontrollin e komunikimit me publikun, si *online*, ashtu edhe *offline*. Megjithëse media shqiptare është e dobët ndaj ndikimeve të huaja, ne nuk kemi gjetur prova që të tregojnë se agjentë të tillë të kenë arritur të depertojnë.

Në analizën tonë të medias shqiptare gjatë vitit të kaluar, vumë në dukje një sërë fushatash dezinformuese me në qendër gratë ose anëtarët e komunitetit LGBTI+. Siç shpjegohet në seksionin tonë të metodologjisë, ne i analizuam këto fushata në dy nivele. **Së pari**, për të kuptuar se si përdoret gjinia dhe seksualiteti i atyre që qëndrojnë në fokus të këtyre fushatave për dezinformim. Pse është targetuar një person apo një grup specifik? Si është portretizuar gjinia apo seksualiteti i tyre në fushatë dhe çfarë besimi është mbështetur apo kundërshtuar përmes kësaj fushate? **Së dyti**, për të kuptuar se si janë montuar dhe si janë përhapur fushatat dezinformuese. Nga lindën këto fushata? Çfarë qëllimi kanë pasur këto fushata? Si reagues mediat e tjera ndaj këtyre fushatave dezinformuese? Si ka reaguar publiku ndaj tyre, për aq sa mund ta masim?

### 1) Fushatat dezinformuese mizogjene të nxitura nga ekonomia e klikimeve

Më sipër, përshkruam narrativat gjinore në mbulimin mediatik të grave dhe të komunitetit LGBT+ në Shqipëri. E bëmë këtë për të treguar idetë që publiku shqiptar ka për gjininë dhe se si media i përforcon ato. Në përgjithësi, konstatojmë se fushatat dezinformuese që targetojnë gratë e prekin publikun shqiptar sa i përket vlerave tradicionale të familjes dhe roleve gjinore. Duke u marrë me këto sentimente, mediat shqiptare krijojnë fushata dezinformuese ose bëhen pjesë e fushatave të tilla për përfitimet e tyre financiare. Sipas studimit tonë, fushatat dezinformuese që portretizojnë gra, vajza ose anëtarë të komunitetit LGBTI+ priren të kenë angazhim më të lartë të publikut sesa format e tjera të përmbajtjes. Kjo është veçanërisht e vërtetë nëse titujt dhe përmbajtja janë sensacionale (d.m.th. përmbajnë dhunë, fyerje ose pretendime të ekzagjeruara).

Në ekonominë e medias shqiptare, ku të ardhurat shpesh drejtohen nga reklamat dhe ku konkurrenca për vëmendjen e lexuesit është e ashpër, ka një nxitje të fortë nga ana e redaktorëve dhe gazetarëve për të publikuar pretendime të ekzagjeruara që edhe ata vetë e dinë se janë të rreme ose të gabuara për sa kohë ngjallin kuriozitet tek njerëzit ose luajnë me paragjykimet e tyre për të marrë klikime. Siç do të bëhet e qartë kur shqyrtojmë fushatat e dezinformimit në vijim, në shumicën e rasteve, edhe kur ka një arsye politike për fushatat e dezinformimit, nevoja për angazhimin e lexuesit dhe shikuesit është ende një shtysë vendimtare. Një gjetje kryesore e studimit tonë është se janë pikërisht stimujt financiarë ata që përcaktojnë përmbajtjen. Pavarësisht nëse janë mediat tradicionale ato që shqetësohen se mediat online mund t'ua marrin shikuesit nga kanalet e tyre, apo qindra portale online që konkurrojnë për klikime, mediat shqiptare janë në konkurrencë

të vazhdueshme me njëra-tjetrën. Mizogjia dhe homofobia e nxisin publikun të klikojë, veçanërisht nëse konfirmojnë paragjykimet e tyre (si për shembull artikujt sipas të cilave personat LGBT+ duan të shpërbëjnë familjen shqiptare, ose që gratë gënjejnë se janë përdhunuar thjesht për vëmendje). Por siç do të shohim më poshtë, nevojat financiare dhe situata e pasigurt e financimit e lënë median shqiptare të pambrojtur edhe ndaj ndikimeve të huaja.

## 2) Homofobia dhe fushatat e dezinformimit të motivuara politikisht

Projekti ynë është i interesuar të kuptojë se si kanë ndikuar fushatat e dezinformimit që kanë përdorur mediat shqiptare në formësimin e qëndrimeve ndaj gjinisë. Por ai trajton gjithashtu edhe mënyrën se si politika lokale dhe interesat më të gjera gjeopolitike luajnë rol në llojet e fushatave dezinformuese të përhapura nga mediat shqiptare. Një deklaratë e Dunja Mijatović, Komisioneres për të Drejtat e Njeriut të Këshillit të Evropës, flet për faktin se “Përdorimi i pakicave LGBTI si "kokë turku" është kthyer në një taktikë që po aplikohet nga politikanët ultra-konservatorë dhe nacionalistë që paraqiten si mbrojtës të të ashtuquajturave 'vlera tradicionale' për të forcuar bazën e tyre dhe për të ardhur ose për të qëndruar në pushtet”.<sup>31</sup> Forcat populiste të identifikuar nga Mijatović në fjalimin e saj përfshijnë Rusinë, por edhe anëtarë të BE-së si Hungarinë, Poloninë dhe Republikën Çeke. Megjithëse lëvizja e identifikuar në këtë fjalim i referohet politikave lokale, si [Hungaria](#) ashtu edhe [Rusia](#) janë përpjekur që ta armatosin idenë e vlerave tradicionale familjare dhe ndjenjës homofobike për të rritur ndikimin e tyre jashtë vendit, veçanërisht në Evropën Lindore dhe në Ballkanin Perëndimor.

Rusia, në veçanti, ka përdorur homofobinë për të nxitur ndjenjat kundër BE-së, [duke i lidhur](#) kauzat progresive me Perëndimin dhe duke i portretizuar ato si kauza që kanë për qëllim të minojnë shoqërinë tradicionale. Qeveria ruse ka gjetur shpesh një terren pjellor për fushatat e saj të dezinformimit në vende që kanë lidhje historike me [kulturën ruse dhe sllave](#), siç [tregon](#) Vanessa Nikolova në rastin e Bullgarisë. Sipas [Global Voices](#), “Pas vitit 2013, Moska u shfaq si një gjenerues kryesor i narrativave homofobike që shfrytëzonin intolerancën ekzistuese endemike në rajonin e Ballkanit”. Mungesa e lidhjeve kulturore të Shqipërisë me Rusinë kanë dëmtuar shtrirjen e Kremlinit, madje edhe në çështjet e kulturës. Megjithëse së fundmi me pak rënie, me lëkundjen e premtimeve për zgjerimin e BE-së, shqiptarët [vazhdojnë](#) të jenë kryesisht pro BE-së dhe SHBA-së.

