



Gjinia në mediat 2021:

Çështjet gjinore dhe mënyra e prezantimit të meshkujve dhe femrave në programin sportiv të televizioneve nacionale tokësore

Autor: Igor Micevski

Instituti i Hulumtimit të Zhvillimit Shoqëror RESIS

Përmbajtja

I. Hyrje	1
1. Problemi i hulumtimit	1
II. Metodologjia.....	3
1. Qëllimet e hulumtimit dhe çështjet hulumtuese.....	3
2. Konceptet themelore	4
3. Literatura relevante	4
4. Rregullativa në RMV dhe dokumentet ndërkombëtare në lidhje me çështjet gjinore dhe përmbajtjet mediatike	8
5. Metodot e mbledhjes dhe analizimit të të dhënave.....	10
Konstatimet individuale	i
III. Analiza	14
III.1. Radiotelevizioni i Maqedonisë – Servisi i Parë programor (RTM1)	14
III.2. Radiotelevizioni i Maqedonisë – Programi në gjuhën shqipe (RTM 2).....	29
III.3. Radiotelevizioni i Maqedonisë – Kanali sportiv (RTM 3)	40
III.4. TV Alfa	47
III.5. TV Alsat - M.....	59
III.6. TV Kanal 5	70
III.7. TV Sitel	79
III.8. TV Telma	90
Konstatime përmbledhëse.....	ii
IV. Konkluzione dhe rekomandime	108
Servisi publik i radiodifuzionit.....	112
Televizionet private.....	116
Annex	122
Ekipi hulumtues	125

I. HYRJE

1. Problemi i hulumtimit

Ajo që sot nënkuptohet me sport universal, historikisht është e lidhur me dukurinë, forcimin dhe transformimet e mediumit si një strukturë organizative për konstruksionin dhe disimilimin masiv të përmbajtjeve. Sporti, në aspekt të së cilit është ky studim, nuk mund thjesht të kuptohet vetëm me përkufizimin themelor të tij – si grup i aktiviteteve fizike që kanë karakter garues dhe që e forcojnë trupin dhe shpirtin e njeriut. Ajo duhet të kuptohet edhe në kontekstin sociologjik-komunikues, si një ritual i mediatizuar interaktiv që mund të simbolizojë një antagonizëm dhe në atë drejtim të hegjemonizojë konstelacione të fuqisë ndërmjet kategorive të konstruktura sociale, sic janë konstruktet e “mashkullisë” dhe “femërisë”¹.

Në masë të konsiderueshme, “mediumet e krijuan sportin” (Dorer & Marschik, 2020)² ku trajektorja e tyre e ndërlikuar fillon me zgjerimin e modernizimit dhe rekapitullimit të “kohës së lirë” të qytetarisë në shoqëritë perëndimore. Në fillimin e viteve të 1900, klasa punëtore me dominim të fuqisë mashkullore dhe të bardhë, kishte kohë më të lirë për t’i kushtuar vizitave të ngjarjeve sportive. Njëkohësisht, mediat e shtypit filluan të raportojnë më tepër për këto ngjarje, për çka edhe publiku u zgjerua prej grupit të vogël të njerëzve që mundeshin të marrin pjesë në ato ngjarje sportive. Por, kjo histori gjithashtu është edhe histori e përjashtimit dhe marginalizimit ku ndërthuren çështjet e gjinisë [femrat, seksualitetet e marginalizuara] (shih Anderson, 2017³; Cooky et. al, 2013⁴); çështjet e racës [popullsia afro amerikane dhe aziatike në shoqëritë e zhvilluara perëndimore] (shih Cooky et al 2010⁵; Deeb 2016⁶), nacionalizmit dhe politika [çështjet e krenarisë nacionale të sportistëve ose gara ndërmjet të dy palëve kundërshtarë në Luftën e Ftohtë] (shih Birrell & McDonald, 2016⁷, Weiderkher 2009⁸, Micevski 2013⁹).

¹ Për perspektivat sociologjike të problemit shih:

- Broch, T. B. (2020). *A Performative Feel for the Game*. How Meaningful Sports Shape Gender, Bodies, and Social Life. Springer International Publishing.

- Erikainen, S. (2019). *Gender verification and the making of the female body in sport: a history of the present*. Routledge.

- Dabscheck, B. (2017). Changing the Playbook: How Power, Profit, and Politics Transformed College Sports, by Howard P. Chudacoff.

² Dorer, J., & Marschik, M. (2020). Intersectionality in Sports Reporting. *The International Encyclopaedia of Gender, Media, and Communication*, 1-13.

³ Anderson, S. (2017). The forgotten legacy of Stella Walsh: The greatest female athlete of her time. London, UK: Rowman & Littlefield.

⁴ Cooky, C., Dycus, R., & Dworkin, S. L. (2013). “What makes a woman a woman?” versus

“Our first lady of sport”: A comparative analysis of the United States and the South African media coverage of Caster Semenya. *Journal of Sport and Social Issues*, 37(1), 31–56. doi:10.1177/0193723512447940

⁵ Cooky, C., Wachs, F. L., Messner, M., & Dworkin, S. L. (2010). It’s not about the game: Don Imus, race, class, gender and sexuality in contemporary media. *Sociology of Sport Journal*, 27(2), 139–159. doi:10.1123/ssj.27.2.139

⁶ Deeb, A., & Love, A. (2018). Media representations of multiracial athletes. *Journal of Sport & Social Issues*, 42(2), 95–114. doi:10.1177/0193723517749598

⁷ Birrell, S., & McDonald, M. (2000). Reading sport, articulating power lines. In S. Birrell & M. McDonald (Eds.), *Reading sport: Critical essays on power and relations* (pp. 3–13). Boston, MA: Northeastern University Press.

⁸ Wiederkehr, S. (2009). “We shall never know the exact number of men who have competed in the Olympics posing as women”: Sport, gender verification and the Cold War. *International Journal of the History of Sport*, 26(4), 556–572.

⁹ Micevski, I. (2013) Constructing the “Ancient Macedonians” and the “Oppressed Albanians”: European Handball Championship in 2012 through the printed and online media, in Shopar, V., Reporting on interreligious and interethnic tensions: The meaning behind the headlines, SJPR, Skopje

Trupat rregulluese në sferën e radiodifuzionit kanë obligim ligjor që të ndjekin nëse radiodifuzerët sigurojnë mundësi të barabarta për prezantimin e meshkujve dhe femrave në përmbajtjet mediatike, si dhe nëse i pasqyrojnë dallimet e përgjithshme gjinore të shoqërisë. Për këtë arsye trupat rregulluese realizojnë hulumtime që duhet të matin se në çfarë mase dhe mënyre mediumet i respektojnë parimet e barazisë gjinore, mosdiskriminimit, promovimit të vlerave të tolerancës. Mirëpo disa prej hulumtimeve të realizuara nga trupat rregullues potencojnë faktin se mediumet, edhe përkundër shumicës së deliberacioneve publike, vazhdojnë që t'i favorizojnë a.sh. "sportet mashkullore", t'i nënçmojnë arritjet e sportistëve dhe t'i pasivizojnë dhe objektivizojnë trupat femëror. Studimi i fundit bazik i *Rrjetit mesdhetar të autoriteteve rregulluese*¹⁰ që ka të bëjë me pluralizmin dhe barazinë gjinore, konstaton se trupat rregulluese duhet të "promovojnë sjellje jo diskriminuese në sferën e përmbajtjeve sportive mediatike". Për të arritur këtë, në peizazhin sportiv dhe mediatik maqedonas, nevojitet që të konstatohet gjendja e kësaj fushe në Republikën e Maqedonisë së Veriut¹¹.

Nga viti 2012 e këtej, Agjencia për Shërbime Mediatike Audio dhe Audivizuele i kushton vëmendje të veçantë ngritjes së vetëdijes në lidhje me çështjet gjinore dhe barazinë gjinore në programet audiovizuele. Në këtë kontekst, Agjencia në periudhën e kaluar ka iniciuar dhe publikuar disa hulumtime dhe analiza të fokusuara në mënyrën se si prezantohen rolet gjinore në programet audiovizuele, si dhe prezencës së gjuhës dhe përmbajtjeve që mund të shkaktojnë diskriminim në bazë të diferencimit gjinor. Çështja e vëllimit dhe përmbajtjes së programeve sportive që i ofrojnë radiodifuzerët vendas, veçanërisht për mënyrën se si këto programe i paraqesin rolet gjinore, deri më tani nuk është realizuar ndonjë hulumtim gjithëpërfshirës në Republikën e Maqedonisë së Veriut. Ky hulumtim fokusohet pikërisht në këtë problem duke insistuar që përmes analizës së përmbajtjes, të konstatojë se çfarë konstrakte gjinore prodhohen nga lajmet sportive dhe emisionet e Servisit publik dhe të televizioneve private tokësore në nivel shtetëror në RMV.

Rezultatet e këtij hulumtimi do t'i mundësojnë Agjencisë për Shërbime Mediatike Audio dhe Audiovizuele që të krijojë politikat e ardhshme rregulluese. Kjo është në pajtim me Ligjin për mundësi të barabarta të femrave dhe meshkujve, sipas të cilit obligohet që të realizojë analiza për gjininë dhe çështjet gjinore në programet e mediumeve në bazë të së cilave, si trup rregullues, obligohet që të realizojë mbikëqyrje dhe ta konstatojë mënyrën e prezantimit të femrave dhe meshkujve në konceptet dhe përmbajtjet programore (neni 17 paragrafi 3), si dhe të konstatojë trajtimin e çështjeve gjinore në mjetet e informimit publik (neni 17 paragrafi 4), si dhe në pajtim me Ligjin për përmbajtje mediatike audio dhe audiovizuele (LPMAA).

¹⁰ Mediterranean network of regulatory authorities, *Equality between men and women in the sport programmes through audiovisual media services*, Available at: https://www.rirm.org/wp-content/uploads/2018/02/Study-Gender-Equality-in-SPORTS-PROGRAMMES_2017_ENGLISH_ANGLAIS.pdf

¹¹ Strategjia e re Nacionale për barazi gjinore 2021-2026, që momentalisht gjendet në Kuvend, por ende nuk është miratuar, në esencë i përkufizon prioritetet shtetërore në lidhje me barazinë gjinore në mediume për „[...]promovimin e barazisë gjinore në programet dhe përmbajtjet, përmes prezantimit të shembujve pozitiv, femrat që angazhohen më së shpeshti si bashkëbiseduese në debate dhe programe të tjera me mysafir, si dhe një përfaqësim më të madh i përmbajtjeve që përpunojnë tema të barazisë gjinore, respektivisht inkuadrimit së aspektit gjinor në pjesën më të madhe të temave që përpunohen në mediume. Për këtë qëllim, nevojitet një përfaqësim më i madh i femrave në pozita vendimmarrëse, redaktuese dhe drejtuese, si dhe edukimi dhe ngritja e vetëdijes për çështjet gjinore të të gjithë punëtorët mediatik.“ (2021; 25)

Rezultatet e hulumtimit, gjithashtu do t'i ndihmojnë punës së Agjencisë për Rini dhe Sport – konkretisht në “avancimin e barazisë gjinore në të gjitha sferat e jetës shoqërore dhe përfshirjes së perspektivës gjinore në krijimin e politikave dhe buxheteve”¹² që është njëra prej qëllimeve strategjike prioritare që dalin nga qëllimet strategjike të Qeverisë së Republikës së Maqedonisë së Veriut.

Përfundimisht, hulumtimi do t'u ndihmojë edhe mediumeve në kuadër të hapësirës mediatike maqedonase për të realizuar obligimet e tyre ligjore në aspekt të mundësisht të barazisë gjinore.

II. METODOLOGJIA

1. Qëllimet e hulumtimit dhe çështjet hulumtuese

Nisur nga problem i përkufizuar, ky studim ka për qëllim që ta hulumtojë çështjen e barazisë gjinore dhe prezantimit gjinor në programet sportive të televizioneve tokësore nacionale maqedonase. Prej këtij qëllimi kanë dalë dy blloqe të çështjeve hulumtuese që kërkojnë strategji të ndryshme hulumtuese:

(1) **Strategjia kuantitative** – në kontekst të çështjeve gjinore e përcakton frekuencën e dukurive të aspekteve relevante gjinore në programet sportive (emisione dhe lajme):

1. Me çfarë frekuence, kohëzgjatje dhe diversiteti të zhanrit në programet e radiodifuzerëve nacional, paraqiten përmbajtjet sportive.
2. Me çfarë frekuence, kohëzgjatje dhe role të ndryshme në programin sportiv të radiodifuzerëve nacional, paraqiten pjesëmarrësit femra dhe meshkuj.
3. Cilat sporte marrin frekuencë më të madhe të mbulimit nga radiodifuzerët dhe sa prej atyre sporteve janë në konkurrencë mashkullore, e sa në atë femërore?

(2) **Strategjia kualitative** - të konstatohet se si janë trajtuar çështjet gjinore dhe si janë konstruktuar femrat dhe meshkujt në emisionet sportive televizive:

1. Si dhe përmes cilave strategji janë konstruktuar sportistët dhe sportistet gjatë programit sportiv?
2. Çfarë gjuhe shfrytëzojnë mediumet kur i prezantojnë sportistët dhe sportistet?
3. Cilat tema në lidhje me rolet gjinore, burojnë nga programet sportive?

¹² Plani Strategjik i ARS për vitin 2021-2023 – shih faqe. 11,15 dhe 22. Mund të merret në:
<http://ams.gov.mk/%D0%B8%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%B8-%D0%BE%D0%B4-%D1%98%D0%B0%D0%B2%D0%B5%D0%BD-%D0%BA%D0%B0%D1%80%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%B5%D1%80>

2. Konceptet themelore¹³

Tema, me të cilën merret hulumtimi, kërkon një nënvizim preliminar të disa koncepteve kyçe që do të elaborohen në detaje në analizën e mëvonshme.

a. Gjinia dhe identiteti gjinor: Dallimi ndërmjet koncepteve “seksi” dhe “gjinia” si dallim ndërmjet *determinanteve biologjike* dhe *konstruksionit shoqëror* të ndarjes së roleve shoqërore, është pozitë fundamentale e teorive feministë dhe është përgjigje e modeleve funksionale të organizimit shoqëror. Këto, në bazë të teorive heteronormative, i derivojnë rolet gjinore dhe faktin biologjik të dallimit gjinor (shih Shapiro, 1981¹⁴, McGuinness & Pribam, 1979¹⁵).

b. Barazia gjinore: Sipas *Strategjisë për Barazi gjinore në RMV 2013-2020* “barazia gjinore, nënkupton se sjelljet, aspiratat nevojat e ndryshme të femrave dhe meshkujve janë respektuar, marrë parasysh, vlerësuar dhe si të tilla edhe ndihmuara. Ajo nënkupton se të drejtat, përgjegjësitë dhe mundësitë e tyre nuk do të varen nga ajo nëse ata kanë lindur si mashkull apo femër. Ajo është bazuar në parimet e të drejtave të njeriut dhe drejtësisë sociale. Është e qartë se barazia gjinore dhe forcimi i femrave janë esenciale për brengën kryesore të varfërisë dhe pasigurisë për të arritur një zhvillim të qëndrueshëm me njeriun si qendër” (2013:7) ¹⁶.

v. Drejtësia gjinore: Sipas *Strategjisë për barazi gjinore në RMV 2013-2020* “Drejtësia gjinore nënkupton drejtësinë gjatë veprimeve me meshkujt dhe femrat, në pajtim me nevojat e tyre personale, drejtësi veçanërisht në lidhje me të drejtat, përfitimet, obligimet dhe mundësitë. Barazia gjinore merret me avancimin e barazisë personale, sociale, kulturore, politike dhe ekonomike të të gjithëve” (2013:7)¹⁷

g. Stereotipizimi gjinor: Sipas *Strategjisë për barazi gjinore në RMV 2013-2020* e Këshillit të Evropës “stereotipat gjinor janë skema ose ide paragjyquese shoqërore dhe kulturore përmes të cilave femrave dhe meshkujve ju përshkruhen karakteristika dhe role të determinuara dhe kufizuara nga gjinia e tyre. Stereotipat gjinor njëkohësisht janë rezultat dhe burim i qëndrimeve, vlerave normave dhe paragjyqimeve të ngulitura thellë. Ato shfrytëzohen për të arsyetuar dhe të ruajtur raportet historike të fuqisë së burrit ndaj gruas dhe për të ruajtur qëndrimet seksiste që e inhibojnë përparimin e barazisë gjinore” (2018: 16)¹⁸.

3. Literatura relevante

Shqyrtimi i literaturës relevante për këtë studim, zbulon se në hulumtimet e gjinisë në kontekst të përmbajtjeve të mediumeve sportive ka laramani tematike dhe metodologjike. Mund të

¹³ Konceptet relevante themelore për këtë hulumtim u shfrytëzuan edhe në një hulumtim paraprak të autorit. Disa nga paragrafët vijues për këtë arsye janë marrë nga Micevski, I., (2020), Gjinia në medime: Analiza e aspekteve gjinore në programet për fëmijë të televizioneve nacionale tokësore, ASHMAA, Shkup

¹⁴ Shapiro, J. (1981). Anthropology and the study of gender. *Soundings*, 446-465.

¹⁵ McGuinness, D., & Pribam, K. H. (1979). The origins of sensory bias in the development of gender differences in perception and cognition. *Cognitive growth and development: Essays in memory of Herbert G. Birch*, 3-56.

¹⁶ Strategjia e barazisë gjinore 2013-2020 mund të merret në <https://dejure.mk/zakon/strategjia-za-rodova-ednakvost-2013-2020>

¹⁷ Ibid.

¹⁸ Council of Europe (2018) Gender Equality Strategy 2018-2023 <https://rm.coe.int/ge-strategy-2018-2023/1680791246>

veçohen disa qasje metodologjike në lidhje me problemin në suaza të së cilit ka disa linja tematike për analizë në kontekst të hegjemonive gjinore, që jo vetëm se janë forcuar përmes mbulimit mediatik të ngjarjeve sportive, por edhe kanë konstruktuar prej dhe përmes medimeve.

Grupi më i madh i hulumtimeve në domenin e aspekteve gjinore të programit sportiv e shfrytëzojnë *Analizën e përmbajtjes* edhe si një qasje para kuantitative, por edhe si strategji të përzier inhereente (Qual+Quan) (shih diskutimin në kapitullin 6).

Kështu, një seri e publikimeve të dalë nga një studim longitudinal, të realizuar në vitet 1989-2019, e shfrytëzojnë potencimin e autorëve – *Tekstuale* dhe *Analizën e përmbajtjes*. Studimi longitudinal ka të bëjë me frekuencën me të cilën paraqiten (kuantiteti) dhe mënyrën se si mbulohen (kualiteti) femrat dhe meshkujt në programet sportive.

Një publikim i publikuar së fundmi nga ky hulumtim e Kuki et al. (Cooky et al., 2021¹⁹) bën një analizë longitudinale të mbulimit mediatik (televiziv) të ngjarjeve sportive në Shtetet e Bashkuara të Amerikës në 30 vitet e fundit, por për dekadën e fundit, në këtë ekzemplar i përfshinë edhe mediumet online dhe rrjetet sociale, që mundëson një qasje krahasuese ndaj problemit. Hulumtuesit kanë konkluduar se gjatë tri dekadave të fundit, në mediumet tradicionale pothuajse nuk ka lëvizje në aspekt të raportit të përfaqësimit kuantitativ të meshkujve dhe femrave në programin sportiv të këtij vendi. Sportet e ashtuquajtura “mashkullore” ende marrin një përqindje të lartë të mbulimit në program dhe kjo veçanërisht ka të bëjë me basketbollin, bejsbollin dhe futbollin amerikan. Studimi thekson se madje edhe kur raportohet për të ashtuquajturit “sporte femërore” ose për konkurrencë femërore të asaj që vlen për “sportin mashkullor” zakonisht marrin një raportim të izoluar, të përcjella me një seri të madhe të blloqeve që kanë të bëjnë me sportet e konkurrencës mashkullore dhe sportistëve – meshkuj. Në aspekt të analizës së përmbajtjeve të rrjeteve sociale – hulumtuesit konkludojnë se asimetria gjinore që është karakteristike për mediumet radiodifuzive, reflektohet edhe në sjelljen e medimeve të reja dhe rrjeteve sociale. Autorët kana zbardhur një dukuri konsistente të seksizmit të ngarkuar gjinor, karakteristik për të a.sh. “sporte femërore” dhe sportet në konkurrencë femërore. Kjo karakteristikë gjinore gjendet në tri temat kryesore: (1) nacionalizmi, (2) theksimi asimetrik gjinor i kombinuar me parohializëm lokal dhe (3) materialet humanitare. Publikimet e tjera nga i njëjti hulumtim longitudinal i filluar në vitin

¹⁹ Cooky, C., Council, L. D., Mears, M. A., & Messner, M. A. (2021). One and Done: The Long Eclipse of Women's Televised Sports, 1989–2019. *Communication & Sport*, 9(3), 347-371.

1989 (Messner et al., 1993²⁰, 1996²¹, 2003²²; Cooky et al., 2013²³, 2015²⁴; Musto et al., 2017²⁵), e sugjerojnë të njëjtin problem konsistent.

Rëndësi më e madhe për aspektet kuantitative të *Analizës së përmbajtjes* i është kushtuar studimit të replikuar të Adams dhe Tagel (Adams & Tuggle, 2004)²⁶ që i analizon mbulimin e sportistëve dhe sportistëve gjatë garave të ndryshme. Në hulumtimin burimor nga viti 1997, në dy seriale sportive në kuadër të CNN dhe ESPN, autorët potencojnë se edhe pse në sport aspak [respektivisht në ofertën sportive], dukshëm është rritur prania e femrave, prap se prapë mbulimi mediatik nuk e ndjek trendin e njëjtë të rritjes. Kanë konstatuar se vetëm 5% e programit të përgjithshëm sportiv i kushtohet sportistëve ose sporteve në konkurrencë femërore. Hulumtimi, sipas metodologjisë tërësisht identike që është realizuar në vitin 2002 (një dekadë e gjysmë pas të parës), ka pasur qëllim që të konstatojë nëse mbulimi mediatik e ka ulur dallimin kuantitativ ndërmjet meshkujve dhe femrave, pasi që në SHBA janë krijuar dhe forcuar dy liga profesionale të sporteve të ndryshme në konkurrencë të femrave. Autorët konkludojnë se dhe krahas ndryshimit të strukturës së sportit të organizuar, mediumet nuk e kanë ndjekur trendin dhe mbulimi i sportistëve ka mbetur në nivelin e vjetër të ulët. Kjo potencon se faktorët kontrollues të analizës, si dhe forcimi i garave të organizuara sportive në konkurrencë të femrave, kanë një ndikim të kufizuar ndaj sjelljes së mediumeve. Ngjashëm, Eastman dhe Billings (Eastman and Billings, 2000)²⁷ në studimin e tyre, duke marrë parasysh ristrukturimin dhe praninë madhe të sportit në konkurrencë femërore dhe duke i kontrolluar variabilet në lidhje me të, kanë konstatuar se nuk ka mbulim konsistent të sportistëve, në përputhje me praninë e tyre faktike në garat e mëdha të atyre sporteve. Për shembull, mbulimi mediatik ka qenë dukshëm i përforcuar edhe gjatë turnirit në golf US Open në konkurrencë femërore dhe gjatë kohëzgjatjes së turnirit të tenisit Uimbëlldon, por nuk ka pasur interes mediatik edhe për shumë sporte po aq interesante dhe turnirë në konkurrencë femërore sikurse edhe hapja e sezonit të WNBA ose French Open.

Hulumtimi i Aleksandrit (Alexander, 1994)²⁸ zbuloi se ekziston një korrelacion pozitiv ndërmjet llojit të sporteve nga njëra anë dhe konkurrencës në të cilën mbahen ato dhe që janë transmetuar nga mediumet. Mbulimi televiziv i hulumtimeve në konkurrencë të meshkujve, favorizon sporte ekipore, ndërsa mbulimi i hulumtimeve në konkurrencë të femrave favorizon

²⁰ Messner, M. A., Duncan, M. C., & Jensen, K. (1993). Separating the men from the girls: The gendered language of televised sports. *Gender & Society*, 7(1), 121-137.

²¹ Messner, M. A., Duncan, M. C., & Wachs, F. L. (1996). The gender of audience building: Televised coverage of women's and men's NCAA basketball. *Sociological inquiry*, 66(4), 422-440.

²² Messner, M. A., Duncan, M. C., & Cooky, C. (2003). Silence, sports bras, and wrestling porn: Women in televised sports news and highlights shows. *Journal of sport and social issues*, 27(1), 38-51.

²³ Cooky, C., Messner, M. A., & Hextrum, R. H. (2013). Women play sport, but not on TV: A longitudinal study of televised news media. *Communication & Sport*, 1(3), 203-230.

²⁴ Cooky, C., Messner, M. A., & Musto, M. (2015). "It's dude time!" A quarter century of excluding women's sports in televised news and highlight shows. *Communication & Sport*, 3(3), 261-287.

²⁵ Musto, M., Cooky, C., & Messner, M. A. (2017). "From Fizzle to Sizzle!" Televised sports news and the production of gender-bland sexism. *Gender & Society*, 31(5), 573-596.

²⁶ Adams, T., & Tuggle, C. A. (2004). ESPN's SportsCenter and coverage of women's athletics: It's a boys' club. *Mass Communication and Society*, 7, 237-248.

²⁷ Eastman, S. T., & Billings, A. C. (2000). Sportscasting and sports reporting: The power of gender bias. *Journal of Sport and Social Issues*, 24(2), 192-213.

²⁸ Alexander, S. (1994). Newspaper coverage of athletics as a function of gender. *Women's Studies International Forum*, 17, 655-662.

sporte individuale. Ky hulumtim plotëson një hulumtim paraprak të Kejnit (Kane, 1989)²⁹ sipas të cilit femrat që garojnë në sportet si tenisi ose golfi, marrin një vëmendje mediatike dukshëm më të madhe se sa ata që garojnë në sporte tjera e veçanërisht sporte ekipore.

Çështja e frekuencës me të cilën paraqiten në sferën publike sportistët dhe sportistët gjatë viteve të fundit, është theksuar edhe në kontekst të platformave sociale. Hulumtimi i Lameiras dhe Rodriguez-Kastro (Lameiras & Rodriguez-Castro, 2020³⁰) konstaton se ekzemplari i tuiteve që përmendin sportin, e që gjenden në llogaritë e Twitterit të mediumeve me format të përgjithshëm në Spanjë (N=5260), vetëm 1,6% janë tuite që kanë lidhje me sportistët. Studimi ka konstatuar në mënyrë plotësuese se edhe në tuitet e mediumeve të specializuara sportive ka një stereotipizim dhe objektivizim seksual të shpërndarë gjerësisht, që në esencë i nënçmon arritjet e sportistëve.

Disa studime për sferën online i kombinojnë metodat e analizës së përmbajtjes dhe analizës tematike. Kështu, Dejton-Smit dhe Bel (Deighton-Smith & Bell, 2017)³¹ në analizën e postimeve në Instagram me hashtagun #fitspiration, kanë pasur një qasje të kombinuar. *Së pari*, autorët kanë marrë shembuj nga 944 prezantimet e fundit vizuale të trupave me këtë hashtag. Është bërë një prezantim inicial i bazuar (grounded) i përmbajtjeve mediatike për të mundësuar klasifikimin induktiv të kategorive të ndryshme. Prej shumë kategorive, autorët kanë izoluar katër klasa përfshirëse ku mund të numërohen të gjitha kategoritë e shënuara, duke zhvilluar një strategji të koduar. Hulumtuesit kryesor më pas e kanë koduar tërë përmbajtjen, të cilën më pas e kanë koduar edhe dy hulumtues më të ri, por pa qenë të informuar për qëllimin e studimit. Harmonizimi ndërmjet hulumtuesve dhe koduesve ka qenë 98,10%. *Së dyti*, hulumtuesit kanë punuar në kuadër të katër kategorive për të cilat është zhvilluar strategjia e kodimit që ka mundësuar rafinimin e analizës me disa nuanca kualitative me të cilat është kontekstualizuar analiza kuantitative e përmbajtjes. Kanë konkluduar se edhe në rrjetet sociale (e konstatuar me rastin #fitspiration) promovohen ideale joreale për trupat e meshkujve dhe femrave të cilat, për shumë njerëz janë të përealizueshme dhe se trupat e sportistëve në platformat online janë të objektivizuara.

Problem i *reprezentacionit* të dallimeve në sport është një temë që paraqitet shpesh. Bajs dhe Embser-Hebert (Buysse & Embser-Herbert, 2004³²) në studimin e tyre për diferencën gjinore në sport, vërejnë se në domenin e sporteve, reprezentacionet e femërisë dhe mashkullisë nëpër mediume e krijojnë dhe ruajnë diferencimin gjinor. Studimi tregon se gjasat janë më të vogla që sportistët të prezantohen si pjesëmarrëse aktive në sporte dhe njëkohësisht ka më shumë gjasa që ato të prezantohen në rolet tradicionale pasive femërore edhe pse autorët vërejnë se ndërmjet viteve 1990 dhe 1997, ky trend ka pasur rënie të vogël. Konstatimet potencojnë në faktin se vetë

²⁹ Kane, M. J. (1989). The Post Title IX Female Athlete in the Media: Things are changing, but how much?. *Journal of Physical Education, Recreation & Dance*, 60(3), 58-62.

³⁰ Lameiras, A., & Rodríguez-Castro, Y. (2020). The presence of female athletes and non-athletes on sports media Twitter. *Feminist Media Studies*, 1-18.

³¹ Deighton-Smith, N and Bell, BT (2017) Objectifying fitness: A content and thematic analysis of #Fitspiration images on social media. *Psychology of Popular Media Culture*, 6 (1). ISSN 2160-4142
DOI: <https://doi.org/10.1037/ppm0000143>

³² Buysse, J.A.M. & Embser-Herbert, M.S. (2004). Constructions of gender in sport: An analysis of intercollegiate media guide cover photographs. *Gender & Society*, 18(1),66-81. doi: 10.1177/0891243203257914

ligat sportive të femrave prodhojnë stereotipa gjinor në mënyrë të ngjashme si edhe mediumet e popullarizuara edhe përkundër faktit që me intuitë pritet e kundërta. Shif Bernstein (2002)³³, Koivula (1999)³⁴, Billings & Angelini (2019)³⁵, Bruce (2013)³⁶, Bruce (2016)³⁷.

Me gjasë, linja më e pasur analitike e hulumtimit të aspekteve gjinore në sport, janë shumica e hulumtimeve të fokusuara në konceptin e *interseksionalitetit*. Në vitin 1989, Kimberli Kershaw (Crenshaw, 1990)³⁸ e propozoi këtë nocion për ta shënuar përputhjen me domenet e ndryshme të identitetit, siç është raca dhe seksualiteti, që nga ajo pozitë të zhvillohet strategjia e sulmit të hegjemonive të tyre. Që atëherë (tani më rreth tridhjetë vite) gjatë hulumtimeve komunikologjike, sociologjike dhe politikologjike, janë bërë analiza interseksionale për çështjet e gjinisë dhe racës (Cooky et al., 2010)³⁹, trans-seksualitetit, inter-seksualitetit dhe sportit (Anderson 2017)⁴⁰, homoseksualitetit dhe sportit, nacionalizmit dhe sportit (Weiderkher, 2009⁴¹, Micevski 2013⁴²), gjinisë dhe klasës në mediumet sportive (Lenskyi, 2012)⁴³ etj.

Laramania tematike dhe metodologjike të prezantuara në këtë prezantim të literaturës relevante, do të reflektojnë edhe ndaj koncepteve të zhvilluara për këtë hulumtim.

4. Rregullativa në RMV dhe dokumentet ndërkombëtare në lidhje me çështjet gjinore dhe përmbajtjet mediatike

Ky hulumtim del nga obligimet që sipas rregullativës maqedonase i ka rregullatori – Agjencia për Shërbime Mediatike Audio dhe Audiovizuale, radiodifuzerët dhe institucionet shtetërore. Obligimet e këtyre faktorëve dalin nga Kushtetuta e RMV-së, rregullativa vendore (Ligji për ASHMAA, Ligji për mundësi të barabarta të femrave dhe meshkujve, Ligji për parandalimin dhe mbrojtjen nga korrupsioni etj.) si dhe nga dokumentet ndërkombëtare (Kombet e Bashkuara, Këshilli i Evropës).

Kushtetuta e Republikës së Maqedonisë së Veriut si vlerë e parë themelore e shtetit, e vendos mbrojtjen e të drejtave dhe lirive themelore të njeriut dhe qytetarit, të njohura edhe me të drejtën ndërkombëtare (neni 8).

³³Bernstein, A. (2002). Is it time for a victory lap? Changes in the media coverage of women in sport. *International Review for the Sociology of Sport*, 37, 415–428.

³⁴Koivula, N. (1999). Gender stereotyping in televised media sports coverage. *Sex Roles*, 41, 589–604.

³⁵Billings, A. C., & Angelini, J. (2019). Equity achieved? A longitudinal examination of biological sex representation in the NBC Olympic telecast (2000–2018). *Communication & Sport*, 7(5), 551–564.

³⁶Bruce, T. (2013). Reflections on communication and sport: On women and femininities. *Communication & Sport*, 1(1–2), 125–137.

³⁷Bruce, T. (2016). New rules for new times: Sportswomen and media representation in the third wave. *Sex Roles*, 74, 361–376.

³⁸Crenshaw, K. (1990). Mapping the margins: Intersectionality, identity politics, and violence against women of colour. *Stan. L. Rev.*, 43, 1241.

³⁹Cooky, C., Wachs, F. L., Messner, M., & Dworkin, S. L. (2010). It's not about the game: Don Imus, race, class, gender and sexuality in contemporary media. *Sociology of Sport Journal*, 27(2), 139–159. doi:10.1123/ssj.27.2.139

⁴⁰Anderson, S. (2017). The forgotten legacy of Stella Walsh: The greatest female athlete of her time. London, UK: Rowman & Littlefield.

⁴¹Wiederkehr, S. (2009). "We shall never know the exact number of men who have competed in the Olympics posing as women": Sport, gender verification and the Cold War. *International Journal of the History of Sport*, 26(4), 556–572.

⁴²Micevski, I. (2013) Constructing the "Ancient Macedonians" and the "Oppressed Albanians": European Handball Championship in 2012 through the printed and online media, in Shopar, V., *Reporting on interreligious and interethnic tensions: The meaning behind the headlines, School of Journalism and Public Relations*, Skopje.

⁴³Lenskyi, H. J. (2012). Reflections on communication and sport: On heteronormativity and gender identities. *Communication & Sport*, 1(1–2), 138–150. doi:10.1177/2167479512467327

Ligji për shërbime mediatike audio dhe audiovizuele e vendos një obligim për Agjencinë “që të kujdeset për mbrojtjen e interesave të qytetarëve në sferën e shërbimeve mediatike audio dhe audiovizuele” (neni 6). Në këtë funksion, Agjencia bën mbikëqyrje të zbatimit të obligimeve që me ligj janë të përcaktuara për radiodifuzerët. Ligji, në nenin 61 përcakton një sërë parimesh të cilëve duhet t’u përmbahen radiodifuzerët gjatë kryerjes së punës së tyre. Në kontekst të këtij hulumtimi, rëndësi kanë parimet e “barazisë së lirive dhe të drejtave, pavarësisht gjinisë, racës, prejardhjes nacionale, etnike dhe sociale, bindjeve politike dhe fetare, pozitës pronësore dhe shoqërore të njeriut dhe qytetarit”, “ruajtjen dhe zhvillimin e vlerave humane dhe morale të njeriut dhe mbrojtjen e privatësisë dhe dinjitetit njerëzor” dhe “prezantimin objektiv dhe të paanshëm të ngjarjeve me trajtim të njëjtë të pasqyrimeve dhe mendimeve të ndryshme dhe mundësimin e formimit të lirë të mendimit të publikut për ngjarje dhe çështje të caktuara”. Gjithashtu, në nenin 48 përcaktohet se ju është ndaluar shërbimeve mediatike audio dhe audiovizuele që të emetojnë programe me të cilat “...nxitet ose përhapet diskriminimi, jo toleranca ose urrejtja në bazë të racës, ngjyrës së lëkurës, prejardhjes, përkatësisë nacionale ose etnike, gjinisë, orientimit seksual, identitetit gjinor, përkatësisë së grupit të marginalizuar, gjuhës, shtetësisë, prejardhjes sociale, arsimit, religjionit ose bindjes fetare, bindjeve politike dhe bindjeve tjera, pengesave, moshës, statusit familjar ose martesor, statusit pronësor, gjendjes shëndetësore, cilësive personale dhe statusit shoqëror, ose edhe çfarëdo baze tjetër”. Ndalesë eksplicite për diskriminim sipas gjinisë, orientimit seksual dhe identitetit gjinor, për radiodifuzerët kjo krijon një obligim jashtëzakonisht të rëndësishëm që të kenë qasje subtile dhe të kujdesshme. Në nenin 110, që në tërësi ka të bëjë me obligimet e Shërbimit publik të radiodifuzionit, thuhet se Radiodifuzeri publik duhet të “zhvillojë dhe planifikojë një skemë programore në interes të publikut të gjerë, ndërsa programet të dedikohen për të gjitha segmentet e shoqërisë pa ndonjë diskriminim”; të “sigurojë një informim të vazhdueshëm, të vërtetë, të plotë, të paanshëm, të drejtë dhe në kohë, duke krijuar dhe emetuar programe me kualitet të lartë për të gjitha... ngjarjet sportive” në vend, Evropë dhe në botë; duke pasur obligim, që përmes programit të tyre, të kontribuojnë për promovimin dhe respektimin e të drejtave dhe lirive themelore të njeriut, përfshirë edhe “barazinë ndërmjet gjinive dhe ndalimin e diskriminimit”; të “promovojë sport dhe aktivitete rekreative dhe të transmetojë ngjarje sportive nga vendi dhe bota, në të cilat marrin pjesë edhe sportistët ose ekipet nacionale maqedonase, si dhe sportet, respektivisht ngjarjet sportive që janë më pak të përfaqësuara”. RTM ka obligim që të informojë dhe edukojë, por edhe të “krijojë programe me kualitet të lartë dhe përmbajtje argëtuese për të gjitha moshat”.

Ligji për mundësi të barabarta të femrave dhe meshkujve (neni 17 paragrafi 4 dhe paragrafi 3) përcakton se Agjencia për Shërbime Mediatike Audio dhe Audiovizuele, në kuadër të autorizimeve dhe kompetencave të saja ligjore, “e ndjek mënyrën e prezantimit dhe shfaqjes së femrave dhe meshkujve” dhe “përgatit analizë për çështjet gjinore në konceptet programore dhe përmbajtjet e mjeteve të informimit publik” një herë një vit. Në mënyrë shtesë, (neni 17 paragrafi

1) mjetet e informimit publik, në këtë aspekt edhe radiodifuzerët, kanë obligim që të “kontribuojnë për zhvillimin dhe ngritjen e vetëdijes për mundësitë e barabarta, si dhe për pjesëmarrjen e njëjtë të femrave dhe meshkujve në krijimin e koncepteve dhe përmbajtjeve programore” Programi sportiv i radiodifuzerëve nacional, lëndë e këtij hulumtimi, ka një ndikim të konsiderueshëm në konstruksionin e normave shoqërore për mënyrën se si vepron popullata e gjinive të ndryshme në domenin publik dhe privat të pritshmërisë që i ka ajo në procesin e transformimit individual.

Ligji për parandalimin dhe mbrojtjen nga diskriminimi në nenin 5 potencon se “ndalohet secila formë e diskriminimit në bazë të racës, ngjyrës së lëkurës, prejardhjes, përkatësisë nacionale dhe etnike, seksit, gjinisë, orientimit seksual, identitetit gjinor, përkatësisë së grupeve të marginalizuara, gjuhës, shtetësisë, prejardhjes sociale, arsimit, religjionit ose bindjeve fetare, bindjeve politike, bindjeve të tjera, pengesave moshës, statusit familjar ose martesor, statusit pronësor, gjendjes shëndetësore, cilësive personale dhe statusit shoqëror ose në çfarëdo baze tjetër”.

Në **Propozim-strategjinë nacionale për barazi gjinore 2021-2026**, është potencuar se mes prioriteteve kryesore janë: nevoja për rritjen e përfaqësimit të femrave në pozita udhëheqëse, t’u mundësohet vajzave për t’u marrë me sport dhe më pas të mbeten në sport edhe si të rritura. Për këtë qëllim, mes tjerash, nevojitet edhe “rrënimi i stereotipit se sporti është domen “mashkullor”... si dhe krijimin e masave për luftimin e dhunës dhe seksizmit në sport”.

5. Metodat e mbledhjes dhe analizimit të të dhënave

5.1 Teknikat hulumtuese⁴⁴

Hulumtimi përdor (1) Analizën e përmbajtjes dhe (2) Analizën tematike që del nga natyra e çështjeve hulumtuese.

(1) Në bazë të kuptimit ontologjik të asaj që mund të quhet “përmbajtje” Krippendorff (2018)⁴⁵ bëri një distinkcion ndërmjet tri llojeve të përkufizimeve që duhet të jenë në pjesën e *Analizës së përmbajtjes*: (a) përkufizimet që bazohen në supozimin se përmbajtja është *inherente* ndaj tekstit; (b) përkufizime që supozojnë se përmbajtja ka të bëjë me *gjendjen ose karakteristikat e burimit të tekstit* dhe (v) përkufizime sipas të cilave përmbajtja *buron në momentin kur analisti e analizon tekstin* në aspekt të një konteksti të caktuar. Përkufizim tipik për llojin e parë të ontologjisë është përkufizimi i Berelsonit sipas të cilit “Analiza e përmbajtjes është teknikë hulumtuese për një përshkrim objektiv, sistematik dhe kuantitativ të përmbajtjes së manifestuar të komunikimit” (Berelson, 1952⁴⁶). Lloji i dytë i kuptimit të natyrës së përmbajtjes është e lidhur me përkufizimin e Holstit sipas të cilit “Analiza e përmbajtjes së secilës teknikë për konkluzione (inferences) me

⁴⁴ Shih Micevski, I., (2020), Gjinia në medime: Analiza e aspekteve gjinore të programeve për fëmijë në televizionet nacionale tokësore, ASHMAA, Shkup.