Në përgjithësi, dezinformimi në Shqipëri është i brendshëm. Një studim i vitit 2020 nga Parlamenti Evropian mbi lajmet e rreme dhe dezinformimin në Ballkanin Perëndimor [konstatoi](#) se në rajon në përgjithësi, pjesa më e madhe e dezinformatave prodhohet brenda vendit dhe për qëllime të brendshme. Në rastin e Shqipërisë, “dezinformimi tenton të përdoret në mënyrë oportuniste nga të gjitha palët, për arritjen e qëllimeve afatshkurtra dhe jo strategjive afatgjata”. Raporti argumenton se në Shqipëri, “ka prova relativisht të pakta për përpjekjet e fuqive të huaja për të shtrembëruar politikën shqiptare apo marrëdhëniet ndërkombëtare”. Nga ana tjetër, është dezinformimi ai që përdoret nga mediat për të gjeneruar klikime dhe për të rritur trafikun dhe nga aktorët politikë dhe bashkëpunëtorët e tyre për qëllime politike. Në studimin tonë, në nuk gjetëm shumë prova që të tregojnë se fushatat e dezinformimit të lidhura me gjininë ose homofobinë, edhe kur kanë qenë të motivuara politikisht, të kenë qenë rezultat i fushatave të iniciuara apo të financuara nga aktorë të huaj.

---

<sup>31</sup> Dunja Mijatović, “Pride vs. indignity: political manipulation of homophobia and transphobia in Europe,” Council of Europe. <https://www.coe.int/en/web/commissioner/-/pride-vs-indignity-political-manipulation-of-homophobia-and-transphobia-in-europe>.

Megjithatë, kjo nuk do të thotë se Shqipëria është immune ndaj ndikimit të huaj në lidhje me dezinformimin kulturor. Në fakt, dy faktorë e bëjnë median shqiptare të ndjeshme ndaj fushatave të huaja dezinformuese. I pari është financiar. Siç e shpjeguem më lart, situata e pasigurt financiare e mediave shqiptare online do të thotë se ato mund t'i drejtohen një morie donatorësh që kanë interesat dhe axhendat e tyre. Disa duket se e kanë bërë këtë tashmë, si portalet me lidhje të fshehta me [Iranin](#) dhe [Turqinë](#). Portalet online nuk janë objekt i së njëjtës mbikëqyrje apo detyrimesh për transparencë si mediat kryesore, pronarët e të cilave shfaqen në regjistrat tregtarë të qeverisë. Faktori i dytë është ndërthurja mes medias shqiptare dhe politikës. Pronarët më të mëdhenj të mediave në Shqipëri [kanë lidhje të ngushta](#) me politikanët shqiptarë. Partitë politike individuale kanë edhe portalet dhe mediat e tyre që i përdorin për të çuar përpara axhendat e tyre politike. Por edhe vetë politikanët shqiptarë apo pronarët e mediave janë të prirur të bien nën ndikimin e huaj dhe ka prova që disa e kanë bërë këtë tashmë.

Megjithëse homofobia ka qenë prej kohësh një tipar përcaktues i mbulimit të medias shqiptare, partia kryesore e krahut të djathtë në Shqipëri, Partia Demokratike, ka [përqafuar](#) një imazh që është tradicionalisht më konservator gjatë ciklit të fundit zgjedhor, duke organizuar tryeza të rumbullakëta dhe takime me votuesit rreth temës “Të mbrojmë familjen dhe të ardhmen e familjeve tona.” Kjo parti ka rritur edhe bashkëpunimin me forcat konservatore në Evropë, si me partinë Fidesz të Victor Orban, që marrin pjesë në [CPAC](#) të Hungarisë. Ndikimi i projektit populist të Orbanit është i dukshëm edhe në [linjën anti-Soros](#) të Partisë Demokratike, e cila shpesh shoqërohet me vërejtje për mbështetjen financiare të Sorosit për kauza progresive. Në qershor 2022, Orbán madje [i dërgoi](#) një letër liderit demokrat Sali Berisha, duke e falënderuar për angazhimin ndaj vlerave konservatore. Shtrirja e PD-së drejt vlerave kulturore konservatore është shoqëruar me mbulim të gjerë në portale, gazeta dhe mes individëve të rreshtuar në krahun e Partisë Demokratike. Personat dhe kauzat LGBTI+ janë shpesh viktime të kësaj axhende, pasi portalet e lidhura me këtë parti i përdorin si armë dezinformative për të mbledhur mbështetës për kauzat e tyre kulturore ose për të minuar kundërshtarët e tyre politikë (lidhjet e ngushta të kryeministrit shqiptar Edi Rama me Alex Soros, duke përfshirë insinuinimet homofobike për marrëdhëniet e tyre).

Përveç kësaj, anëtarët e Partisë Demokratike dhe aleati i tyre më i ngushtë, Partia e Lirisë, janë goditur nga akuzat se kanë marrë para nga Rusia apo nga subjekte ruse. Në vitin [2019](#) dhe 2022, Mother Jones [raportoi](#) se Partia Demokratike mund të ketë përdorur para ruse për të paguar një lobist amerikan dhe për të përfituar favore nga Donald Trump. Sipas atij artikulli, intelijenca amerikane beson se kjo ishte pjesë e fushatës së Rusisë prej 300 milionë dollarësh për të ndikuar në politikën e të gjithë globit. Ky lajm çoi në [grindje](#) në Partinë Demokratike për shumën e marrë dhe për mënyrën se si ishte përdorur dhe nga kush ishte përdorur ajo shumë. Ndërkohë, Monika Kryemadhi, ish-kryetarja e Partisë së Lirisë dhe bashkëshortja e ish-Presidentit Ilir Meta, dyshohet se [ka marrë](#) mijëra dollarë nga kompani guaska (*shell*) të lidhura me oligarkët rusë. Partia e Lirisë, dikur Lëvizja Socialiste për Integrim, ka qenë një aleate kyçe e Partisë Demokratike në opozitë vitet e fundit. Politika shqiptare nuk është e pandikuar nga ndikimi rus, megjithëse përfitimet e sakta që mund të ketë marrë Rusia për këto favore monetare mbeten të paqarta.

Në tërësi, fushatat dezinformuese që kemi identifikuar, megjithëse herë pas here i shërbejnë kauzave politike të Partisë Demokratike, nuk duket të kenë ndikuar drejtpërdrejt nga aktorë të huaj. Por, siç e shpjeguem edhe më sipër, ekosistemi mediatik në Shqipëri është i brishtë dhe i prekshëm ndaj manovrave të tilla. Lidhjet e diskutueshme të vetë Partisë Demokratike me Rusinë dhe populizmi i saj në rritje, të ndihmuar nga forca si Orbán i Hungarisë, tregojnë se kërcënimi i ndërhyrjes së huaj është gjithmonë i pranishëm. Për më tepër, ndërthurja mes politikës shqiptare

dhe medias i bën edhe më të mundshme ndërhyrje të tilla. Deri më tani, fushatat e dezinformimit që ne përshkruajmë më poshtë, i shërbejnë kryesisht shqetësimeve lokale politike dhe financiare.

### 3) Fushatat dezinformuese

#### 1) Politikanët dhe mediat shqiptare i etiketojnë fushatat kundër bullizmit si propagandë LGBTI+

Në vitin 2018, Aleanca LGBT+, organizata kryesore në vend që mbrojnë të drejtat e personave LGBTI+, [zhvilloi disa trajnime](#) në shkollat e mesme shqiptare për të rritur ndërgjegjësimin për bullizmin, çështjet LGBTI+ dhe për të folur me adoleshentët për përvojat e tyre.

Ndaj kësaj fushate kundër bullizmit pati reagime të ashpra dhe ajo shërbeu si “ushqim” për një fushatë të gjatë dezinformimi në mediat shqiptare. Deputeti demokrat Tritan Shehu ishte ndër të parët që bëri një [postim në Facebook](#), ku e denoncoi ngjarjen si propagandë LGBTI+ dhe tha se qëllimi i organizatorëve kishte qenë që t’i shtynin fëmijët që të “devijonin nga seksualitetet që janë norma”. Shehu gjithashtu iu referua personave LGBTI+ si të rrezikshëm dhe e cilësoi çdo devijim nga heteroseksualiteti si jonormale. Deklarata e tij u pasqyrua nga media [të mëdha](#) dhe [të vogla](#) dhe gjatë javëve që pasuan, pretendimet e tij u përforcuan pa verifikim.

Home > Kryesoret

## Takimet e LGBT në shkolla reagon deputeti i PD: Janë të rrezikshme për adoleshentët!

**Figura X** : Titulli i tabloidit shqiptar nga deklarata e Shehut, “Takimet LGBT në shkolla, anëtarët e PD-së reagojnë: Janë të rrezikshëm për adoleshentët”

Mediat shqiptare jo vetëm që nuk arritën të kundërshtojnë narrativën se të jesh person i komunitetit LGBTI+ nuk është e rrezikshme dhe as anormale, por as nuk dhanë kontekstin e ngjarjes kur raportuan për deklaratën e Shehut. Të tjerë [u hodhën](#) në turmë [duke ritheksuar](#) fjalët e Shehut se ai takim ishte organizuar për të bindur adoleshentët shqiptarë se ata janë homoseksualë dhe për rrjedhojë të rrezikshëm. Në përgjithësi, politikanët e opozitës [e përdorën](#) këtë ngjarje për të nxitur mbështetësit e tyre kundër Partisë Socialiste në pushtet për të fituar pikë politike. Nard Ndoka, në atë kohë kreu i Partisë Demokristiane, tha se “Rama i LGBT-së tani po na edukon edhe fëmijët”, duke nënkuptuar se qeveria shqiptare po përhap propagandë të rrezikshme LGBT.

Fillimi > -Politikë

## Shpërthen Nard Ndoka: Rama i “LGBT”, tani po na edukon edhe fëmijet

22 Mars, 2018 22:51

**Figura X**: Titulli i tabloidit shqiptar nga deklarata e Ndokës: “Rama i LGBT-së tani po na edukon edhe fëmijët”.

Në fakt, Ministria e Arsimit reagoi, duke deklaruar se ngjarja ishte pjesë e përpjekjes së Ministrisë për të rritur ndërgjegjësimin për të drejtat e njeriut tek adoleshentët shqiptarë dhe për të luftuar bullizmin. "Këto aktivitete synojnë të reduktojnë praktikën diskriminuese dhe materialet janë zhvilluar me mbështetjen dhe mbikëqyrjen e përfaqësuesve të pushtetit vendor dhe drejtuesve të shkollave dhe mësuesve të lëndëve," thuhet në [deklaratë](#). Ndaj kësaj situatë reagoi edhe kryetarja e Aleancës, Xheni Karaj, e [cila sqaroi](#) se aktiviteti u organizua me kontributin e mësuesve dhe psikologëve të shkollës për të luftuar bullizmin e përhapur me të cilin përballen shqiptarët LGBTI+ në mjediset shkollore dhe që shpesh i shtyn ata të braktisin shkollën.

Megjithëse këto pretendime u bënë për herë të parë në vitin 2018, ato vazhdojnë të kenë jehonë tek publiku shqiptar dhe figurat politike shqiptare edhe sot e kësaj dite. Në vitin 2022, Altin Goxhaj, një avokat që kandidon për Avokatin e Popullit, gjatë fushatës së tij tha se nëse do të zgjidhej, nuk do t'i linte kurrë LGBTI+ të hynin në shkollat shqipe. “Po të isha unë, LGBT-të nuk do të shkëlnin në shkollat e Shqipërisë deri në moshën 18-vjeçare. Kjo është axhenda e Sorosit. Për 20 vjet, ata duan të na zëvendësojnë,” [argumentoi ai](#) pa hasur asnjë kundërshtim nga mediat shqiptare.

## 2) Fushata dezinformuese në lidhje me certifikatat e lindjes

Siç [pasqyrohet](#) nga artikulli i Faktoje që përgënjeshtrojnë këto pretendime, në vitin 2021, në diskursin publik shqiptar shpërtheu zemërimi pas disa kërkesave të supozuara të komunitetit LGBT për të zëvendësuar fjalët "nënë" dhe "baba" me fjalët "Prindi 1" dhe "Prindi 2". Kjo fushatë dezinformuese [nisi](#) gjatë një daljeje televizive të aktivistes së të drejtave LGBT, Xheni Karaj, ku ajo mbështeti gjetjen e një zgjidhje ligjore që do t'u jepte të drejta të plota prindërore çiftëve të të njëjtit seks në Shqipëri, duke qenë se zgjidhje të tilla ende nuk ekzistojnë.