⁴⁵ Krippendorff, K. (2018). *Content analysis: An introduction to its methodology*. Sage publications.

⁴⁶ Berelson, B. (1952). *Content analysis in communication research*.

identifikim objektiv dhe sistematik të karakteristikave të potencuar të porosive” (Holsti, 1969⁴⁷). Përfundimisht sipas Krippendorfit “Analiza e përmbajtjes është teknikë për nxjerrjen e konkluzioneve repikabile dhe valide (inferenca) të nxjerra nga tekstet (dhe përmbajtjet e tjera që prodhojnë kuptim) dhe kontekstet se si janë përdorur” (Krippendorff, 2018). Duke marrë parasysh faktin që në këtë studim dukuritë e hulumtuara janë konceptualisht të thjeshta, ajo që Berelsoni e nënkupton me Analizë të përmbajtjes, është mënyra më e thjeshtë e mbledhjes dhe analizimit të të dhënave.

(2) *Analiza tematike* është një teknikë e famshme kualitative që ka për qëllim të identifikojë temat që burojnë nga përmbajtja e analizuar. Edhe krahas këtij popullariteti, nuk ekziston një mënyrë e përcaktuar dhe standardizuar e zbatimit të saj, e as që ka konsensus rreth asaj që konstituton ndonjë *temë* e caktuar (Bryman, 2016)⁴⁸. Për shembull, analiza tematike e qasjes që shfrytëzohet edhe nga analistët që merren me analizë diskursive, teorinë e bazuar ose analizën narrative. Por, analiza tematike mund të jetë edhe pjesë e asaj që njohët me emrin analizë e përmbajtjes. Tema, si njësi e analizës në qasjet e ndryshme trajtohet në mënyrë të ndryshme – p.sh, ajo mund të konsiderohet si rrjet i koncepteve të ndryshme që konstitutojnë njëfarë konsistence të rëndësishme, por mund që thjeshtë edhe të trajtohet si kod në kuptim të analizës së përmbajtjes. Kjo qasje është miratuar edhe në këtë studim.

5.2 Ekzemplar

Në këtë fazë të hulumtimit janë bërë tre ekzemplarë:

faza 1: Në fazën e parë janë selektuar mediumet prej të cilave është tërhequr përmbajtja për analizë. Në studim janë përfshirë shërbimet programore televizive në nivel nacional që emetohen përmes multipleksit digjital tokësor. Në këtë ekzemplar hyjnë lajmet sportive, emisionet (magazinat) dhe transmetimet sportive në programet e Servisit publik RTM1 dhe RTM2 (programi në gjuhën shqipe), si dhe programi i emetuar përmes kanalit të RTM3 – i krijuar si kanal i specializuar sportiv. Në ekzemplarë hyjnë edhe radiodifuzerët privat në nivel nacional TV Alsat-M (në gjuhën shqipe), TV Alfa, TV Kanal 5, TV Sitel dhe TV Telma.

faza 2 : Në kuadër të selektimit të fazës është bërë një nën-ekzemplar i programit sipas kriterëve *kohë* dhe *tip i programit të përfshirë*.

a. Nën-ekzemplari i **parë** përbëhet prej shtatë edicioneve të lajmeve sportive qendrore (të pavarura ose në përbërje të edicionit qendror të informimit ditor), emisioneve sportive (magazinave) dhe transmetimeve sportive të emetuara gjatë një jave kur në orarin sportiv nuk ka ngjarje sportive të rëndësishme, respektivisht nga 4 deri 10 maj të vitit 2021 në RTM1 dhe RTM2

⁴⁷ Holsti, O.R. (1969). Content Analysis for the Social Sciences and Humanities. Reading, MA: Addison-Wesley.

⁴⁸ Bryman, A. (2016). *Social research methods*. Oxford university press.

(në gjuhën shqipe), TV Alsat-M (në gjuhën shqipe), TV Alfa, TV Kanal 5, TV Sitel dhe TV Telma, si dhe programi i përgjithshëm i emetuar në RTM3 gjatë asaj periudhe;

b. Në klasterin e **dytë** do të hyjë programi që emetohej gjatë ndonjë ngjarjeje me rëndësi të madhe sportive, që në këtë rast janë Lojërat Olimpike 2020⁴⁹. Ekzemplari i këtij klasteri përbëhet gjithashtu prej shtatë edicioneve të lajmeve qendrore sportive (të pavarura ose në përbërje të edicionit qendror të informimit ditor) dhe emisioneve sportive dhe transmetimeve javore, gjatë Lojërave Olimpike, respektivisht nga 26 korriku deri më 1 gusht të vitit 2021 në RTM1 dhe RTM2 (në gjuhën shqipe), TV Alsat-M (në gjuhën shqipe), TV Alfa, TV Kanal 5, TV Sitel dhe TV Telma, si dhe programi i përgjithshëm i emetuar në RTM3 gjatë asaj periudhe.

Arsyeja për konstruksionin e ekzemplarit të këtillë është nevoja për të krahasuar analizën gjinore të mbulimit të sportit në konkurrencë mashkullore dhe femërore, gjatë periudhave kur ka dhe ku nuk ka ngjarje specifike sportive.

faza 3: Nga konstatimet e para të analizës së përmbajtjes do të izoloohen edicionet specifike të lajmeve dhe emisioneve sportive që do të kenë të dhëna për analizë tematike dhe/ose diskursive. Vetëm ato emisione do të analizohen në këtë mënyrë.

5.3. Përshkrimi i procesit të kodimit gjatë analizës së përmbajtjes

Në **fazën e parë të kodimit**, që përket me fazën e parë të ekzemplarë, hulumtimi zbaton një *analizë elementare të përmbajtjes*, e afërt me përkufizimin që e sugjeron Berelsoni. Në këtë nivel, në matricën koduese, kodohen të gjitha dukuritë e programeve sportive të përshkruara me këtë kapitull të televizioneve të selektuara dhe prerjeve të selektuara kohore.

Në **fazën e dytë**, për të dy nën-ekzemplarët kodohen përmbajtje nga të gjitha llojet e programit sportiv edhe atë në tri nivele. Në nivelin e parë kodohen dukuritë e njësive të emisioneve, respektivisht për secilin emision kodohen parametrat themelore mes tjerash edhe kohëzgjatja dhe lloji. Në nivelin e dytë kodohen parametrat gjinor në nivel të njësisë së materialit televiziv, mes tjerash edhe për atë se çfarë konkurrence dhe çfarë lloji i sportit përpunohet në atë material; dhe në nivelin e tretë kodohen parametrat gjinor në nivel të pjesëmarrësve në program, në mesin e të cilave edhe gjinia dhe mënyra e prezantimit të pjesëmarrësve.

Në **fazën e tretë**, te ato kode ku vërehet përdorimi i konstrukteve të mbushura diskursive, intervenohet drejtpërdrejt në përmbajtjen mediatike.

⁴⁹ Lojërat Verore Olimpike në Tokio duhej të mbaheshin nga 24 deri më 9 gusht të vitit 2020, por u anuluan për shkak të pandemisë me Kovid-19 dhe u mbajtën nga 23 korrik deri më 8 gusht të vitit 2021. Ato edhe përkundër anulimit për vitin 2021, e mbajtën emrin "Tokio 2020", andaj edhe në këtë tekst, atyre do t'u referohemi si Lojëra Verore Olimpike 2020 ose Lojëra Olimpike 2020.

KONSTATIMET INDIVIDUALE

III. ANALIZA

III.1. Radiotelevizioni i Maqedonisë – Servisi i Parë programor (RTM1)

Hyjre

Servisi i parë programorë i Radiotelevizionit të Maqedonisë (RTM1) siç edhe pritej, ka frekuencën dhe diversitetin më të lartë të sporteve dhe sportistëve(eve) të paraqitur në programin e vet. Në dy periudhat e selektuara në ekzemplar – nga 4 deri më 10 prill (ekzemplari 1 – para Lojërave Olimpikë Verore) dhe nga 26 korriku deri më 1 gusht

Emisioni/ Ekzemplari	Lajme	Magazina	Transmetim	Gjithsejtë	%
Ekzemplari 1	27	0	1	28	22,22%
Ekzemplari 2	6	10	82	98	77,78%
Gjithsejtë	33	10	83	126	100,00%

Tabela 1: Frekuenca e emisioneve sportive në RTM1 sipas llojit

(ekzemplari 2 – gjatë LOV), në RTM1 janë emituar gjithsejtë 126 edicione të emisioneve sportive, prej të cilave 83 ose 65,87% ishin transmetime të ngjarjeve sportive, ndërsa 43 edicione ose 34,13% ishin programe informative sportive nga lloji i lajmeve ose magazinave sportive. Duke marrë parasysh që prerja e dytë kohore (ekzemplari 2) u përzgjedh në mënyrë që të mbulojë kohëzgjatjen e Lojërave Olimpikë Verore 2020, hulumtimi siç pritej, regjistroi një distribuim të pabarabartë të emisioneve sipas llojit: gjithsejtë 82 edicione ose 98,80% të Transmetimeve të emetuara (Tabela 1), u emetuan gjatë ekzemplarit të dytë. Ajo paraqet 98,45% të kohës së përgjithshme të kushtuar për transmetimin e të dy ekzemplarëve së bashku (Tabela 2). Frekuenca që është dukshëm më e madhe gjatë emisioneve sportive në ekzemplarin e dytë para se gjithash është rezultat i numrit gjithnjë e më të madh të transmetimeve të Lojërave Olimpikë Verore.

Nga të dhënat e të dy tabelave, shihet se edhe pse në ekzemplarin e parë janë publikuar më shumë edicione të programit informativ sportiv (27) se sa në të dytin (16), edicionet informative gjatë LOV fituan një kohëzgjatje dyfish më të madhe. Nga gjithsejtë 10 orë 35 minuta dhe 48 sekonda më tepër program informativ (lajme dhe magazina sportive), 69,43% e kohës ishin emituar gjatë ekzemplarit të dytë. Kjo më së shumti ka të bëjë me kohën e kushtuar për taekwondon – sportit i cili për shkak të suksesit të përfaqësuesit maqedonas Dejan Georgievski, kishte mbulim më të madh prej 2 orë 19 minuta dhe 49 sekonda në magazinat sportive të ekzemplarit të dytë.

Frekuenca dhe kohëzgjatja e publikimeve të përmbajtjeve sportive gjatë LOV dhe RTM1 gjithashtu zbulon se sa vëmendje të konsiderueshme i ka kushtuar Servisi i Parë programor për sportin, në raport me përmbajtjet e tjera që nuk kanë lidhje me sport. Kështu, nga 168 orë të mundshme program i emetuar gjatë një jave⁵⁰, në ekzemplarin e dytë janë emituar 115 orë 4 minuta dhe 53 sekonda program sportiv, që paraqet 68,50% të kohës së kushtuar për programin e

⁵⁰ Siç u potencua në hyrje, gjatë hulumtimit është analizuar tërë programi gjatë 24 orëve, me reprimat e edicioneve sportive që kanë të njëjtën peshë.

përgjithshëm. . Për përmbajtjet e tjera, mesatarisht ishin darë diçka më pak se 8 orë të emetuara gjatë programit 24 orësh⁵¹.

Lloji i emisionit/ Ekzemplari	Transmetim	% Transmetim	Program informativ	% Program informativ	Gjithsejtë	% Gjithsejtë
Ekzemplari 1	1:41:42	1,41%	3:14:23	2,70%	4:56:05	4,11%
Ekzemplari 2	107:43:28	89,76%	7:21:25	6,13%	115:04:53	95,89%
Gjithsejtë	109:25:10	91,17%	10:35:48	8,83%	120:00:58	100%

Tabela 2: Kohëzgjatja e emisioneve sportive në RTM1 sipas llojit

Paraqitja e zhanreve të ndryshme dhe distribuimi i tyre ishte gjithashtu i determinuar nga kohëzgjatja e Lojërave Olimpikë Verore, edhe pse të dy ekzemplarët kishin një dallim të vogël sipas numrit të përgjithshëm të njësive të zhanrit, të prezantuara nga RTM1. Në Tabelën 3 shihet se në ekzemplarin LOV, dukshëm ishte ulur numri i zhanreve klasike siç është lajmi dhe raporti. Nga 44 materiale të zhanrit të lajmeve që janë emetuar në të dy ekzemplarët së bashku – 40 ose 90,91% ishin nga ekzemplari para LOV. Nga 97 materiale të zhanrit raport, 70 ose 72,16% ishin nga ekzemplari para LOV. Një frekuencë relativisht stabile kishte edhe rishikimi, si një zhanër analitik-komentues, që është karakteristik për gazetarinë sportive. Siç edhe pritej ky ndryshim në nivel të dy ekzemplarëve si krahasim, ashtu pritej edhe fakti që në ekzemplarin e dytë kishte një frekuencë dukshëm të rritur të intervistave dhe frekuencë e lartë e transmetimeve⁵². Nga gjithsejtë 36 intervista gjatë të dy ekzemplarëve, 26 ose 72,22% ishin nga ekzemplari i marrë gjatë LOV. Këto frekuenca, kuptohet se më së shumti varen nga fakti që koha e alokuar për transmetime sportive gjatë Lojërave Olimpikë Verore 2020 ishte aq e madhe që padyshim i hijezoi zhanret e tjera të programit. Është i pritshëm fakti që zhanret analitike të kenë kohëzgjatje më të madhe gjatë LOV sepse gazetarët, nën presionin e ofertave olimpikë kishin nevojë që më thellë dhe nga shumë këndvështrime t'i mbulojnë ngjarjet e kondensuara. Përfundimisht edhe programi olimpik jep më shumë arsye për biseda me ekspertë(e) dhe sportistë(e) – që e sqaron frekuencën më të lartë të intervistave gjatë asaj jave.

Ekzemplari / Zhanr	Lajme	Raport	Intervistë	Rishikim	Transmetim	Debat	Tjetër	Gjithsejtë	%
Ekzemplari 1	40	70	10	35	1	0	0	156	47,71%
Ekzemplari 2	4	27	26	30	82	1	1	171	52,29%
Gjithsejtë	44	97	36	65	83	1	1	327	100%
%	13,45%	29,66%	11,01%	19,88%	25,38%	0,31%	0,31%	100%	

Tabela 3: Frekuenca e materialeve në RTM1 sipas zhanrit

⁵¹ Konstatimi i distribuimit të programit të emetuar në prerje të caktuara nga dita dhe fokusi me interes të publikut në raport të atij distribuimi është jashtë shtrirjes së këtij hulumtimi.

⁵² Transmetimi i këtij hulumtimi ishte dyfish i koduar, edhe si zhanër specifik në gazetarinë sportive por edhe si lloji i emisionit të mediumit. Sidoqoftë gjatë agregacionit është përpunuar si një njësi unike.

Programi i përgjithshëm sportiv në të dy ekzemplarët ishte koduar për një lloj të sportit të cilit mediumi i kishte kushtuar vëmendje⁵³. Për shkak të natyrës së transmetimeve sportive, analiza e programit sipas llojeve të sportit ishte bërë veçmas për transmetimet dhe për programin informativ.

Në ekzemplarin para LOV është e dukshme se programi informativ sportiv, u ka dhënë më shumë hapësirë sporteve ekipore – 2 orë 45 minuta dhe 32 sekonda, respektivisht 85,16% të programit informativ sportiv në ekzemplarin para LOV (shih Foton 1) i është kushtuar këtij lloji të sportit. Për sportet individuale, në ekzemplarin para LOV janë ndarë 24 minuta dhe 1 sekondë, ose vetëm 12,35%.

Në ekzemplarin gjatë LOV, për krahasim, statusi i të dy llojeve të sportit ishte pothuajse tërësisht i ndryshuar, nën presion të dukshëm të programit olimpiq në të cilin dominonin sportet individuale. Nga gjithsejtë 7 orë 21 minuta dhe 25 sekonda program informativ sportiv, 70,23% ishin ndarë për sportet individuale, ndërsa 16,57% për ato ekipore. Edhe pse nga kjo nuk mund të konkludohet se mediumi ka anshmëri sistematike ndaj sporteve ekipore në programin e zakonshëm informativ sportiv gjatë tërë vitit – ky konstatim mund të konsiderohet si sugjerim për një konkluzion të atillë.

Prania e një numri të madh të transmetimeve sportive në ekzemplarin e dytë, ndërsa mungesa pothuajse e plotë e tyre në ekzemplarin e parë, paraqet një fotografi të shtrembëruar për prezantimin e sporteve individuale dhe sportive në program.

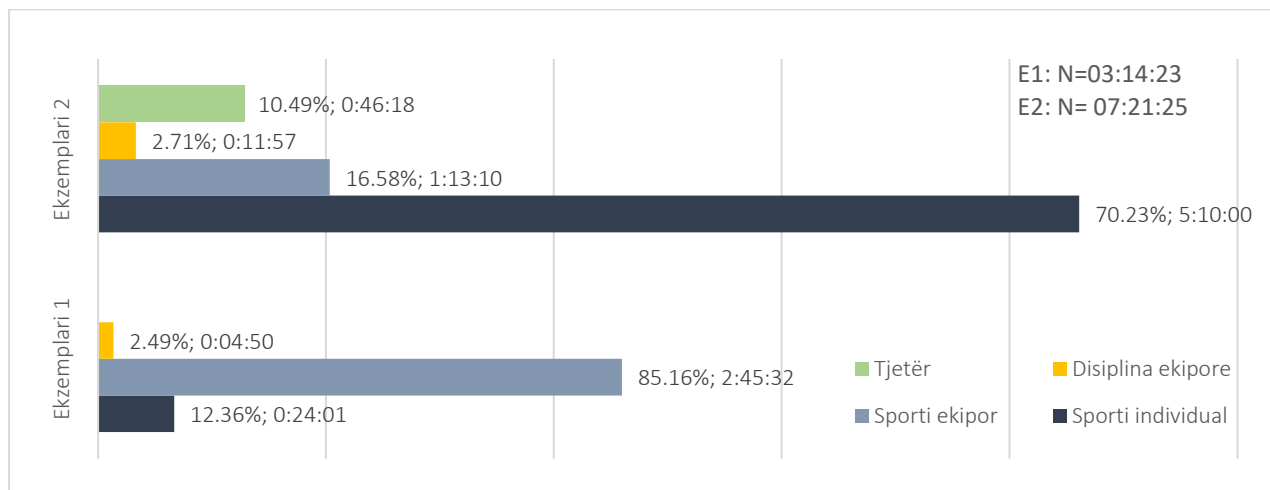


Foto 1: Pjesmarrja e sporteve individuale dhe ekipore në programin informativ sportiv të RTM1 në ekzemplarin përkatës

⁵³ Ndarja e sporteve ekipore dhe individuale është tejet e problematizuar për faktin që në disa sporte tradicionale individuale ka konkurrencë ekipore dhe sipas asaj ato duhet të llogariten si ekipore sepse përfshijnë aksione të koordinuara të grupeve të garuesve. Prapë se prapë, në mënyrë që të sigurohet vlefshmëri e interpretimit të të dhënave gjatë këtij hulumtimi ishte shtuar kategoria “Disiplinë ekipore” në të cilën ishin koduar në veçanti edhe sportet që tradicionalisht konsiderohen si individuale, por në të cilat ka disiplina ekipore (p.sh. garat e stafetës në atletikë, kërcimet e sinkronizuara në ujë, etj.)

Për këtë arsye, segregimi i programit informativ sportiv (Foto 1) të transmetimeve sportive (Foto 2) ishte i pashmangshëm dhe ajo jep një pasqyrë më të qartë për vëmendjen që Redaksia Sportive i Sevisit të Parë programor e jep për llojet e ndryshme të sporteve. Siç shihet në Foton 2, tërë kohëzgjatja e transmetimeve të ekzemplarit të parë, që në krahasim është e vogël, ishte për sportet ekipore – bëhet fjalë për një transmetim të futbollit. Në ekzemplar të dytë nga ana tjetër, sportet individuale kishin rëndësi më të madhe për shkak të ofertës olimpike – 52 orë 24 minuta dhe 15 sekonda ose 48,65% nga transmetimet e përgjithshme të regjistruara gjatë LOV ishin për sportet individuale, ndërsa 39 orë 11 minuta dhe 42 sekonda, ose 36,38% ishin sporte ekipore. Një përqindje e lartë e kohës së kushtuar për transmetimet sportive të RTM1 ishte për disiplinat ekipore të sporteve tradicionale individuale.

Në këtë kontekst, bëhen konstatime interesante nëse bëhet krahasim të raportit që e bën mediumi ndërmjet sporteve individuale dhe ekipore gjatë programit informativ nga njëra anë dhe transmetimeve sportive nga ana tjetër. Siç mund të shihet si krahasim në Fotot 1 dhe 2, raporti i kohës së kushtuar për llojet e ndryshme të sportit në *programin informativ* gjatë LOV nuk përputhet me kohën e kushtuar për ato lloje të sportit gjatë *transmetimit* në të njëjtën periudhë.

Në programin informativ, në 16,57% të kohës gjatë LOV, mediumi mbulonte sportet ekipore, ndërsa gjatë transmetimeve sportive – 36,38% e kohës ishte kushtuar këtyre sporteve. Nëse gjatë programit informativ, gjatë LOV, sporteve individuale u është kushtuar 70,23% e kohëzgjatjes së përgjithshme të këtij programi, atëherë për sportet individuale gjatë transmetimit u janë ndarë 48,65% e kohës. Disiplinat ekipore të sporteve tradicionale individuale gjatë LOV kishin 2,71% nga programi informativ, por gjatë transmetimeve ishin të përfaqësuar me një përqindje dukshëm më të madhe – 14,97%.

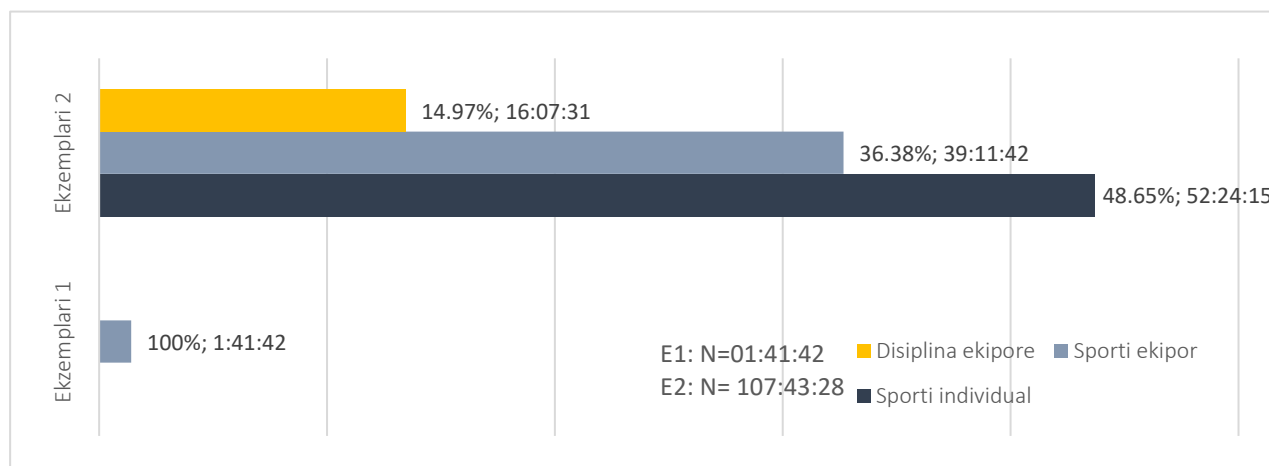


Foto 2: Pjesëmarrja e sporteve individuale dhe ekipore në transmetimet sportive të RTM 1

Kjo diskrepancë mundet, por nuk nënkupton patjetër anshmëri sistematike ndaj sporteve ekipore. Kjo për faktin që nëse në transmetimet dhe programet informative shihet se si janë lidhur në mënyrë të ndërsjellë variabilet, mundet që frekuenca më e lartë e transmetimit të sporteve ekipore të jetë e pranishme në program *për shkak* të frekuencës së ulët të programeve informative për këto sporteve. Gjithashtu mund që kohëzgjatja më e vogël e sporteve individuale gjatë transmetimeve të regjistrohet *për shkak* të kohëzgjatjes së lartë që i është dhënë këtyre sporteve gjatë programeve informative dhe anasjelltas. Prapë se prapë vërehet se në ekzemplarin e parë, ekipet sportive kanë dominim absolut edhe në programin informativ dhe në transmetime, që asocon për anshmëri sistematike.

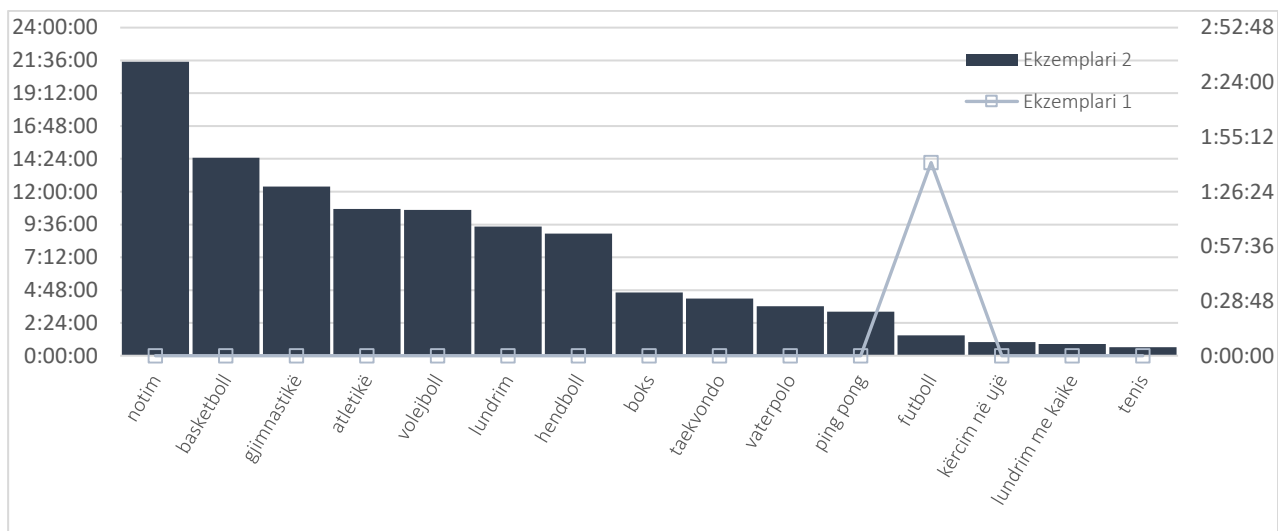
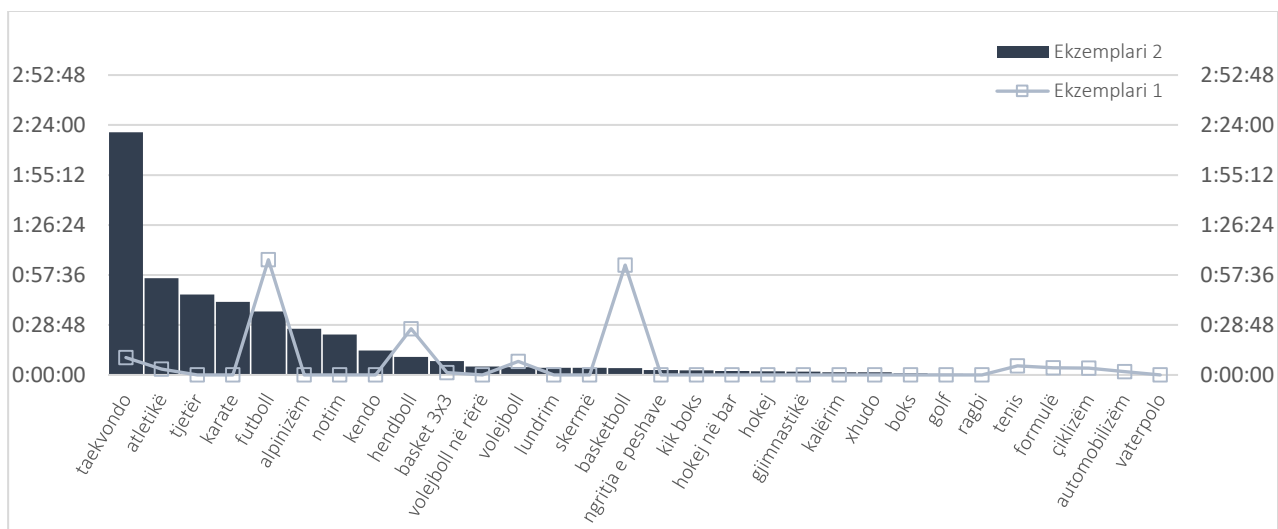


Foto 3: Pjesëmarrja e sporteve të posaçme në transmetimet e RTM 1

Përveç kësaj, në ekzemplarin e dytë koha që dukshëm më tepër i kushtohet sporteve individuale, vjen nga mbulimi i suksesit të prezantuesit maqedonas në takewondo, që është 31,67% e kohëzgjatjes së programit të përgjithshëm informativ gjatë kohës së ekzemplarit të dytë. Sa për krahasim, sporti i takewondos në klasterin e transmetimeve të ekzemplarit të dytë ka pasur mbulim prej 3,88%. Pesë sportet udhëheqëse për të cilat ka pasur më së shumti interes gjatë javës së LOV, të përfshirë me ekzemplarët janë: noti (19,96%), basketbolli (13,45%), gjimnastika (11,48%), atletika (9,97%), hendbolli (9,91%). Në Servisin e Parë programor kishte një diversitet të madh të sporteve të prezantuara edhe në programin informativ sportiv, si dhe në transmetimet sportive (Foto 3 dhe 4).

Foto 4: Pjesëmarrja e informative për sportet e posaçme në programin informativ të RTM 1



Analiza e aspekteve gjinore në programin sportiv

Duke marrë parasysh programin e përgjithshëm informativ sportiv të Servisit të Parë Programor të RTM-së (shih Foto 5), sportet në konkurrencë të meshkujve, kanë marrë kohëzgjatje dominuese të programit – gjithsejtë 7 orë 35 minuta dhe 56 sekonda – që është madje 71,71% e kohës së përgjithshme që i kushtohet sportit gjatë programit informativ të këtij servisit, gjatë të dy javëve të analizuara. Sportet në konkurrencë të femrave, (duke i llogaritur këtu ato ekipore dhe individuale) kanë fituar 1 orë 6 minuta dhe 22 sekonda, që paraqet vetëm 10,44% të kohës së kushtuar për programin informativ sportiv. Kohëzgjatja tjetër ka qenë për sportet në konkurrencë të përzier (5,95%) dhe lajmet e tjera që kanë të bëjnë me organizimin e sportit dhe ngjarjeve sportive, e që nuk kanë qenë drejtpërdrejt të lidhura me gara konkrete sportive – 11,90%.

Dominimi i sporteve në konkurrencë të meshkujve është e shprehur qartë edhe te sportet individuale dhe ekipore. Për sportet individuale në konkurrencë të meshkujve, janë ndarë 4 orë 3 minuta dhe 48 sekonda, që paraqet 88,78% e kohës së përgjithshme që i kushtohet sporteve individuale. Për sportet individuale të femrave, potencohet se janë ndarë vetëm 11,22% e kohës ose 30 minuta dhe 48 sekonda. Për meshkujt në sportet ekipore janë ndarë 3 orë 25 minuta dhe 6 sekonda, që është 85,92% e kohës së përgjithshme të ndarë për sporte ekipore. Për femrat në sportet ekipore janë ndarë 14,08% e kohës ose 33 minuta dhe 36 sekonda. Kjo potencon qartë se në programin informativ, Servisi i Parë programor nuk ka mbajtur llogari për përfaqësimin adekuat të sporteve në konkurrencë të meshkujve dhe femrave, as në sportet individuale e as në ato ekipore.

Është e qartë se ky dallim kuantitativ do të vërehet menjëherë edhe nëse analizohen të dy ekzemplarët në veçanti. Kështu, në ekzemplarin e parë të sporteve në konkurrencë të meshkujve janë ndarë 2 orë 48 minuta dhe 11 sekonda, që është 86,52% e kohëzgjatjes së përgjithshme të programit informativ sportiv. Sportet në konkurrencë të femrave kanë marrë vetëm 22 minuta dhe 47 sekonda ose 11,72% të kohës. Vërehet se edhe për konkurrencën e femrave, në ekzemplarin e

parë ishin emetuar vetëm 28 sekonda⁵⁴ që ishin për sportet individuale. Kjo është kundrejt hipotezës së hulumtimeve të cituara në hyrje, se ekziston një korrelacion pozitiv ndërmjet sporteve individuale dhe konkurrencës së femrave në sporte.

Në ekzemplarin e dytë, ishte ulur pjesëmarrja e sporteve në konkurrencë të meshkujve, por në llogari të asaj ishte rritur pjesëmarrja e sporteve në konkurrencë të femrave. Ulja e konkurrencës së meshkujve kishte të bëjë me natyrën e ofertës olimpike e cila kishte më shumë sporte ku në mënyrë të kombinuar garonin meshkuj dhe femra në konkurrencë të përzier që bënë pjesë me 7,79%. Gjithashtu, gjatë LOVB ishte rritur frekuenca e informatave në lidhje me organizimin e garave ose me sportin dhe krizën e Kovidit. Kështu, në ekzemplarin e marrë gjatë LOV, për sportet në konkurrencë të meshkujve ishin ndarë 4 orë, 47 minuta dhe 45 sekonda që janë 65,19% e programit të përgjithshëm informativ sportiv të atij ekzemplari. Për sportet në konkurrencë të femrave ishin ndarë 43 minuta dhe 35 sekonda, që paraqet vetëm 9,87% e kohës së programit informativ sportiv. Në ekzemplarin e dytë, tejet e rëndësishme ishte edhe pjesëmarrja e rritur e sporteve në konkurrencë femërore dhe mashkullore.

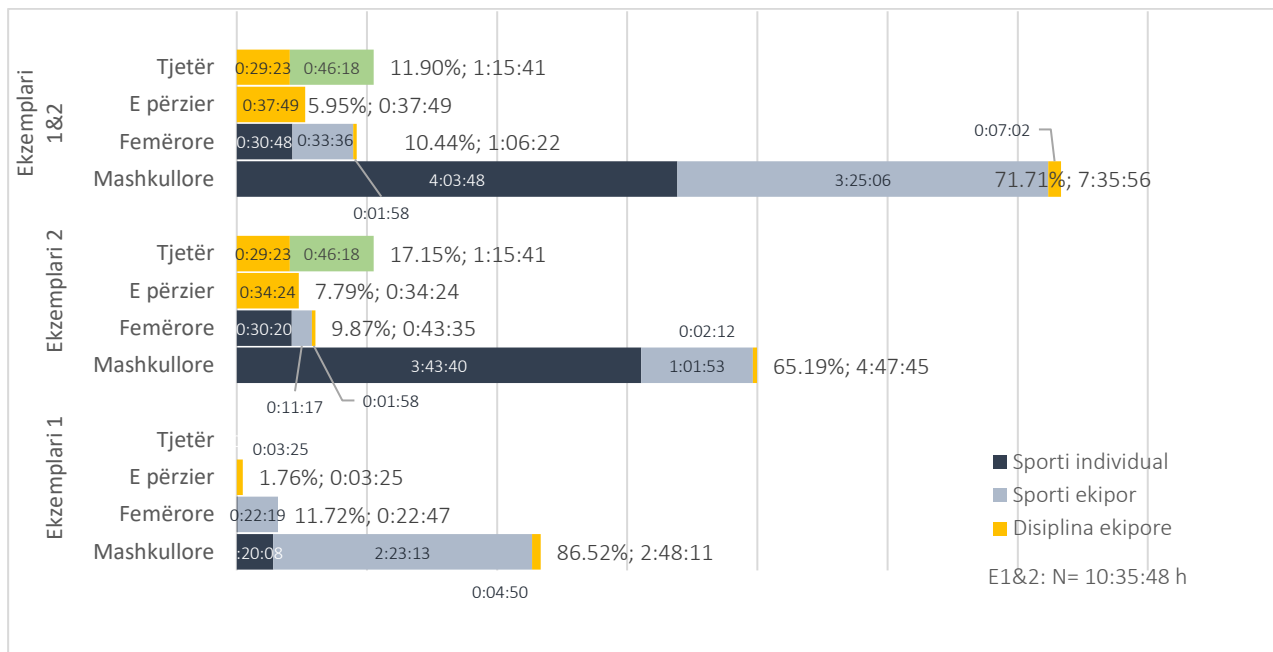


Foto 5: Pjesëmarrja e sporteve në konkurrencë të meshkujve dhe femrave gjatë programit informativ sportive të RTM 1 të segreguara sipas llojit të sportit

Hulumtimi regjistroi një pasqyrë më ndryshe mbi pjesëmarrjen e sporteve në konkurrencë të meshkujve dhe femrave në kuadër të transmetimeve sportive në ekzemplarin e marrë gjatë LOV. Për sportet në konkurrencë të femrave, sic mund të shihet në Foto 6, u janë ndarë 36 orë 41 minuta

⁵⁴ Për shkak të kohëzgjatjes së shkurtë të ndarë për sportet femërore në konkurrencë individuale nga ekzemplari i parë, në Foton 5 nuk janë tërësisht të dukshme këto 28 sekonda.

dhe 33 sekonda, që paraqet 34,06% e kohëzgjatjes së përgjithshme të transmetimeve sportive në Servisin e Parë programorë gjatë asaj jave. Për sportet në konkurrencë të meshkujve janë ndarë 68 orë 53 minuta dhe 42 sekonda që paraqesin 63,95% të kohëzgjatjes së përgjithshme të transmetimeve. Edhe pse dallimi ndërmjet sporteve në konkurrencë të meshkujve dhe femrave ishte i konsiderueshëm – raporti është pothuajse 2:1 – andaj ajo ishte zvogëluar sipas asaj që mund të shihej në programin informativ (shih Foto 5).

Nga ana tjetër, analiza sipas llojeve të sporteve në kuadër të transmetimeve sportive gjatë LOV, tregon se dallimi i përgjithshëm ndërmjet pjesëmarrjes së sporteve në konkurrencë të meshkujve dhe femrave, në masë të madhe i referohet dallimit të pjesëmarrjes së sporteve ekipore në konkurrencë të meshkujve dhe femrave. Nga gjithsejtë 39 orë 11 minuta dhe 42 sekonda, sa ishin ndarë për sportet ekipore – 30 orë 51 minuta dhe 4 sekonda, ose 78,71% ishin për sportet ekipore në konkurrencë të meshkujve, ndërsa 21,29% të tjera për sportet ekipore në konkurrencë të femrave. Dallimi të sportet individuale si krahasim, është dukshëm më i vogël se sa te ato ekipore. Nga 52 orë 12 minuta dhe 35 sekonda, sa është kohëzgjatja e përgjithshme e transmetimeve gjatë asaj jave, për meshkujt në sportet individuale janë ndarë 28 orë 21 minuta dhe 18 sekonda, që paraqet 54,31%, kurse për sportet individuale në konkurrencë të femrave ishin ndarë 23 orë 51 minuta dhe 17 sekonda, që paraqet 45,69%. Sipas këtyre konstatimeve, në kuadër të transmetimeve për Lojërat Olimpike, kishte më shumë gjasa që të paraqiten sporte individuale në konkurrencë të femrave se sa te ato ekipore.

Duke marrë parasysh që në ekzemplarën e parë kishte pothuajse një frekuencë jo të konsiderueshme të transmetimeve, konstatimet nga ekzemplari i dytë do të ishin pothuajse identike me ato nga të dy ekzemplarët së bashku.

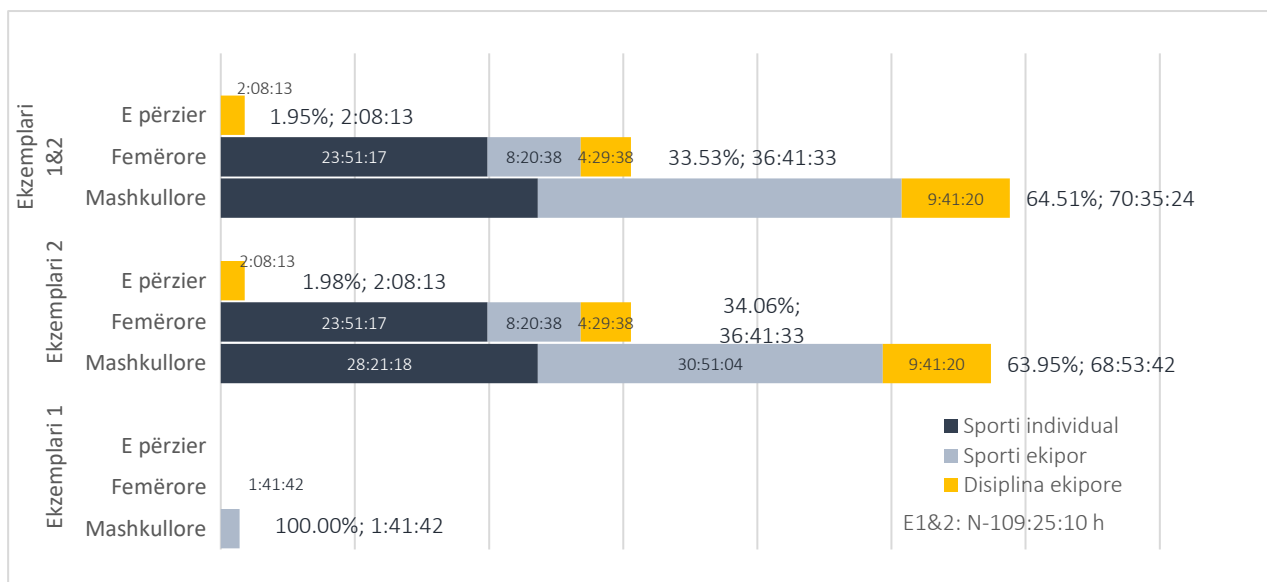


Foto 6: Pjesëmarrja e sporteve në konkurrencë të meshkujve dhe femrave në transmetimet sportive të RTM 1 sipas llojit të sportit

Në këtë hulumtim, krahas kohëzgjatjes së prezantimeve për sportet në konkurrencë të meshkujve dhe femrave, ishin koduar edhe instancat e paraqitjes⁵⁵ së pjesëmarrësve meshkuj dhe femra në program. Por përveç komentues(e)ve, që do të prezantohen veçmas, pjesëmarrësit në transmetimet sportive, për shkak të vëllimit dhe heterogjenizimit të detyrës, nuk ishin të koduar.