Deklarata e Karaj u [shtrëmbërua](#) nga mediat shqiptare të cilat e shndërruan kërkesën për njohje ligjore në një kërkesë për fshirjen e specifikimit të prindërve në certifikatë. Një fushatë dezinformimi shpërtheu nëpër portale që pretendonin se aktivistët LGBTI+ duan të heqin fjalët "nënë" dhe "baba" nga certifikatat e lindjes dhe t'i zëvendësojnë ato me "Prindi 1 dhe Prindi 2". Përveç tabloidëve të uritur për klikime, politikanë të tjerë dhe figura publike iu bashkuan debatit dhe përdorën shprehje dhe ndjenja homofobike për të ndezur opinionin publik dhe për të arritur përfitime politike dhe sociale. Pastori ungjillor Akil Pano themeloi [Koalicionin Shqiptar për Familjen dhe Jetën](#) dhe kontributi i tij në fushatën e dezinformimit kundër Karaj dhe komunitetit LGBT i dha atij një [vlerësim](#) nga Presidenti i atëhershëm i Shqipërisë, Ilir Meta.

Një mori pretendimesh të rreme shoqëruan këtë fushatë dezinformimi, duke përfshirë pretendimet e Panos se në kopshtet shqiptare po shpërndahej një formular jozyrtar me fjalët “Prindi 1 dhe Prindi 2” dhe akuza se të drejtat e LGBT-ve janë propagandë e Sorosit që duan të dëmtojnë shoqërinë shqiptare. Sa i përket certifikatave, sipas hetimeve të Faktoje, formulari i shpërndarë nga Pano në rrjetet sociale u hodh [poshtë nga bashkia e Tiranës](#) dhe [organizatat LGBT](#).

Ajo që sot njihet zakonisht si çështja "Prindi 1 dhe Prindi 2" bëri jehonë në vitin 2022 dhe tregoi se si portalet shqiptare janë të shpejta për të shtrëmbëruar pretendimet e bëra nga aktivistët, duke e ditur se, edhe të paverifikuara, këto pretendime të ekzagjeruara që nxisin paragjykimet e njerëzve do t'i japin klikime urrejtjeje. Po kështu, politika dhe figurat publike shqiptare përdorin të njëjtat taktika për të tërhequr vëmendjen dhe mbështetjen e publikut për kauzat e tyre.

## 3) Kërkesa për të drejtat e LGBT+ në Shqipëri e portretizuar si propagandë sorosiane

Portalet shqiptare janë një vatër e teorive konspirative dhe teoritë konspirative kundër Soros prirën të jenë ndër më të njohurat. Për shkak se kryeministri shqiptar Edi Rama ka një marrëdhënie [të ngushtë](#) me Alex Soros, shpesh propaganda anti-Soros është përdorur edhe në fushata që targetojnë Ramën si ushqim politik kundër tij. Në fakt, të dyja dezinformatat e përshkruara më lart i [referohen](#) Sorosit si fajtor në [një moment](#) apo në një tjetër. Siç tregohet më poshtë, kur Goxhaj kandidonte për Avokatin e Popullit, ai deklaroi se të drejtat e LGBT janë pjesë e axhendës së Soros dhe ai nuk do të lejojë kurrë që anëtarët e LGBT të shkelin në shkollat shqipe.

**Altin Goxhaj ka shpallur kandidaturën për Avokatin e Popullit, ku ai është shprehur se LGBT është në axhendën e Sorosit. Ai tha se nuk do të lejojë asnjë pjesëtar të grupit LGBT në shkollat shqiptare deri në moshën 18 vjeç.**

Akuzat se Soros i ka në xhep politikanët shqiptarë, veçanërisht kur bëhet fjalë për të drejtat dhe aktivizmin e LGBTI+ janë të shfrenuara. Nëse shembujt e mësipërm i referohen fushatave specifike dezinformuese, të kufizuara në kohë (pavarësisht efektit të tyre afatgjatë), pretendimet se Soros po financon dhe po përhap propagandën pro-LGBT përmes marrëdhënieve të tij të ngushta me qeverinë shqiptare shfaqen rregullisht. Dhe zakonisht, këto pretendime shoqërohen me frikësimin e mëtejshëm se personat LGBT duan të asgjësojnë familjen shqiptare dhe të vënë në rrezik shoqërinë shqiptare.

Këto pretendime datojnë që në vitin 2017, kur një [vizitë](#) e kryeministrit Rama në një shkollë fillore shqiptare u cilësua si një “dhuratë homoseksuale” që Rama po i bënte Alex Soros disa fraksioneve të medias shqiptare. [Prova](#) e supozuar e cituar në artikull ishte një flamur ylber i përfshirë në foton e Ramës të vizitës. Kjo pavarësisht se në të [kaluarën](#), Rama (i cili paraqitet si piktor) e ka përdorur ylberin si markën e tij personale si një artist-lider. Për më tepër, nën vëzhgim u vunë edhe uniformat shkollore të fëmijëve. Altin Hoxha, një avokat që drejton ligën Anti-Soros, la të kuptohej se Rama u kishte kërkuar qëllimisht vajzave në klasë të vishnin “rroba lezbike”, pavarësisht faktit se shumë shkolla në Shqipëri kanë uniforma gjinore neutrale.

VIDEO

## **“Rama vendosi flamurin gay në shkollë dhe veshi vajzat si lezbike”, avokati zbulon skandalin në vizitën e Soros**

Publikuar: November 25, 2017

Titulli: “Rama vendosi flamurin *gay* në shkollë dhe i veshi vajzat si lezbike”, avokati zbulon skandalin në vizitën e Sorosit.

Në lidhje me polemikën mbi emërtimet Prindi 1 dhe Prindi 2, kreu i Partisë Demokratike (PD), partia më e madhe opozitare në vend, [deklaroi](#) se komuniteti LGBT+ po financohet nga Soros për të minuar familjen shqiptare. Nga ana tjetër, megjithëse Berisha nuk e përmendi kurrë komunitetin LGBT+ me emër, ai përmendi dy rryma të kundërta në shoqërinë shqiptare, njëra prej të cilave po përpiqet ta shkatërrojë familjen dhe t'i shndërrojë prindërit në numra. Dhe pavarësisht hezitimit të Berishës për të përmendur fjalën “LGBT”, [portalet shqiptare](#) përdorën [tituj](#) që e bënin të qartë këtë lidhje, duke shkruar për shembull: “Kërkesat e LGBT, Berisha: Kërcënojnë familjen shqiptare, në krye qëndron Soros”.

Politike

## **Kërkesat e LGBT+, Berisha: Kërcënojnë familjet shqiptare, në krye qëndron Soros**

Media shqiptare e kundërshton rrallë, për të mos thënë nuk e kundërshton kurrë narrativën se komuniteti LGBT+ po shkatërroi familjen shqiptare, duke i prezantuar deklaratat për propagandën LGBT+ si fakte, pavarësisht se ato nuk bazohen në asnjë provë. Siç e kemi parë me rastin Prindi 1 dhe Prindi 2, edhe kur aktivistët ngrenë zërin për të kërkuar të drejta për komunitetin, fjalët e tyre shtrembërohen për klikime ose për përfitime politike me publikun më të gjerë, duke përfituar nga ndjenjat anti-LGBT në Shqipëri.