Në foton 7 është prezantuar frekuenca e instancave të paraqitjes së gazetarë(e)ve, sportistë(e)ve dhe punëtorë(e)ve sportiv, respektivisht ekspertë(e). Sipas këtij kriteri, meshkujt dominonin në program. Në të dy ekzemplarët së bashku, ishin regjistruar gjithsejtë 55 instanca të paraqitjes së pjesëmarrësve në program prej të cilëve 444 ose 80% ishin meshkuj (duke mos i llogaritur këtu komentuesit e transmetimeve sportive), ndërsa 111 ose 20% ishin femra.

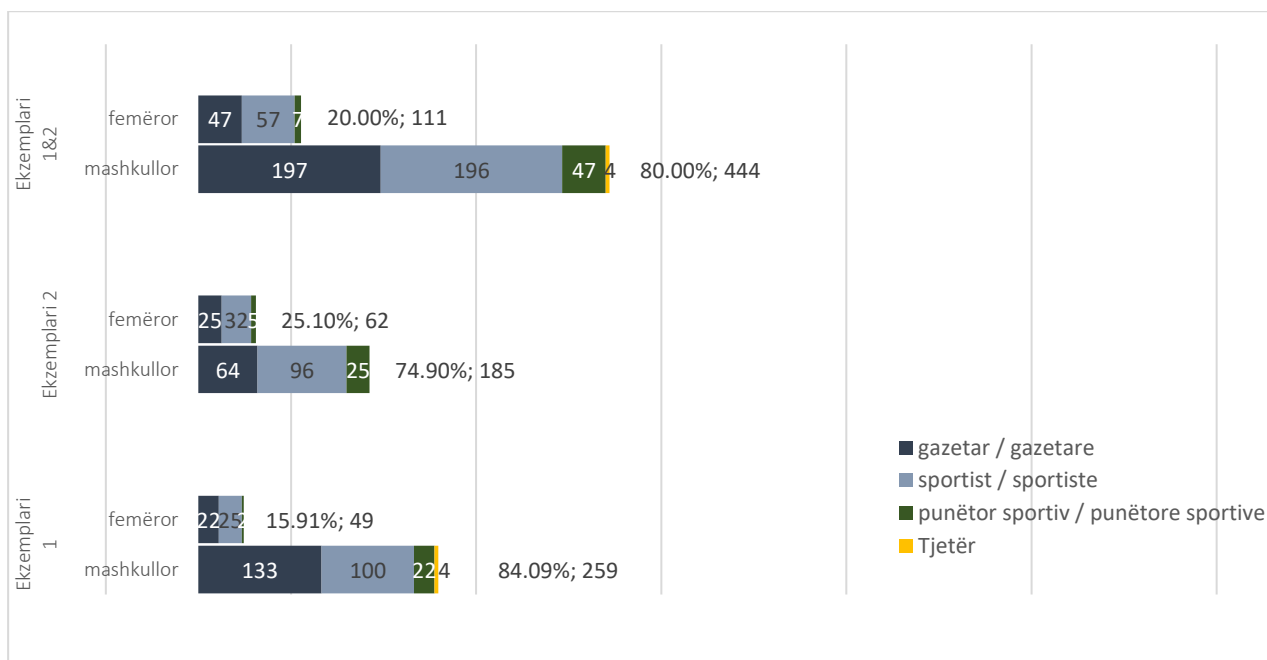


Foto 7: Frekuenca e instancave të paraqitjes së pjesëmarrësve meshkuj dhe femra në programin sportive të RTM1 në njësi të materialit të segreguar sipas rolit të tyre

⁵⁵ Koncepti “instanca e paraqitjes” këtu është përdorur për të bërë dallim ndërmjet asaj që është matur në hulumtim dhe faktikes “pjesëmarrësve në program” dhe kjo është bërë për arsye analitike. “Instancat e paraqitjes” janë njësi të prezantimit verbal ose vizual të pjesëmarrësit/es në program, në nivel të një njësie të materialit. Si p.sh: Nëse në një edicion të lajmeve janë publikuar 5 materiale dhe në të gjitha këto është paraqitur një gazetar i njëjtë – atëherë ai gazetar është shënuar 5 herë në matricën e kodeve. Bëhet fjalë për një pjesëmarrës me 5 instanca të paraqitjes në nivel të njësisë së materialit.

Segreguar sipas rolit – në të dy ekzemplarët së bashku – të regjistruar ishin gjithsejtë 244 instanca të paraqitjes së gazetarë(e)ve në program – 197 prej tyre, që është 80,74% paraqitje të meshkujve dhe 47 ose 19,26% të femrave. Si njësi unike të programit informativ sportiv në Serivisin e Parë programor janë paraqitur 18 emra të gazetarëve. Në Tabelën 4 shihet frekuenca e instancave të paraqitjes së të secilit/es prej tyre – 10 prej tyre ishin meshkuj, ndërsa 8 emra të gazetarëve femra. Sidoqoftë, kjo baraspeshë nuk ka të bëjë edhe me Redaksinë sportive të Servisit të Parë programor, sepse këto 18 emra që janë paraqitur në programet që kanë lidhje me lajme sportive, tetë janë gazetarë të specializuar për sport, ndërsa një është gazetare sportive. Nga gjithsejtë 244 instanca të paraqitjes, 126 (51,64%) ishin bërë nga tre gazetarë udhëheqës të sportit – meshkuj të Redaksisë së sportit.

Ky hulumtim e ka regjistruar kohëzgjatjen për secilën instancë të paraqitjes. Sipas këtij parametri matës, siç shihet në Foton 8, nga gjithsejtë 4 orë 39 minuta dhe 59 sekonda, sa ka ndarë Televizioni për fjalim të gazetarë(e)ve në të dy ekzemplarët së bashku – 84,40% të kohës ka qenë me fjalim të gazetarëve, ndërsa 15,60% të gazetarëve. Nga koha e përgjithshme prej 1 orë 40 minuta dhe 19 sekonda në të cilën gazetarë(e)t janë paraqitur me fotografi në program – 73,23% të kohës ka qenë paraqitje e gazetarëve, ndërsa 26,77% të gazetarëve.

Ky raport nuk është shpërndarë njësoj në të dy ekzemplarët. Në programin e rregullt para LOV (Ekzemplari 1) prezantimi verbal i gazetarë(e)ve ka zgjatur gjithsejtë 2 orë 37 minuta dhe 18 sekonda. Prej tyre, 90,10% e kohëzgjatjes së ndarë ka qenë për prezantim verbal të gazetarëve, ndërsa 9,90% për gazetaret. Dallimi ndërmjet kohëzgjatjes së prezantimit vizual të gazetarëve dhe gazetarëve është gjithashtu i madh – nga gjithsejtë 40 minuta dhe 4 sekonda të në të cilat janë prezantuar me fotografi gazetarët dhe gazetaret – për meshkujt janë ndarë 98,75% ndërsa gazetaret janë prezantuar me vetëm 30 sekonda ose 1,25% të kohës.

Emri	Ekzemplari 1	Ekzemplari 2	Gjithsejtë
Toni Stojanovski	41	3	44
Dragan Nikollovski	8	34	42
Goran Sterjov	40	0	40
Irena Andreevska Dimitrievska	18	11	29
Damjan Nikollovski	8	12	20
Zoran Videvski	16	0	16
Goran Milkovski	15	0	15
Branko Çupovski	0	10	10
Vllatko Arsov	4	3	7
Anita Nikusheva Jovançev	0	5	5
Aleksandra Spirovska	0	3	3
Bojana Krstevski	0	2	2
Zharko Dimitrioski	0	2	2
Liljana Gjorgovska	0	2	2
Sanja Rillkovska	2	0	2
Sunçica Nikollovska	0	2	2
Tanja Stojanovska	2	0	2
Dejan Georgievski	1	0	1
Gjithsejtë	155	89	244

Tabela 4: Frekuenca e paraqitjes së gazetarëve dhe gazetarëve të caktuar në RTM1

Në shembullin e dytë i dukshëm ishte edhe dallimi i ulur i prezantimit verbal të gazetarëve dhe gazetaresve dhe njëkohësisht ishte krijuar një baraspeshë gjatë prezantimit vizual. Kështu, nga gjithsejtë 2 orë 2 minuta dhe 41 sekonda, sa kishte zgjatur fjalimi i gazetarëve dhe gazetaresve në ekzemplarin e dytë, gazetarët kishin 77,08% të kohës, kurse gazetaret 22,92%. Në aspekt të prezantimit vizual – nga kohëzgjatja e përgjithshme prej 1 orë dhe 15 sekonda në të cilat gazetarët dhe gazetaret u paraqitën me fotografi në program – 56,27% e kohëzgjatjes janë paraqitur gazetarë, ndërsa 43,73% gazetares.

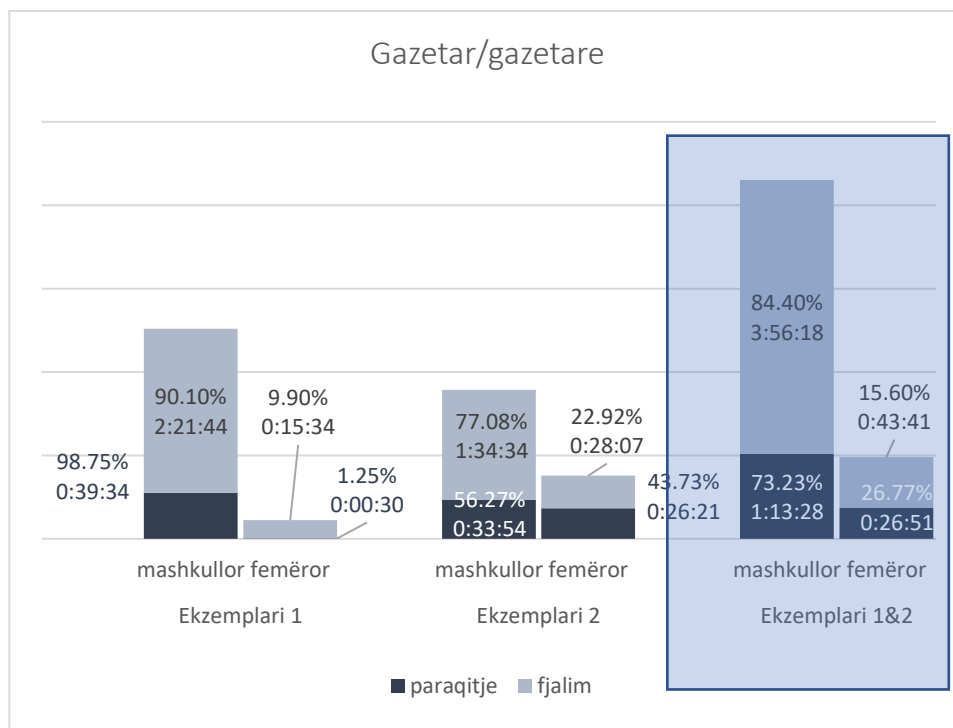


Foto 8: Kohëzgjatja e prezantimit vizual dhe verbal të gazetarëve dhe gazetaresve në programin informativ të RTM 1

Në shtesat e Servisit të Parë programor, në të dy ekzemplarët së bashku, janë regjistruar gjithsejtë 253 instanca të paraqitjes së sportistë(e)ve në program. Prej tyre 57 ose 22,53% ishin sportiste, ndërsa 196 ose 77,47% ishin sportistë (shih Foto 7), që qartë e thekson dominimin e pjesëmarrësve meshkuj në program. Edhe ky përfaqësim i padrejtë ishte stabil në të dy ekzemplarët pa marrë parasysh që i pari është bërë para Lojërave Olimpikë, ndërsa i dyti gjatë mbajtjes së tyre. Në ekzemplarin e parë, para LOV, ishin regjistruar 125 instanca të paraqitjes së sportistë(e)ve prej të cilëve 100 ose 80% ishin sportistë dhe 25 ose 20% ishin sportiste. Në ekzemplarin e parë ishin regjistruar 120 instanca të paraqitjes së sportistë(e)ve, me ç'rast 96 prej tyre ose 75% ishin sportistë, ndërsa 32 ose 25% ishin sportiste. Oferta olimpikë e Servisit të Parë Programor nuk bërë ndonjë ndryshim të konsiderueshëm të raportit të sportistëve dhe sportisteve në program.

Përfaqësimi dominues i sportistëve në programin e Servisit të Parë Programor shihet edhe nga parametrat e tjerë. Në nivel të të dy ekzemplarëve së bashku, siç shihet në Foton 9, prej 5 orë 42 minuta dhe 4 sekonda, sa edhe ishte kohëzgjatja e përgjithshme e prezantimit vizual të sportistë(e)ve, 4 orë 43 minuta dhe 26 sekonda, ose 82,86% e kohës ishte kushtuar prezantimit vizual të sportistëve. Për prezantimin vizual të sportisteve, ishin ndarë 58 minuta dhe 28 sekonda ose 17,14% e kohës. Ngjashëm është edhe raporti ndërmjet prezencës së meshkujve dhe femrave

nëse merret parasysh edhe kohëzgjatja e prezantimit të tyre verbal. Foto 9 tregon se sportistët kanë folur para kamerës në 82,18% të kohës, ndërsa sportistët në 17,82% , respektivisht prej gjithsejtë 1 orë 56 minuta dhe 59 sekonda, sportistët ishin të pyetur për mendim dhe kishin mundësi që të flasin për sportin ose suksesin e tyre gjithsejtë 1 orë 36 minuta dhe 8 sekonda, ndërsa femrat vetëm 20 minuta dhe 51 sekonda.

Ky raport është stabil në të dy ekzemplarët. Ngjashëm siç ishte stabil edhe numri i instancave të paraqitjes së sportistëve dhe sportisteve në të dy ekzemplarët – ata kishin raport të barabartë gjatë të dy ekzemplarëve. Kjo nënkupton se edhe sipas këtyre parametrave, meshkujt dominonin në programin sportiv të Servisit të Parë Programor të RTM, pavarësisht të ofertës olimpike, respektivisht pavarësisht faktit që gjatë Lojërave Olimpike Verore kishte oferta që mund të siguronin një baraspeshë më të madhe gjinore.

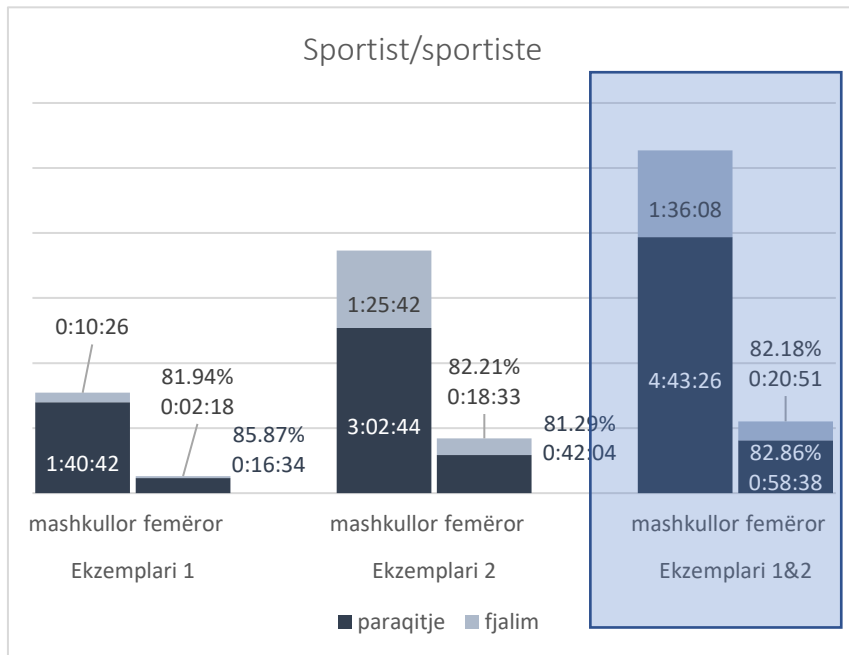


Foto 9: Kohëzgjatja e prezantimit vizual dhe verbal të gazetarëve dhe gazetareve në programin informativ të RTM 1

Te Servisi i Parë programor mund të shihet se kishte dallime në raportin ndërmjet sportistëve dhe sportisteve, në katër parametra matës – konkurrencën sportive, frekuencën e paraqitjes së sportistëve dhe sportisteve, si dhe kohëzgjatjen e prezantimit të tyre verbal dhe vizual. Dallimi në frekuencën e paraqitjes përputhet me dallimin e paraqitjes së konkurrentëve meshkuj dhe femra në sportet përkatëse. Dallimi në kohëzgjatjen e prezantimit vizual përputhet me dallimin e kohëzgjatjes së prezantimit verbal.

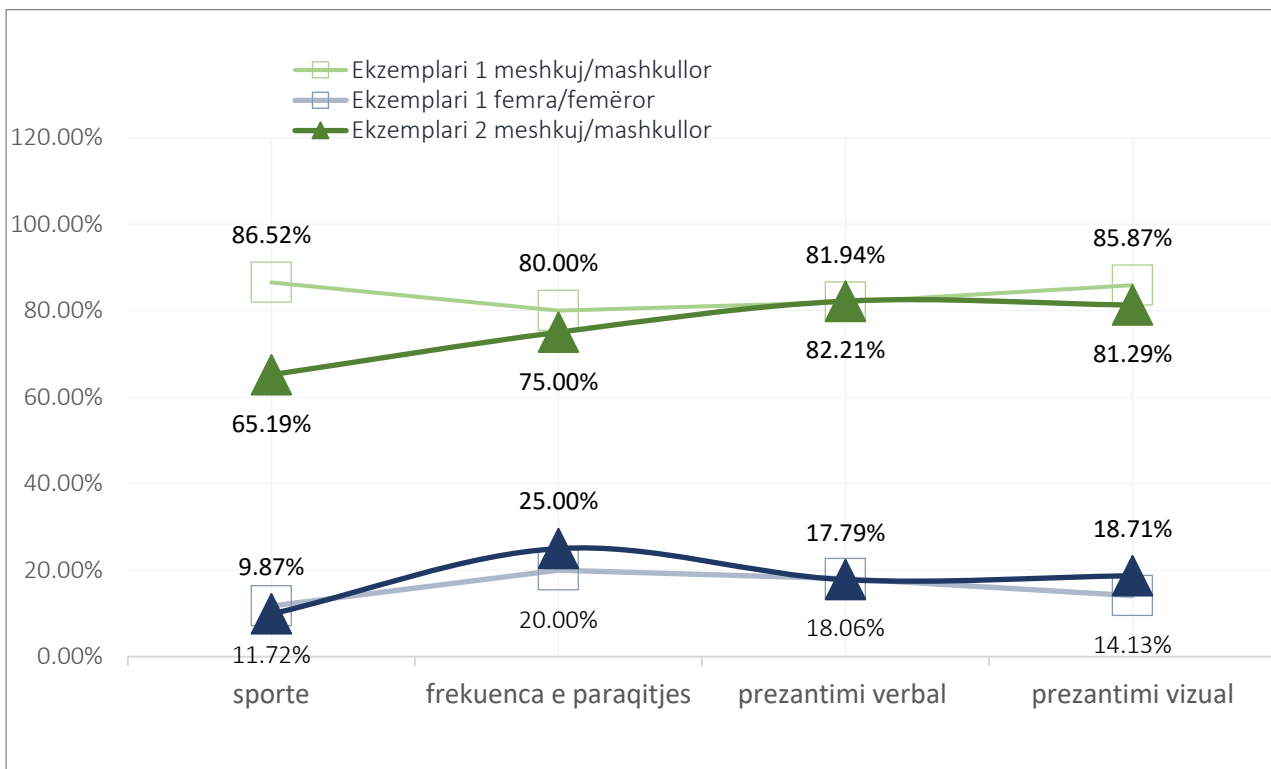


Foto 10: Raporti ndërmjet sportistëve dhe sportistëve në RTM 1, të prezantuar sipas katër parametrave matës gjatë të dy ekzemplarëve

Elementi i fundit i analizës ka të bëjë me ekspertë(e)t sportiv, respektivisht punëtorë(e)t sportiv që paraqiteshin në program. Siç mund të shihet në Foto 7, nga gjithsejtë 54 instanca të paraqitjes së punëtorë(e)ve sportiv në programin e të dy ekzemplarëve së bashku – 47 ose 87,04% ishin meshkuj dhe 7 ose 12,96% ishin femra. Pesë paraqitje të ekspertëve sportive ishin të ekzemplarit të marrë gjatë LOV, ndërsa dy nga ekzemplari i parë. Në fakt, në ekzemplarin e parë është shënuar një rast, i cili më pas ishte reprizuar njëherë. Mund të pritet se paraqitjet e punëtorëve sportive ishte efekt i presionit që e bënë ngjarjet olimpike ndaj programit sportiv. Instancat e paraqitjes së ekspertëve sportiv ishin pothuajse identik në të dy ekzemplarët – 22 paraqitje ose 46,81% nga numri i përgjithshëm i paraqitjeve të ekspertëve ishin gjatë ekzemplarit të parë, ndërsa 25 ose 53,19% nga i dyti.

Vetëm nga frekuenca e distribuuar gjinore e paraqitjes së punëtorë/eve ose ekspertë(e)ve sportiv mund të konkludohet se edhe sipas këtij parametri kishte një dominim konsistent të meshkujve gjatë programit sportiv. Sidoqoftë, gjatë këtij hulumtimi edhe për punëtorë/et sportiv ishte shënuar kohëzgjatja e prezantimit të tyre verbal dhe vizual – respektivisht se sa kohë ata janë paraqitur me fotografi dhe me fjalim në ekran. Siç mund të shihet në Foton 11, meshkujt kanë dominuar sipas të dy parametrave.

Nga gjithsejtë 1 orë 29 minuta dhe 47 sekonda, aq sa edhe ka ndarë Televizioni për prezantim vizual të punëtorë/eve ose ekspertë(e)ve, 1 orë 26 minuta dhe 12 sekonda ose 96,01% ishin ndarë për meshkujt.

Ngjashëm është edhe raporti në aspekt të kohëzgjatjes së fjalimeve – nga 1 orë 18 minuta dhe 4 sekonda sa ishin ndarë për deklarata të ekspertë(e)ve sportive, 1 orë 14 minuta dhe 45 sekonda, ose 95,75% ishin për meshkujt. Pjesa më e madhe e këtyre numrave vijnë nga ekzemplari i dytë dhe shumë pak nga i pari, edhe pse frekuenca e paraqitjes së punëtorëve sportiv në ekzemplarin e parë nuk ishte e vogël (gjithsejtë

24 janë nga ekzemplari i parë kundrejt 30 nga i dyti). Edhe sipas këtij kriteri, dominimi i prezencës mashkullore në program është tejet i dukshëm.

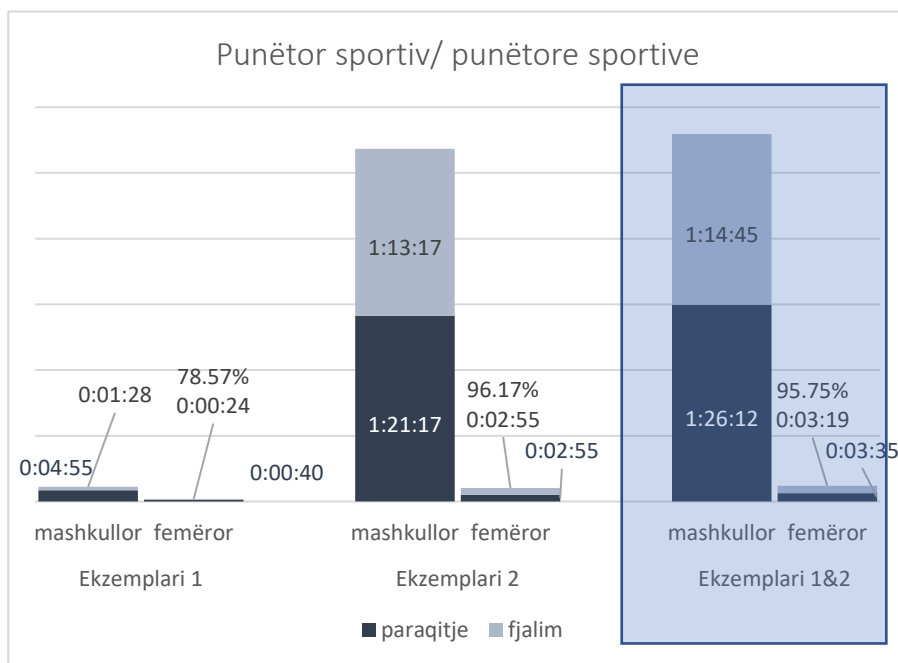


Foto 11: Kohëzgjatja e prezantimit vizual dhe verbal të punëtorëve dhe punëtoreve sportive në programin informativ të RTM 1

Në këtë hulumtim, nga aspekti gjinor ishin koduar sportistët dhe sportet për të cilët ishte bërë raportimi gjatë programit informativ. Një prej parametrave kanë të bëjnë me nyjat diskursive me të cilat mediumet i konstruktojnë sportistët dhe sportistët në kuadër të shënimeve femërore ose mashkullore paragjyquese. Në ekzemplarin e parë nuk ishin regjistruar shënime të femërore ose mashkullore paragjyquese, por nga ana tjetër në ekzemplarin e dytë, në 10 materiale ishte regjistruar strategjia mashkullore në të cilën sportistët – meshkuj ishin të konstruktuar si hero ose si mbi-njeri me nerva të çelika, etj. Është interesante në kontekst të strategjive diskursive se edhe në këtë hulumtim sikur edhe në hulumtimet e mëparshme në Maqedoninë e Veriut, gjatë raportimit sportiv ekziston një praktik e ngulitur e zhargoneve që të përdoret një retorikë luftarake e cila ka një dimension të spikatur etno-mitologjik, nëse në ngjarjet për të cilat raportohet marrin pjesë sportistë maqedonas. Kështu, për shembull, në raportimin për takewondistin olimpike maqedonas Dejan Georgievski ishin përdorur konstruksionit si: “heroi olimpike maqedonas”, “heroi ynë maqedonas”, “krenaria maqedonase”, “heroi nacional maqedonas i sportit”. Në një material të emetuar më 27 korrik, në një konstruksion të fjalisë ishte thënë se ai është “maqedonasi i parë i lindur i cili lufton për ari në finalen e lojërave olimpike”. Sintagma “maqedonas i lindur” implikon një diferencim dhe ri pozicionim të maqedonasve etnikë kundrejt qytetarëve të tjerë.

Te Serivisi i Parë programor, në ekzemplarën e dytë u identifikuan konstruksione feminizuese në 11 materiale. Në këto materiale, për sportistet shpeshherë shfrytëzohej emri “zonjat”. Janë shfrytëzuar edhe këto konstruksione: “zonjat do të garojnë në stil të lirë 400 metra”, “finalja në 100 metër fluturë te zonjat”, “zonjat më të shpejta të ditëve të sodit”, “Suedeza e mrekullueshme mbetet zonja më e shpejtë”, “zonja e parë në ujërat e qendrës akuatike”, “ekstravagantja Tompson”. Është interesante që në disa materiale janë shfrytëzuar markimet me kontrast gjinor – për shembull në një material të emetuar më 26 korrik thuhet „ [...] shpallja për 400 metra te zonjat [...] e quajnë me pseudonimin *terminator* (n.d), *nuk ka sqarim se pse, por njerëzit me këso pseudonimesh zakonisht janë të përkushtuar ndaj asaj pune* [...]”.

Në tri materiale, gazetarët kanë bërë konstruksione të fjalive ku janë theksuar karakteristikat fizike të sportistet dhe kishte një diskurs të theksuar eksplicit gjinor në të cilin bëhej objektivizimi i trupit dhe fjalimit të femrës, duke e konstruktuar femëroren përmes markerëve inferior. Në këtë mënyrë, në një njoftim për intervistën e emetuar më 27 korrik u tha: „[...] ja deri sa zgjasin përgatitjet, diçka më tepër se si dalin këto *vajza simpatike*, pjesa më e madhe e tyre tinejxherë [...]”. Ose në materialin e emetuar më 30 korrik thuhet: “*atraktivja*”, e *përjetshmja* Katarina Ibarguen. *Vitet nuk vërehet kushedi se sa, ndoshta pak sa në fytyrë, trupi mbetet një prej pjesëve më atraktive të kësaj atlete të mrekullueshme* e cila lufton për finale si kampione aktuale nga Rio. Nuk e ka më shpejtësinë, e as formën, por *ende e ka elegancën kjo atlete e mrekullueshme* e cila më shumë se dy dekada *mahnit me paraqitjen e saj*”. Ose, materiali i emetuar më 26 korrik: “ky është selektori, jo *selektorja* – që të mos hidhërohen zonjat [...] ka prejardhje greke, babai i saj është grek që ka migruar në Kanada [...] kjo është nënçmuese për një trajnues, po të ishte këtu Zhivko Obradoviq (babai i selektores së Serbisë – n.d) do të fluturonin tavolinat dhe karriget e çka jo [...] një mashkull në teren, e ai duhet ta zgjidh këtë maç [...] [referi] nga Argjentina *është përfaqësuesi i gjinisë më të fuqishme* [...] është vështirë kur luhet me zonja, në atë moment kur arrihet një fol, zonja është para ekranit të TV-së, kësaj here është para kamerës”.

Hulumtimi i kodoi edhe shkrimet retorike në lidhje me mënyrën se si gazetarë(e)t i konstruktonin sportet. Gjatë raportimit sportiv, shpesh paraqitej dukura kur sportet në konkurrencë të meshkujve emëroheshin me emrin e tyre gjenerik, duke e naturalizuar në atë mënyrë konkurrencën e meshkujve. Në ekzemplarën e parë të Servisit të Parë Programor të RTM ishin regjistruar 18 instanca në të cilat shfrytëzohej përcaktimi gjinor për të shënuar sportin në konkurrencë të femrave dhe 8 instanca ku shfrytëzohej emri gjenerik për sportin, e që ishte rast i sportit në konkurrencë të femrave. Më 3 instanca për sportet në konkurrencë të meshkujve ishin dhënë përcaktime gjinore, ndërsa në 168 instanca ishte shfrytëzuar emri gjenerik. Ngjashëm edhe në ekzemplarën dytë, në 19 instanca për sportet në konkurrencë të femrave ishte shfrytëzuar emri gjenerik, ndërsa në 36 instanca ajo gjinor. Në 95 instanca për sportet në konkurrencë të meshkujve ishte shfrytëzuar emri gjenerik, ndërsa në 26 instanca forma gjinore. Andaj sipas kësaj del se për sportet në konkurrencë të femrave, ka më shumë gjasa që të përdoret parashtesa gjinore e sportit se sa që ajo është rast në sportet në konkurrencë të meshkujve.

III.2. Radiotelevizioni i Maqedonisë – Programi në gjuhën shqipe (RTM 2)

Hyrje

Radiotelevizioni i Maqedonisë – Programi në gjuhën shqipe (RTM 2), kishte frekuencë të lartë dhe diversitet të sporteve dhe sportistëve të paraqitur në programin e vet. Në të dy periudhat e përzgjedhura si ekzemplarë – nga 4 deri më 10 prill (para Lojërave Olimpikë Verore 2020) dhe nga 26 korriku deri më 1 gusht (gjatë LOV) në RTM2 janë emetuar gjithsejtë 77 edicione të emisioneve sportive prej të cilave 46 edicione ose 59,74% ishin transmetime të garave sportive, ndërsa 31 edicione ose 40,36% ishin emisione sportive informative të llojit të lajmeve dhe magazinave sportive.

Prerja e dytë kohore është përzgjedhur në atë mënyrë që të mbulohet kohëzgjatja e Lojërave Olimpikë Verore 2020, andaj për këto arsye mediumi kishte një distribucion jo të barabartë të emisioneve sipas llojit të tyre, gjatë të dy ekzemplarëve: 44 edicione të transmetimeve sportive që ishin 95,65% nga frekuenca e përgjithshme e transmetimeve – ishin emetuar në ekzemplarin e dytë (shih Tabelën 5). Duke e llogaritur ndikimin e transmetimeve, jo sipas frekuencës së paraqitjes së tyre, por sipas kohëzgjatjes së tyre – 98,44% të kohës së përgjithshme që i kushtohet transmetimit, ishte emetuar ekzemplarin i marrë gjatë LOV.

Emisioni/ Ekzemplari	Lajme	Magazina	Transmetime	Gjithsejtë	%
Ekzemplari 1	11	2	2	15	19,48%
Ekzemplari 2	16	2	44	62	80,52%
Gjithsejtë	27	4	46	77	100,00%

Tabela 5: Frekuenca e emisioneve sportive në RTM 2 sipas llojit

Në programin informativ sportiv, në 18 edicionet e emetuara informative, Redaksia i ka kushtuar gjatë ekzemplarit të dytë gjithsejtë 2 orë 10 minuta dhe 2 sekonda – që është 56,61% të kohëzgjatjes së përgjithshme të edicioneve informative, gjatë të dy ekzemplarëve së bashku. Gjatë ekzemplarit të parë janë emetuar 1 orë 39 minuta dhe 39 sekonda, që paraqet 43,39% të kohës së përgjithshme të programit informativ për të dy ekzemplarët së bashku. Nga kohëzgjatja e përgjithshme, 94,86% ishte e mbuluar me transmetimet sportive, ndërsa 5,14% i është kushtuar programit informativ.

Është interesante edhe diskrepanca ndërmjet pjesëmarrjes së llojeve të ndryshme të emisioneve sipas frekuencës së tyre dhe të njëjtës asaj pjesëmarrje sipas kohëzgjatjes së programit gjatë të dy ekzemplarëve. Kështu, sipas numrit të emisioneve të emetuara para fillimit të LOV, programi sportiv ka marrë pjesë me 19,48% (15 emisione) në frekuencën e përgjithshme, por sipas kohëzgjatjes, pesëmbëdhjetë emisionet e regjistruara kanë marrë pjesë me vetëm 6,80% të programit të përgjithshëm (shih Tabelën 5 dhe Tabelën 6). Kjo është kështu për shkak të asaj që në ekzemplarin e që përputhet me LOV, secila prej transmetimeve kishte një kohëzgjatje të gjatë, por gjithashtu edhe për shkak të faktit që RTM2 Programi në gjuhën shqipe, në ekzemplarin gjatë LOV kishte dhe frekuencë të madhe të programit ditor-informativ sportiv.

Kohëzgjatja e përgjithshme e programit sportiv gjatë LOV, tregon se garat e mëdha sportive dhe sporti në përgjithësi, kanë një rëndësi të madhe në vendimet redaktuese të Servisit Publik (edhe në Servisin e Parë programor, një pjesë e madhe e javës ishte ndarë për ngjarjet olimpike sportive). RTM2 kishte emetuar, së bashku me reprizat, 69 orë 22 minuta dhe 56 sekonda program në ekzemplarin që përputhet me shtatë ditët e LOV. Kjo nënkupton se java kur është marrë ekzemplari, mesatarisht gjatë 24 orëve program, RTM2 kishte emetuar 9 orë 54 minuta dhe 42 sekonda program. Programi tjetër mesatarisht ka marrë rreth 14 orë gjatë një dite.

Lloji i programit / Ekzemplari	Transmetim	Transmetim %	Program informativ	Program informativ %	Gjithsejtë	Gjithsejtë %
Ekzemplari 1	3:23:55	4,57%	1:39:39	2,23%	5:03:34	6,80%
Ekzemplari 2	67:12:54	90,29%	2:10:02	2,91%	69:22:56	93,20%
Gjithsejtë	70:36:49	94,86%	3:49:41	5,14%	74:26:30	100,00%

Tabela 6: Kohëzgjatja e emisioneve sportive në RTM2 sipas llojit

Paraqitja dhe distribucioni i zhanreve të ndryshme është përsëri i determinuar nga specifikat e mbulimit të një ngjarjeje të madhe sportive siç edhe janë Lojërat Olimpike Verore. Në Tabelën 7 shihet se në programin gjatë LOV, është rritur dukshëm numri i transmetimeve⁵⁶, por edhe dukshëm është rritur frekuenca e zhanreve të tjera siç janë lajmet dhe raportimet. Lajmi i shkurtë klasik në RTM 2 nuk është zhanër i cili është përdorur shpesh, ndërsa gjithashtu vërehet edhe një mungesë e plotë e rishikimeve – zhanrit analist komentues i cili është mjaft prezent në mediumet e tjera.

Zhanri/ Ekzemplari	Lajme	Raportime	Intervista	Transmetime	Gjithsejtë	%
Ekzemplari 1	15	32	2	2	51	31,88%
Ekzemplari 2	22	41	2	44	109	68,12%
Gjithsejtë	37	73	4	46	160	100,00%

Tabela 7: Frekuenca e materialeve në RTM2 sipas zhanrit

Gjatë hulumtimit, programi i përgjithshëm sportiv në të dy ekzemplarët, ishte koduar si lloji i sportit të cilit mediumi i kishte kushtuar rëndësi – ekipor ose individual⁵⁷. Në ekzemplarin e marrë para LOV, programi i përgjithshëm informativ sportiv, dukshëm i ka dhënë më tepër hapësirë sporteve ekipore. Nga gjithsejtë 1 orë 29 minuta dhe 29 sekonda program, sporteve ekipore u është dhënë 1 orë 12 minuta dhe 8 sekonda ose 72,39%. Situata është tejet e kundërt në ekzemplarin e dytë. Nën ndikim të ofertës olimpike, Redaksia e RTM2 në masë të madhe u fokusua ndaj sporteve individuale gjatë programit të vet sportiv. Nga gjithsejtë 2 orë 10 minuta dhe 2 sekonda, madje

⁵⁶ Transmetimi gjatë këtij hulumtimi është koduar dyfish, edhe si zhanër specifik i gazetarisë sportive edhe si lloji i emisionit në medium. Sidoqoftë gjatë agregimit ishte përpunuar si njësi unike.

⁵⁷ Ndarja e sporteve ekipore dhe individuale është problematizuar për shkak të faktit që në disa sporte tradicionale individuale ka konkurrencë ekipore dhe sipas asaj ato duhet të konsiderohen si ekipore sepse përfshijnë aksione të koordinuara të grupeve të garuesve. Por në mënyrë që të sigurohet vlefshmëri e interpretimit të të dhënave të këtij hulumtimi, ishte shtuar kategoria “Disiplinë ekipore” në të cilën në veçanti janë koduar sportet që tradicionalisht konsiderohen si individuale, por në të cilat ka disiplina ekipore (p.sh, garat e stafetës në atletikë, etj.)

91,66% e programit ose 1 orë 59 minuta dhe 11 sekonda, u janë kushtuar sporteve individuale (Foto 12). Distribucioni i këtillë më së shumti ka të bëjë me pjesëmarrjen e informatave në lidhje me atletikën në programin sportiv – madje 1 orë 2 minuta dhe 11 sekonda ose 47,82% nga kohëzgjatja e informatave sportive në ekzemplarën e dytë i janë kushtuar atletikës. Ekzemplari që ka të bëjë me programin e rregullt sportiv (para LOV) është për një javë dhe nuk mund që vetëm sipas këtyre informatave të konstatohet se nëse Redaksia e RTM 2 ka anim ndaj sportet ekipore, dhe nëse raporti ndaj sporteve individuale gjatë garave të mëdha varet nga niveli i “presionit” që oferta sportive e bën ndaj programit. Por, ajo edhe nuk është lëndë e këtij hulumtimi, por kjo analizohet me qëllim që të prezantohet konteksti i informimit për femrat dhe meshkujt në sport.

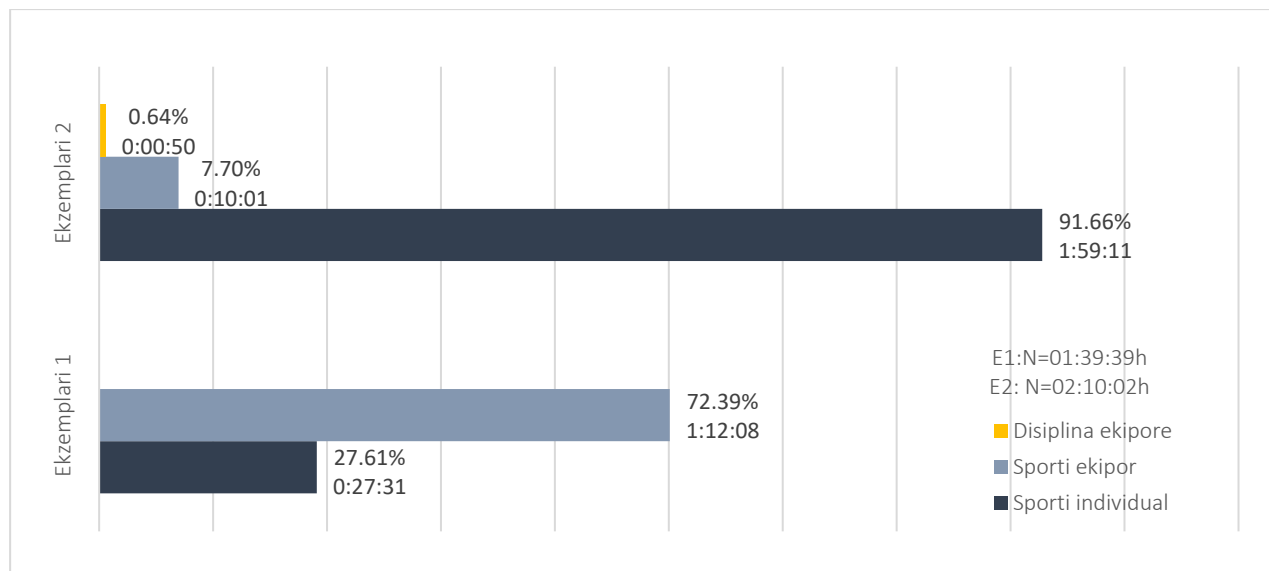


Foto 12: Pjesëmarrja e sporteve individuale dhe ekipore në programin informativ sportive të RTM 2 në ekzemplarën përkatës

Për këtë arsye, krahasimi i pjesëmarrjes së llojeve të ndryshme të sportit sipas kohëzgjatjes së tyre në programin informativ me atë të transmetimeve, zbulon informata mjaftë interesante për këtë çështje. Siç mund të shihet në Foton 13, pjesëmarrja e llojeve të ndryshme të sporteve në transmetim, gjatë të dy ekzemplarëve nuk përputhet me pjesëmarrjen e tyre në programin informativ. Nëse në programin informativ të ekzemplarit para LOV, sportet individuale merrnin pjesë me 27,61% të programit të përgjithshëm informativ, atëherë sportet individuale ishin tërësisht jashtë transmetimeve të atyre ekzemplarëve. Në sportet ekipore u është kushtuar tërë rëndësia prej 3 orëve 23 minuta dhe 55 sekonda nga transmetimi i ekzemplarit të parë.

Ekzemplari i marrë gjatë Lojërave Olimpikë Verore zbulon një dinamikë interesante. Këtu shihet edhe rëndësia që Redaksia e potencon ndaj sporteve ekipore kundrejt atyre individuale. Nëse në ekzemplarën gjatë Lojërave Olimpikë, ekipet sportive ishin të prezantuar me vetëm 7,70% të kohëzgjatjes së programit informativ, atëherë ato ishin të prezantuar me 54,03% të transmetimeve. E kundërta, në programin informativ të ekzemplarit të dytë, sportet individuale kishin pjesëmarrje

prej 91,66% të tërë programit informativ të atij ekzemplari, por në transmetimet e atyre sporteve ishin të përfaqësuar me 43,89%. Edhe pse ky krahasim në fillim duket se sugjeron që kundrejt ofertës olimpike, Redaksia i ka favorizuar sportet ekipore prapë se prapë ky sugjerim duhet të merret me shumë kujdes – me që po aq gjasa ka që frekuenca e lartë e sporteve ekipore gjatë transmetimeve të ketë ndikuar në frekuencën më të ulët të sporteve ekipore gjatë programit informativ. Transmetimet dhe programet informative janë variabile që varen nga njëra tjetra. Përcaktimi preciz i arsyeve të këtij distribucioni, siç është theksuar më lartë, është jashtë shtrirjes së këtij hulumtimi.

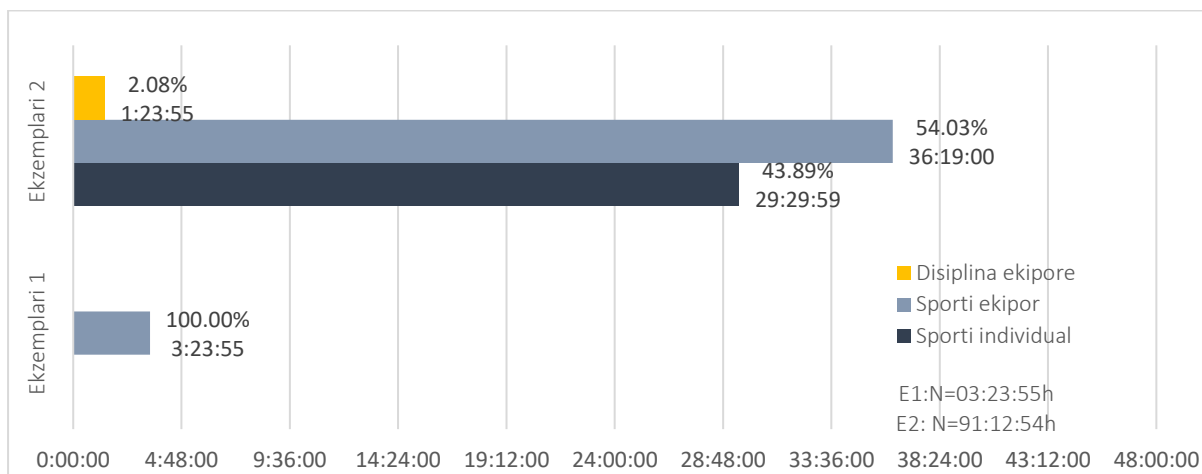


Foto 13: Pjesëmarrja e sporteve individuale dhe ekipore në transmetimet e RTM 2 në ekzemplarin adekuat

Siç ishte potencuar, arsyeja më e madhe për vendin prominent të sporteve individuale gjatë programit informativ të ekzemplarit të dytë, është koha e kushtuar për atletikën dhe praninë më të ulët relative të sporteve siç është futbollit dhe basketbollit, krahasuar me ekzemplarin e parë. Në të njëjtën periudhë, te transmetimet ka një prani të madhe të sporteve ekipore si rezultat, para se gjithash, të fokusit më të fortë relativ që ishte dhënë këtu ndaj basketbollit dhe hendbollit, siç edhe mund të shihet në Fotot 14 dhe 15.

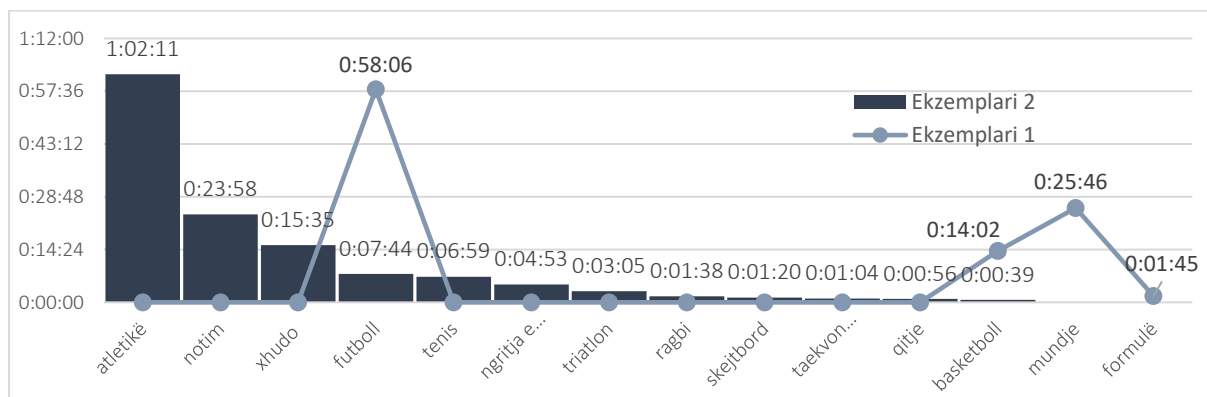


Foto 14: Pjesëmarrja e llojeve të ndryshme të sporteve në programin e përgjithshëm të analizuar të RTM 2 në mënyrë adekuate për secilin ekzemplar

Për rëndësinë relativisht të madhe që u është dhënë ekipeve sportive, dëshmon edhe prania e basketbollit dhe hendbollit gjatë transmetimeve. Basketbolli merr pjesë me 0,50% të programit informativ në ekzemplar e dytë, por prania e tij në transmetimet e përgjithshme të atij ekzemplari është 25,14%. Hendbolli nga ana tjetër, në tërësi ka qenë jashtë programit informativ, ndërsa në transmetimet ka marrë pjesë me 17,68% (Foto 14 dhe 15).

Analiza e aspekteve gjinore në programin sportiv

Duke marrë parasysh programin e përgjithshëm informativ sportiv të RTM 2 (shih Foto 16), sportet në konkurrencë të meshkujve kanë marrë më së shumti kohë në program. Gjithsejtë 2 orë 18 minuta dhe 9 sekonda që është 60,15% e kohës së përgjithshme të kushtuar sportit gjatë programit informativ në të dy javët e analizuara. Konkurrenca e femrave në sporte (duke llogaritur këtu ato ekipore dhe individuale) ka marrë 1 orë 30 minuta dhe 18 sekonda, që paraqet 39,31% të programit.

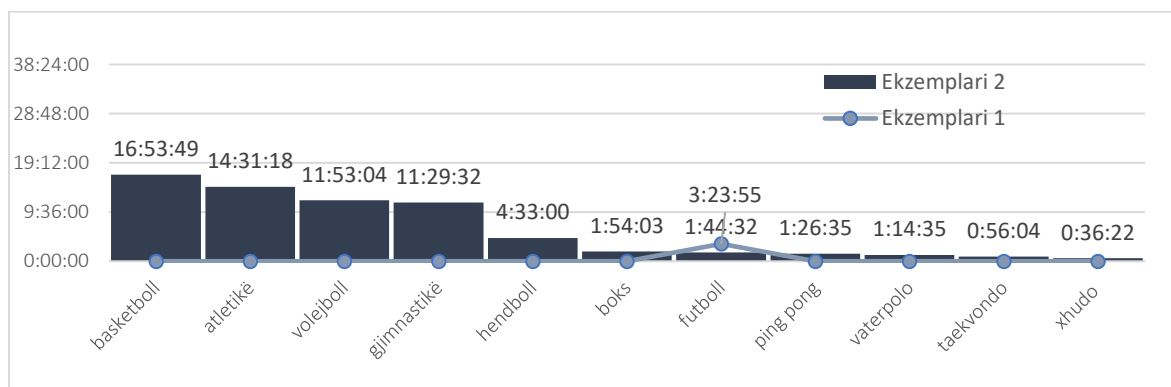


Foto 15: Pjesëmarrja e llojeve të ndryshme të sporteve në transmetimet e përgjithshme të analizuara në RTM 2 në mënyrë adekuate për secilin ekzemplar

Vërehet mungesa e përgjithshme e sporteve ekipore të konkurrencës së femrave në programin e RTM 2 në të dy ekzemplarët. Të gjitha 1 orë 22 minuta dhe 9 sekonda – ishin kushtuar sporteve ekipore në konkurrencë të meshkujve. Kjo kohëzgjatje nuk ishte distribuuar njësoj në të dy ekzemplarët. Në fakt, në ekzemplar e dytë ishin emetuar vetëm 10 minuta dhe 1 sekondë për sportet ekipore në konkurrencë të meshkujve – pjesa më e madhe e tyre gjenden në ekzemplar e parë. Nga gjithsejtë 1 orë 22 minuta dhe 9 sekondat e ndara për meshkujt në sportet ekipore, 1 orë 12 minuta dhe 8 sekonda ose 87,81% janë nga ekzemplari i parë. Dominimi i meshkujve në sportet ekipore gjatë programit informativ në këtë mënyrë është i pa kontestuar.

Por interesante janë numrat për sportet individuale. Femrat në sportet individuale kanë marrë 1 orë 30 minuta dhe 18 sekonda që është 61,72% e informatave të emetuara në përgjithësi për sportet individuale gjatë programeve informative në të dy ekzemplarët. Meshkujt në sportet individuale kanë fituar 56 minuta ose 38,28%. Ky konstatim në fillim duket ndryshe nga ajo që shihet në televizionet e tjera. Por hulumtimi për arsyet e tij zbulon se nga koha e përgjithshme për sportet individuale në të dy ekzemplarët e programit informativ, që është 2 orë 26 minuta dhe 18 sekonda,

vetëm 48 minuta ose 32,81% i takojnë vetëm një interviste me një atlete, të realizuar njëherë me një reprizë. Domethënë, kjo prani e sporteve individuale në konkurrencë të femrave nuk është falë mbulimit sistematik por të rastësisë së ekzemplarit. Për këtë, pjesëmarrja e informatave për femrat në sportet individuale është aq e shtrembëruar në të dy ekzemplarët. Në ekzemplarin e parë, për sportet individuale në konkurrencë të meshkujve ishin ndarë 26 minuta dhe 41 sekonda që paraqet, 96,97% të kohëzgjatjes së përgjithshme të sporteve individuale në ekzemplarin e parë – për sportet individuale në konkurrencë të femrave në ekzemplarin e parë ishin ndarë vetëm 50 sekonda ose 30,03%.

Në ekzemplarin e parë kishte shumë më tepër prani të sporteve individuale në konkurrencë të femrave vetëm për shkak të efektit të një, interviste një herë të reprizuar. Nga gjithsejtë 1 orë 58 minuta dhe 47 sekonda, 24,68% ishin kushtuar për meshkujt, kurse 75,32% për femrat.

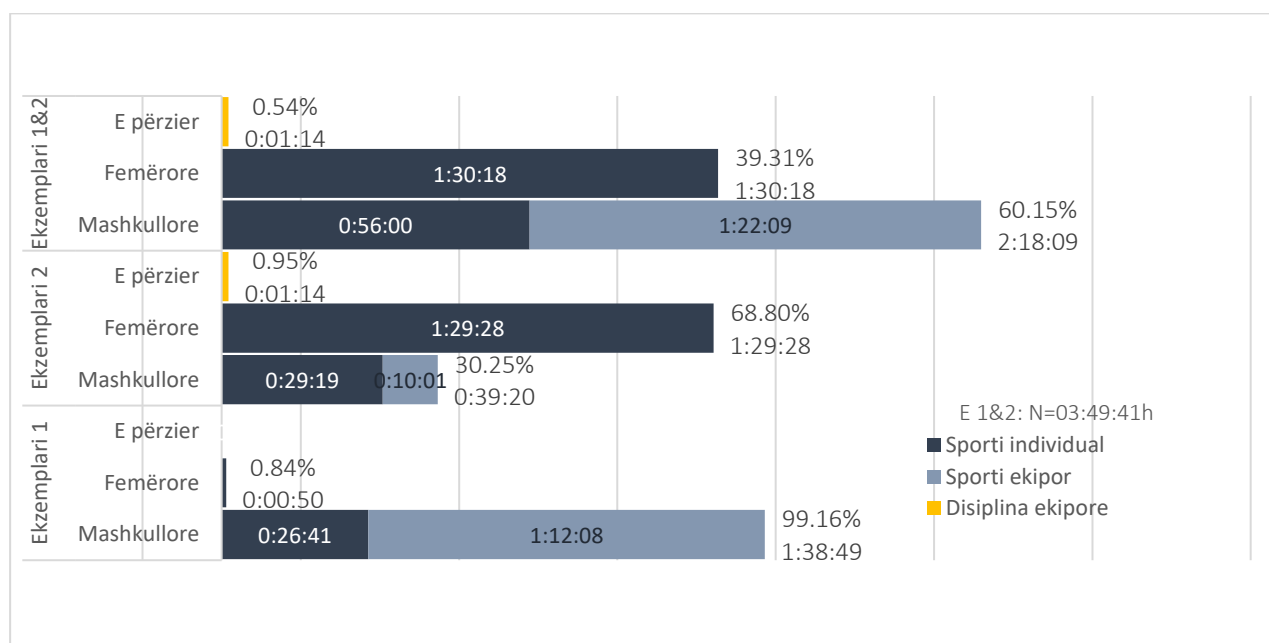


Foto 16: Pjesëmarrja e sprotëve në konkurrencë të meshkujve dhe femrave në programin informativ sportive të RTM 2 e ndarë sipas llojit të sportit

Gjatë transmetimeve kishte një dinamikë më ndryshe të pranisë së konkurrencës së meshkujve dhe femrave. Duke marrë parasysh të dy ekzemplarët së bashku, transmetimeve të sporteve në konkurrencë të meshkujve ju ishin ndarë 19 orë 57 minuta dhe 19 sekonda ose 72,83%. Për sportet në të cilat garonin femrat ishin ndarë 6 orë 56 minuta dhe 38 sekonda ose 25,34%. Por kjo pjesëmarrje nuk ishte njësoj e distribuuar as edhe përmes llojeve të ndryshme të sportit në një ekzemplar, e as përmes ekzemplarëve të ndryshëm të programit.

Gjithsejtë për sportet ekipore në transmetim për të dy ekzemplarët ishin ndarë 16 orë 21 minuta dhe 57 sekonda. Prej këtyre, 84,59% ishin kushtuar për meshkujt, ndërsa 15,41% për femrat. Në nivel të të dy ekzemplarëve së bashku, është e dukshme prania dominuese mashkullore në

sportet ekipore. Te sportet individuale kishte një baraspeshë më të madhe – nga gjithsejtë 10 orë dhe 32 minuta, kushtuar transmetimeve të sporteve individuale, 58,02% ishin për meshkujt dhe 41,98% për femrat. Ky raport në tërësi është nga ekzemplari i dytë.

Gjatë transmetimeve në konkurrencë ekipore në programin e rregullt të RTM 2 kishte vetëm prezencë të sporteve në konkurrencë të meshkujve. Në ekzemplarin e parë, gjithsejtë 3 orë 23 minuta dhe 55 sekonda transmetim i sporteve ekipore ishin në tërësi të kushtuar për meshkujt. Në ekzemplarin e dytë, edhe pse ishin të pranishme sportet ekipore në konkurrencë të femrave, përqindja e tyre nuk ishte e lartë – nga gjithsejtë 12 orë 58 minuta dhe 2 sekonda transmetim të sporteve ekipore në ekzemplarin e dytë, 80,55% ishin të kushtuar për konkurrencën e meshkujve. Edhe këtu përsëri është interesante krahasimi i ndikimit të informimit për sportistët dhe sportistët në programin informativ, si dhe në transmetimet e ekzemplarit të marrë gjatë LOV. Për sportet individuale në konkurrencë të femrave në programin informativ gjatë ekzemplarit të dytë ishin kushtuar 75,32%, ndërsa për transmetimet në të njëjtin ekzemplar ishin ndarë 41,98% të kohës. Kjo mospërputhje, siç ishte e potencuar, është efekt i ndikimit të një interviste (premierë dhe një reprizë) e atletes në programin e RTM 2. Nëse shmanget ai efekt, mund të shihet se në programin e RTM 2, veçanërisht në transmetimet, kishte një përfaqësim më të madh në sportet individuale në konkurrencë të meshkujve dhe dominim i konkurrencës së meshkujve në sportet ekipore.

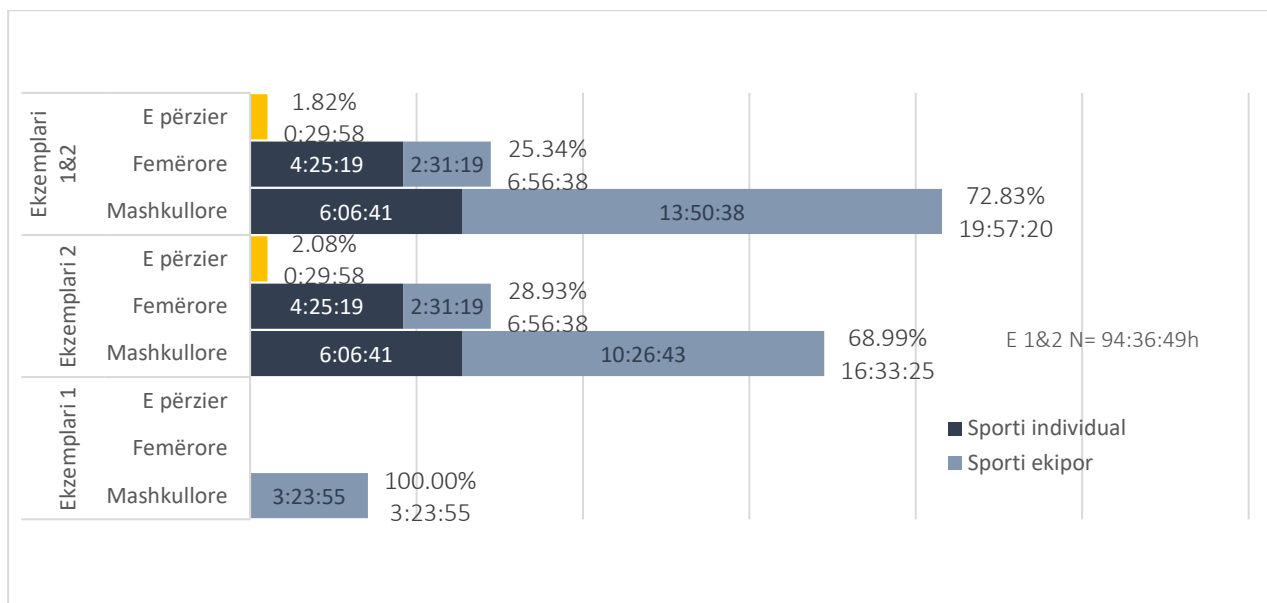


Foto 17: Pjesëmarrja e sporteve në konkurrencë të meshkujve dhe femrave në transmetimet e RTM 2 të ndara sipas llojit të sportit

Gjatë këtij hulumtimi, krahas kohëzgjatjes së materialeve për sportet në konkurrencë të meshkujve dhe femrave, ishin koduar edhe instancat e paraqitjes⁵⁸ së pjesëmarrësve meshkuj dhe

⁵⁸ Koncepti “instancë e paraqitjes” kështu është përdorur për të dalluar atë që është matur gjatë hulumtimit dhe “pjesëmarrësit faktik në program” dhe kjo është bërë për arsye analitike. “Instancat e paraqitjes” janë njësi për prezantim vizual ose verbal të një pjesëmarrësi në program, në nivel të

femra në program. Por përveç komentues(e)ve që do të prezantohen në veçanti, pjesëmarrësi/et e transmetimeve sportive, për shkak të vëllimit dhe llojllojshmërisë së detyrës, nuk ishin edhe të koduar. Në Foto 18 është prezantuar frekuenca e instancave të paraqitjes së gazetarë(e)ve, sportistë(e)ve dhe punëtorë(e)ve sportiv, respektivisht ekspertë(e)ve sportiv. Dhe sipas këtij kriteri, markerët meshkuj dominonin në program. Në të dy ekzemplarët e marrë bashkërisht, ishin regjistruar gjithsejtë 247 instanca të paraqitjes së pjesëmarrës/eve në program, prej të cilëve 187 ose 75,71% ishin meshkuj (duke mos llogaritur këtu komentet e transmetimeve sportive), kurse 60 ose 24,29% ishin femra.

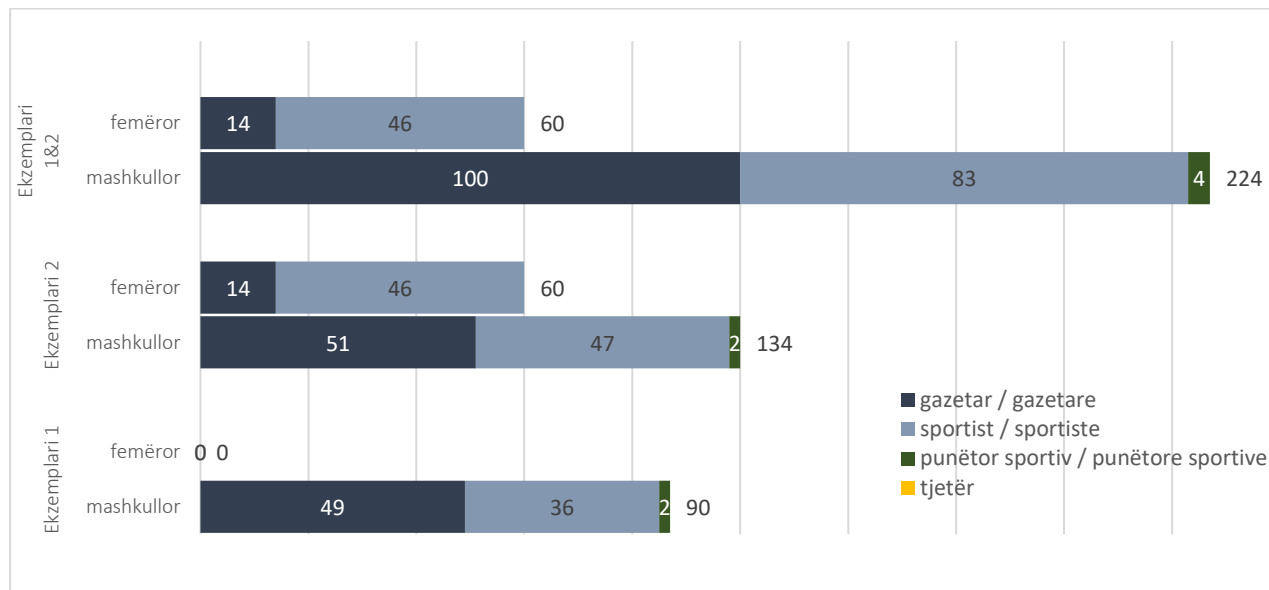


Foto 18: Frekuenca e instancave të paraqitjes së pjesëmarrësve meshkuj dhe femra në programin sportive të RTM 2 në njësinë e materialit të ndarë sipas rolit

Të ndara sipas rolit të tyre – të dy ekzemplarët së bashku – të regjistruar ishin gjithsejtë 114 instanca të paraqitjes së gazetarë(e)ve në program – 100 prej tyre, që është 87,72% ishin paraqitje të gazetarëve dhe 14 ose 12,28% ishin gazetare. Si njësi unike – në programin e RTM 2 paraqiteshin edhe 10 emra të gazetarëve. Në Tabelën 8 shihet frekuenca e instancave të

Emri	Ekzemplari 1	Ekzemplari 2	Gjithsejtë
Amir Duraku	16	40	56
Denis Shabani	18	0	18
Gazmend Kurtishi	0	9	9
Leunora Jakupi	0	8	8
Artan Ziberi	6	0	6
Mustafa Ademi	6	0	6
Belinda Koka – Ademi	0	4	4
Sami Ademi	3	0	3
Arlinda Baftiu	0	2	2
Atli Dema	0	2	2
Gjithsejtë	49	65	114

Tabela 8: Frekuenca e paraqitjes së gazetarë(e)ve individual në programin e RTM 2

njesisë së materialit. Si p.sh: Nëse në një edicion të lajmeve janë publikuar 5 materiale dhe në të gjitha ato paraqitet një gazetar i njëjtë – atëherë ai gazetar është i markuar 5 herë në matricën e kodit. Bëhet fjalë për një pjesëmarrës me 5 instanca të paraqitjes në nivel të njesisë së materialit.

paraqitjes së secilës prej tyre. Në të dy ekzemplarët e marrë bashkërisht, 49,12% nga frekuenca e përgjithshme e instancave të paraqitjes ishin vetëm nga një gazetar i Redaksisë sportive të RTM 2.

Ky hulumtim, për çdo instancë të paraqitjes e ka regjistruar edhe kohëzgjatjen. Sipas këtij parametri matës, siç shihet në Foto 19, nga gjithsejtë 2 orë 18 minuta dhe 39 sekonda sa e ka ndarë Televizioni për fjalime të gazetarë(e)ve në të dy ekzemplarët së bashku, 90,65% e kohës ishte fjalime të gazetarëve, ndërsa 9,35% të për gazetaret. Nga koha e përgjithshme prej 40 minuta dhe 30 sekonda në të cilën gazetarë(e)t paraqiteshin me fotografi në program – 67,98% e kohës ishte paraqitje e gazetarëve, ndërsa 32,02% për gazetaret.

Ky raport nuk ishte ndarë njësoj në të dy ekzemplarët. Në programin e rregullt para LOV, në emisionet informative sportive nuk është paraqitur asnjë gazetar, andaj prezantimi vizual dhe verbal ishte vetëm për gazetaret. Në ekzemplarin e dytë, në 14 instancat e paraqitjes së gazetarëve, për prezantim vizual ishin ndarë 12 minuta dhe 58 sekonda që është 19,54% nga koha e përgjithshme për prezantim vizual.

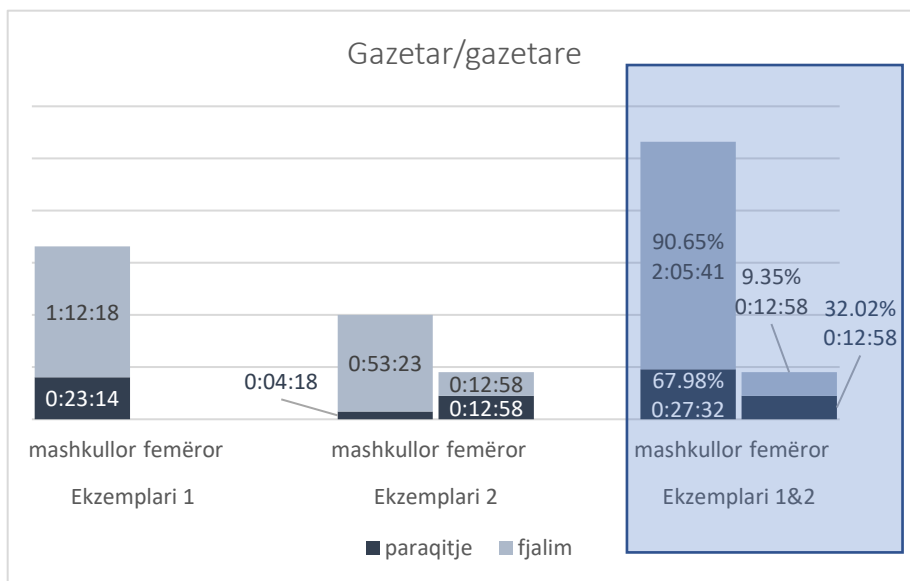


Foto 19: Kohëzgjatja e prezantimit vizual dhe verbal të gazetarëve dhe gazetarëve në programin informativ të RTM 2

Për fjalimet e gazetarëve ishin ndarë 53 minuta dhe 23 sekonda që është 80,46% e kohës për prezantim verbal në ekzemplarin e dytë. Është interesante që gazetarët kanë marrë më pak kohë për prezantim vizual të se sa gazetaret edhe pse dominonin me fjalime para kamerës. Ky konstatim është bërë edhe për shumicën e televizioneve të tjera – gazetaret kanë më shumë gjasa për t'u paraqitur me fotografi para kamerës, por më pak gjasa për prezantim të gjatë verbal.

Në materialet e RTM2 në të dy ekzemplarët së bashku, janë regjistruar gjithsejtë 129 instanca të paraqitjes së sportistë(e)ve në program. Prej tyre 46 ose 35,66% ishin sportiste, ndërsa 83 ose 64,34% ishin sportistë. Në ekzemplari e parë para LOV ishin regjistruar 36 instanca të paraqitjes së sportistëve dhe të gjithë ishin meshkuj. Në ekzemplarin e dytë ishin

regjistruar 93 instanca të paraqitjes së sportistë(e)ve, prej të cilave 46 ose 49,46% femra dhe 47 ose 50,54 meshkuj. Kjo mungesë e plotë e sportisteve në ekzemplarin e parë dhe baraspesha e plotë e pranisë në ekzemplarin e marrë gjatë LOV është tërësisht rezultat i presionit që e bën programi olimpik. Por në ekzemplarin e dytë është indikative që sportistët kanë më shumë kohë për prezantim vizual dhe verbal të sportistëve. Kjo dukuri përsëri mund të sqarohet me intervistën e emetuar (dhe një herë të reprizuar) të atletes, e që merr 48 minuta nga koha e përgjithshme e ekzemplarit të dytë.

Gjatë të dy javëve të përzgjedhura, para edhe gjatë LOV, ishin regjistruar 4 instanca të paraqitjes së punëtorë/eve ose ekspertë/eve sportiv – të gjithë ishin meshkuj dhe njësoj të distribuuar gjatë të dy ekzemplarëve (nga dy). Gjatë LOV është e pritshme që të ketë frekuencë më të lartë të paraqitjes së ekspertë(e)ve sportiv që i komentojnë ngjarjet

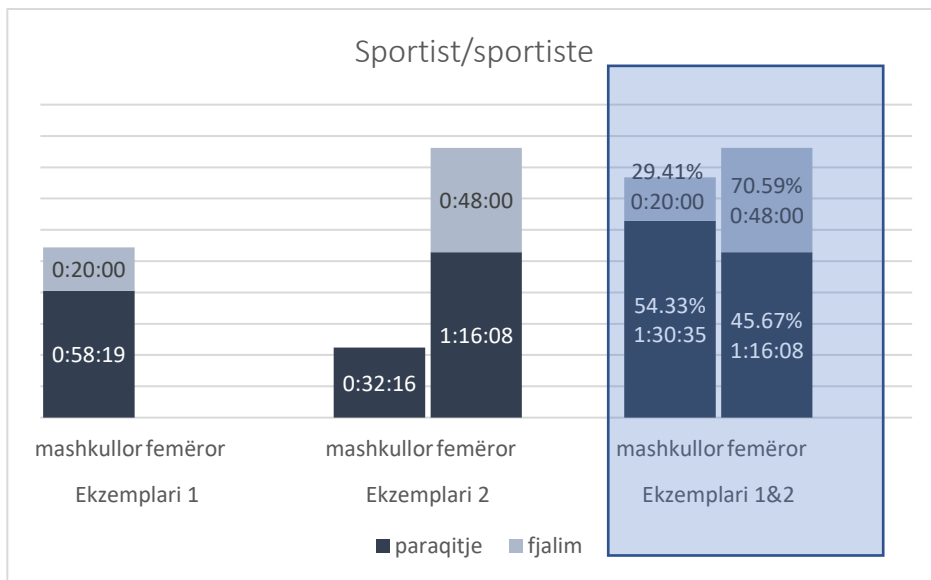


Foto 20: Kohëzgjatja e prezantimit vizual dhe verbal të sportistëve dhe sportisteve në programin informativ të RTM 2

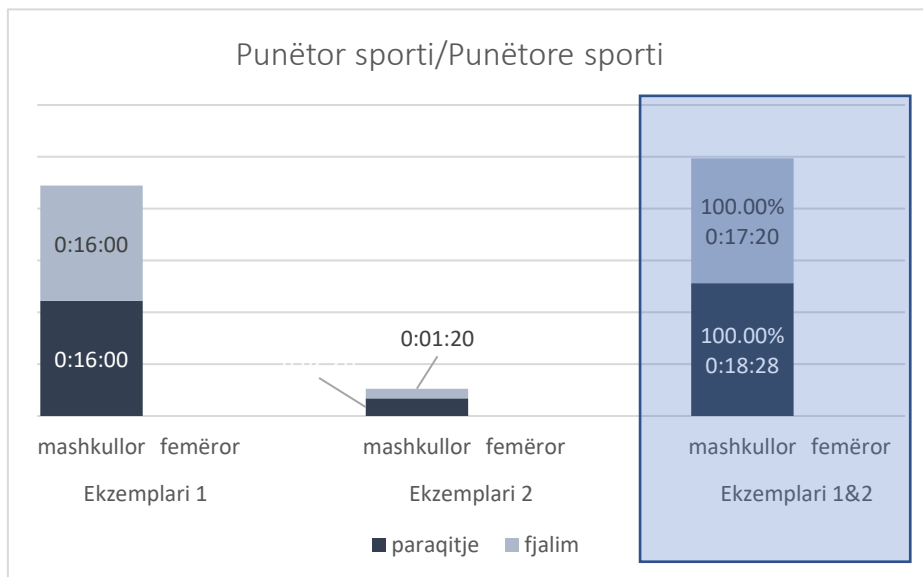


Foto 21: Kohëzgjatja e prezantimit vizual dhe verbal të punëtorëve dhe punëtoreve programin informativ të RTM 2

olimpike, por ajo nuk ishte rast edhe me RTM 2. Sipas kohëzgjatjes së prezantimit vizual dhe verbal të këtyre punëtorëve sportiv, sic mund të shihet në Foto 21, nga gjithsejtë 18 minuta dhe 28 sekonda (sa edhe janë ndarë për prezantim vizual), 86,64% janë nga ekzemplari i parë. Te prezantimi verbal nga ana tjetër, nga gjithsejtë 17 minuta dhe 20 sekonda (sa janë ndarë për të dy ekzemplarët së bashku), nga ekzemplari i parë janë 92,31%.

Gjatë këtij hulumtimi, në aspekt gjinor ishin koduar sportistë(e)t dhe sportet ndaj të cilëve ishte edhe njoftimi për programin informativ. Një prej parametrave janë për nyjat diskursive me të cilat mediumet i konstruktojnë sportistët dhe sportistet në kuadër të markerëve të stereotipave të feminizuar ose maskulizuar. Në ekzemplarin e dytë ishin regjistruar tri instanca të markerëve të stereotipave të feminizuar. Për garuesit e një loje të hendbollit ishte përdorur sintagma “gjinia më e butë” e cila është mënyrë klishe për t’u referuar sportistëve. Në dy instanca të ekzemplarit të dytë, atletet ishin quajtur edhe si “gazela” – gjithashtu një referencë me konotacion subtil seksual.

Ky hulumtim i kodoi edhe materialet retorike në lidhje me mënyrën se si gazetarë(e)t i konstruktonin sportet. Gjatë raportimeve sportive, shpesh paraqitet dukura që sportet në konkurrencë të meshkujve të quhen me emrin e tyre gjenerik, duke e naturalizuar në atë mënyrë konkurrencën e meshkujve. Në RTM2 në ekzemplarin e parë nuk kishte instanca ku përdorej strategji gjinore, respektivisht theksim eksplicit se bëhet fjalë për sporte në konkurrencë të meshkujve ose të femrave – duke pasur parasysh atë se në këtë ekzemplar gjatë programit informativ kishte frekuencë jo të konsiderueshme të sporteve në konkurrencë të femrave – ky konstatim ishte edhe i pritshëm. Por në ekzemplarin e parë, kemi tjetër pasqyrë - për sportet në konkurrencë të femrave, në mënyrë të pashmangshme potencoj se janë sporte në konkurrencë të femrave. Për sportet në konkurrencë të meshkujve, vetëm në dy instanca kishte një qasje të atillë gjinore – në shumicën e rasteve për sportet në konkurrencë të meshkujve përdorej emri gjenerik i sportit.

Gjatë hulumtimit nuk u detektuan instancat e informimit ku hapeshin tema nterseksionale siç janë gjinia ose raca dhe kombësia. Gjithashtu, sportistët dhe sportistet lidheshin shpeshherë me arritjet e tyre duke mos pasur instanca të seksualizimit të trupave të tyre. Përfundimisht për sportistet në RTM 2 përdorehin forma feminizuese të emrave.

III.3. Radiotelevizioni i Maqedonisë – Kanali sportiv (RTM 3)

Hyrje

Specializimi i kanaleve sportive mundëson emetimin e programit të llojllojshëm sportiv që ka diversitet të madh të sporteve të prezantuara përmes ofertës së gjerë të emisioneve informative, dokumentare dhe analitike. Por për Kanalin sportiv të Radiotelevizionit të Maqedonisë (RTM 3) nuk mund të thuhet se për momentin e ka arritur nivelin e diversitetit edhe pse programi ka një frekuencë të madhe të transmetimeve sportive.

Gjatë 14 ditëve në periudha të përzgjedhura të ekzemplarëve – nga 4 deri më 10 prill (para Lojërave

Olimpike) dhe nga 26 korriku deri më 1 gusht (gjatë LOV), në RTM 3 ishin regjistruar 14 magazina sportive dhe 149 edicione të

Emisioni/ Ekzemplari	Magazina	% Magazina	Transmetim	% Transmetim	Gjithsejtë	% Gjithsejtë
Ekzemplari/ 1	14	100%	80	53,69%	94	57,67%
Ekzemplari/ 2	0	0%	69	46,31%	69	42,33%
Gjithsejtë	14	100%	149	100,00%	163	100,00%

Tabela 9: Frekuenca e emisioneve sportive në RTM 3 sipas llojit

transmetimeve sportive⁵⁹. Numri i përgjithshëm i magazinave të publikuara sportive ishin emetuar në ekzemplarin para Lojërave Olimpikë Verore. Në prerjen e marrë para LOV ishin publikuar 53,69% të transmetimeve sportive, ndërsa në prerjen e dytë, gjatë LOV ishin regjistruar 69 transmetime, që është 46,31% e frekuencës së përgjithshme (Tabela 9).

Sipas kohëzgjatjes së programit (Tabela 10), në pjesën e transmetimeve, distribucioni duket pak më ndryshe, krahasuar me numrin e edicioneve individuale. Për transmetimet sportive në ekzemplarin e parë ishin ndarë 138 orë 44 minuta dhe 6 sekonda, që paraqet 49,48% të kohës së përgjithshme të transmetimeve. Në ekzemplarin e dytë, edhe pse kishte më pak edicione të transmetimeve,

ata në përgjithësi kanë zgjatur më shumë – për transmetimet gjatë ekzemplarit që përputhet me LOV ishin ndarë pothuajse tri orë më shumë se sa në ekzemplarin para LOV.

Emisioni/ Ekzemplari	Magazina	% Magazina	Transmetim	% Transmetim	Gjithsejtë	% Gjithsejtë
Ekzemplari/ 1	5:03:10	100%	138:44:06	49,48%	143:47:16	50,37%
Ekzemplari/ 2	0:00:00	0%	141:40:33	50,52%	141:40:33	49,63%
Gjithsejtë	5:03:10	100%	280:24:39	100%	285:27:49	100%

Tabela 10: Kohëzgjatja e emisioneve sportive në RTM 3 sipas llojit

⁵⁹ Në këtë frekuencë bëjnë pjesë edhe edicionet e reprizuara, kështu që nuk bëhet fjalë vetëm për numër unik të transmetimeve. Jashtë shtrirjes dhe mundësive të këtij hulumtimi ishte edhe konstatimi se sa p.sh prej atyre 80 transmetimeve në ekzemplarin e parë dhe 69 në atë të dytë, janë në fakt publikime të para unike.