Për sa i përket pjesës Soros të ekuacionit, duhet të theksohen dy gjëra. Megjithëse është e vërtetë se Fondacioni i Shoqërisë së Hapur në Shqipëri është ndër donatorët më të mëdhenj për kauzat sociale, duke përfshirë edhe ato që përfitojnë nga puna e bërë nga organizatat LGBT+, kjo nuk është materialisht e ndryshme nga institucionet si Bashkimi Evropian që gjithashtu ofrojnë fonde për kauza të ngjashme. Edhe pse vlen të theksohet se ndonjëherë, ndjenjat anti-Soros shkojnë paralelisht me ndjenjat anti-BE në lidhje me ndikimin perëndimor në Shqipëri, megjithëse këto janë raste që zakonisht ndodhin në portalet e veçanta.

Në përgjithësi, përpjekjet për ta portretizuar aktivizmin LGBT+ si propagandë sorosiane priren të minojnë punën e bërë nga aktivistët lokalë LGBT+ dhe ta paraqesin LGBT-në si një ndikim të huaj në familjen tradicionale shqiptare dhe jo të pranohet se individët LGBT janë tashmë pjesë e shoqërisë shqiptare, këto përpjekje nuk janë produkt që vjen nga jashtë.

### **4) Tabloidet shqiptare mbrojnë ndalimin e abortit**

Megjithëse ndikimi i huaj në Shqipëri për çështjet që kanë të bëjnë me gjininë dhe me komunitetin LGBT+ priret të jetë në rritje në vend, nuk është e se nuk ka gjasa që mediat apo figurat publike shqiptare t'u drejtohen burimeve të huaja dhe ngjarjeve të huaja për të nxitur axhendat e tyre politike në Shqipëri. Kështu ndodhi edhe me debatin për abortin në Shtetet e Bashkuara para dhe pas përmbysjes së vendimit në çështjen Roe kundër Wade nga Gjykata e Lartë e SHBA. Gjatë kësaj periudhe, disa media shqiptare botuan opinione apo intervista me figura publike fetare që përhapnin dezinformata mbi abortin.

Për shembull, [disa](#) portale shqiptare [publikuan](#) një opinion që pretendonte se përmbante 11 fakte për abortin. Në fakt, “faktet” e renditura në këtë shkrim nuk ishin aspak të tilla, por thjesht mendime dhe bindje të autorit, përveçse të dhëna të pasakta.

# Vendimi i gjykatës amerikane dhe 11 fakte mbi abortin



Artikulli ngre një pretendim kundër të drejtës së grave për autonomi trupore, duke argumentuar për "personalitetin e fetusit dhe duke dalë me arsyetimin se "jeta fillon në ngjizje", që është një linjë fetare dhe jo një deklaratë faktesh. Për më tepër, ai e barazon abortin me dënimin me vdekje, duke theksuar se aborti është legalizuar fillimisht për qëllime eugjenike dhe se ai mundëson një mënyrë jetese të shthurur. Të njëjtat ide fetare janë paraqitur dhe përhapur edhe nga disa prej [kanaleve më të mëdha](#) në vend, të cilët kanë ftuar ungjillorë si pastorin Akil Pano dhe kanë përhapur mesazhin e tij se "Aborti është vrasje."

AKTUALITET KRYESORE TË FUNDIT

## "Aborti është vrasje", Pano: A mundet dikush të marrë vendimin të jetojë apo jo një qenie njerëzore

© 30/06/2022 21:58

Këto deklarata, të cilat paraqiten si fakte nga disa media dhe përforcohen nga disa të tjera, janë opinione personale, shpesh me baza fetare. Siç thotë edhe një artikull [i botuar](#) në Bibliotekën Kombëtare të Mjekësisë nga Dr. Richard J. Paulson, "Duhet theksuar se koncepti që 'jeta fillon në ngjizje' nuk është as shkencor dhe as pjesë e ndonjë mësimi fetar tradicional (të lashtë). Ai vazhdon me shpjegimin se "duhet të përqendrohemi veçanërisht në këtë vëzhgim: jeta nuk *fillon* që nga fekondimi. Veza është e gjallë; sperma është e gjallë; dhe pas fekondimit, zigota është e gjallë. Jeta është e vazhdueshme. Të menduarit dikotomik (veza ka 0% jetë njerëzore, zigota ka 100% jetë njerëzore) nuk është shkencor. Për më tepër, aborti ka një [histori të gjatë](#) që shkon kohë përpara legalizimit apo përdorimit të tij për qëllime politike që mund ta lidhin atë me eugenikën.

Shqipëria e legalizoi abortin në vitin 1995 dhe debatet rreth praktikës së tij janë fokusuar më së shumti në shkallën e lartë të [aborteve selektive](#) që përbëjnë një krim. Në përgjithësi, qasjet konservatore që tentojnë ta kufizojnë të drejtën e gruas për të zgjedhur dhe të drejtën e saj për autonomi trupore janë më të pakta, por ato ekzistojnë dhe zakonisht përdoren nga figurat fetare për axhendat e tyre sociale. Megjithatë, ato shpesh ripublikohen dhe u jepet një platformë në mediat shqiptare pa hasur në ndonjë kundërshti, duke përhapur dezinformata për natyrën e abortit dhe për rreziqet që ai paraqet.

### 5) Avokati shqiptar pretendon se viktimat e përdhunimit "ndiejnë kënaqësi" gjatë përdhunimit dhe pushojnë së luftuari me përdhunuesin.

Në një intervistë për kanalën shqiptarë Syri TV, avokati dhe politikani Spartak Ngjela ka bërë një [deklaratë](#) që e justifikon dhe e minimizon përdhunimin. Në deklaratën e tij ai thotë si më poshtë:



“Vjen një moment i caktuar që femra, mbasi ka filluar të shtrëngohet për përdhunim, dorëzohet nga kënaqësia. ... Nuk e di sa është përqindja, por ka raste kur femra nuk i reziston dot vështrimit të tij. Është një moment psikologjik, një dobësi. Ekziston vetëm tek femrat, jo tek meshkujt... Për shembull, në legjislacionin anglez, nuk mund ta akuzosh tjetrin për përdhunim, në rast se nuk ke rezistuar.”

Faqja e internetit e lidhur me këtë kanal përdori një titull të dëmshëm dhe sensacional për të raportuar deklaratën e Ngjelës, duke shkruar: “Shtiren sikur s'duan ... Lajthit Spartak Ngjela: Edhe kur përdhunohet, femra dorëzohet nga kënaqësia”.