Për magazinat, në ekzemplarën e parë, ishin ndarë 5 orë 3 minuta dhe 10 sekonda dhe pjesa më e madhe e këtij programi ishte njëfarë reminiscence e konceptuar në mënyrë dokumentare të garave të kaluara sportive. Secili nga këto edicione të dokumentarëve kishte strukturë – zhanër analitik komentues, karakteristik për gazetarinë sportive. Por, përveç në magazina, kishte edhe publikime të kohëpaskohshme të zhanreve klasike gazetareske që ishin prezentë edhe në kuadër të transmetimeve sportive. Gjatë transmetimeve sportive, siç mund të shihet në Tabelën 11, ishin regjistruar gjithsejtë 38 intervista me kohëzgjatje prej 2 orë dhe 20 minuta, si dhe 6 rishikime me kohëzgjatje prej 50 minuta dhe 18 sekonda.

Ekzemplari/zhanri	Intervista	Intervista koha	Shikim	Shikim koha	Gjithsejtë	Gjithsejtë koha
Ekzemplari/ 1	19	01:18:24	6	00:50:18	25	2:08:42
Ekzemplari/ 2	19	01:01:36	0	00:00:00	19	1:01:36
Gjithsejtë	38	2:20:00	6	0:50:18	44	3:10:18

Tabela 11: Frekuenca e materialeve në RTM 3 sipas zhanrit

Programi i përgjithshëm i Kanalit sportiv të RTM, në të dy

ekzemplarët ishte koduar për një lloj të sportit të cilit mediumi i ka kushtuar vëmendje⁶⁰. Edhe për këtë kanal, kodimi ishte bërë në veçanti edhe për programin informativ (në këtë rast magazinat sportive), kurse veçanërisht transmetimet. Në Foton 22 shihet se si janë distribuuar llojet e ndryshme të sportit në magazinat sportive. Në këtë rast, distribucioni është vetëm për ekzemplarën e marrë para Lojërave Olimpike Verore, sepse gjatë LOV, Kanali sportiv emitonte vetëm transmetime në kuadër të së cilave, siç edhe potencohet, ishin publikuar edhe materiale të zhanrit të intervistave dhe rishikimeve. Në magazinat sportive, në ekzemplarën e parë 28,24% ishin përmbajtje në lidhje me sportet individuale, ndërsa 51,89% për ato ekipore.

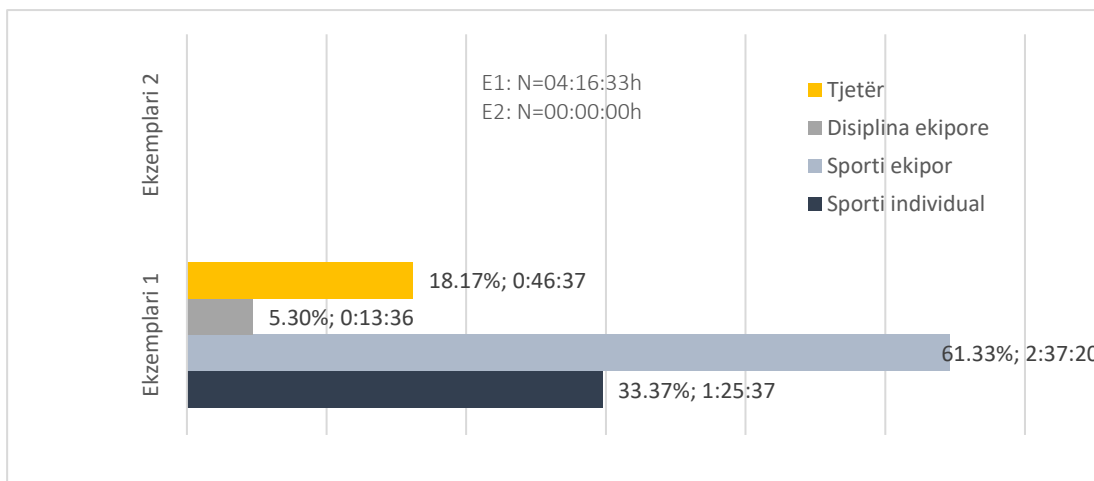


Foto 22: Pjesëmarrja e sporteve individuale dhe ekipore në programin informativ të RTM 3

⁶⁰ Ndara e sporteve ekipore dhe individuale është problematizuar mjaftë për faktin se në disa sporte tradicionale individuale ka konkurrencë ekipore dhe sipas kësaj ato duhet të llogariten si ekipore sepse përfshijnë aksione të konfirmuara të grupeve të garuesve. Prapë se prapë për të siguruar vlefshmëri të interpretimit të të dhënave në këtë hulumtim, është shtuar kategoria e "Disiplinës ekipore" në të cilën në veçanti janë koduar sportet që tradicionalisht konsiderohen si individuale, por në të cilat ka edhe disiplina ekipore (p.sh. gara me stafetë në atletikë).

Distribucioni i llojeve të sporteve gjatë transmetimeve, në ekzemplarin e LOV nuk e ka ndjekur distribucionin e magazinave sportive. Kohëzgjatja e përgjithshme e transmetimeve prej diçka më shumë se 138 orë gjatë javës së parë, i është kushtuar sporteve ekipore, siç mund të shihet në Foto 23. Në ekzemplarin e marrë gjatë LOV kishte pothuajse një baraspeshë të plotë ndërmjet kohëzgjatjes së ndarë për sportet individuale dhe ekipore, respektivisht dallimi është vetëm 4 orë 43 minuta dhe 34 sekonda në dobi të sporteve individuale.

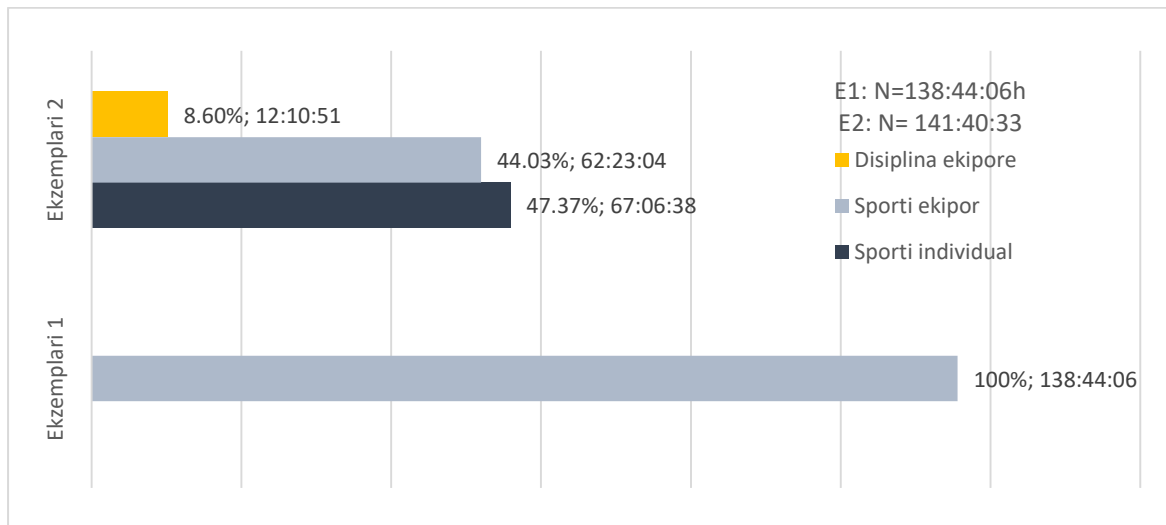


Foto 23: Pjesëmarrja e sporteve individuale dhe ekipore në transmetimet sportive të RTM 3

Kur bëhet fjalë për llojin e sporteve që janë të përfaqësuar në transmetimet e Kanalit sportiv, menjëherë vërehet se për dallim nga programi i RTM 1 dhe RTM 2, këtu kishte një diversitet shumë të vogël të përfaqësimit të sporteve. Gjatë LOV, kur duhet të pritet një frekuencë më e madhe e transmetimeve dhe gjithsesi edhe një frekuencë më e madhe e programit sportiv informativ dhe analitik – ato nuk paraqiten në Kanalin sportiv ose janë emetuar shumë më pak.

Nga oferta e përgjithshme olimpike gjatë LOV, në ekzemplarin e dytë, është ndarë hapësirë edhe për tenis dhe hendbollin, si dhe kohëzgjatje e kufizuar për gjimnastikën (Tabela 12). Ky konstatim nga ana tjetër, gjithsesi se duhet të shihet në kontekst të frekuencës së lartë të

Lloji i sportit /ekzemplari	Ekzemplari 1	Ekzemplari 2	Gjithsejtë
Tenis	0:00:00	77:01:23	77:01:23
Basketboll	68:35:44	0:00:00	68:35:44
Volejboll	0:00:00	62:23:04	62:23:04
Hendboll	43:06:24	0:00:00	43:06:24
Futboll	15:31:21	0:00:00	15:31:21
Basket 3x3	11:30:37	0:00:00	11:30:37
Gjimnastikë	0:00:00	2:16:06	2:16:06
Gjithsejtë	138:44:06	141:40:33	280:24:39

Tabela 12: Pjesëmarrja e sporteve të ndryshme në programin e përgjithshëm të analizuar të RTM 3

programit sportiv të Servisit të Parë Programor të Radiotelevizionit të Maqedonisë – dhe në këtë drejtim edhe llojllojshmëria e programit sportiv në të dy ekzemplarët ishte fokusuar ndaj RTM 1, që nga ana tjetër ka pasojë për programin e Kanalit sportiv. Por, ky konstatim njëkohësisht e zbulon mungesën e përkufizimit konceptual të programit të Kanalit sportiv kundrejt programit sportiv të kanaleve të tjera të Servisit Publik.

Analiza e aspekteve gjinore në programin sportiv

Në Kanalin sportiv të RTM ishte emetuar program informativ vetëm gjatë ekzemplarit të marrë para Lojërave Olimpike dhe vetëm nga lloji i magazinave sportive. Gjatë LOV, hulumtimi kishte regjistruar vetëm transmetimet të garave sportive pa u emetuar lajmet klasike sportive ose magazinat sportive.

Duke marrë parasysh programin e përgjithshëm informativ sportiv (ekzemplarin 1), sportet në konkurrencë të meshkujve kanë fituar më shumë kohë. Siç mund të shihet në Foton 24, për sportet në konkurrencë të meshkujve ishin ndarë gjithsejtë 3 orë 5 minuta dhe 45 sekonda që paraqet 61,27% të kohës që është kushtuar për informatat e sportit në emisionet e magazinave sportive. Në kuadër të kohëzgjatjes së ndarë për sportet në konkurrencë të meshkujve, 58 minuta dhe 45 sekonda kanë zgatur informatat për sportet individuale, që është 31,63% nga koha e kushtuar për sportet në konkurrencë të meshkujve. Për sportet ekipore në konkurrencë të meshkujve ishin ndarë 2 orë 3 minuta dhe 22 sekonda, që është 66,42% e kohës së përgjithshme të ndarë për sportet në programin informativ, kur në to garojnë meshkuj.

Për sportet në konkurrencë të femrave ishte ndarë tri herë më pak kohë – 1 orë 1 minutë dhe 29 sekonda, që është 20,28% e kohës së përgjithshme të programit informativ sportiv. Prej tyre, 26 minuta dhe 52 sekonda ishin kushtuar për sportet individuale në konkurrencë të femrave, që paraqet 43,70% e informatave të përgjithshme të emetuara për sportet kur në to garojnë femra. Për sportet ekipore në konkurrencë të femrave ishin ndarë 33 minuta dhe 58 sekonda, që paraqet 55,25% të përmbajtjeve të emetuara në përgjithësi, për sportet në të cilat garojnë femra.

Një pjesë e madhe e kohës, 15,38% e kohëzgjatjes së përgjithshme të programit informativ sportiv, Kanalit sportiv të RTM në ekzemplarin e marrë para LOV janë ndarë për informata sportive që nuk kishin lidhje të drejtpërdrejtë me garat sportive në sporte konkrete, por ishin në lidhje me çështje të organizimit të sporteve dhe ngjarjeve sportive – p.sh. Krizës me Kovid ose përgatitjes së lojërave olimpike të radhës, etj.

Si krahasim, nga gjithsejtë 1 orë 25 minuta dhe 37 sekonda, sa edhe ka ndarë televizioni për emetimin e informatave për sportet individuale – 68,62% ishin ndarë për meshkujt, ndërsa 31,38% për femrat. Te sportet ekipore raporti ishte edhe më i madh në anën e meshkujve – nga gjithsejtë 2 orë 37 minuta dhe 20 sekonda, sa edhe ishin ndarë për sportet ekipore – 78,41% ishin kushtuar për informata për sportet ekipore në konkurrencë të meshkujve, ndërsa 21,59% për atë të femrave.

Kështu mund të konkludohet se në programin informativ të Kanalit sportiv të RTM, kanë dominuar sportet në konkurrencë të meshkujve, kurse sportet ekipore në të cilët kanë garuar meshkujt, kanë marrë vëmendjen më të madhe gjatë programit.

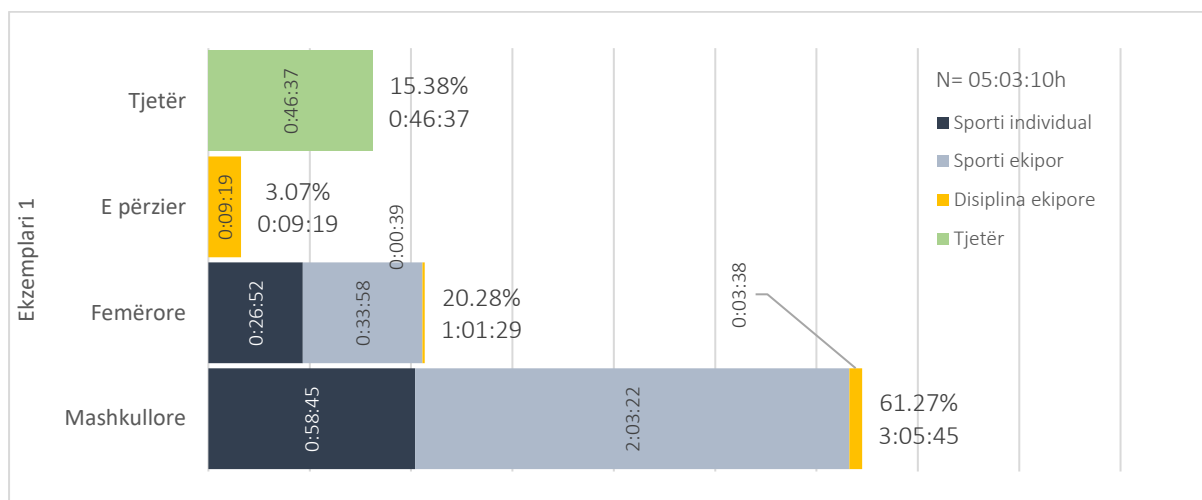


Foto 24: : Pjesëmarrja e sporteve në konkurrencë të meshkujve dhe femrave në programin infomativ sportiv të RTM 3 sipas llojit të sportit

Transmetimet e garave sportive që në Kanalin sportiv janë shtylla kryesore e programit të përgjithshëm, demonstrojnë një anim edhe më të madh të mediumit ndaj sporteve në konkurrencë të meshkujve. Siç mund të shihet në Foto 25, në të dy ekzemplarët e marrë së bashku, janë emetuar dhe analizuar gjithsejtë 280 orë 24 minuta dhe 39 sekonda transmetime sportive (ku bëjnë pjesë edhe edicionet e reprizave). Prej tyre, 138 orë 44 minuta dhe 6 sekonda ose 49,48% janë nga ekzemplari i parë dhe 141 orë 40 minuta dhe 33 sekonda ose 50,52% janë nga ekzemplari i dytë. Nga kohëzgjatja e përgjithshme -232 orë 7 minuta dhe 53 sekonda që është 82,78% e programit janë për sportet në konkurrencë të meshkujve dhe 48 orë 16 minuta dhe 46 sekonda, që paraqesin 17,22% të kohës, u janë kushtuar sporteve në konkurrencë te femrave.

Ky anim i dukshëm i ndaj sporteve në konkurrencë të meshkujve shihet edhe nëse i ndajmë të dhënat sipas llojit të sportit. Në të dy ekzemplarët së bashku, për sportet individuale janë ndarë 67 orë 6 minuta dhe 38 sekonda. Në kuadër të kësaj kohe, për sportet individuale konkurrencë të meshkujve ishin ndarë 64 orë 27 minuta dhe 46 sekonda, që paraqet 96,05% të kohës së përgjithshme që i kushtohet sporteve individuale. Për sportet individuale në konkurrencë të femrave, ishin ndarë 2 orë 38 minuta dhe 52 sekonda, që paraqet vetëm 3,95% të kohëzgjatjes së transmetimeve të sporteve individuale.

Për sportet ekipore, në të dy ekzemplarët e marrë së bashku ishin ndarë 201 orë 7 minuta dhe 10 sekonda, Prej tyre, 157 orë 45 minuta dhe 22 sekonda ishin ndarë për sportet ekipore në konkurrencë të meshkujve, që paraqet 78,44% të kohëzgjatjes së përgjithshme të transmetimeve të

sporteve ekipore. Për sportet ekipore në konkurrencë të femrave ishin ndarë 43 orë 21 minuta dhe 48 sekonda ose 21,56% të kohëzgjatjes së përgjithshme të transmetimeve për sportet ekipore.

Për disiplinat ekipore në sportet tradicionale individuale ishin ndarë 12 orë 10 minuta dhe 51 sekonda. Prej tyre, për transmetimet e garave ndërmjet meshkujve ishin ndarë 9 orë 54 minuta dhe 45 sekonda, që paraqet 81,38% të kohëzgjatjes së transmetimeve për sportet individuale në disiplinat sportive. Për garat ku merrnin pjesë femrat, ishin ndarë 2 orë 16 minuta dhe 6 sekonda që është 18,62% nga koha e përgjithshme e kushtuar për disiplinat ekipore në sportet tradicionale individuale. Këto të dhëna potencojnë një dominim absolut të meshkujve gjatë transmetimeve të RTM 3. Kësaj kur i shtohet fakti se të gjithë komentuesit e transmetimeve sportive ishin meshkuj, mund të thuhet se kemi një konfirmim të konstatuar.

Me disa variacione, i njëjti konkluzion mund të miratohet edhe në nivel të të dy ekzemplarëve në veçanti, kështu që nuk mund të konsiderohet se Lojërat Olimpike Verore kanë bërë presion ose ndryshim të rutinës së zakonshme të RTM 3. Kështu, në ekzemplarin e parë, në hulumtim aspak nuk ishin regjistruar transmetime të sporteve në konkurrencë individuale, ose disiplina ekipore të ndonjë sporti tradicional individual. Ishin regjistruar transmetime të sporteve ekipore me kohëzgjatje prej 138 orëve 44 minuta dhe 6 sekonda, prej të cilave 95 orë 22 minuta dhe 18 sekonda, ose 68,74% ishin ndarë për transmetime të sporteve ekipore në konkurrencë të meshkujve dhe 43 orë 21 minuta dhe 48 sekonda, që është 31,26%, ishin ndarë për transmetime të sporteve ekipore në konkurrencë të femrave.

Të dhënat për ekzemplarin e dytë në lidhje me sportet individuale dhe disiplinat sportive të sporteve individuale janë tërësisht identike me të dhënat e theksuara në të dy ekzemplarët së bashku, për shkak të mungesës së plotë të këtyre llojeve të ekzemplarit të parë. Në aspekt të transmetimeve të sporteve ekipore – në ekzemplarin e dytë ishin emetuar 62 orë 23 minuta dhe 4 sekonda dhe të gjitha ato ishin për transmetime të sporteve në konkurrencë ekipore të meshkujve.

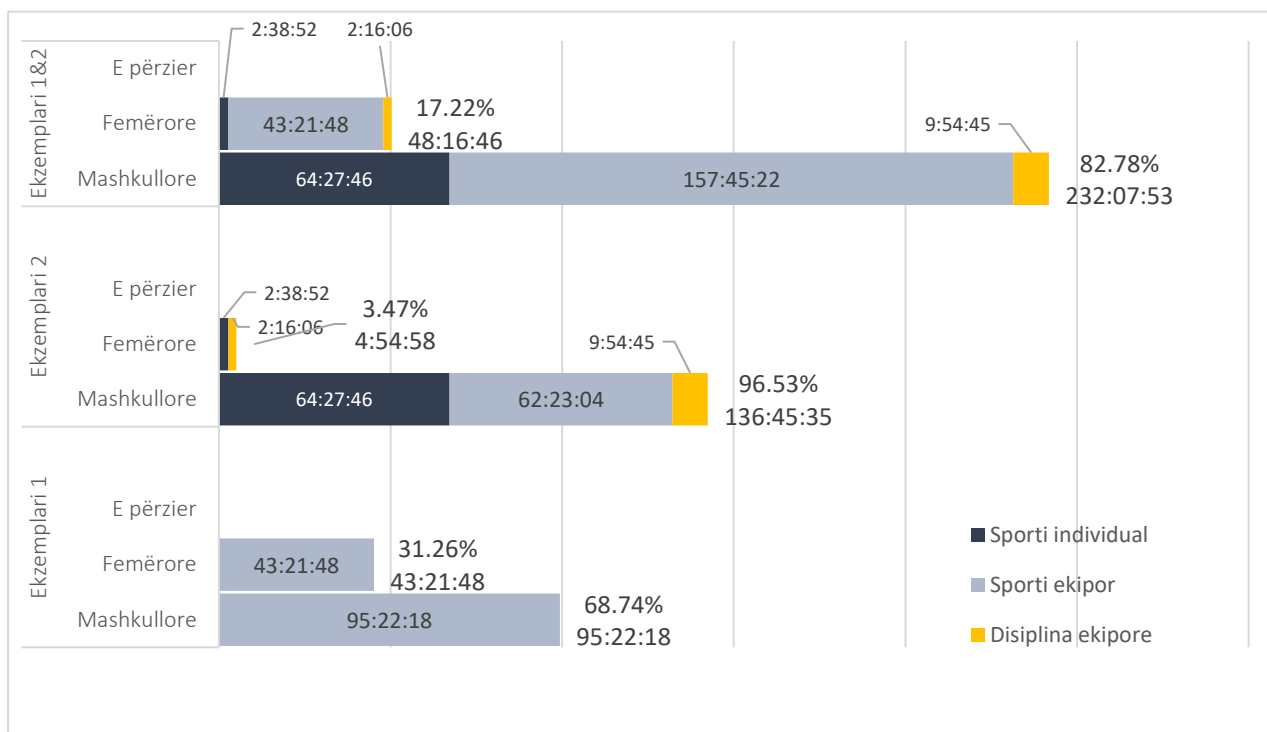


Foto 25: Pjesëmarrja e sporteve në konkurrencë të meshkujve dhe femrave në transmetimet sportive të RTM 3 sipas llojit të sportit

Për shkak të karakterit të programit të Kanalit Sportiv, ku dominonin transmetimet sportive – të dhënat e mbledhura kualitative në këtë rast ishin më të kufizuara në krahasim me kanalet e tjera të analizuar të RTM dhe televizionet private. Por ka edhe indikacione që sugjerojnë se Kanali Sportiv në këtë aspekt ka qenë i ngjashëm sikur edhe Servisi i Parë programor. Në ekzemplarin e parë nuk ishin vërejtur konstruksione të thella dramatike gjinore, por ishin regjistruar disa konstruksione të objektivizuara si “simpatikja, miniatura Lin Liu”, “zonja e parë në tenis botëror Monika Selesh”, etj. Në ekzemplarin e parë kishte disa shembuj që e argumentonin konkluzionin se në këtë aspekt kanali sportiv mund të krahasohet me Servisin e Parë Programor. Para se gjithash për shkak të faktit që disa transmetime që ishin emetuar në kanalin e parë, janë emetuar edhe në atë të Sportit. Kështu për shembull edhe këtu më 27 korrik mund të dëgjohej i njëjti konstruksion i transmetimit sportiv: [...] ja deri sa zgjasin ngrohjet, kanë filluar të dalin këto vajza simpatike, pjesa më e madhe e tyre tinejxherë[...].

Është interesante se si në disa prezantime ishte konstruktuar ekuivalenca simbolike ndërmjet rezultatit në terrenin sportiv dhe bashkimit (forcimit) të kombit – si p.sh konstruksioni i publikuar më 27 korrik dhe i reprizuar më 28 korrik dhe 1 gusht: “të luftojmë për sukseset sepse sporti e bashkon kombin më shumë se gjithçka/prej ku e merr forcën e duarve, prej ku ai softuer që vihet në anën e djathtë në mbrëmje, ditën e nesërme luan siç edhe duhet?”. Nga ana tjetër, konstruksioni i publikuar më 27 korrik dhe i reprizuar më 28 dhe 30 korrik – krahas narrativit epik

mitologjik për fuqinë e popullit maqedonas – dukshëm si një thirrje e thjeshtësuar nga romani i Petre M.Andreevski – sjell edhe një porosi eksplicite dhe të hapur politike, e cila sipas implikimit, politikanët e konstruktuar monolit janë krahasuar me heronjtë nacional në domenin sportiv: “hendbollistët maqedonas gjetën forcën që të tejkalojnë ato parti të dobëta, për të fituar, aty ku nuk mund të gjejnë letër dhe të thonë nënshkruani këtu, aty vlon ai pirei maqedonas, njerëz të mi, politikanë, mësoni nga këta djelmosha që luftojnë për Maqedoninë me zemër”. Përfundimisht edhe me këtë hulumtim, sikurse edhe me hulumtimet e tjera në Maqedoninë e Veriut sipas literaturës, buron një retorikë luftarake në fjalimet e gazetarëve sportiv, që është karakteristike për gazetarinë sportive dhe në përgjithësi - në “pikturën e madhe”. Kështu, antagonizmi bëhet esencial për sportin që është i konstruktuar si një luftë me mjete të tjera. Për shembull: “Ndoshta nuk kemi aq fuqi sulmuese për ti shkatërruar Boshnjakët” ose “Zoran Karanoviq: Turqit janë të frikësuar, as nga vetvetja e tyre sa janë të frikësuar nga reprezentacioni ynë”.

III.4. TV Alfa

Hyrje

TV Alfa është njëra nga dy televizionet private me frekuencë të lartë të programit informativ sportiv. Në të dy periudhat e përzgjedhura të ekzemplarëve – nga 4 deri më 10 prill (para Lojërave Olimpikë Verore) dhe nga 26 korriku deri më 1 gusht (gjatë Lojërave Olimpikë Verore) – ishin emetuar gjithsejtë 75 edicione të emisioneve sportive prej të cilave 66 ishin lajme sportive, ndërsa u regjistruan edhe 9 edicione të magazinave sportive.

Nga Tabela 33 shihet se Televizioni ka emituar pothuajse numër të njëjtë të emisioneve sportive gjatë të dy ekzemplarëve. Gjatë LOV, hulumtimi ka regjistruar një numër pak sa të rritur të magazinave sportive, që mund të thuhet se është i pritshëm duke marrë parasysh ofertën intensive sportive si rezultat i lojërave olimpikë. Në TV Alfa nuk

janë regjistruar transmetime sportive as gjatë javës së marrë si ekzemplar para e as gjatë LOV.

Emisioni/ Ekzemplari	Lajme	Magazina	Transmetim	Gjithsejtë	%
Ekzemplari/ 1	34	3	0	37	49,33%
Ekzemplari/ 2	32	6	0	38	50,67%
Gjithsejtë	66	9	0	75	100%

Por nga analiza e *Tabela 13: Frekuenca e emisioneve sportive në TV Alfa sipas llojit* kohëzgjatjes së programit

sportiv në të dy ekzemplarët shihet efekti që e ka bërë programi olimpike gjatë skemës mediatike – edhe pse numri i emisioneve të emetuara është pothuajse identik me të dy ekzemplarët, prapë se prapë në ekzemplarin e dytë Televizioni dukshëm ka ndarë më shumë kohë për sportin. Në ekzemplarin e parë, siç shihet në Tabelën 14, për programin sportiv janë ndarë 2 orë 28 minuta dhe 9 sekonda (ose 36,46% e kohës së përgjithshme të programit sportiv), ndërsa në ekzemplarin e dytë

– 4 orë 18 minuta dhe 13 sekonda (që është 63,54% e kohës së përgjithshme të programit sportiv). Mesatarisht gjatë një site, në ekzemplarin e parë ishin emetuar 21 minuta dhe 10 sekonda program informativ sportiv, ndërsa në po të njëjtën periudhë kohore të javës gjatë lojrave, mesatarisht gjatë një dite ishin emetuar 35 minuta dhe 28 sekonda.

Ekzemplari / Lloji i programit	Transmetim	Program informativ	Gjithsejtë	%
Ekzemplari/ 1	0:00:00	2:28:09	2:28:09	36,46%
Ekzemplari/ 2	0:00:00	4:18:13	4:18:13	63,54%
Gjithsejtë	0:00:00	6:46:22	6:46:22	100%

Tabela 14: Kohëzgjatja e emisioneve sportive në TV Alfa sipas llojit

Mund të thuhet se programi informativ sportiv në TV Alfa është i zhanrit të llojllojshëm ku dominojnë format klasike gazetareske – lajmi dhe raportimi. Lajmi si zhanër ishte më i pranishëm – gjithsejtë 226 materiale në program ose 56,36% janë lajme, ndërsa 112 ose 27,93% e materialeve janë raportime. Në programin e TV Alfa vend të posaçëm kishin edhe rishikimet – zhanri informativ – analitik me elemente të komenteve sportive që është mjaftë karakteristike për gazetarinë sportive – 53 materiale ose 13,22% ishin materiale të atij zhanri. Numri i rishikimeve në të dy ekzemplarët ishte pothuajse identik, edhe pse duke marrë parasysh llojllojshmërinë e frekuencës së informatave sportive që dalin nga programi olimpik, mund të pritej një vend më i lartë i këtij zhanri në ekzemplarin e dytë se sa në të parin. Vërehet se gjatë Lojërave Olimpikë Verore, më shumë se trefish ishte rritur frekuenca e materialeve të zhanrit të lajmeve, që ishte një ndryshim i pritshëm. Mungesa e transmetimeve në ekzemplarin e dytë është rezultat i faktit që të drejtat për transmetimin e LOV i kishte Servisi Publik.

Lojërat Olimpikë Verore gjithashtu kanë bërë një presion të dukshëm ndaj përmbajtjeve sportive në TV Alfa si

Zhanri/ Ekzemplari	Lajme	Raportime	Intervista	Rishikime	Transmetime	Gjithsejtë	%
Ekzemplari/ 1	54	59	4	26	0	143	35,66%
Ekzemplari/ 2	172	53	6	27	0	258	64,34%
Gjithsejtë	226	112	10	53	0	401	100%

Tabela 15: Frekuenca e materialeve në TV Alfa sipas zhanreve specifike

dhe në aspekt të përzgjedhjes së sporteve të prezantuara sipas llojit të tyre. Siç mund të shihet në Foto 26, në ekzemplarin e marrë para fillimit të Lojërave Olimpikë Verore, ekipet sportive ishin më të përfaqësuara në program me 61,98%.

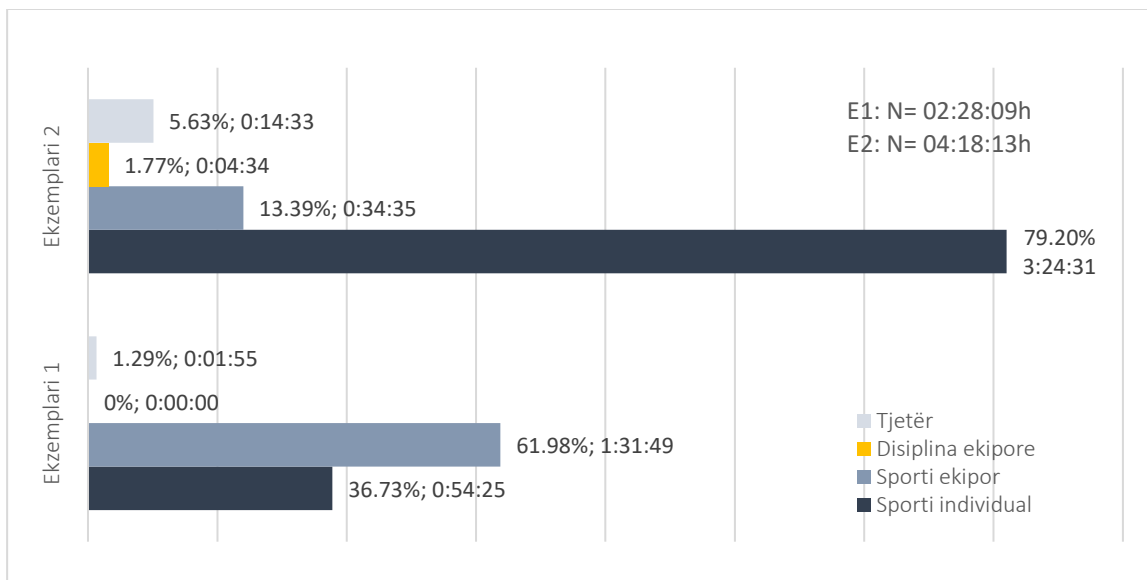


Foto 26: Pjesëmarrja e sporteve individuale dhe ekipore në programin informativ të TV Alfa në ekzemplarin përkatës

Nga ana tjetër, gjatë javës së LOV dominonin sportet individuale sipas programit olimpik. Televizioni, ju kushtoi një të tretën e kohës sporteve gjatë LOV, që zakonisht edhe ua ndan atyre jashtë garës së madhe.

Fluktimi në kuadër të kohëzgjatjes relative të të dy llojeve të sportit, në të dy ekzemplarët, mund të sqarohet me të dhënat e shënuara në Tabelën 16. Të dy sportet me pjesëmarrje më të madhe në programin e Alfa-s gjatë ekzemplarit të dytë ishin, Tekuondo, sporti i cili u bë tejet interesant për mediumet për shkak të suksesit të përfaqësuesit maqedonas, si dhe noti. Të dy sportet individuale në përgjithësi gjatë ekzemplarit të dytë fituan 2 orë 44 minuta dhe 9 sekonda që është 63,57% e programit të përgjithshëm informativ sportiv të këtij televizioni gjatë javës së LOV. Të gjitha sportet e tjera ishin shumë më pak të përfaqësuar në kuadër të përzgjedhjes redaktuese.

TV Alfa gjithashtu sipas Tabelës 16, në programin e vet sportiv ka prezantuar një spektër të llojllojshëm të sporteve që është karakteristikë që mungon te shumica e televizioneve tjera programe, të cilat ishin analizuar gjatë këtij hulumtimi. Për shembull, tekuondo dhe noti ishin të pranishme në mënyrë solide (menjëherë pas futbollit) edhe gjatë ekzemplarit të parë.

Lloji i sportit/ekzemplari	Ekzemplari 1	Ekzemplari 2	Gjithsejtë
Tekuondo	0:22:08	1:27:04	1:49:12
Not	0:23:05	1:17:05	1:40:10
Futboll	0:51:14	0:13:42	1:04:56
Basketboll	0:21:54	0:05:26	0:27:20
Hendboll	0:17:33	0:09:34	0:27:07
Atletikë	0:00:00	0:22:10	0:22:10
LOV	0:01:55	0:14:33	0:16:28
Tenis	0:04:04	0:04:59	0:09:03
Formula	0:03:43	0:02:21	0:06:04
Volejbol	0:01:08	0:03:26	0:04:34
Xhudo	0:00:00	0:02:50	0:02:50
Vaterpolo	0:00:00	0:01:49	0:01:49
Lundrim	0:00:00	0:01:36	0:01:36
Ngritja e peshave	0:00:00	0:01:34	0:01:34
Luftime	0:01:25	0:00:00	0:01:25
Shenjari	0:00:00	0:01:22	0:01:22
Gjymnastikë	0:00:00	0:01:19	0:01:19
Kërcim në ujë	0:00:00	0:01:18	0:01:18
Triatlon	0:00:00	0:01:03	0:01:03
Çiklizëm	0:00:00	0:00:49	0:00:49
Skejdtbording	0:00:00	0:00:46	0:00:46
Kanoe	0:00:00	0:00:36	0:00:36
Surfim	0:00:00	0:00:33	0:00:33
Shenjari (pushkë)	0:00:00	0:00:32	0:00:32
Basket 3x3	0:00:00	0:00:24	0:00:24
Automobilizëm	0:00:00	0:00:20	0:00:20
Sporte kalërimi	0:00:00	0:00:20	0:00:20
Garë me shpata	0:00:00	0:00:15	0:00:15
Ragbi	0:00:00	0:00:14	0:00:14
Bmx	0:00:00	0:00:13	0:00:13
Gjithsejtë	2:28:09	4:18:13	6:46:22

Tabela 16: Pjesëmarrja e llojeve të ndryshme të sportit në programin e përgjithshëm të analizuar në TV Alfa

Analiza e aspekteve gjinore në programin sportiv

Nga Foto 27 del se kur shikohet programi i përgjithshëm informativ sportiv në TV Alfa, sportet në konkurrencë të meshkujve kanë fituar më shumë kohë nga programi. Gjithsejtë 4 orë 23 minuta dhe 58 sekonda program kanë fituar edhe sportet ku kanë garuar meshkujt, që është 64,96% të kohës së përgjithshme kushtuar sportit gjatë të dy javëve të analizuara. Sportet në konkurrencë të femrave (duke i llogaritur këto edhe ato ekiporet dhe individuale) kanë fituar diçka më tepër se 2 orë ose 29,58% të programit.

Por, distribucioni i sporteve në konkurrencë të meshkujve dhe femrave sipas llojeve të ndryshme të sportit dhe në të dy periudhat e analizuara të ekzemplarëve përkatës, zbulon një

dinamikë interesante. Në ekzemplar e marrë para Lojërave Olimpikë Verore, sportet ku garonin femrat kanë fituar një kohë pothuajse të parëndësishme prej 12 minuta dhe 49 sekonda, në krahasim me sportet ku garonin meshkuj, të cilëve u ishin ndarë 2 orë 8 minuta dhe 4 sekonda, që është madje 86,44% e programit të përgjithshëm informativ jashtë LOV.

Edhe pse ekzemplari gjatë një jave të përzgjedhur rastësisht, para LOV është i kufizuar dhe nuk lejon që nga ajo të bëhen konkluzione të përgjithësuara, prapë se prapë ky konstatim mund të sugjerojë se programin e zakonshëm sportiv në TV Alfa e dominojnë meshkujt, para se gjithash në sportet ekipore. Për informatat e sporteve ekipore në konkurrencë të meshkujve janë ndarë 57,90% të kohës së përgjithshme kushtuar sportit në ekzemplar e marrë para LOV, ndërsa meshkujve në sporte individuale – 28,54%.

Në TV Alfa në ekzemplar e marrë para LOV dhe sportet individuale dhe ekipore në konkurrencë të femrave kanë fituar njësojë vëmendje të vogël – koha e kushtuar për informatat për femrat në sportet individuale ishte 6 minuta dhe 47 sekonda, që paraqet 4,58% të kohës së përgjithshme që i kushtohet sportit në ekzemplar e marrë. Sporteve ekipore në konkurrencë të femrave u është kushtuar rreth 6 minuta, që është 4,07% e kohës së përgjithshme kushtuar sportit gjatë javës së analizuar të ekzemplarit para LOV.

Gjatë LOV, jo vetëm që është rritur pjesëmarrja e sporteve individuale në programin olimpiq, por edhe dukshëm është rritur edhe pjesëmarrja e sporteve individuale në konkurrencë të femrave. Siç shihet në Foto 27, meshkujt dhe femrat në sporte individuale ishte pothuajse përfaqësim të njëjtë – konkurrenca e meshkujve në sportet individuale ishte e pranishme me 38,13% (1 orë 38 minuta dhe 27 sekonda) në programin e përgjithshëm sportiv në ekzemplar e marrë gjatë LOV, ndërsa ajo e meshkujve kishte 41,08% të kohës (1 orë 46 minuta dhe 4 sekonda). Te sportet ekipore, meshkujt përsëri mbeten dukshëm më interesant për mediumet se sa femrat. Por, nga distribucioni i prezantuar në Foto 27, mund të konkludohet se Redaksia sportive e TV Alfa, mundësoi që oferta e programit olimpiq dukshëm të ndikojë në baraspeshën gjinore në aspekt të përfaqësimit të sporteve në konkurrencë të meshkujve dhe femrave gjatë programit sportiv.

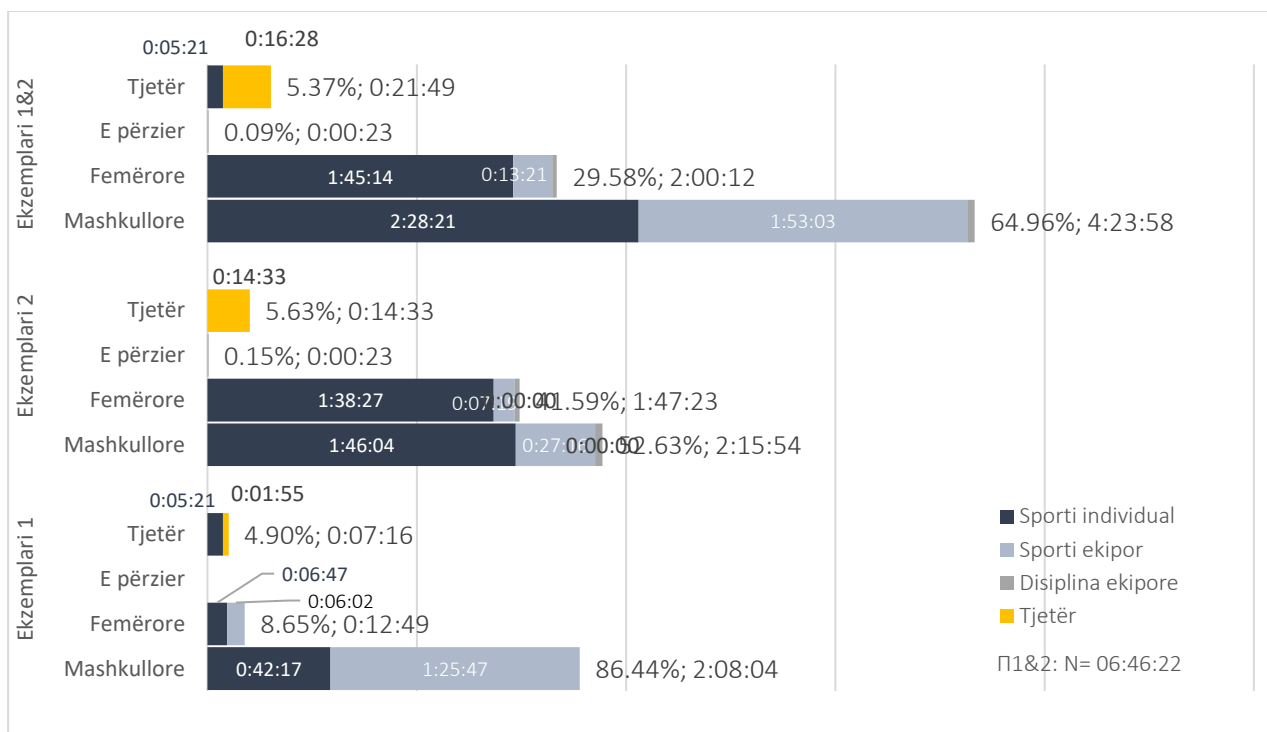


Foto 27: Pjesëmarrja e sporteve në konkurrencë të meshkujve dhe femrave në programin informativ sportive në TV Alfa të ndara sipas llojit të sportit

Prezantimi i sporteve të ndryshme dhe korrelacioni i tyre me sportistët meshkuj dhe femra dhe se programi sportiv siç edhe pritej shumë më shpesh i ka prezantuar sportistët meshkuj se sa ato femra, por ajo nuk nënkupton se edhe numri i përgjithshëm i pjesëmarrësve meshkuj ishte më i madh se sa i femrave. Për këtë arsye, në Foton 28 është prezantuar frekuenca e paraqitjes së pjesëmarrësve meshkuj dhe femra në materialet e TV Alfa, sipas roleve të tyre në program. Në përgjithësi, në përmbajtjen e tërësishme të analizuar të programit informativ sportiv (në 401 materiale të përcaktuara), ishin regjistruar 1074 pjesëmarrës në program⁶¹, prej të cilëve 791 ose 73,65% ishin meshkuj dhe 283 ose 26,35% ishin femra. Në ekzemplarin e parë, dallimi ndërmjet pjesëmarrësve meshkuj dhe atyre femra në programin ishte më i theksuar se sa në ekzemplarin e dytë. Frekuenca e paraqitjes, siç edhe shihet në Foto 28, nuk është njësoj i distribuuar sipas roleve – kështu, edhe pse kishte dallim të ngjashëm në raportin ndërmjet gazetarëve dhe gazetareve, si dhe ndërmjet sportistëve dhe sportisteve, dallimi në raportin ndërmjet punëtorëve meshkuj dhe femra tregoi një dominim absolut të meshkujve.

Analiza e frekuencës me të cilën paraqiteshin sportistë të gjinive të ndryshme në program (Foto 28), tregon se prania e meshkujve dhe femrave nuk korrespondon në tërësi me distribucionin e kohëzgjatjes së sporteve në konkurrencë të meshkujve dhe femrave. Nga gjithsejtë 598 sportistë

⁶¹ Më saktë bëhet fjalë për instance të paraqitjes së pjesëmarrësve në programin e njësisë bazë për analizë – njësia e materialit – nuk bëhet fjalë për pjesëmarrës unik, respektivisht i njëjti pjesëmarrës në program është llogaritur disa herë nëse paraqitet në më shumë materiale të edicionit të programit informativ.

të prezantuar (ose ekipe sportive)⁶² në të dy ekzemplarët, 414 ose 69,23% ishin meshkuj dhe 184 ose 30,77% ishin femra. Kjo është indikator se edhe në programin e përgjithshëm të TV Alfa, sipas frekuencës së paraqitjes, dominojnë sportistët meshkuj.

Gjithsesi, distribucioni i sportisteve dhe sportistëve në të dy ekzemplarët nuk ishte i barabartë. Kështu, në Foto 28 shihet se ekzemplari i marrë para LOV gjatë materialeve, kishte një dominim absolut të meshkujve në mesin e sportistëve – nga gjithsejtë 173 sportistë(e) që ishin prezantuar në programin e Televizionit, 156 ose 90,17% ishin meshkuj, kurse 17 ose 9,83% ishin femra. Në ekzemplarin e dytë nga ana tjetër, nga gjithsejtë 425 sportistë(e) të prezantuar në program – 258 ose 60,71% ishin meshkuj dhe 167 ose 39,29% ishin femra. Lojërat Olimpike Verore, respektivisht natyra e sporteve që janë më të shpeshta në programin olimpike, e zbutën por nuk e mënjanuan në tërësi dallimin e këtij raporti.

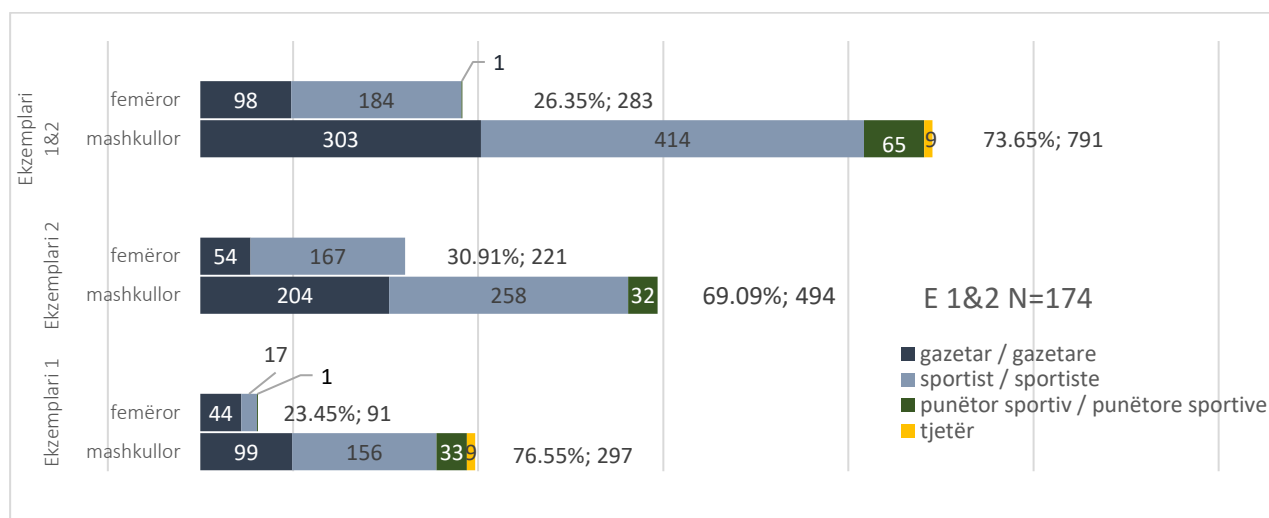


Foto 28: Frekuenca e paraqitjes së pjesëmarrësve meshkuj dhe femra në programin sportiv të TV Alfa për çdo njësi të materialit dhe e ndarë sipas llojit të rolit

Frekuenca e paraqitjes, nuk nënkupton se sportistëve meshkuj u është dhënë me automatizëm një rol proaktiv ose dominues në këto materiale. Për këtë arsye, ky hulumtim ka mbledhur të dhëna për atë se sa prej kohës së përgjithshme në të cilën sportistët e gjinive të ndryshme në program, u ishte ndarë meshkujve e sa femrave – në kuptim të prezantimit të tyre vizual dhe verbal (më thjeshtë – se sa prej kohës së përgjithshme, sportistët e gjinive të ndryshme kanë pasur paraqitje në materialet e emetuara, ndërsa në sa materiale u është mundësuar që edhe të flasin).

Në Foto 29 shihet se në nivel të të dy ekzemplarëve të materialeve së bashku, sportistet në mënyrë vizuale janë paraqitur në 16,41% të kohës, ndërsa sportistët 83,59%. Meshkujt gjithashtu kanë dominuar edhe sipas kohëzgjatjes së prezantimit vizual – koha kur sportistë(e)t kanë folur

⁶² Në këtë numër nuk bëjnë pjesë individët që janë pjesë e sporteve ekipore – p.sh atje ku janë të pasqyruara ekipet futbollistike, është koduar vetëm njëherë si ekip i meshkujve.

është si vijon: 75,41% e kohës së përgjithshme në të cilën sportistë(e)t kanë folur para mediumit për t’u prezantuar ose për ndonjë aspekt të punës së tyre ishte e meshkujve, kurse vetëm 24,66% e femrave.

Përsëri, të dhënat edhe në këtë parametër nuk janë njësoj të distribuuar në të dy ekzemplarët. Në ekzemplarin e parë, sportistët janë paraqitur në 95,18% të kohës kur kishte prezantim vizual të sportistë(e)ve, ndërsa kanë folur në 79,09% të fjalimeve të përgjithshme. Në ekzemplarin e dytë, dallimi ishte edhe më i madh, por ai ishte ulur për shkak të llojit të ofertës sportive – në këtë ekzemplar në 75,31% të kohës në të cilën kishte

prezantim vizual të sportistë(e)ve, aty ishin meshkuj dhe në 73,75% të kohës kur flisnin sportistë(e)t – gjithashtu ishin meshkuj që flisnin para kamerave.

Për ekzemplarin e parë, përgjigja e pyetjes për dominimin e meshkujve ishte e qartë – janë distribuuar në mënyrë të barabartë të gjitha parametrat e dominimit mashkullor – dominonin sportet ekipore në konkurrencë të meshkujve, në masë të njëjtë, sportistët kishin dominim absolut edhe sipas frekuencës së paraqitjes dhe sipas kohës gjatë së cilës kishin paraqitje vizuale para kamerave dhe sipas kohës që u ishte dhënë për të folur para mikrofonave. Por, për shkak të efektit “zbutës” që e bëri oferta olimpike ndaj prezantimit të sportistëve të gjinive të ndryshme, të dhënat nga ekzemplari i dytë janë më të komplikuar dhe në këtë drejtim edhe më interesante për analizë dhe ka nevojë që edhe të prezantohen në aspekt vizual.

Në fakt, përderisa në ekzemplarin e dytë (gjatë Lojërave Olimpike Verore), siç edhe e pamë edhe pse e pranishme – prapë se prapë ishte zbutur dukshëm dallimi në kohëzgjatjen e prezantimit të sporteve në konkurrencë të meshkujve (52,63%) kundrejt sporteve të femrave (41,59%)⁶³, e njëjta lëvizje e raportit ishte evidente edhe te parametrat e tjerë në lidhje me sportistët dhe

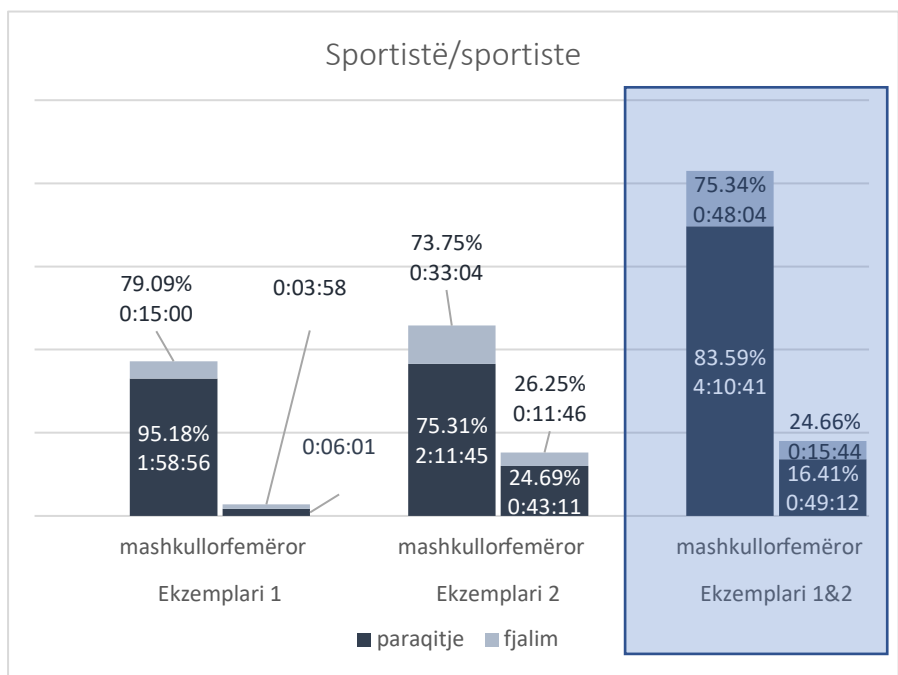


Foto 29: Kohëzgjatja e prezantimit vizual dhe verbal të sportistëve dhe sportisteve në programin informativ të TV Alfa

⁶³ Agregimi i vlerave këtu nuk është 100 për shkak të asaj se në kornizën e kodeve janë të koduara edhe materiale të tjera sportive në të cilat nuk ka prani të sporteve në disiplina të meshkujve dhe femrave, andaj janë të shënuara me “të tjerë”. Kështu, p.sh janë materialet ku flitet për Covid-19 dhe LOV ose në të cilat flitet në përgjithësi për organizimin e LOV etj. Gjithashtu, një pjesë relative prej 0,15% e sporteve janë të kategorizuara në konkurrencë të pëzier ashtu që nuk mund të ndikojnë dukshëm në konkluzionin e këtij konstatimi.

sportistët – (1) frekuenca e paraqitjes, (2) prezantimi verbal dhe (3) prezantimi vizual. Siç mund të shihet në Foto 30, gjatë LOV edhe përkundër pranisë së shtuar të sporteve në konkurrencë të femrave në raport me atë të meshkujve, sportistët – meshkuj ishin ata që kishin rritje të frekuencës së pranisë në materialet sportive dhe ishin ata që kanë gjasa dukshëm më të mëdha për t’u paraqitur në aspekt vizual dhe me fjalime, në materialet e emetuara.

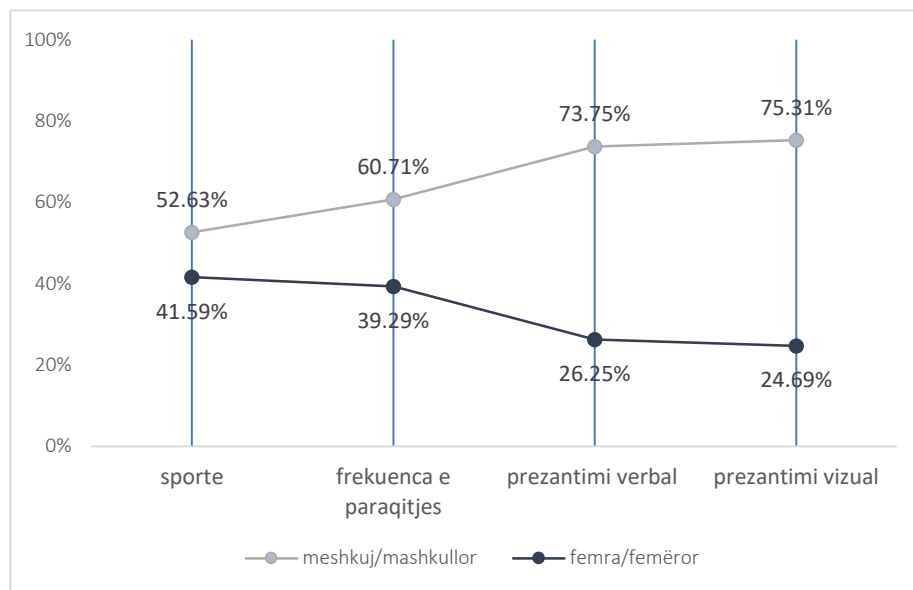


Foto 30: Raporti ndërmjet sportistëve dhe sportistëve i prezantuar sipas katër parametrave matës në ekzemplarin e dytë të marrë gjatë LOV, në TV Alfa

Nga Foto 28 u pa se TV Alfa, në nivel të të dy ekzemplarëve së bashku, gazetarët kishin 98 paraqitje në materiale të ndryshme të programit informativ sportiv⁶⁴, që paraqet 24,44% të numrit të përgjithshëm të paraqitjeve të gazetarë(e)ve gjatë materialeve të ndryshme të programit sportiv. Gazetarët, përkundër kësaj, kishin 303 paraqitje, që është 75,56%. Pas këtyre paraqitjeve qëndrojnë disa identitete unike të gazetarëve dhe gazetarëve të TV Alfa, siç mund edhe të shihet në Tabelën 17. Frekuenca më e lartë edhe siç pritej ishte nga tre gazetarë që në TV Alfa janë pjesë e Redaksisë së sportit, që ka gazetarë të gjinive të ndryshme, që është rast i shpeshtë në shtëpitë televizive të RMV-së.

Emri	Ekzemplari 1	Ekzemplari 2	Gjithsejtë
Pero Momirovski	50	130	180
Sllagjan Ivković	48	73	121
Natasha Stançiq	42	48	90
Ivana Krstevska Janevska	2	4	6
Cece Nikollova	1	1	2
Bojana Krstevska	0	1	1
Kole Çashule	0	1	1
Gjithsejtë	143	258	401

Tabela 17: Frekuenca e paraqitjeve të gazetarëve në veçanti në TV Alfa

⁶⁴ Bëhet fjalë më saktë për instance të paraqitjes së pjesëmarrësve në program në njësinë bazë të analizës, njësia e materialit – nuk bëhet fjalë për pjesëmarrës unik respektivisht kur një pjesëmarrës paraqitet disa herë – çdo paraqitje kodohet në veçanti.

Frekuencë pak më të ulët të paraqitjeve kishte gazetarja kundrejt dy gazetarëve tjerë sportiv, e që ka të bëjë me efektin e rastësishëm të ekzemplarit. Por, në ekzemplarin e parë, distribucioni ishte i pritshëm në pajtim me raportit të meshkujve dhe femrave gazetare.

Këto karakteristika me gjasë janë ndjekur nga numrat e parametrave të tjerë matës të përfaqësimit gjinor në program. Siç mund të shihet në Foto 31, raporti ndërmjet gazetarëve dhe gazetareve gjatë emetimit të lajmeve sportive me prezantim verbal dhe vizual, shikuar në përgjithësi, është e përshtatur me praninë e tyre në Redaksi. Raporti është stabil në të dy ekzemplarët veçmas, si dhe së bashku.

Për fjalimet e gazetarëve, në të dy ekzemplarët së bashku, ishin ndarë 31,32% e programit, kurse për gazetarët 68,68%. Gjatë prezantimit vizual, gazetarët ishin paraqitur në 65,23% të kohës, ndërsa gazetarët në 34,77% të programit. Të dhënat për gazetarë(e)t tregojnë se femrat ishin vazhdimisht të pranishme në raport 1/3 me meshkujt siç është edhe raporti i të punësuarve në Redaksinë sportive.

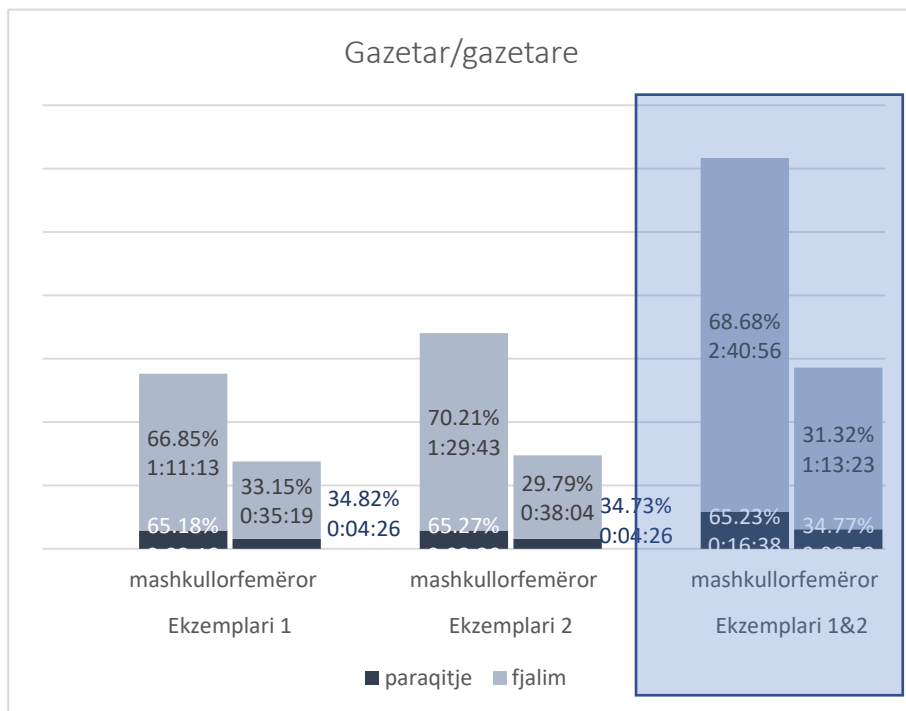


Foto 31: Kohëzgjatja e prezantimit vizual dhe verbal të gazetarëve dhe gazetareve gjatë programit informativ në TV Alfa

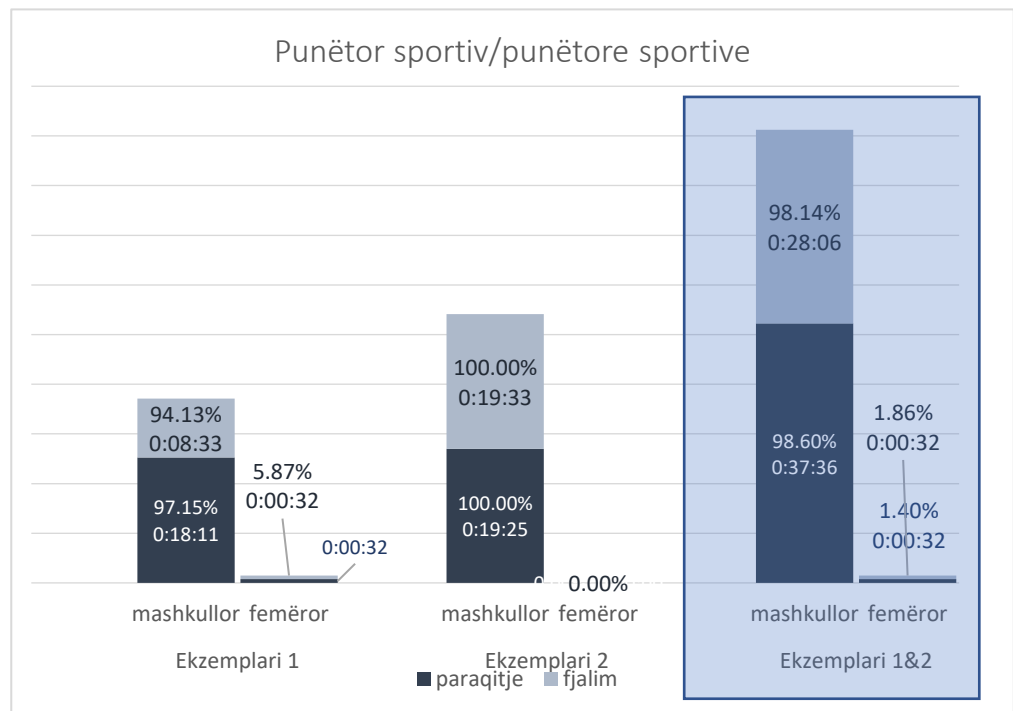
Në aspekt të prezencës së punëtorëve të sportiv të gjinive të ndryshme, duket një dominim absolut i meshkujve. Siç shihet në Foto 28, nga 34 punëtorë/et sportiv që paraqiten në programin e ekzemplarit të parë – 33 ishin meshkuj dhe vetëm një grua. Të gjithë 32 që paraqiteshin në ekzemplarin e dytë ishin gjithashtu meshkuj.

Ky konstatim është edhe më interesant për analizë gjatë ekzemplarit të dytë, në të cilin sportet në konkurrencë të meshkujve zënë një vend më të konsiderueshëm krahasuar me ekzemplarin e dytë. Kështu, mund të thuhet se gjatë Lojërave Olimpikë Verore 2020, dominonin ekspertë meshkuj që flisnin për sportet në konkurrencë të meshkujve dhe femrave dhe në emër të sportistëve dhe sportistëve.

Edhe krahas këtij dominimi absolut të ekspertëve dhe punëtorëve sportiv, prapë se prapë nevojitet një analizë e prezantimit vizual dhe verbal në mënyrë që të shihet – si në Foto 32 – se sa

kohë u është kushtuar meshkujve për të fituar pasqyrën e plotë për përfaqësimin dhe reprezentacionin gjinor (Foto 32).

Në TV Alfa, në 65 paraqitjet e ekspertëve dhe punëtorëve sportivë gjatë kohës së përgjithshme në të dy ekzemplarët, ata me fotografi janë paraqitur në një kohëzgjatje prej 37 minutave dhe 36 sekondave. Përkundër kësaj, fjalimi i njëres prej femrave në kategorinë e ekspertë(e)ve sportive ose punëtorë/eve sportiv kishte zgjatur vetëm 32 sekonda. Për fjalim, siç mund të shihet në Foto 32, për punëtorët sportiv ishin ndarë 28 minuta dhe 6 sekonda. Në të dy ekzemplarët së bashku, meshkujt përbëjnë 98% të paraqitjes vizuale dhe asaj verbale të të dy gjinive si ekspertë(e) sportivë: 69,57% nga fjalimet e përgjithshme të punëtorëve sportiv janë gjatë ekzemplarit të dytë dhe 51,64% e prezantimit vizual po ashtu.



Mbulimi
mediatik i sportistëve
dhe sportistëve në
kornizën e kodit ishte

vlerësuar në kuptim të asaj se cili aspekt i paraqitjes së tyre në sportin adekuat, ishte i potencuar nga ana e gazetarit. Në të dy ekzemplarët nuk ishte identifikuar asnjë instancë e cila, gjatë programit informativ sportiv në TV Alfa, të sportistë(e)t e ka potencuar seksin e tyre, ndërsa në shumë publikime është theksuar arritja e tyre sportive.

Si shtesë, kur paraqiteshin sportistët, me përjashtim të tri rasteve nga ekzemplari i dytë, roli i tyre ishte i prezantuar duke shfrytëzuar emra të gjinisë femërore gramatikore.

Në pajtim me stilin e Redaksisë sportive të këtij mediumi, që është më tepër informativ se sa analitik, gjatë programit nuk janë hapur tema interseksionale që mund të dalin jashtë kornizave të transmetimit të rezultateve dhe atmosferës së garave sportive. Çështjet e gjinisë ose racës, në këtë aspekt nuk janë hapur gjatë programit informativ sportiv.

Edhe këtu, në ekzemplarin e parë nuk ishte konstatuar ndonjë korrelacion pozitiv ndërmjet konkurrencës së sportit dhe përdorimit të emrave neutral ose gjinor për sportin në fjalë – emrat e sporteve si ato në konkurrencë të femrave po ashtu të meshkujve, ishin shfrytëzuar para se gjithash, në formën e tyre gjenerike dhe këtu nuk mund të jepet ndonjë konkluzion i vlefshëm me implikime gjinore. Por, kjo nuk është rast edhe me ekzemplarin e dytë, që në sportet në konkurrencë të

meshkujve ishin përdorur në formën e tyre gjenerike, ndërsa konkurrenca e femrave ishte përdorur në formën e vet gjinore – hendbolli i femrave ose volejboli i femrave, kundrejt vetëm hendboll dhe volejboll, siç më së shpeshti është në konkurrencë të meshkujve.

Mirëpo në të gjitha publikimet në lidhje me sportistë(e)t meshkuj në LOV, pa përjashtim janë shfrytëzuar shtesat “i yni/tanët”. Por, nuk mund të thuhet se është një diskurs i dëshmuar në të cilin çështja e gjinisë është e lidhur me çështjen e kombit në njëfarë mënyre triumfale – raportimi është gjithashtu në kuadër të asaj që është e zakonshme, për bartjen e informatave për ngjarje sportive në të cilën marrin pjesë sportistë(e) maqedonas.

III.5. TV Alsat - M

Hyrje

Në të dy periudhat e përzgjedhura të ekzemplarëve – para Lojërave Olimpikë Verore (nga 4 deri më 10 prill) dhe gjatë lojërave (nga 26 korriku deri më 1 gusht), në Alsat – M janë emetuar gjithsejtë 36 edicione të emisioneve sportive prej të cilave 35 ose 97,22% ishin edicione të lajmeve sportive, ndërsa është regjistruar vetëm një edicion i magazinës sportive. Në prerjen e dytë kohore që e mbulon kohëzgjatjen e Lojërave Olimpikë Verore 2020, në ofertë kishte më tepër ngjarje sportive po nuk kishte transmetime sportive. Televizioni në këtë periudhë ka emetuar pak më shumë edicione të programeve informative, se sa në ekzemplarin para fillimit të LOV (shih Tabelën 18 dhe Tabelën 19). Nga gjithsejtë 36 edicione të programeve informative (lajme sportive dhe magazina), 55,56% ishin të emetuara në ekzemplarin gjatë LOV.

Emisioni/ Ekzemplari	Lajme	Magazina	Trasmetim	Gjithsejtë	%
Ekzemplari 1	15	1	0	16	44,44%
Ekzemplari 2	20	0	0	20	55,56%
Gjithsejtë	35	1	0	36	100,00%

Tabela 18: Frekuenca e emisioneve sportive në TV Alsat-M sipas llojit

Por analiza e kohëzgjatjes së këtij programi jep një pasqyrë më ndryshe të distribucionit të përmbajtjeve sportive. Edhe pse në ekzemplarin gjatë LOV, TV Alsat-M publikoi 5 edicione të lajmeve më tepër se sa ato në ekzemplarin e parë – ato mesatarisht kanë zgjatur më shkurtë. Kështu, vetëm 43,44% e kohës së kushtuar për programin sportiv ishte gjatë ekzemplarit të dytë. Sidoqoftë nuk mund të thuhet se ekziston ndonjë dallim i konsiderueshëm kur Redaksia sportive e Alsat-M i mbulon ngjarjet gjatë evenimenteve të mëdha sportive nga njëra anë dhe kohën kur nuk ka evenimente të atilla nga ana tjetër.

Lloji i programit/ Ekzemplari	Tranmetim	Program informativ	Gjithsejtë	%
Ekzemplari 1	0:00:00	1:43:36	1:43:36	56,56%
Ekzemplari 2	0:00:00	1:19:34	1:19:34	43,44%
Gjithsejtë	0:00:00	3:03:10	3:03:10	100%

Tabela 19: Kohëzgjatja e emisioneve sportive në TV Alsat-M sipas llojit

Në emisionet sportive të Alsat-M kanë dominuar zhanret klasike të gazetarisë siç janë lajmi dhe raportime (Tabela 20). Gjithsejtë 118 materiale ishin të zhanrit të lajmeve, që është 75,6% të frekuencës së përgjithshme të materialeve. Njëzetetë materiale ishin të zhanrit të raportimeve, që paraqet 17,83% të frekuencës së përgjithshme të materialeve. Hulumtimi ka regjistruar një frekuencë më të vogël të zhanreve më analitike – p.sh. 6 materiale ishin rishikime dhe të gjitha nga ekzemplari gjatë LOV. Po ashtu edhe në ekzemplarin e parë ishin regjistruar një intervistë dhe 4 intervista ose debate grupore. Është e dukshme edhe frekuenca tejet më e lartë e përmbajtjeve të zhanrit të lajmeve gjatë ekzemplarit të parë se sa atij të dytë: 74 materiale, ose 62,71% nga frekuenca e përgjithshme e materialeve të zhanrit të lajmeve ishin të publikuar në ekzemplarin e

parë, ndërsa 45 që është 37,29% ishin gjatë ekzemplarit të dytë – befasuese duke marrë parasysh ofertën dukshëm më të madhe të ngjarjeve sportive gjatë LOV. Numri i raporteve në këtë drejtim ishte rritur ndjeshëm, por janë paraqitur edhe rishikimet – zhanre në të cilët gazetarët sportiv gjatë ngjarjeve të rëndësishme bëjnë shqyrtime analitike të ditës.

Zhanri/ Ekzemplari	Lajme	Raportim	Intervistë	Rishikim	Debat	Gjithsejtë	%
Ekzemplari 1	74	12	1	0	4	91	57,96%
Ekzemplari 2	44	16	0	6	0	66	42,04%
Gjithsejtë	118	28	1	6	4	157	100%

Tabela 15: Frekuenca e materialeve në TV Alsat-M sipas llojit të zhanreve specifike

Siç mund të vërehet edhe në Foto 33, sportet ekipore

të këtij televizioni kanë marrë vëmendje më të madhe se sa raportimet e zakonshme për ngjarjet sportive. Në ekzemplarin e marrë parasysh para fillimit të LOV, gjithsejtë 1 orë 29 minuta dhe 25 sekonda, që është 86,13% e programit të përgjithshëm sportiv të javës, e cila i është kushtuar sporteve ekipore. Sipas sugjerimit të këtij konstatimi, televizioni në ofertën e vetë të përgjithshme faktike të ngjarjeve sportive në një kohë kur nuk ka gara të mëdha, ka më shumë gjasa që të anojë ndaj sporteve ekipore. Në anën tjetër, Lojërat Olimpike Verore 2020 ishin ngjarje ku kishte ofertë më të madh të sporteve individuale se sa atyre ekipore. Por dallimi ndërmjet sporteve ekipore dhe individuale në ekzemplarin e dytë nuk e ka të njëjtin raport si me ekzemplarin e parë. Nëse në ekzemplarin e parë për sportet ekipore janë ndarë 86,31% të kohës, në ekzemplarin e dytë për ato individuale ishin ndarë 66,17%. Sidoqoftë, të dhënat tregojnë se fokusi i llojit të sportit në Televizion ishte i determinuar nga ofertat e LOV.

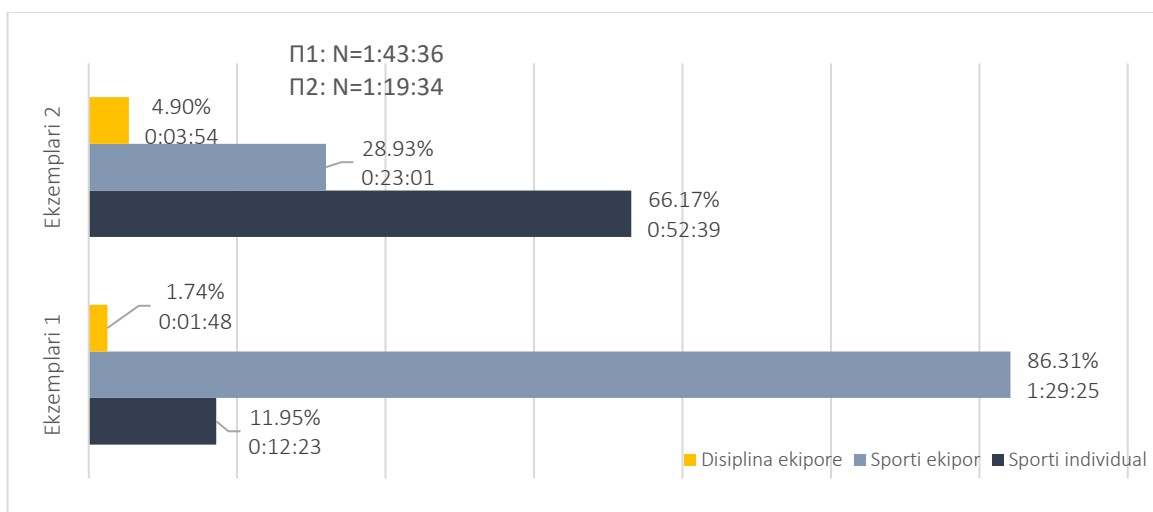


Foto 33: Pjesëmarrja e sporteve individuale dhe ekipore në programin informativ të TV Alsat-M në ekzemplarin përkatës

Për futbollin ishte kushtuar vëmendja më e madhe gjatë të dy ekzemplarëve, edhe pse në ekzemplarin e dytë ka marrë pothuajse një kohë të njëjtë me notin. Ky sport kishte dominim absolut gjatë ekzemplarit të parë, por jo edhe gjatë Lojërave Olimpikë Verore, kur futboli zakonisht garon për mbulim mediatik me sportet e tjera, si atletika dhe noti që tradicionalisht kanë vend të rëndësishëm në programin e LOV. Në ekzemplarin e parë, vetëm për futbollin ishin kushtuar 1 orë 13 minuta dhe 40 sekonda që është madje 71,11% e programit të përgjithshëm sportiv në ekzemplarit të marrë para LOV. Gjatë LOV, futboli mori 17 minuta dhe 42 sekonda që është 22,25% e kohës së përgjithshme të programit informativ sportiv të ekzemplarit të dytë. Në nivel të tërë programit të analizuar gjatë të dy ekzemplarëve, futboli kishte 1 orë 31 minuta dhe 22 sekonda, që është 49,88% e programit.

Lloji i sportit/ekzemplari	Ekzemplari 1	Ekzemplari 2	Gjithsejtë
Futboll	1:13:40	0:17:42	1:31:22
Not	0:00:00	0:17:29	0:17:29
Basketboll	0:10:34	0:02:51	0:13:25
Tekuondo	0:02:04	0:08:20	0:10:24
Atletikë	0:03:07	0:06:33	0:09:40
Tenis	0:04:18	0:04:48	0:09:06
Motorista	0:00:00	0:06:00	0:06:00
Hendboll	0:04:00	0:01:34	0:05:34
Xhudo	0:00:00	0:04:50	0:04:50
Formula	0:03:14	0:00:00	0:03:14
Peshëngritje	0:00:00	0:03:00	0:03:00
Boks	0:01:28	0:01:02	0:02:30
Luftime	0:00:00	0:02:21	0:02:21
Triatlon	0:00:00	0:01:24	0:01:24
Futboll amerikan	0:01:11	0:00:00	0:01:11
Karate	0:00:00	0:00:58	0:00:58
Skejtboard	0:00:00	0:00:42	0:00:42
Gjithsejtë	1:43:36	1:19:34	3:03:10

Tabela 21: Pjesëmarrja e llojeve të ndryshme të sportit në programin e përgjithshëm të analizuar të sportit në TV Alsat-M

Edhe në programin e Alsat-M i kushtohet vend i rëndësishëm sportit të tekuondos për shkak të suksesit të garuesit maqedonas, dhe pak kohë i kushtohet edhe xhudos, në të cilën garuesja kosovare e fitoi medaljen e artë. Sidoqoftë, për sportet individuale, interesim më të madh në këtë Televizion kushte për notin.

Analiza e çështjeve gjinore në programin sportiv

Analiza e aspekteve gjinore në programin e përgjithshëm informativ sportiv në TV Alsat-M, potencon se ajo dominohet nga sportet ekipore në konkurrencë të meshkujve (para se gjithash nga futboli). Siç shihet në Foto 34, në të dy ekzemplarët së bashku, për sportet në konkurrencë të meshkujve ishin kushtuar 2 orë 33 minuta dhe 5 sekonda, që është 83,58% e kohëzgjatjes së përgjithshme të programit informativ sportiv. Për sportet në konkurrencë të meshkujve ishin kushtuar gjithsejtë 24 minuta dhe 23 sekonda ose 13,31% e programit të përgjithshëm informativ, respektivisht ka një dominim të dukshëm të garave ku marrin pjesë meshkujt.

Nga koha e përgjithshme kushtuar konkurrencës së meshkujve – për sportet ekipore ishte kushtuar gjithsejtë 1 orë 48 minuta dhe 41 sekonda, ose 71% e kohës së përgjithshme të ndarë për sportet ku garonin meshkujt (ajo është 59,34% e kohës së përgjithshme të programit informativ

sportiv gjatë të dy ekzemplarëve së bashku). Për sportet individuale në konkurrencë të meshkujve ishin ndarë 44 minuta dhe 24 sekonda në total, që është 29% e programit të përgjithshëm që i kushtohet sporteve në konkurrencë të meshkujve (respektivisht 24,24% e kohës së përgjithshme të programit informativ sportiv gjatë të dy ekzemplarëve së bashku).

Nga koha e përgjithshme e ndarë për sportet në konkurrencë të femrave, mbulimi i sporteve individuale ishte më dominues. Atyre u kushtuan 20 minuta dhe 38 sekonda, që paraqet 84,62% e kohës së përgjithshme kushtuar sporteve ku garojnë femrat (sidoqoftë ajo është vetëm 11,26% të kohëzgjatjes së përgjithshme të programit informativ sportiv).

Siç edhe pritej, këto të dhëna nuk janë të ndara njësoj gjatë të dy ekzemplarëve – Lojërat Olimpike Verore, prapë se prapë bënë një presion të dukshëm ndaj programit sportiv në TV Alsat-M. Për shkak të tyre, krahasuar me ekzemplarët e programit para dhe gjatë Lojërave Olimpike Verore 2020, ishte rritur prezenca e sporteve në konkurrencë individuale. Ata, para Olimpiadës për konkurrencën e femrave kishin fituar vetëm 44 sekonda të kohës së televizionit, ndërsa gjatë ekzemplarit gjatë LOV kishin fituar 19 minuta dhe 54 sekonda. Domethënë, 96,54% e kohës së përgjithshme kushtuar sporteve individuale në konkurrencë të femrave – ishin gjatë ekzemplarit të dytë. Sportet ekipore në konkurrencë të femrave kishin marrë vëmendje të vogël edhe gjatë edhe para Lojërave Olimpike, edhe pse për një minutë ishte rritur kohëzgjatja e informatave në lidhje me sportet ekipore femërore.