## 'Shtiren sikur s'duan'- Lajthit Spartak Ngjela: Edhe kur përdhunohet, femra dorëzohet nga kënaqësia!

20:02, 15/04/2023

Kjo fushatë dezinformimi në veçanti ka dy shtresa. Nga njëra anë, është dezinformimi i përhapur nga vetë Ngjela përmes rrënjosjes së miteve të përdhunimit, sipas të cilave gratë nuk mund të përdhunohen sepse atyre në fakt u pëlqen dhuna dhe marrin kënaqësi prej saj. Siç kanë treguar studime të shumta, kjo deklaratë është [e pasaktë](#). Asnjë grua nuk kërkon të përdhunohet dhe as nuk e “meriton” në asnjë mënyrë që t'i ndodhë diçka e tillë. Përveç kësaj, reagimet e pavullnetshme të trupit nuk e anulojnë faktin e përdhunimit. Për sa i përket pretendimit të Ngjelës se sipas ligjit britanik, për të vërtetuar përdhunimin duhet të vërtetohet se gruaja ka rezistuar, kjo është një pikëpamje e vjetruar që ka kohë që është përditësuar për të marrë në konsideratë mënyrën se si dhuna dhe kërcënimi për dhunë ndikojnë në aftësinë e të mbijetuarit për të rezistuar verbalisht ose në forma të tjera. Ligjet e reja për përdhunimin, në Mbretërinë e Bashkuar dhe më gjerë, e [kanë zgjeruar](#) tashmë konceptin e dhënies së pëlqimit, duke përfshirë edhe dhënien e pëlqimit nën presion.

## 'Shtiren sikur s'duan'- Lajthit Spartak Ngjela: Edhe kur përdhunohet, femra dorëzohet nga kënaqësia!

20:02, 15/04/2023



Mbetet ende fakti që Syri vendosi t'i publikojë deklaratat e Ngjelës, pavarësisht se ishte në dijeni se ato ishin gabim dhe se do të shkaktonin polemika. Përkundrazi, artikullin e parë që publikuan, ata vetë e mbyllin duke thënë: “Deklarata skandaloze e Spartak Ngjelës pritet të shkaktojë reagime nga

politika dhe shoqatat për mbrojtjen e të drejtave të grave”. Ky rresht tregon se ata i prisnin reagimet dhe [vazhduan](#) prapëseprapë të publikonin artikuj me deklaratat e tij në titull, duke i amplifikuar pretendimet e tij, pavarësisht se e dinin se sa të gabuara dhe të dëmshme ishin ato. [Mediat](#) e tjera bënë të njëjtën gjë, edhe kur i referoheshin dëmit që shkaktonin ato deklaratat.

SHOWBIZ 22 SHTATOR 2018, 19:56

## Video/ ‘Femra kur përdhunohet ka moment kënaqësie’, Robert Aliaj reagon ashpër pas deklaratës shokuese

Ashtu si me raste të tjera të fushatave dezinformuese të lidhura me gjininë, fushata e Syrit sakrifikoi të mbijetuarit për hir të angazhimit dhe klikimeve, por edhe të politikës. Një nga mediat kryesore të rreshtuara në anën e opozitës, Syri i referohet shpesh në artikull, madje që në titull, marrëdhënies së Ngjelës me kryeministrin Rama. Ata i referohen avokatit Ngjela si avokat i Ramës dhe i kritikojnë publikisht institucionet shqiptare që nuk reagojnë ndaj deklaratës që ata vetë e amplifikuan. Politika vazhdon të jetë një vektor i fortë dezinformimi, si përmes politikanëve, ashtu edhe mes personazheve të tjerë publikë, por edhe si një shtysë motivuese pas fushatave dezinformuese si kjo.

### Rekomandime

**1. Trajnime për gazetarë se si të mbulojnë çështjet që kanë të bëjnë me gratë, gjininë dhe komunitetin LGBTI+.** Shkrimet rreth përkatësisë gjinore dhe anëtarëve të komunitetit LGBTI+ kërkojnë një njohje të mënyrës se si funksionojnë diskriminimi, paragjykimet dhe dhuna me dhe pa dashje. Për t’i kuptuar më mirë këto dinamika, rekomandojmë që gazetarët dhe redaktorët të marrin pjesë në trajnime të përvitshme mbi studimet dhe teknikat më të fundit për mbulimin e çështjeve që kanë të bëjnë me përkatësinë gjinore dhe komunitetet e marxhinalizuara, ku japin kontribut edhe anëtarë të këtyre komuniteteve dhe që lehtësohen edhe nëpërmjet përfshirjes së shoqërisë civile në Shqipëri. Këto trajnime mund të fokusohen te statistikat, aftësitë narrative dhe redaktuese, përvojat personale, si dhe te gjuha e përshtatshme dhe e ndjeshme që duhet përdorur në trajtimin e këtyre çështjeve.

**2. Trajnime për verifikimin e fakteve për ekipet editoriale dhe gazetareske.** Informacionet e pasakta ose të pa plota janë ndër shtytësit kryesorë të narrativave dezinformuese rreth përkatësisë gjinore. Për të aplikuar praktikën më të mirë në redaksitë e lajmeve, kur bëhet fjalë për verifikimin e burimeve të informacionit, sidomos dhe veçanërisht në situata me shumë presion, ku provat ndryshojnë vazhdimisht, rekomandojmë të bëhen trajnime për verifikimin e fakteve si për gazetarët, ashtu edhe për redaktorët e tyre. Këto trajnime mund të përfshijnë informacione se si mund të gjenden burime të besueshme, si verifikohet nëse një informacion i marrë është apo jo i saktë e madje edhe çfarë bëhet kur nuk ka informacion të mjaftueshëm për të vazhduar. Verifikimi i fakteve mund të jetë i një rëndësie të veçantë për identifikimin e ndikimeve dashakeqe dhe të mënyrave që mund të përdorin agjentë të ndryshëm të huaj për të formësuar opinionin publik në shqipëri përmes çështjeve të nxehta.

**3. Kujdes nga narrativat gjinore dhe shmangni përdorimin e stereotipeve.** Përveç dezinformimit, që bëhet me vetëdije dhe me dashje, gazetarët dhe redaktorët mund të përhapin dezinformata duke mos u kushtuar vëmendje paragjyqimeve të veta dhe duke përforcuar

stereotipet gjinore. Ne i inkurajojmë redaktorët dhe gazetarët që të marrin në konsideratë se si mund të ndikojnë në punën e tyre idetë që ata vetë kanë për çështjet gjinore dhe që ta shqyrtojnë punën e tyre për të parë nëse ka paragjykime që tregojnë se si ekipi i tyre editorial mund ta përforcojë pikërisht këtë lloj narrative më mënyrën se si i mbulojnë ata çështjet. Ky hap mund të zbatohet edhe duke punësuar një konsulent të jashtëm për të rishikuar mbulimin që bën çdo media në aspektin gjinor dhe për të propozuar disa modifikime të përshtatura sipas nevojave dhe paragjykimeve të secilës redaksi.