Sportet ekipore në konkurrencë të meshkujve, në programin e rregullt (ekzemplari para LOV) kanë dominuar në vëmendjen e kushtuar të televizionit. Atyre u ishin ndarë 1 orë dhe 28 minuta, që është 83,31% e kohës së ndarë për sportet në konkurrencë të meshkujve në përgjithësi gjatë ekzemplarit të parë. Nga koha e përgjithshme e kushtuar për sportet ekipore gjatë ekzemplarit të parë (1 orë 29 minuta dhe 25 sekonda), për sportet ekipore në konkurrencë të meshkujve ishin kushtuar 98,42%. Atyre u janë dhënë edhe 84,49% e kohës së përgjithshme për informata sportive në të dy konkurrencat së bashku gjatë ekzemplarit të parë. Përfundimisht, 80,97% e kohës së përgjithshme të përmbajtjeve të emetuara në lidhje me sportet ekipore në konkurrencë të meshkujve, janë transmetuar në të dy ekzemplarët, ishin në ekzemplarin para LOV. Ka një rënie të dukshme të fokusit ndaj sporteve ekipore në konkurrencë të meshkujve në ekzemplarin e parë para LOV.

Edhe përkundër faktit që gjatë Lojërave Olimpike Verore, prania e sporteve individuale në konkurrencë të femrave ishte rritur dukshëm në krahasim me ekzemplarin e marrë para LOV, prapë se prapë atyre u janë ndarë kohë shumë më e shkurtër krahasuar me atë që ishte ndarë për sportet individuale në konkurrencë të meshkujve gjatë ekzemplarit të dytë. Nga koha e kushtuar për sportet individuale gjatë ekzemplarit të dytë, 62,20% ishte për konkurrencën e meshkujve, ndërsa 37,80% për atë të femrave.

Mund të vërehet se analiza e programit të rregullt informativ sportiv në Alsat-M tregon faktin se sportet në konkurrencë të meshkujve në përgjithësi, e veçanërisht sportet ekipore (sidomos futbollit) dominojnë në program. Pastaj, mund të vërehet se natyra e Lojërave Olimpike Verore, në të cilat ka një spektër të sporteve individuale, e ka ndryshuar fokusin e Televizionit ndaj sporteve individuale sipas ofertës dhe e ka ulur dallimin e përgjithshëm të kohës së kushtuar për meshkujt dhe femrat. Sidoqoftë, dallimi ndërmjet meshkujve dhe femrave mbeti i evident edhe

gjatë Lojërave Olimpike, kur në program kishte dukshëm më tepër mundësi për transmetimin e sporteve individuale dhe ekipore në konkurrencë të femrave.

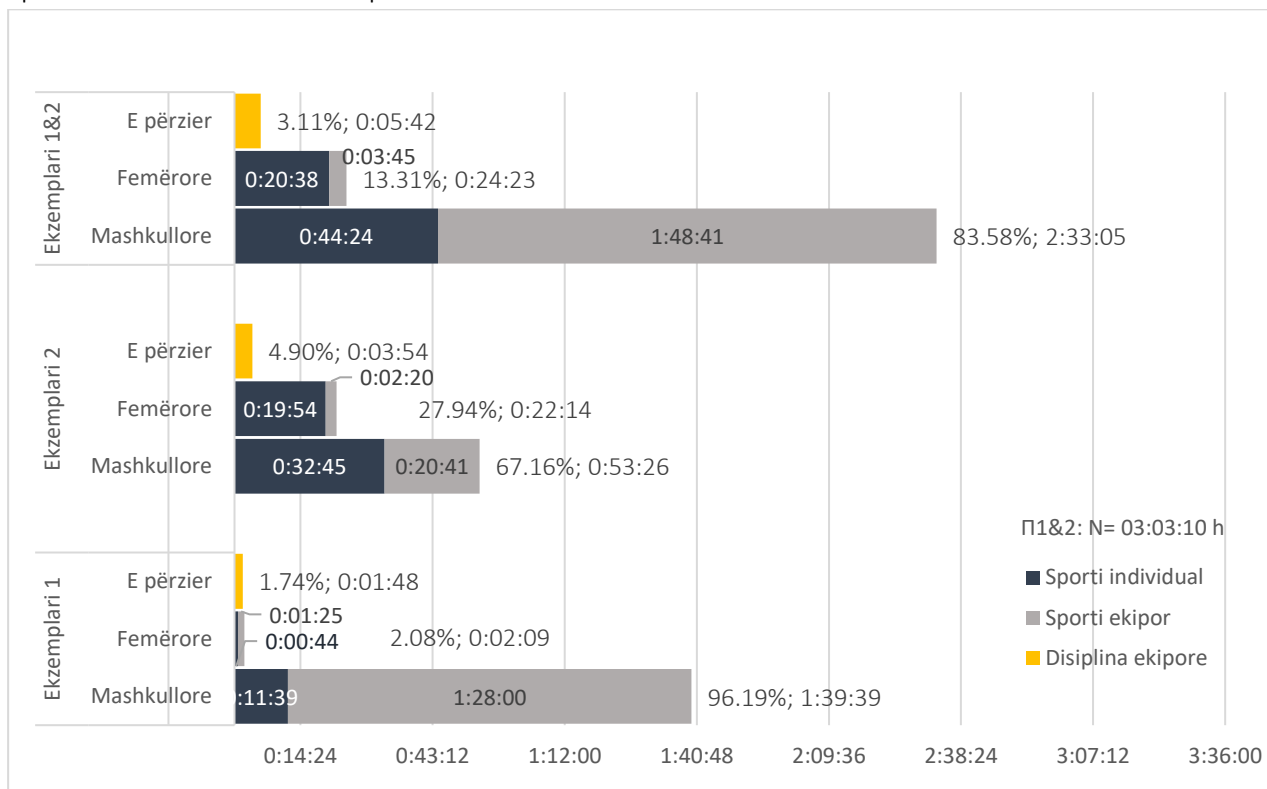


Foto 34: Pjesëmarrja e sporteve në konkurrencë të meshkujve dhe femrave në programin informativ të TV Alsat-M, sipas llojit të sportit

Prezantimi i sporteve të ndryshme dhe korrelacioni i tyre me konkurrencën e meshkujve dhe femrave nënkupton se edhe pritej që programi sportiv të prezantojë më shpesh dhe më tepër sportistë se sa sportiste. Në Foto 35 është prezantuar frekuenca e paraqitjes së pjesëmarrësve meshkuj dhe femra në TV Alsat-M, sipas roleve të tyre në program – duke mos i llogaritur këtu edhe redaktorët/et të cilëve gjatë këtij hulumtimi nuk mundej vazhdimisht t’u përcaktohet identiteti, duke mjaftuar kështu vetëm dallimi gjinor.

Gjithsejtë në përmbajtjet e analizuara të programit sportiv (në 36 emisionet dhe 157 materialet e caktuara), janë regjistruar 396 pjesëmarrës në program⁶⁵, prej të cilëve 266 ose 67,17% ishin meshkuj dhe 130 ose 32,83% ishin femra.

Në aspekt të frekuencës së paraqitjeve të pjesëmarrësve meshkuj dhe femra në program, TV Alsat-M dallohet nga televizionet e tjera private. Këtu është e dukshme ulja e dallimit të instancave të paraqitjes së meshkujve dhe femrave në ndikimin e LOV. Siç mund të shihet në Foto 36, në ekzemplarin e dytë pothuajse ishte barazuar prezenca e pjesëmarrësve meshkuj dhe femra në program. Por me një shqyrtim më të thelluar të grafikut, zbulohet struktura e asaj prezence, që

⁶⁵ Bëhet fjalë më saktë për instance të paraqitjes së pjesëmarrësve në njësinë themelore të analizës, njësia e materialit – nuk bëhet fjalë për pjesëmarrës unik, respektivisht i njëjti person është paraqitur në disa materiale dhe gjithmonë është koduar në veçanti.

menjëherë mund të konkludohet se instancat e paraqitjes së gazetarëve janë element që e ul dallimin – parametrat e tjerë janë të ngjashëm sikurse edhe te televizionet e tjera private.

Nga gjithsejtë 181 instanca të paraqitjes së gazetarëve në programin informativ sportiv gjatë të dy ekzemplarëve së bashku, 94 ose 51,93% ishin meshkuj dhe 87 ose 48,07% femra. Këto frekuenca nuk janë distribuuar njësoj sipas ekzemplarëve të ndryshëm. Në ekzemplarin e parë para LOV kishte gjithsejtë 108 paraqitje të gazetarë(e)ve prej të cilave 71 ose 65,74% ishin meshkuj, ndërsa 37 ose 34,26% ishin femra. Në ekzemplarin e dytë, përkundrazi (gjatë LOV) kishte një prezencë të shtuar të gazetarëve – prej 73 paraqitjeve të gazetarëve, 50 ose 68,49% ishin gazetarë, ndërsa 23 paraqitje ishin gazetarë, që është 31,51% e të gjitha paraqitjeve të gazetarë(e)ve gjatë ekzemplarit të dytë. Ky konstatim është unik vetëm për këtë televizion dhe duhet të shihet edhe në kontekst të stilit të prezantimit të programit të saj informativ. Frekuenca e lartë e gazetarëve në program nuk është për faktin që Televizioni ka prani të fortë të fermave në Redaksinë sportive, por për shkak se lajmet sportive janë pjesë integrale e programeve të përgjithshme informativ, andaj të njëjtat janë prezantues(e) në fund të edicioneve të informimit ditor, dhe kështu i prezantojnë edhe lajmet sportive.

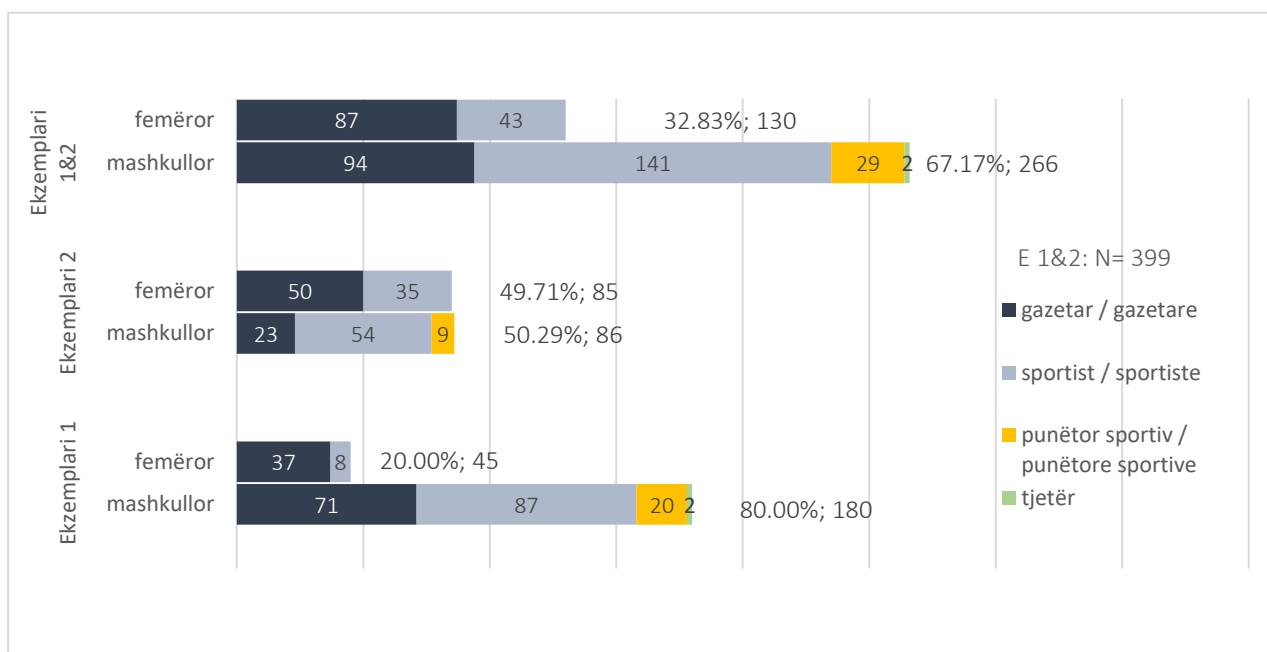


Foto 35: Frekuenca e paraqitjes së pjesëmarrësve meshkuj dhe femra në programin sportive të TV Alsat-M, për njësi të materialeve, sipas llojit të rolit

Emri	Ekzemplari 1	Ekzemplari 2	Gjithsejtë
Mahir Thaçi	52	9	61

Siç shihet në Tabelën 22, frekuenca relativisht e madhe e paraqitjeve të gazetareve, krahasuar me paraqitjet e gazetarëve, është nga dy gazetarë të Televizionit të cilat i prezantojnë emisionet e informimit ditor që përfundojnë

Zejxhane Osmani	28	28	56
Evi Shkopi	5	20	25
Dragi Pavlevski	1	14	15
Valbon Bexheti	12	0	12
N/A femra	4	2	6
N/A meshkuj	4	0	4
Vasko Poptereski	1	0	1
Aleksandar Dimitrievski	1	0	1
Gjithsejtë	108	73	181

me lajme sportive. Nga ana tjetër, gazetari i cili kishte frekuencë më të lartë të paraqitjeve në përgjithësi, në ekzemplarin e dytë kishte më pak kohë – 85,25% e instancave të paraqitjes së tij ishin gjatë ekzemplarit të parë.

Tabela 22: Frekuenca e paraqitjeve të gazetarë(e)ve në veçanti në TV Alsat-M

Matja e kohëzgjatjes së prezantimit verbal dhe vizual të gazetarë(e)ve, nuk zbulon aspekte shtesë të asaj që është prononcuar në disa paragrafë të fundit – distribucioni i kohëzgjatjes që ishte ndarë për gazetarët dhe gazetaret, shikuar në përgjithësi, është me një baraspeshë konsistente relative të frekuencave të paraqitjes. Në nivel të prezantimit verbal (por jo edhe atij vizual), gazetarët kanë fituar një vëmendje pak sa më të madhe se e zakonshme, respektivisht nga përqindja e instancave të tyre të paraqitjes. Nëse pjesëmarrja e paraqitjes së gazetarëve ishte me 51,39% atëherë pjesëmarrja e prezantimit të tyre vizual ishte pak më e lartë dhe ishte 56,20%. Në anën tjetër, gazetaret kanë fituar më pak fjalime se sa që pritej sipas frekuencës së paraqitjes.

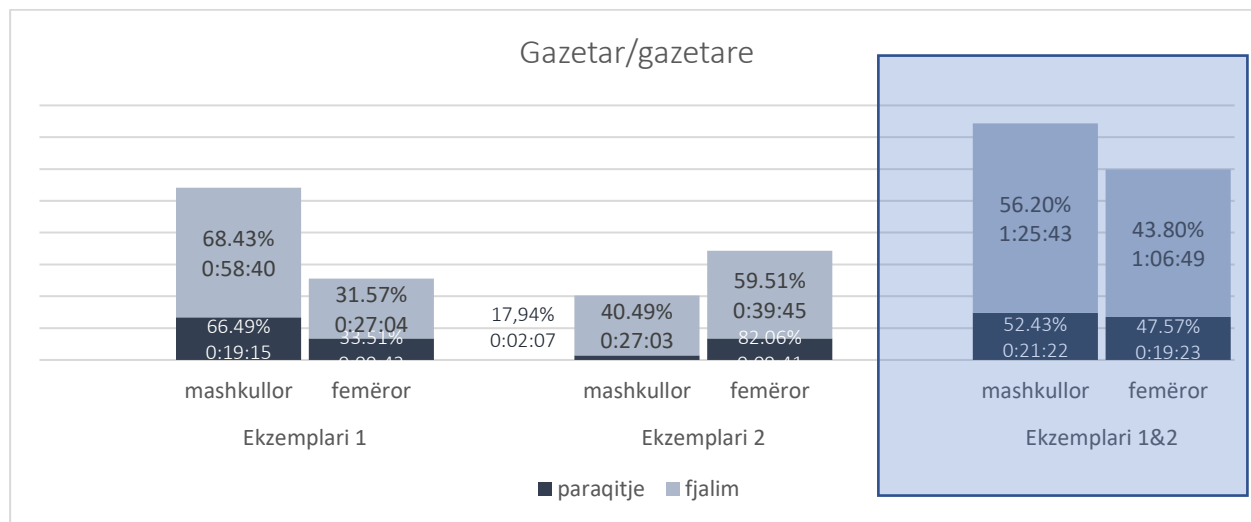


Foto 36: Kohëzgjatja e prezantimit vizual dhe verbal të gazetarëve dhe gazetareve në programin informativ të TV Alsat-M

Nga gjithsejtë 184 paraqitjeve të sportistë(e)ve në program, 141 ose 76,63% ishin meshkuj dhe 43 ose 23,37% ishin femra (Foto 35). Për dallim të frekuencave në lidhje me prezencën e gazetarëve, të sportistë(e)t kishte një dominim të qartë të meshkujve. Në mënyrë intuitive, mund të pritet se frekuenca më e lartë e instancave të paraqitjes së gazetareve dhe përqindja e lartë e kohëzgjatjes së prezantimit verbal që ishte lënë për to, mund të sjellë deri te prezenca më e madhe e sporteve në konkurrencë të femrave si dhe të sportisteve në program. Por, ky konstatim e sugjeron të kundërtën.

Frekuencat e paraqitjes së sportistë(e)ve nuk janë të distribuuar njësoj në ekzemplarët e ndryshëm. Në ekzemplarin e parë, para LOV, dominimi i meshkujve ishte më i shprehur – prej 95 instancave të paraqitjeve të sportistë(e)ve, 87 ose 91,58% ishin paraqitje të sportistëve, ndërsa vetëm 8 ose 8,42% e sportisteve. Në ekzemplarin e dytë, nën presionin e LOV, kishte një baraspeshë paksa më të madhe: prej 89 instancave të paraqitjeve të sportistë(e)ve, 54 ose 60,67% ishin meshkuj dhe 35 ose 39,33% ishin femra. Edhe pse në ekzemplarin e dytë kishte një dallim të dukshëm ndërmjet prezencës së sportistëve dhe sportisteve, prapë se prapë efekti i LOV është i qartë.

Por, frekuenca e instancave të paraqitjes është njëri prej disa parametrave matës të këtij hulumtimi. Në mënyrë shtesë, ishin mbledhur edhe të dhëna për kohëzgjatjen e prezantimit vizual (sa kohë sportistë(e)t paraqiteshin në një incizim të programit informativ) dhe të prezantimit verbal (respektivisht sa kohë ishte ndarë për fjalimin e tyre – si p.sh deklaratë).

Në Foto 37 është prezantuar distribucioni i kohëzgjatjes së prezantimit verbal dhe vizual të sportistë(e)ve. Në nivel të të dy ekzemplarëve në përgjithësi, për prezantim vizual të meshkujve, Redaksia e TV Alsat-M ka ndarë 1 orë 30 minuta dhe 19 sekonda, që është 81,83% e paraqitjes së përgjithshme të sportistë(e)ve. Për sportistët ishin ndarë 20 minuta dhe 3 sekonda, që është 18,17%. Kjo nënkupton se dallimi në prezantimin vizual është pak më i lartë se dallimi në instancat e paraqitjes së meshkujve dhe femrave. Për prezantimin verbal, në mënyrë plotësuese për sportistët ishin ndarë 7 minuta dhe 25 sekonda, që është 73,55% e prezantimit të përgjithshëm verbal në të dy ekzemplarët së bashku. Për sportistët, ishin regjistruar 2 minuta dhe 40 sekonda fjalim ose 26,45%. Dallimi i këtij parametri është pak sa më u vogël se sa ajo që e sugjerojnë parametrat paraprak.

Kjo zhvendosje e llojeve të ndryshme të prezantimit është prezantuar në Foto 28. Kjo foto e tregon nivelin e katër parametrave matës gjatë të dy ekzemplarëve, krahasuar me presionin që bëhet nga prezenca e sporteve në konkurrencë të femrave gjatë LOV⁶⁶. Gjatë ekzemplarit të parë kishte një ulje të caktuar të dallimit ndërmjet sportistëve dhe sportisteve në aspekt të kohëzgjatjes së prezantimit verbal. Te ekzemplari i dytë kishte një frekuencë paksa më të madhe të instancave të paraqitjes së sportisteve, në aspekt të parametrave të tjerë matës së pranisë së tyre. Por edhe kjo foto nuk e ndryshon shumë vlerësimin se programin e rregullt në TV Alsat-M, mund të pritet ndonjë dominim i madh i sporteve në konkurrencë të meshkujve dhe sportistë të cilët dukshëm më tepër janë të pranishëm në aspekt vizual dhe verbal, krahasuar me sportistet.

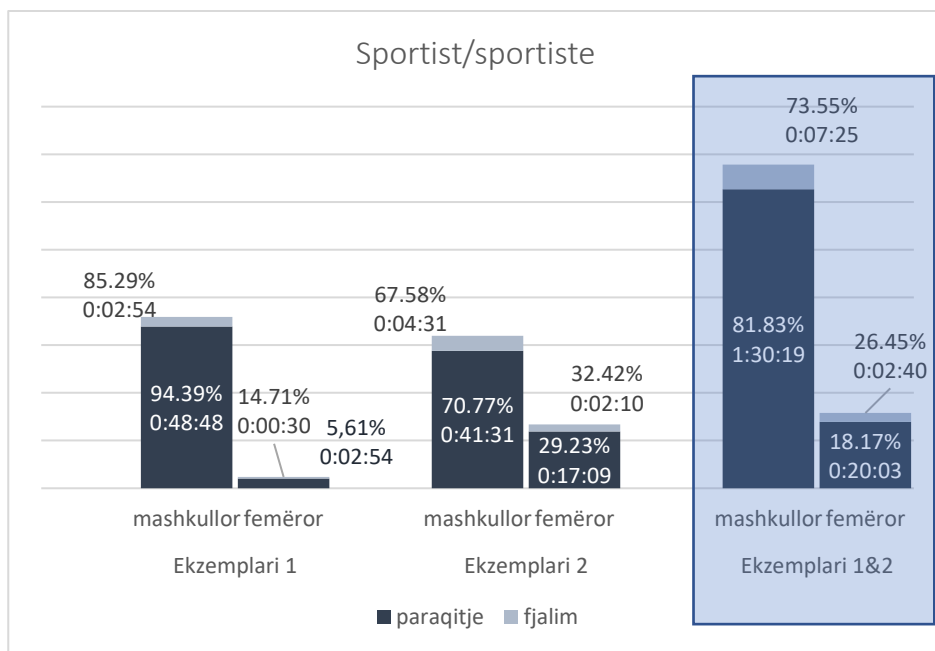


Foto 37: Kohëzgjatja e prezantimit vizual dhe verbal të sportistëve dhe sportisteve në programin informativ të TV Alsat-M

⁶⁶ Përmbledhja e pjesëmarrjes së shprehur në përqindje të sporteve nuk është e njëjtë me 100%, për faktin se në fotografi nuk është prezantuar pjesëmarrja e sporteve në konkurrencë të përzier, të cilat edhe zënë vend gjatë këtij prezantimi.

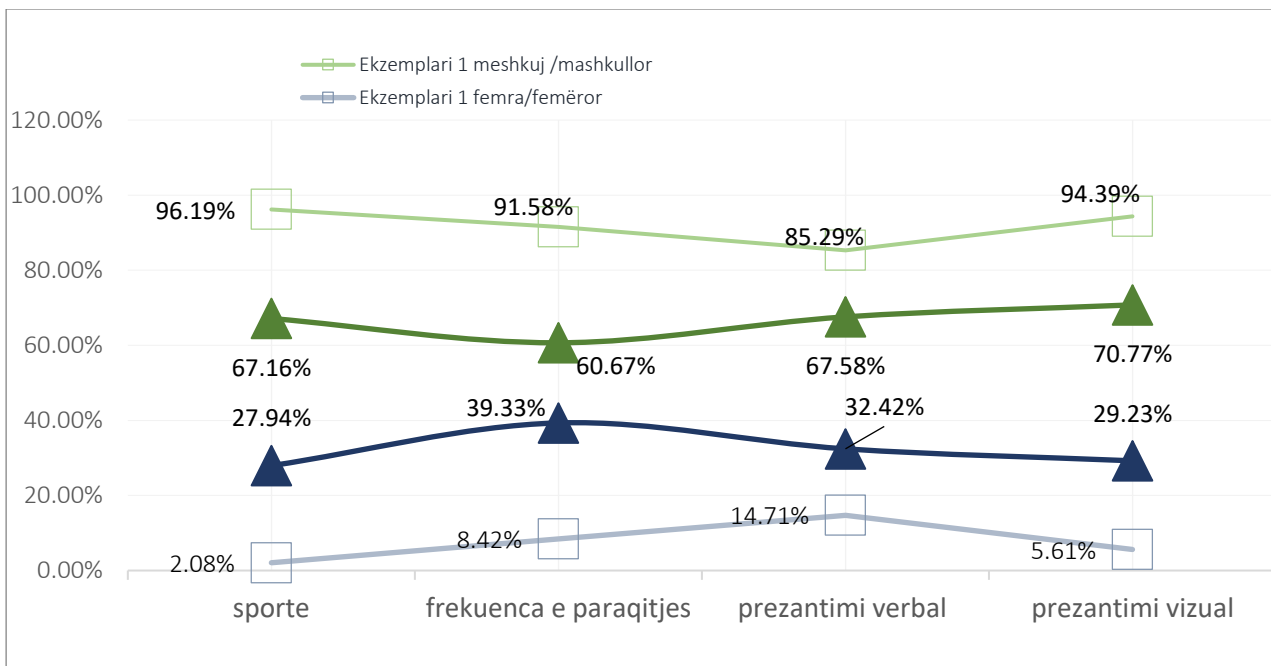


Foto 38: Raporti ndërmjet sportistëve dhe sportistëve në programin sportive të TV Alsat-M, i prezantuar sipas katër parametrave matës gjatë të dy ekzemplarëve

Përfundimisht nga 29 instancave të paraqitjes së ekspertë(e)ve të sportit ose punëtorë/eve të sportit, në mesin e tyre nuk ka asnjë femër. Nëntë prej këtyre paraqitjeve, që është 31,03% janë nga ekzemplari i dytë, ndërsa 20 ose 68,97% nga i pari. Në këtë aspekt, produkti i Redaksisë të TV Alsat-M, krahas faktit që është prezantuar në mënyrë të njëjtë nga gazetarët dhe gazetaret, i ka po të njëjtat karakteristika sikurse edhe të gjitha televizionet e tjera të analizuar. Prezenca e ekspertëve sportiv le përshtypjen e programit në të cilin flitet për sportet në konkurrencë të meshkujve dhe femrave dhe flasin me emër duke i analizuar sportistët meshkuj dhe femra. Ky konstatim sugjeron se ekziston një dominim vizual dhe verbal i meshkujve në mesin e ekspertëve dhe punëtorëve sportiv, edhe pse për shkak të ekzemplarit të kufizuar, ajo nuk mund të shprehet si formë e përgjithësimit të programit të përgjithshëm sportiv të këtij televizioni.

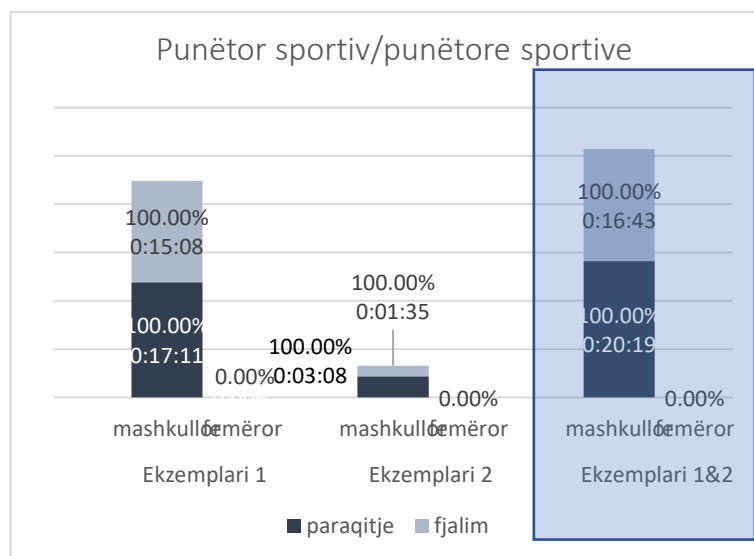


Foto 39: Kohëzgjatja e prezantimit vizual dhe verbal të meshkujve dhe femrave si punëtorë/ekspertë sportiv në programin informativ

Në këtë hulumtim, në aspekt gjinor ishin koduar sportistë(e)t dhe sportet ndaj të cilave ka të bëjë raportimi i programit informativ. Një prej parametrave ka të bëjë me nyjat e diskurseve përmes të cilave mediumet i konstruktojnë sportistët dhe sportistet në kuadër të markimeve të tyre të paragjykuara feminizuese dhe maskulizuese. Në programin e Alsat-M nuk ishte detektuar asnjë instancë në të cilën për konkurrencën e meshkujve dhe femrave janë përdorur fjalë, sintagma ose fjali të cilat i shënojnë në aspekt gjinor paragjykues – si p.sh kur për sportistët përdoret shprehja “te zonjat”, ose kur për sportistët përdoren konstruksiione si “vikingët e fuqishëm”.

Gjithashtu nuk janë detektuar instanca të informimit në të cilat hapen tema interseksionale siç është gjinia, raca ose kombësia. Sportistët dhe sportistet më së shpeshti lidheshin me arritjen e tyre dhe nuk kishte instanca të seksualizimit të trupave të tyre. Gjithashtu, në TV Alsat-M, për sportistët janë përdorur format kryesisht feminine të emrit.

III.6. TV Kanal 5

Hyrje

TV Kanal 5 kishte frekuencë tejet të vogël të programit sportiv. Gjatë të dy periudhave të selektuara të ekzemplarit – nga 4 deri më 10 prill (para Lojërave Olimpikë Verore) dhe nga 26 korriku deri më 1 gusht (gjatë Lojërave Olimpikë Verore) – në Televizion ishin emetuar gjithsejtë 17 edicione të emisioneve sportive prej të cilave

Emisioni/ Ekzemplari	Lajme	Magazina	Transmetime	Gjithsejtë	%
Ekzemplari 1	3	0	2	5	29,41%
Ekzemplari 2	10	2	0	12	70,59%
Gjithsejtë	13	2	2	17	100,00%

Tabela 23: Frekuenca e emisioneve sportive në TV Kanal 5 sipas llojit

13 ishin lajme, 2 magazina sportive, ndërsa janë regjistruar edhe 2 transmetime (Tabela 23). Pesë edicione, ose 29,41% e programit të analizuar në përgjithësi, ishin publikuar gjatë javës së përzgjedhur për analizë edhe atë para Lojërave Olimpikë. Dymbëdhjetë edicione ose 70,59% ishin publikuar në ekzemplarin gjatë LOV. Edhe në Kanal 5, për shkak të të drejtave veç më të rezervuara për emetim, nuk janë emetuar transmetime të LOV. Dhjetë nga 13 lajme të regjistruara sportive (ose 76,92%) në Kanal 5 ishin emetuar gjatë LOV. Në mënyrë shtesë, të dy edicionet e magazinave sportive ishin emituar gjatë LOV. Në fakt, sipas frekuencës së publikimit të përmbajtjeve gjatë ekzemplarit të parë, Kanal 5 nuk kishte program të strukturuar sportiv jashtë raportimit për ngjarjet e mëdha sportive.

Përkatësisht me frekuencën e vogël, edhe diversiteti i zhanreve është i tillë (Tabela 24). Në 17 edicionet e emisioneve sportive, ishin emetuar 39 njësi të posaçme të njësive të posaçme të zhanreve prej të cilave 33 ose 84,62% ishin lajme klasike. Në programin e përgjithshëm gjatë të dy javëve ishte regjistruar vetëm një raport dhe dy transmetime sportive. Nuk ishte regjistruar asnjë rishikim i programit sportiv, zhanër ky që nuk është i rrallë për gazetarinë sportive. Në distribucionin e zhanreve bëjnë pjesë edhe tri publikime që janë të shënuara si “tjetër”. Kjo sepse bëhet

Zhanri/ Ekzemplari	Lajme	Raptime	Transmetime	Tjetër	Gjithsejtë	%
Ekzemplari 1	14	0	2	0	16	41,03%
Ekzemplari 2	19	1	0	3	23	58,97%
Gjithsejtë	33	1	2	3	39	100,00%

Tabela 24: Frekuenca e materialeve në TV Kanal 5 sipas zhanreve specifike

fjalë për emision kontaktues në të cilin kyçen edhe shikuesit. Në ato inkuadime flitej për ngjarje sportive – në këtë rast para se gjithash për tekuondon.

Tabela 25, e cila zbulon se sa kohë i është kushtuar sportit gjatë 17 emisioneve të regjistruara të emisioneve sportive, tregon se në edicionet informative para fillimit të LOV, televizioni kishte produksion jo të konsiderueshëm të këtij lloji. Gjatë një jave ishin regjistruar vetëm 6 minuta dhe 55 sekonda program, që nënkupton se një edicion mesatarisht kishte zgjatur mbi 2 minuta. Kohëzgjatja e shkurtë është për shkak se Redaksia i ka emetuar informatat sportive si seri e lajmeve flesh, një herë gjatë ditës.

Ekzemplari/Iloji i programit	Transmetim	Program informativ	Gjithsejtë	%
Ekzemplari 1	1:13:09	0:06:55	1:20:04	47,66%
Ekzemplari 2	0:00:00	1:27:55	1:27:55	52,34%
Gjithsejtë	1:13:09	1:34:50	2:47:59	100%
%	43,55%	56,45%		

Tabela 25: Kohëzgjatja e emisioneve sportive në TV Kanal 5 sipas llojit

Në shikim të parë, të dhënat e Foto 40 tregojnë se sportet individuale kanë pasur rëndësinë e njëjtë edhe para edhe gjatë LOV. Por kjo baraspeshë në tërësi ka të bëjë me transmetimet e sportit automobilistik që ishte emetuar në programin e këtij televizioni, që ishte 91,36% e kohëzgjatjes së përgjithshme kushtuar sporteve individuale gjatë ekzemplarit të parë. Nëse e marrim parasysh vetëm programin informativ (Foto 41), është e qartë se para LOV, Kanal 5 i ka kushtuar më tepër vëmendje sporteve ekipore. Në ekzemplarin gjatë LOV, nga ana tjetër, sporti i vetëm që kishte vend të konsiderueshëm ishte tekudo, që ishte përfshirë me 87,86% të programit të përgjithshëm sportiv të këtij televizioni, gjatë LOV. Kjo nënkupton se edhe gjatë LOV, dinamika e frekuencës së vogël të publikimeve sportive ishte e pandryshueshme, kurse si arsye për kohëzgjatjen e rritur të materialeve sportive ishte pjesëmarrja dhe suksesi i përfaqësuesit maqedonas në tekudo, në Lojërat Olimpike.

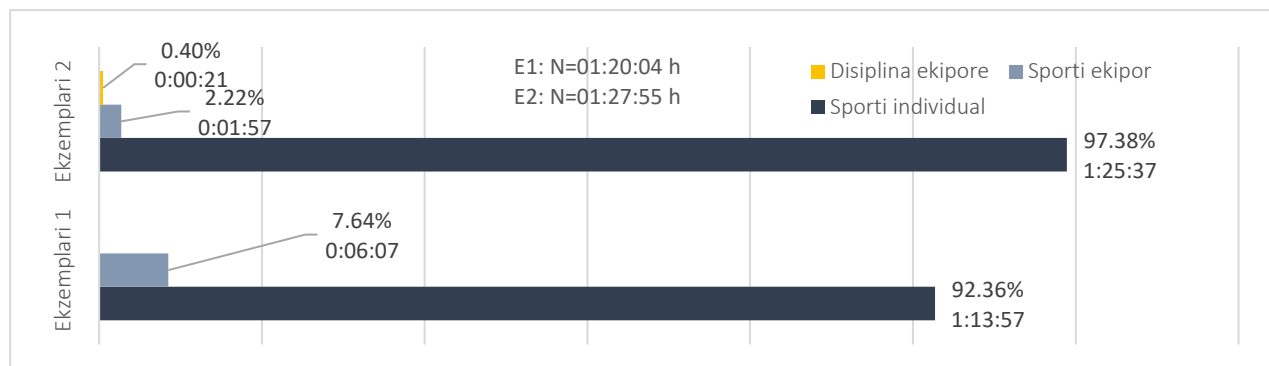


Foto 40: Pjesëmarrja e sporteve individuale dhe ekipore në programin e përgjithshëm sportive në TV Kanal 5 në ekzemplarin përkatës



Foto 41: Pjesëmarrja e sporteve individuale dhe ekipore në programin informativ sportive të ekzemplarit përkatës në TV Kanal 5

Siç potencojnë edhe të dhënat nga Foto 41 dhe Tabela 26 – madje 90,03% e kohës së përgjithshme të materialeve, kushtuar sporteve individuale gjatë LOV, ishte në fakt koha e kushtuar për sportin e tekuondos. Për të gjitha sportet e tjera gjatë LOV ishin kushtuar vetëm 10 minuta dhe 50 sekonda.

Lloji i sportit/ Ekzemplari	Ekzemplari 1	Ekzemplari 2	Gjithsejtë
Tekuondo	0:00:00	1:17:05	1:17:05
Automobilizëm	1:13:09	0:00:00	1:13:09
Futboll	0:04:29	0:01:27	0:05:56
Peshëngritje	0:00:00	0:02:00	0:02:00
Gjimnastikë	0:00:00	0:01:54	0:01:54
Atletikë	0:00:00	0:01:48	0:01:48
Hendboll	0:01:38	0:00:00	0:01:38
Not	0:00:00	0:01:06	0:01:06
Tenis	0:00:00	0:00:53	0:00:53
Formula	0:00:48	0:00:00	0:00:48
Sport me kuaj	0:00:00	0:00:38	0:00:38
Boks	0:00:00	0:00:34	0:00:34
Basketboll	0:00:00	0:00:30	0:00:30
Gjithsejtë	1:20:04	1:27:55	2:47:59

Tabela 26: Pjesëmarrja e sporteve të ndryshme në programin e përgjithshëm të analizuar në TV Kanal 5

Analiza e aspekteve gjinore në programin sportiv

Nga Foto 42 del se frekuenca e vogël dhe kohëzgjatja e programit informativ sportiv në Kanal 5, ishte më së shumti e kushtuar për sportet në konkurrencë individuale të meshkujve. Madje 93,06% e kohëzgjatjes së përgjithshme të programit informativ sportiv (që në të dy ekzemplarët së bashku është 1 orë 34 minuta dhe 50 sekonda) u ishin kushtuar sporteve në konkurrencë të meshkujve, në kuadër të së cilëve, kohë më të gjatë kishin sportet individuale, respektivisht 1 orë 20 minuta dhe 11 sekonda ose 90,86% e kohës së përgjithshme të raportimit për sportet në konkurrencë të meshkujve, ishin informata për sportet individuale. Sportet në konkurrencë të meshkujve kanë 6,57% të programit të përgjithshëm informativ gjatë të dy ekzemplarëve së bashku

dhe me të gjitha informatat ishin në lidhje me sportet individuale. Ky konstatim është sugjestiv (edhe pse për të nuk mund të gjeneralizohet duke marrë me që është ekzemplar i vogël) për atë se edhe programi i përgjithshëm sportiv në Kanal 5 ishte në fakt “i meshkujve”.

Analiza e të dhënave të mbledhura gjatë të dy ekzemplarëve prapë se prapë nuk nënkupton se konstatimet janë distribuuar njësoj. Kështu, në ekzemplarin e javës para fillimit të LOV, Kanal 5 aspak nuk ka emituar përmbajtje informative në lidhje me sportet në konkurrencë të meshkujve, ndërsa ka emetuar 6 minuta dhe 55 sekonda program në lidhje me, para se gjithash, sportet ekipore në konkurrencë të meshkujve. Prej tyre 6 minuta dhe 7 sekonda ose 88,43% e kohës për përmbajtje kushtuar sporteve ku garonin meshkuj dhe ishin sporte ekipore. Këto të dhëna përfshinë vetëm programin informativ – transmetimet e drejtpërdrejta, siç ishte thënë në kapitullin paraprak, kanë zgjatur gjithsejtë 1 orë, 13 minuta dhe 9 sekonda, e që ishin në lidhje me sport individual ku merrnin pjesë vetëm meshkujt (automobilizmi).

Edhe krahas asaj që në programin olimpik të LOV, konkurrenca e femrave ishte e përfaqësuar në shumë sporte, ajo nuk ndikoi në rritjen e prezantimit të femrave në programin sportiv të këtij mediumi. Kjo shihet qartë edhe nga Foto 42, ku del se 1 orë, 21 minuta dhe 20 sekonda ose 92,51% e kohës së programit të përgjithshëm informativ sportiv nga ekzemplari i parë, ishin informata për sportet në konkurrencë të meshkujve. Edhe pse kohëzgjatja e programit të përzgjedhur është tepër i shkurtë për të nxjerrë konkluzione me kuptim të përgjithësuar, prapë se prapë konstatimi mund të merret si indikacion për anshmëri mediatike⁶⁷ e cila pavarësisht se si do të duket oferta reale e sporteve, emetohet përmbajtje sipas preferencave të caktuara, që në këtë rast mund të ketë edhe implikime gjinore.

Programi Olimpik i LOV nuk ndikoi tepër në frekuencën e reprezentacionit gjinor, andaj në Foto 42 shihet se ajo bën presion të konsiderueshëm ndaj përzgjedhjes së llojit të sportit në program⁶⁸. Kështu, në ekzemplarin e dytë të programit informativ edhe te popullata e meshkujve ka dominuar sporti individual, që në tërësi ishte determinuar nga oferta olimpike.

⁶⁷ Anshmëria mediatike ose Media Bias, është një anshmëri sistematike e redaksisë ose gazetarit ndaj një selektimi të caktuar të përmbajtjes.

⁶⁸ Ndarja e sporteve ekipore dhe individuale është tejet e problematizuar për faktin që në disa sporte tradicionale individuale ka konkurrencë ekipore dhe sipas kësaj duhet të llogariten ashtu sepse përfshijnë aksione të koordinuara të grupeve të garuesve. Sidoqoftë për të siguruar vlefshmëri të interpretimit të të dhënave gjatë këtij hulumtimi ishte shtuar kategoria “Disiplinë ekipore” në të cilën në veçanti janë të koduara sportet që tradicionalisht konsiderohen si individuale, por në të cilët ka disiplina ekipore (p.sh. garat me stafetë në atletikë).