**4. Shmangia e vendosjes së spekulimeve të pabaza në tituj, veçanërisht nëse ato ndihmojnë në përhapjen e narrativave paragjykuese.** Narrativat dezinformuese mund të përhapen kur gazetari fokusohet në nxjerrjen e lajmit përpara se të verifikojë faktet. Mes nxitimit për të informuar publikun, vëmendjen mund ta marrin spekulimet. Kështu, ajo që fillon thjesht si një fakt i paverifikuar mund të ketë një efektin e ortekut: publiku e pranon një narrativë dhe është shumë më e vështirë që të korrigjohet ajo narrativë. Kjo mund të jetë pjesë e trajnimit për verifikimin e fakteve, por kur trajtohen, për shembull, rastet e dhunës në familje ose dhunës me bazë gjinore, duhet pasur kujdes me akuzat apo akuzat e supozuara ndaj viktimave. Më mirë të teprohet me kujdesin deri në daljen e të gjitha fakteve dhe të shmanget përdorimi i një gjuhe ose pretendimeve që mund të justifikojnë dhunën.

**5. Të sigurohet përfshirja e dëshmive nga komunitetet e prekura.** Kur bëhet një intervistë për një artikull, ose kur ftohet dikush në emision, mendojeni se kush janë këta të ftuar dhe nëse po raportoni drejt për një çështje. A ka raportimi në qendër komunitetet e prekura nga ngjarje të caktuara? Mos po përballen ata me figura që u dëshirojnë të keqen, figura që po e përdorin organin tuaj mediatik si trampolinë për axhendat e tyre personale dhe për të fituar mbështetje nga publiku? Perspektiva e kujt po vini në qendër të vëmendjes përmes personave që ftoni apo atyre që nuk ftoni?

**6. Të kërkohet kontributi i ekspertëve.** Përveçse duhen dëgjuar individët dhe komunitetet e prekura, shpesh ia vlen të ftohen dhe të amplifikohen edhe kontributet e ekspertëve që njohin dinamikën e lojës dhe që nuk fshehin asnjë axhendë personale.

**7. Mosamplifikimi i gjuhës së urrejtjes.** Deklaratat mund të jenë faktike, por mundet prapëseprapë të përmbajnë një gjuhë urrejtjeje. Ndonëse deklaratat mund të mos kenë nevojë të censurohen, ato nuk ka nevojë as të përforcohen duke i përfshirë fjalë për fjalë në tituj sensacionalë. Në vend të titujve të tillë, zgjidhni më mirë tituj më të sigurt, duke dhënë kontekst të bollshëm dhe duke mos përdorur gjuhën e urrejtjes në përmbajtjen e artikujve.

**9. Punësoni gazetarë nga komunitetet e prekura dhe verifikues faktesh.** Ndonjëherë, personat më të përshtatshëm për të raportuar mbi çështjet që kanë të bëjnë me komunitete të caktuara janë anëtarët e vetë atyre komuniteteve, të cilët mund të ofrojnë një perspektivë të ekuilibruar për çështje që u përkasin edhe atyre vetë. Për çmontimin apo përgenjshtrimin e dezinformatave, paragjykimeve apo gjuhës së urrejtjes mund të ndihmojë edhe punësimi i më shumë grave dhe gazetarëve LGBTI+. Po kështu, megjithëse redaksitë duhet të përpiqen të kultivojnë disa parime të mira të kontrollit të fakteve tek gazetarët dhe redaktorët e tyre, kontrolli i fakteve është një punë dhe aftësi më vete. Prandaj, ne rekomandojmë gjithashtu që redaksitë të shohin mundësinë e kontraktimit të verifikuesve individualë të fakteve ose të një ekipi verifikuesish faktesh për të siguruar vërtetësinë e informacionit që ato publikojnë.

**10. Financimi i diversitetit dhe përmirësimi i stabilitetit financiar.** Një gjetje kryesore e raportit tonë foli për mënyrën se si financimi i pasigurt i disponueshëm për portalet online dhe format e tjera të mediave mund t'i bëjnë ato të cenueshme ndaj donatorëve të huaj me interesa

dashakeq. Mediat duhet të diversifikojnë financimin e tyre dhe të kërkojnë mundësi për të krijuar një infrastrukturë të qëndrueshme financimi. Kjo mund të kërkojë bashkëpunim të ngushtë me qeverinë shqiptare, me prezencën e BE-së në Shqipëri (mes organizatave të tjera të shoqërisë civile) për të trajtuar pasigurinë e medias shqiptare dhe për të krijuar modele dhe mundësi të reja financimi.

## Referenca

ABC News Albania. “Nëna dhe babai zëvendësohen me “prindi 1 dhe 2”, Bashkia sqaron formularin e kopshteve që u bë viral.” 28 tetor 2021. <https://abcnews.al/vena-dhe-babai-zevendesohen-me-prindi-1-dhe-2-bashkia-sqaron-formularin-e-kopshteve-qe-u-be-viral/>.

Instituti Shqiptar i Medias. “*Mind the Language*”, *Manual Projekti* (2017). <https://www.annalindhoundation.org/sites/default/files/documents/netëork-neës/Mind%20the%20Language%20-%20Project%20Handbook.pdf>.

Ayoub, PM, & Garretson, J. (2017). Getting the Message Out: Media Context and Global Changes in Attitudes Toward Homosexuality. *Comparative Political Studies*, 50(8), 1055–1085. <https://doi.org/10.1177/0010414016666836>.

Rrjeti Investigativ Ballkanik. *Internet Governance in Albania and its Role in Media Freedom* (2020). <https://birn.eu.com/ep-content/uploads/2020/08/Internet-Governance-1-1.pdf>.

Rrjeti Investigativ Ballkanik. *Media Ownership Monitor Albania* (2018). <https://albania.mom-gmr.org/sq/gjetjet/perqendrimi-i-medias>.

Bezati, Valbonë. “Gratë në mediat shqiptare: Nga viktimizimi sekondar në “turpërimin e zuskës”. *Balkan Insight*, 27 maj 2022. <https://balkaninsight.com/2022/05/27/women-in-albanian-media-from-secondary-victimisation-to-slut-shaming/>.

Bleich, Erik, Bloemraad, Irene, de Graauw, Els. “Migrants, Minorities and the Media: Information, Representations and Participation in the Public Sphere.” *Journal of Ethnic and Migration Studies*. 41:6, 857-873.

CAN. “Skandalet pa përgjigje të Grida Dumës/Nga lidhja me Artan Santon tek videot si G.D.” 7 Nëntor 2020. <https://www.cna.al/2020/11/07/skandalet-pa-pergjigje-te-grida-dumes-nga-lidhja-me-artan-santon-tek-videot-si-gd>.

Linja e Këshillimit për Gra dhe Vajza. *Studim për viktimat e dhunës në familje dhe sulmit seksual në Shqipëri* (2014). [http://www.cp-project.al/archive/wp-content/uploads/2014/01/DOMESTIC\\_VIOLENCE.pdf](http://www.cp-project.al/archive/wp-content/uploads/2014/01/DOMESTIC_VIOLENCE.pdf).

Euronews Albania. “Sa të hapura janë shqiptarët ndaj komunitetit LGBT+.” 19 maj 2022. <https://euroneës.al/sa-te-hapur-jane-shqiptaret-ndaj-komunitetit-lgbt/>.

Hysa, Dorentina. Lani, Kristina. *Raporti i monitorimit të gjuhës së urrejtjes në Shqipëri* (2022) <https://www.annalindhoundation.org/sites/default/files/documents/netëork-neës/Monitoring-Report-on-Hate-Speech-in-Albania-12072022.pdf>.

INSTAT dhe UN Women. Dhuna ndaj Grave dhe Vajzave në Shqipëri (2019). <https://www.instat.gov.al/media/6123/publication-violence-against-women.pdf>.

JOQ. "U kap me dashnorin në krevatin e shtëpisë së burrit, nusja nga Librazhdi përfundon në spital, e rrahu babai i saj." 27 maj 2015. <https://joq-albania.com/artikull/1024965.html>.

Kemp, Simone. *Digital 2022: Albania*. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-albania>.

Lajmi i fundit. "Ermal Mamaqi kundër LGBT-së, ja çfarë shkruan ai sot...!" 5 maj 2016. <https://lajmifundit.al/2016/05/ermali-mamaqi/>.

Leskaj, Ines. "Debati" për gratë ministre ka zbuluar mentalitetin seksist të Shqipërisë." *Balkan Insight*. 21 shtator 2021. <https://balkaninsight.com/2021/09/21/debate-on-women-ministers-has-revealed-albanias-sexist-mindset/>.

Aleanca LGBTI. "Letër e Hapur: Ata që mbjellin urrejtje nuk mund të jenë kampionë të lirisë së fjalës." *Exit News*. 14 shtator 2021. <https://exit.al/en/leter-hapur-ata-qe-mbjellin-urrejtje-nuk-behen-kampione-te-liris-e-fjales/>.

Metaj-Stojanova, Albana. "Raportimi mediatic mbi dhunën në familje ndaj grave në Republikën e Shqipërisë". *European Journal of Research in Social Sciences* (2017).

Monitor. "Anketi i INSTAT: Nëntë nga dhjetë shqiptarë janë ekspozuar ndaj mediave." 7 Mars 2013. <https://www.monitor.al/anketimi-i-instat-nente-nga-dhjetë-shqiptarë-jane-te-ekspozuar-ndaj-mediave-2/>.

Newsbomb. "U bë nënë për herë të parë, Eleni Foureira foton me djalin duke u vendosur me gji." 11 Shkurt 2023. <https://newsbomb.al/u-be-nene-per-herë-te-pare-eleni-foureira-publikon-foton-me-djalin-duke-u-ushqyer-me-gji/>.

Syri TV. "Në mbrojtjen e familjes dhe të fjalëve të lira. Në studio Akil Pano, pastor dhe Marsela Lekli." 7 shtator 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=cQr7jSBDD5g>.

Tahsini, I., Duci, V. Gruaja dhe politika: Mbulimi i fushatës zgjedhore parlamentare 2021 në median online shqiptare. *Glob Soc Welf* (2022). <https://doi.org/10.1007/s40609-022-00248-5>.

Top Channel. "Pasdite ne TCH, Roli dhe modeli i gruas ne familje. 2 tetor 2017. <https://ëëë.youtube.com/ëatch?v=tHeËiH6vpLM>.

Faqja e Top Channel në Facebook. "Tragjedia në Foggia! Vrau italianin edhe të bijën 16-vjeçare, Taulant Malaj filmoi dhe i shpërndau pamjet horror në Whatsapp." <https://www.facebook.com/topchannel/posts/pfbid0A358vbdJ3WLDgM7XyFFYwW9rBMwnm97hYKUp15W5bp1uGhUi3Z4WVRYJcqTBN2vHl>.

Top Channel. "Parada drejt Kuvendit, si u veshën deputetët sot në sesionin e parë parlamentar." 16 janar 2023. <https://top-channel.tv/2023/01/16/parada-drejt-kuvendit-si-u-veshen-deputetet-sot-ne-sesionin-e-pare-parlamentar/>.

Ward, L. Monique dhe Petal Grower. "Media and the Development of Gender Role Stereotypes". *Annual Review of Developmental Psychology* (2020).

UN Women, *Perceptimet Publike për Barazinë Gjinore dhe Dhunën ndaj Grave në Shqipëri* (2018).  
<https://albania.unwomen.org/sites/default/files/Field%20Office%20Albania/Attachments/Publications/2019/05/Albania.pdf>.

UN Women, *Perceptimet e dhunës ndaj grave dhe vajzave: Një përmbledhje krahasuese* (2022).  
<https://albania.unwomen.org/en/digital-library/publications/2022/04/perceptions-of-violence-against-women-and-girls-a-comparative-summary>.

UN WOMEN, *Dhuna ndaj Grave gjatë Zgjedhjeve dhe Paragjykimet Gjinore në Mbulimin Mediatik të Zgjedhjeve të Përgjithshme të Prillit 2021 në Shqipëri* (2022).  
[https://albania.unwomen.org/sites/default/files/2022-06/media\\_brief\\_web.pdf](https://albania.unwomen.org/sites/default/files/2022-06/media_brief_web.pdf)

**Studimi “Përkatësia gjinore dhe dezinformimi në Shqipëri: Si i formëson media qëndrimet ndaj roleve gjinore” është prodhuar nga qendra “Faktoje”. Përdorimi i tij dhe të dhënave që përmban mund të bëhet me kusht citimin e burimit dhe vendosjen e studimit si referencë.**

**Autor: Barbara Halla**

**Cover Atdhe Mulla  
Shtator 2023**