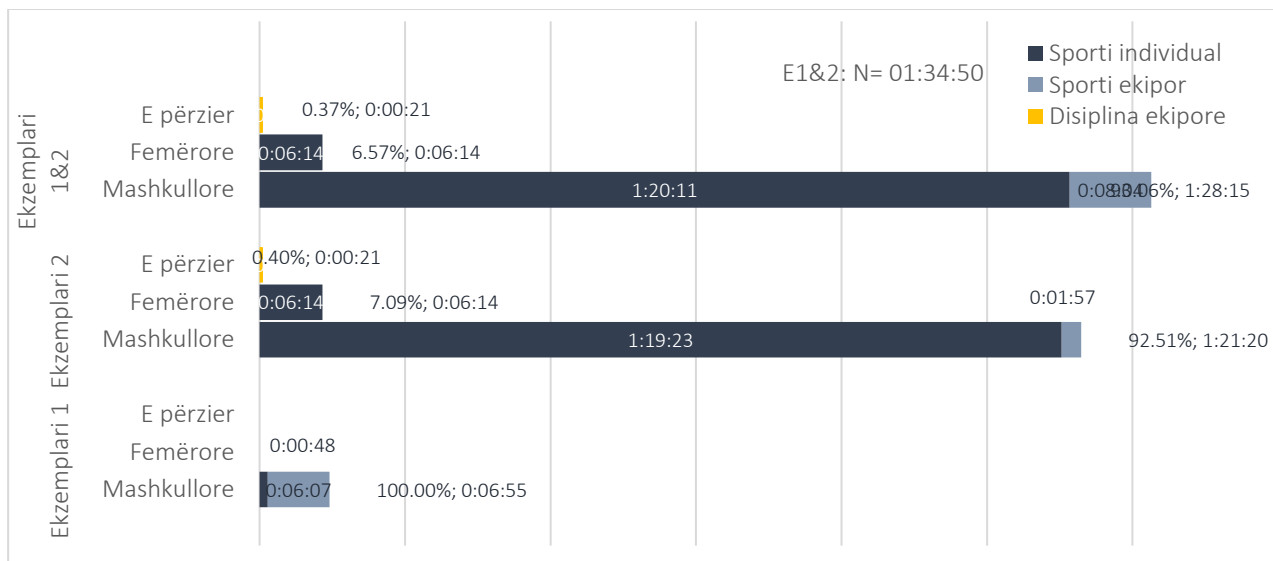


Foto 42: Pjesëmarrja e sporteve në konkurrencë të meshkujve dhe femrave në programin informativ sportiv të TV Kanal 5 sipas llojit të sportit

Prezantimi i sporteve të ndryshme dhe korrelacioni i tyre me sportistët dhe sportistet nënkupton se edhe programi sportiv në Kanal 5, siç edhe pritej, ka prezantuar më shumë meshkujt se sa femrat, por ajo nuk nënkupton se edhe numri i përgjithshëm i pjesëmarrësve meshkuj ka qenë më i lartë se sa ai i femrave. Për këtë arsye, në Foto 43 është prezantuar frekuenca e paraqitjes së pjesëmarrësve meshkuj dhe femra në materialet e Kanal 5, sipas roleve të tyre në program. Në përgjithësi, në përmbajtjen e përgjithshme të analizuar të programit informativ sportiv (në 40 materialet e përcaktuara⁶⁹), ishin regjistruar 85 paraqitje të pjesëmarrësve në program⁷⁰, prej të cilëve 71 ose 83,53% ishin meshkuj dhe 14 ose 16,47% ishin femra. Në ekzemplarin e parë nuk ishte bërë baraspeshimi i pranisë së meshkujve dhe femrave. Prej 31 pjesëmarrësve në program, gjithsejtë 30 ose 96,77% ishin meshkuj. Për këtë, gjurma që e len ky program te publiku i Kana 5, gjatë atyre pak materialeve të regjistruara në këtë ekzemplar, tregon se gazetarët meshkuj kanë folur për sportet në konkurrencë të meshkujve.

⁶⁹ Duhet të theksohet se ky numër prej 40 materialeve janë pjesë e të dy transmetimeve të sportit automobilistik në Kanal 5 gjatë ekzemplarit të parë. Por, për transmetimet e matricës së kodit, ishin koduar vetëm komentuesit, por jo edhe sportistët. Duke marrë parasysh se këto transmetime ishin sporte me dhjetëra pjesëmarrës – meshkuj, ajo dukshëm do ta rritë praninë e sportistëve meshkuj në program.

⁷⁰ Sikurse edhe te televizionet e tjera të analizuar, edhe këtu bëhet fjalë për instance të paraqitjes së pjesëmarrësve në program sipas njësisë bazë të analizës – materialit. Domethënë, nuk ka të bëjë me pjesëmarrës të posaçëm, por për numrin e paraqitjeve të një numri të caktuar të personave në të gjitha materialet e koduara.

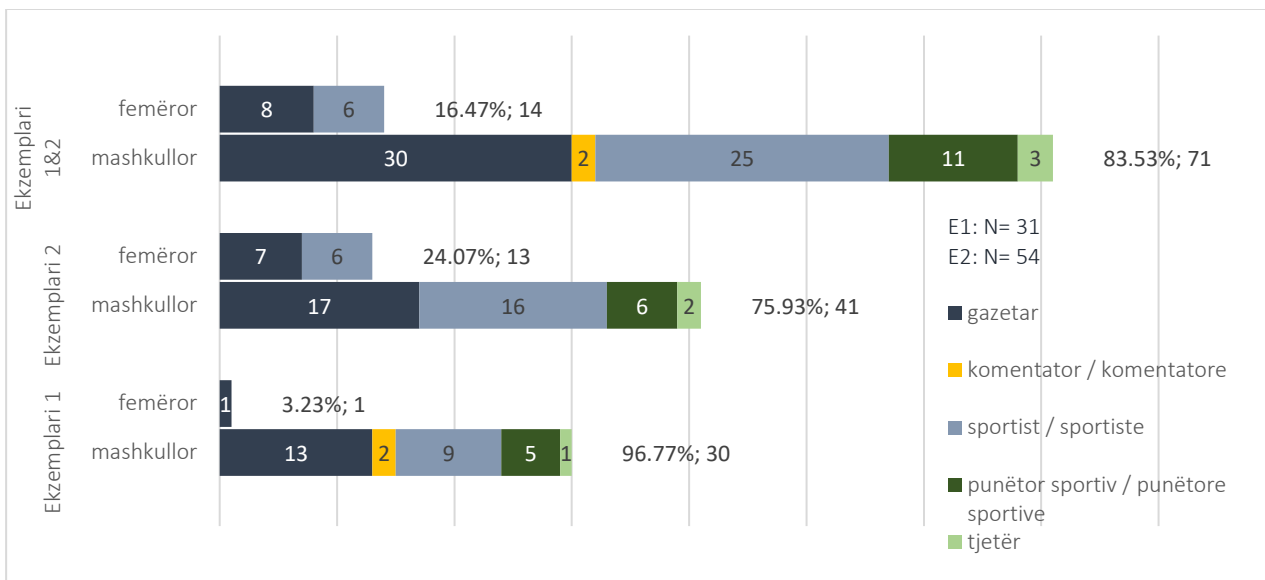


Foto 43: Frekuenca e paraqitjes së pjesëmarrësve meshkuj dhe femra në programin sportive të TV Kanal 5 për njësi të materialeve sipas rolit të tyre

Në ekzemplarin e dytë, si rrjedhojë e një presioni të caktuar nga programi olimpik, ishte rritur edhe numri i vlerës relative të pjesëmarrësve femra. Për këtë arsye janë paraqitur gjashtë sportiste, që është 27,27% e frekuencës së përgjithshme të sportistëve dhe sportistëve gjatë prerjes nga LOV që është pjesë e ekzemplarit të dytë. Si krahasim, në ekzemplarin e parë ishin regjistruar 9 sportistë dhe asnjë sportiste.

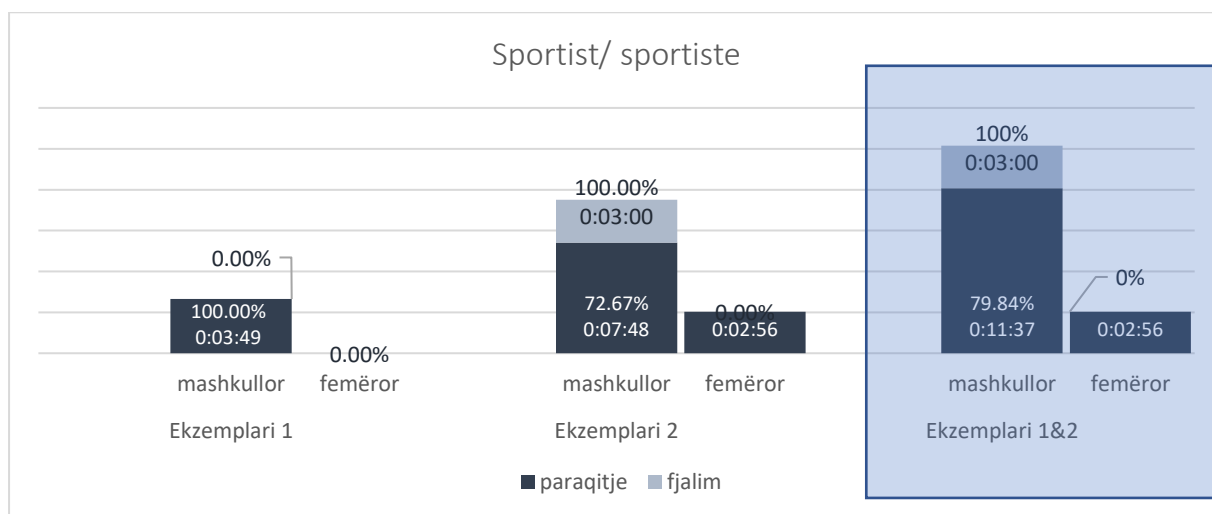


Foto 44: Kohëzgjatja e prezantimit vizual dhe verbal të sportistëve dhe sportistëve në programin informativ të TV Kanal 5

Me që frekuenca e paraqitjes nuk nënkupton edhe kohë më e gjatë e rezervuar për sportistët dhe sportistet – në këtë analizë ishte agreguar kohëzgjatja e atyre që janë paraqitur në programin vizual (kur paraqiteshin insertet e tyre) dhe me fjalim (p.sh. kur jepeshin deklaratat ose intervista).

Me gjasë, në të dy ekzemplarët, nga koha e përgjithshme në të cilën, gjatë programit informativ (transmetimeve), në mënyrë vizuale paraqiteshin sportistët, meshkujt ishin të pranishëm në 79,84% të kohës, ndërsa femrat në 20,16%. Në ekzemplarin e marrë para LOV, ishte e dukshme prezenca e shtuar vizuale e femrave në raport me ekzemplarin e parë kur aspak nuk ishin të pranishme as në atë vizual e as në atë verbal. Kështu, në ekzemplarin e dytë, sportistëve u ishte kushtuar 27,33% e kohës, ndërsa 72,67% për meshkujt. Prapë se prapë edhe përkundër prezencës së shtuar vizuale të femrave në ekzemplarin e dytë, duhet të potencohet fakti se dallimi ndërmjet tyre është ende i madh.

Edhe kjo prezencë e paktë vizuale e femrave në ekzemplarin e dytë është një efekt i qartë i programit olimpiq gjatë LOV. Por ky sqarim hap edhe një problem – sportistët në mënyrë verbale ishin tërësisht jashtë programit informativ gjatë të dy ekzemplarëve.

Në ekzemplarin e dytë, në mesin e gazetarëve dominonin meshkujt, por ishte rritur edhe numri i gazetarëve që transmetonin lajme sportive. Edhe pse në ekzemplarin e konstruktuar e programit sportiv ishte i kompozuar – do të mundësonte nivelin më të lartë të prezantimit në programin e përgjithshëm sportiv në Kanal 5- por prapë se prapë të dhënat janë indikativë. Gjithsejtë 7 ose 29,17% të frekuencës së përgjithshme të gazetarë(e)ve që transmetonin materiale të ndryshme ishin femra (Foto 43.).

Ky numër duhet të analizohet në stilin e programit informativ sportiv të Kanal 5.

Frekuenca më e madhe e paraqitjes së gazetarëve në raport të ekzemplarit të parë ka të bëjë me faktin që lajmet sportive ishin emetuar shkurt në fund të programit të përgjithshëm informativ – kështu që në këtë rast nuk kemi të bëjmë me gazetarë të specializuar të sportit, që kanë prezantuar ose raportuar për ngjarje të ndryshme sportive. Siç mund të shihet në Tabelën 27, bëhet fjalë

për gazetarë/prezantuesë që i prezantonin lajmet e përgjithshme ditore – kështu që edhe rritja është e rastësishme. Në Tabelën 27 gjithashtu mund të shihet se në 24 instanca të paraqitjes së gazetarit sportiv (nga gjithsejtë 38 të programit informativ), bëhet fjalë për të njëjtin person.

Emri	Ekzemplari 1	Ekzemplari 2	Gjithsejtë
Zoran Cvetanovski	11	13	24
Tatjana Stojanovska	1	3	4
Lubica Janevska	0	4	4
Robert Jankov	0	3	3
Borisllav Tnokovski	1	1	2
Mihajllo Vidimski	0	1	1
Gjithsejtë	13	25	38

Tabela 27: Frekuenca e paraqitjeve të gazetarë(e)ve individuale në TV Kanal 5

Analiza e prezencës vizuale dhe verbale të gazetarë(e)ve në programin sportiv, tregon se në të dy ekzemplarët, në 8 instancat e paraqitjes ishin gazetarë, ata ishin të prezantuar verbalisht në 3 minuta dhe 31 sekonda, që është 20,83% e fjalimeve të përgjithshme të gazetarë(e)ve në programin informativ. Verbalisht, 30 instanca të paraqitjes së gazetarëve ishin 13 minuta dhe 22 sekonda, që është 79,17% e fjalimeve të programit informativ (duke mos i llogaritur këtu as transmetimet e as programin kontaktues, që është regjistruar në këtë ekzemplar). Në aspekt të prezantimit vizual, gazetarët dhe gazetaret pothuajse njësoj paraqiten në program, që është konstatim interesant sepse bëhet fjalë për gjithsejtë 8 instanca të paraqitjes së gazetarëve dhe 30 instanca të paraqitjes së gazetarëve. Sipas stilit të programit të Kanal 5- kjo sugjeron se kur gazetaret/prezantueset i prezantojnë lajmet, ka më shumë mundësi që kamera të jetë e drejtuar drejt tyre se sa drejt inserteve. Në të kundërtën, kur lajmet i prezantojnë gazetarë/prezantuesit, ka më shumë gjasa që fjalimi i tyre të ilustruhet me inserte, për çka ata edhe relativisht më pak paraqiten në mënyrë vizuale.

Në aspekt të prezencës së punëtorë/eve sportiv në program, konstatimet janë tejet interesante në aspekt gjinor. Të gjitha 11 paraqitjet e ekspertëve të sportit ose punëtorëve sportiv në programin e Kanal 5 ishin paraqitje të meshkujve (shih Foto 43 dhe 46). Del se në Kanal 5 në të dy ekzemplarët, madje edhe gjatë LOV, kur mund të pritej që në program të paraqiten eksperte të

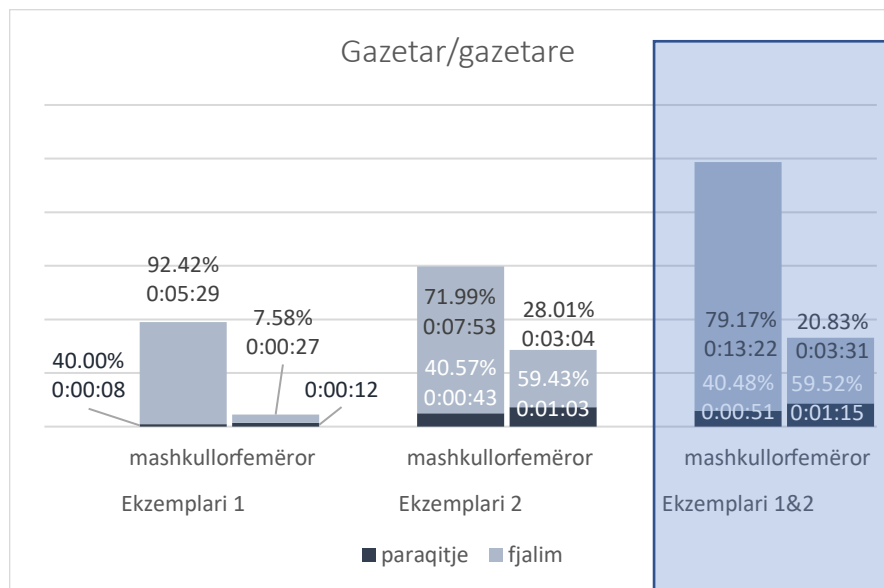


Foto 45: Kohëzgjatja e prezantimit vizual dhe verbal të gazetarëve dhe gazetareve në programin informativ të TV Kanal 5

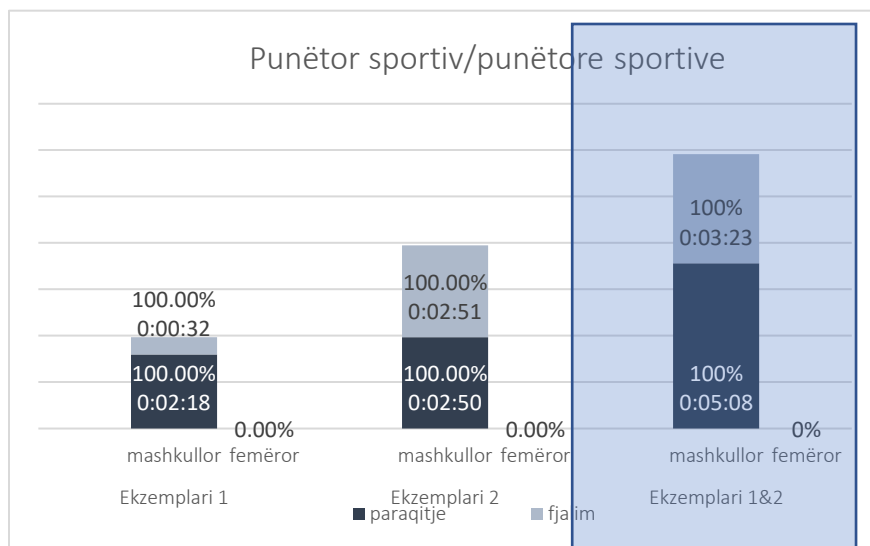


Foto 46: Kohëzgjatja e prezantimit vizual dhe verbal të punëtorëve dhe punëtoreve në programin informativ të TV Kanal 5

sportit/punëtore sportive – një gjë e këtillë nuk u bë. Punëtorët sportiv (meshkuj) gjatë të dy ekzemplarëve, në aspekt vizual janë paraqitur në program gjatë 5 minutave dhe 8 sekondave, ndërsa në aspekt vizual në 3 minuta dhe 23 sekonda (Foto 46). Kjo është edhe një indikator -që duhet të merret me kujdes për shkak të frekuencës së vogël të programit sportiv të këtij mediumi – për dominimin e meshkujve në shumicën e segmenteve në programin sportiv të Kanal 5.

Ky aspekt kualitativ i analizës, gjatë të dy ekzemplarëve të Kanal 5, në të gjitha instancat e paraqitjes së sportistëve ishte përdorur në formë të feminizuar të emrit që ka lidhje me to. Në mënyrë shtesë, nuk ishin detektuar materialet ku sportistët ose sportistet i konstruktojnë në kuadër të markerëve paragjykses të maskulizuar dhe feminizuar. Me përjashtim të caktuar të një edicioni të emisionit “Zdravo Makedonijo”, që ishte pjesë e ekzemplarit për shkak të prezencës speciale të përmbajtjes sportive. Shikuesit e emisionit e kanë shënuar suksesin e përfaqësuesit maqedonas në tekuondo si një akt heroik, që deri diku i përshtatet përshkrimit të heroit nacional siç do të analizohej në analizat interseksionale të sportit dhe kombësisë.

Hulumtimi gjatë fazës së mbledhjes së të dhënave e kodoi mënyrën se si gazetarë(e)t i shënojnë sportet e ndryshme. Ishte analizuar nëse shfrytëzohen strategji gjenerike ose gjinore për shënimin e një sporti të caktuar. Kodi gjenerik ishte përdorur në secilin material ku emri i sportit përdorej pa shënim gjinor (p.sh. kur përdorej vetëm për futbollin, ose tenis, kundrejt futbollit të meshkujve ose tenisit në konkurrencë të femrave). Në të kundërtën, kodi gjinor ishte përdorur në këto materiale ku sporti në *mënyrë eksplicite* shënohej si i meshkujve ose femrave (p.sh. kur përdorej në mënyrë eksplicite, basketboll, futboll i meshkujve ose kërcim nga lartësia në konkurrencë të meshkujve). Nga 38 materialet e detektuar për sportet në konkurrencë të meshkujve në Kanal 5, në 35 sporte ishin shënuar në formën e tyre gjenerike. Në këtë aspekt, çdo përdorim i emrit të sporteve ekipore në konkurrencë të meshkujve, ishte në formën e tyre gjenerike (vetëm futboll, kundrejt futboll i meshkujve, vetëm volejboll, kundrejt volejboll i meshkujve) – dhe kjo vlen edhe për garat që janë paraqitur gjatë LOV. Vetëm në tri raste të sporteve individuale – not, atletikë dhe tenis, ishte potencuar se bëhet fjalë për sporte në konkurrencë të meshkujve.

Në programin sportiv të Kanal, tema e gjinisë nuk ishte detektuar në asnjë material dhe nuk ekzistonin lidhje interseksionale të temave siç është gjinia dhe raca, kombësia ose diskriminimi. Nuk janë detektuar as raste kur te ndonjë sportist(e) është theksuar ndonjë karakteristikë tjetër përveç arritjes së tyre. Këto konkluzione janë si rezultat i stilit të prezantimit të këtij televizioni, ku programi sportiv ishte prezantuar përmes lajmeve të shkurta, në mungesë të zhanreve analitike dhe në kushte kur gjatësia e programit ishte jashtëzakonisht i vogël.

III.7. TV Sitel

Hyrje

Gjatë të dy periudhave të përzgjedhura para Lojërave Olimpike Verore (nga 4 deri më 10 prill) dhe gjatë Lojërave Olimpike (nga 26 korriku deri më 1 gusht) në TV Sitel janë emetuar gjithsejtë 27 edicione të emisioneve sportive, prej të cilave 23 ose 85,19% ishin edicione të lajmeve sportive dhe ishin regjistruar edhe katër edicione të magazinave sportive. Duke marrë parasysh se në prerjen e dytë kohore kishte më shumë ngjarje sportive në ofertë, e në këtë drejtim edhe Siteli nuk kishte transmetime sportive –

Televizioni emitoi shumë më tepër edicione të programit informativ se sa në ekzemplarin para fillimit të LOV 2020 (shih Tabelën 28 dhe Tabelën 29).

Emisioni/ Ekzemplari	Lajme	Magazina	Transmetim	Gjithsejtë	%
Ekzemplari 1	7	2	0	9	33,33%
Ekzemplari 2	16	2	0	18	66,67%
Gjithsejtë	23	4	0	27	100,00%

Tabela 28: Frekuenca e emisioneve sportive në TV sitel sipas llojit

Nga gjithsejtë 27 edicione të programit informativ (lajme dhe magazina sportive), 66,67% ishin emetuar gjatë javës para LOV. Gjatë ekzemplarit të marrë para lojërave ishin publikuar gjithsejtë 9 edicione që është 33,33% e numrit të përgjithshëm të edicioneve gjatë të dy periudhave të monitoruara.

Edhe sipas kohëzgjatjes së programit informativ sportiv – Redaksia i kushtoi shumë më tepër kohë informatave sportive gjatë LOV. Dallimi në kohëzgjatjen e të dy ekzemplarëve është më i vogël nga ajo që sugjerohet në dallimin e frekuencës së emisioneve nga Tabela 28. Në ekzemplarin e parë, për 9 edicionet e emetuara ishin kushtuar 1 orë 2 minuta dhe 57 sekonda (që është 40,18% e kohëzgjatjes së përgjithshme të dy javëve nga ekzemplarët përkatës). Për 18 emisionet nga ekzemplari i dytë ishin ndarë 1 orë 33 minuta dhe 44 sekonda (që është 59,82% e kohëzgjatjes së përgjithshme të programit informativ sportiv).

Në aspekt të zhanrit, shumica e përmbajtjeve sportive ishin emetuar si lajme ose raportime – nuk ka diversitet të zhanrit në këtë aspekt. Është e dukshme që në të dy periudhat e përzgjedhura janë emetuar dy intervista dhe me këtë hulumtim nuk janë detektuar zhanre analitike – komentuese siç është rishikimi.

Gjithashtu, është e dukshme se nuk ishte emetuar asnjë transmetim sportiv gjatë të dy periudhave.

Ekzemplari/Zhanri	Lajm	Raportim	Intervistë	Transmetim	Gjithsejtë	%
Ekzemplari 1	28	8	0	0	36	46,15%
Ekzemplari 2	18	22	2	0	42	53,85%
Gjithsejtë	46	30	2	0	78	100,00%

Tabela 29: Frekuenca e materialeve në TV Sitel sipas zhanreve specifike

Për ekzemplarin para LOV, të dhënat e fundit ishin të kuptueshme – të drejtat për emetimin e transmetimeve të LOV ishin blerë nga një shtëpi tjetër, andaj edhe mungonin transmetimet e

ngjarjeve olimpike. Gjatë ekzemplarit të dytë dukshëm ishte ulur numri i materialeve të zhanrit të lajmeve, ndërsa ishte rritur numri i materialeve të zhanrit të raportimit. Kjo mund të sqarohet edhe me madhësinë e ofertës olimpike që edhe siç pritej e mbulonte Redaksia, duke publikuar forma më të gjata gazetareske të atij lajmi.

Në Foto 47, që e bën krahasimin e distribucionit të llojeve të ndryshme të sporteve gjatë të dy periudhave të përzgjedhura, duket se çfarë ndikimi në programin sportiv të TV Sitel, kanë pasur Lojërat Olimpike Verore 2020. Në ekzemplar para LOV kanë dominuar sportet ekipore për të cilët ishin ndarë 53 minuta dhe 50 sekonda që është 85,52% e kohëzgjatjes së përgjithshme të programit informativ sportiv. Në anën tjetër, për sportet individuale ishin kushtuar vetëm 8 minuta dhe 5 sekonda ose 12,84% e programit informativ sportiv. Por në ofertat olimpike gjatë LOV, vend të konsiderueshëm kanë marrë edhe sportet individuale, e që me gjasë, në tërësi është reflektuar në përmbajtjen e programit e që në ekzemplar e dytë për sportet ekipore ka ndarë 13 minuta dhe 19 sekonda, që është 14,19% e kohëzgjatjes së përgjithshme të programit informativ sportiv në atë ekzemplar. Si rrjedhojë, tani sportet individuale dominonin me 1 orë 20 minuta dhe 1 sekondë ose 85,37% e kohëzgjatjes së përgjithshme të programit informativ gjatë ekzemplarit të dytë. Ky konstatim, me këtë proporcionalitet të kundërt të shprehur ndërmjet të dy ekzemplarëve, është karakteristikë e programit sportiv të TV Sitel, për dallim nga televizionet e tjera private, te të cilat edhe kur sportet individuale kanë marrë rëndësi më të madhe në ekzemplar gjatë LOV, kontrasti ndërmjet tyre dhe sporteve ekipore nuk ishte aq i madh. Në TV Sitel, disiplinat ekipore në sportet tradicionale individuale nuk kanë pasur ndonjë pozitë të konsiderueshme.

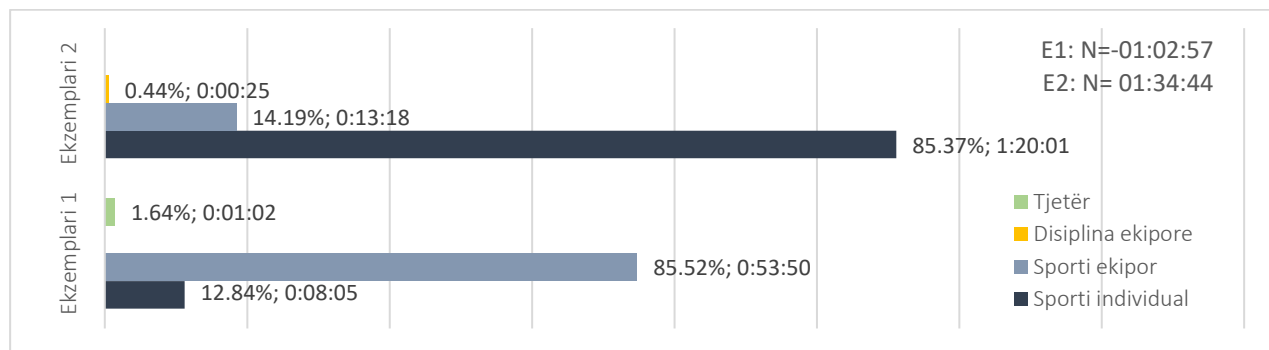


Foto 47: Pjesëmarrja e sporteve individuale dhe ekipore në programin e përgjithshëm sportiv në TV Sitel sipas ekzemplarit përkatës

Sidoqoftë, pasqyra e distribucioneve të llojeve të sportit gjatë të dy ekzemplarëve, në masë të madhe i zbulon arsyet për distribucionin e kundërt të shprehur proporcional të llojeve të sportit gjatë të dy ekzemplarëve. Në Tabelën 30, shihet se në listën e sporteve gjatë ekzemplarit të dytë, vend të lartë ka pasur sporti i tekuondos, me pjesëmarrje jo proporcionale gjatë programit të përgjithshëm të ekzemplarit të dytë. Vetëm për tekuondos dhe vetëm për ekzemplarin e dytë, ishin ndarë 1 orë 9 minuta dhe 30 sekonda, që paraqet 74,15% e programit informativ të ekzemplarit para LOV, ose 44,36% të programit të përgjithshëm të përzgjedhur informativ gjatë të dy ekzemplarëve së bashku. Vetëm për futbollin në ekzemplarin para LOV ishte kushtuar kohë aq gjatë e programit.

Lloji i sportit/ekzemplari	Ekzemplari 1	Ekzemplari 2	Gjithsejtë
Tekuondo	0:03:02	1:09:30	1:12:32
Futboll	0:44:17	0:06:38	0:50:55
Basketboll	0:06:29	0:02:45	0:09:14
Tenis	0:03:08	0:03:25	0:06:33
Hendboll	0:01:57	0:01:59	0:03:56
Not	0:00:00	0:03:38	0:03:38
Atletikë	0:00:00	0:03:04	0:03:04
Volejbol	0:01:07	0:00:53	0:02:00
Formula	0:01:41	0:00:00	0:01:41
Vaterpollo	0:00:00	0:01:03	0:01:03
Të tjera	0:01:02	0:00:00	0:01:02
Luftime	0:00:07	0:00:30	0:00:37
Xhudo	0:00:00	0:00:19	0:00:19
Karate	0:00:07	0:00:00	0:00:07
Gjithsejtë	1:02:57	1:33:44	2:36:41

Tabela 30: Pjesëmarrja e llojeve të ndryshme të sportit në programin e përgjithshëm të analizuar të sportit në TV Sitel

Kjo nënkupton se pjesëmarrja e lartë e sporteve individuale në ekzemplarin e dytë është më shumë efekt i faktit që përfaqësuesi maqedonas në sportin individual të tekuondos kishte sukses olimpik, se sa që ishte efekt i ofertës olimpike vetvetiu. Në këtë mënyrë, kohëzgjatja e konsiderueshme që ishte ndarë për sportet individuale mund të themi se ishte e rastësishme.

Analiza e aspekteve gjinore në programin sportiv

Sipas analizës së distribucionit të kohëzgjatjes së programit informativ sportiv gjatë të dy ekzemplarëve të përzgjedhur dhe të ndara sipas llojit të sportit dhe konkurrencës – në programin informativ të Sitelit është i dukshëm dominimi absolut i meshkujve.

Gjatë të dy ekzemplarëve në përgjithësi, siç edhe mund të shihet në Foto 48, prej 2 orëve 36 minuta dhe 41 sekonda informata sportive, Redaksia e Sitelit ka ndarë gjithsejtë 2 orë 24 minuta dhe 15 sekonda, ose 92,06% për sportet në konkurrencë të meshkujve. Në nivel të të dy ekzemplarëve, sportet individuale kishin vend të konsiderueshëm – 1 orë 21 minuta dhe 29 sekonda që ishin ndarë për konkurrencën e meshkujve, që është 56,49% nga koha e kushtuar për sportet në konkurrencë të meshkujve ose 52,01% nga programi i përgjithshëm sportiv në përgjithësi. Për sportet ekipore kur garojnë meshkuj, ishin kushtuar 1 orë 2 minuta dhe 46 sekonda, që është 43,51% e kohës së kushtuar për sportet në konkurrencë të meshkujve ose 40,06% të programit

sportiv në përgjithësi. Në total, për informatat e sporteve në konkurrencë të femrave ishin ndarë vetëm 10 minuta dhe 59 sekonda, që paraqet 7,01% e programit të përgjithshëm sportiv.

Një dominim pothuajse absolut numerik është i dukshëm edhe gjatë të dy ekzemplarëve në veçanti. Por raporti i sporteve në konkurrencë të meshkujve dhe femrave sipas llojit të tyre zbulon detaje plotësuese. Në ekzemplarin para LOV, një kohë jashtëzakonisht të madhe e morën edhe sportet ekipore në konkurrencë të meshkujve. Atyre u ishin dhënë 51 minuta dhe 53 sekonda, që paraqet 88,21% e kohës së përgjithshme kushtuar garave sportive ndërmjet meshkujve para LOV ose 82,41% e kohës së përgjithshme për sport gjatë programit informativ. Pjesa më e madhe e kohës për sportet ekipore në konkurrencë të meshkujve vjen nga emetimi i përmbajtjeve në lidhje me futbollin – 44 minuta dhe 17 sekonda që ishin ndarë për informim në lidhje me këtë sport dhe që ishte transmetuar vetëm për konkurrencën e meshkujve. Kjo paraqet 85,35% e kohës së përgjithshme të kushtuar për sportet ekipore në të cilat garojnë meshkuj, 82,26% e kohëzgjatjes së përgjithshme e sporteve ekipore ose 70,35% e kohës së përgjithshme të sportit në përgjithësi gjatë ekzemplarit të parë. Këto të dhëna, vetvetiu nuk nënkuptojnë se Redaksia ka anshmëri sistematike ndaj sporteve ekipore në konkurrencë të meshkujve, sepse ekzemplari i këtyre të dhënave nuk lejon përgjithësim. Por nuk mund të llogaritet se ai potencon diçka me gjasë, programi i rregullt sportiv në Sitel është kryesisht i kushtuar ndaj meshkujve me vend të konsiderueshëm të sporteve ekipore, prej të cilëve vend dominues ka futboli.

Nëse në ekzemplarin e parë koha e kushtuar për futboll ishte arsye për rëndësinë ndaj sporteve ekipore në konkurrencë të meshkujve, atëherë në ekzemplarin e dytë llojet e sportit i ndërruan vendet – respektivisht sporti individual në konkurrencë të meshkujve mori rëndësi më të madhe për shkak të efektit të suksesit që e dha garuesi maqedonas në tekuondo në Olimpiadë. Kësaj here për sportet individuale ishin kushtuar 1 orë 14 minuta dhe 33 sekonda, që është 87,26% e sporteve ku garonin meshkujt në ekzemplarin gjatë LOV, 93,17% e kohës së përgjithshme të kushtuar informatave sportive në ekzemplarin e dytë. Ky konstatim në tërësi është rezultat i transmetimit të suksesit të sportistit maqedonas, siç është potencuar paraprakisht.

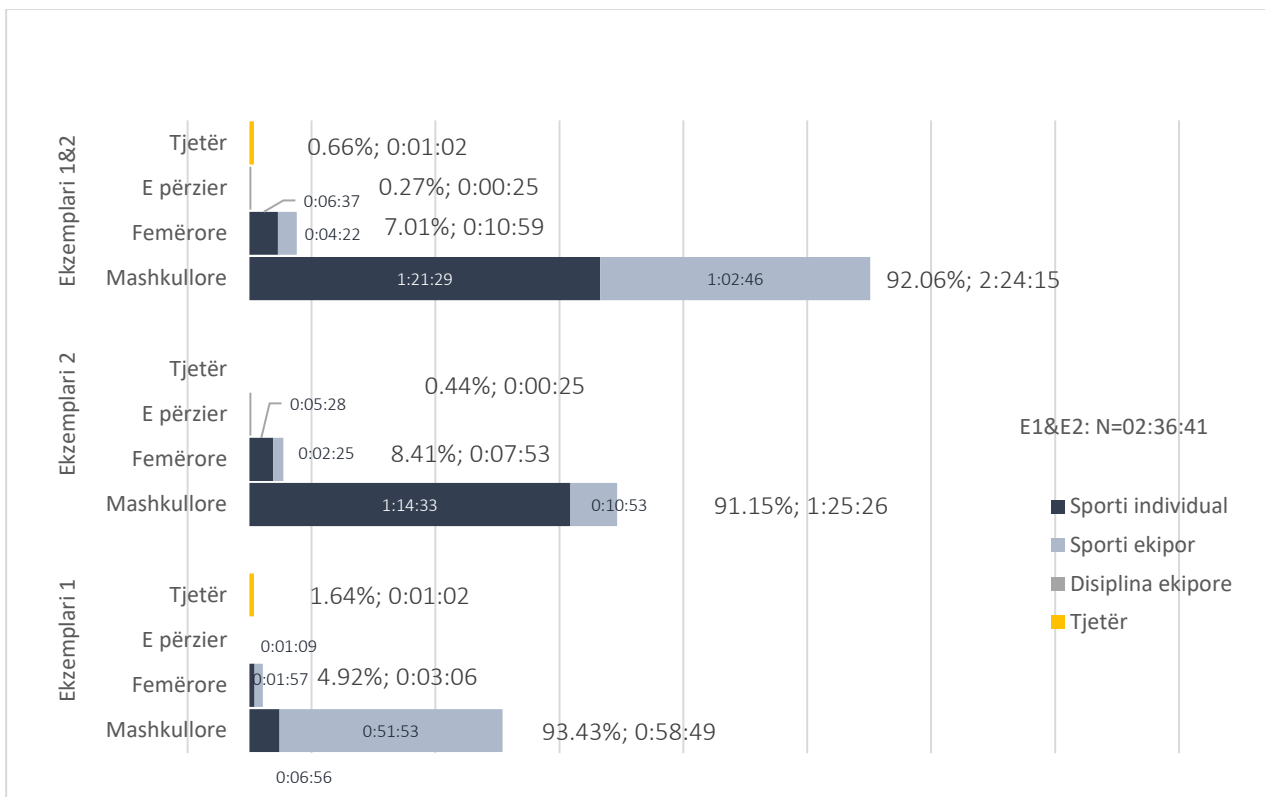


Foto 48: Pjesëmarrja e sporteve në konkurrencë të meshkujve dhe femrave në programin informativ sportiv në TV Sitel të ndara sipas sportit

Prezantimi i llojeve të ndryshme të sportit dhe korrelacioni i tyre me konkurrencën e meshkujve dhe femrave nënkupton që mund të pritet që në programin sportiv të prezantohen më shpesh sportistë se sa sportiste. Në Foto 49 është prezantuar frekuenca e paraqitjes së pjesëmarrësve meshkuj dhe femra në materialet e Sitalit, në mënyrë përkatëse me rolet e tyre në program – duke mos i llogaritur këtu edhe redaktorët të cilëve gjatë hulumtimit nuk mundej t’u përcaktohet identiteti dhe kështu edhe dallimi gjinor. Në përmbajtjen e analizuar të programit informativ sportiv në përgjithësi (në 27 emisione dhe 78 materiale të caktuara), janë regjistruar 221 pjesëmarrës në program⁷¹, prej të cilëve 186 ose 84,16% ishin meshkuj dhe 35 ose 15,84% ishin femra.

Nga gjithsejtë 85 instanca të paraqitjeve të gazetarë(e)ve në materiale të ndryshme, në 78 kishim paraqitje të gazetarëve – që është 91,76%. Nga gjithsejtë 107 instanca të paraqitjes së sportistë(e)ve (ose ekipeve sportive) në materiale të ndryshme nga të dy ekzemplarët në përgjithësi, 82 ose 76,64% ishin paraqitje të meshkujve, ndërsa 25 ose 23,36% të femrave. Përfundimisht, në programin e analizuar sportiv në përgjithësi, ishin regjistruar gjithsejtë 18 punëtorë/e sportiv ose ekspertë(e), prej të cilëve 15 ose 83,33% ishin meshkuj dhe 3, ose 16,67% ishin femra. Dominimi i

⁷¹ Bëhet fjalë për instance të paraqitjes së pjesëmarrësve në program, në materialin e marrë si njësi bazë të analizës, e jo për numrin unik të pjesëmarrësve, respektivisht paraqitja e një personalitetit në materiale të ndryshme gjithmonë është koduar në veçanti.

pjesëmarrësve meshkuj është i dukshëm nga të gjitha parametrat matës të frekuencës së pjesëmarrësve.

Por ky dallim është shumë më i shprehur gjatë ekzemplarit të parë ku 85 pjesëmarrës/e në program, gjithsejtë 78 ose 94,12% ishin meshkuj, ndërsa vetëm 5 ose 5,88% ishin femra. Nga 39 paraqitje të gazetarëve në programin sportiv të këtij ekzemplari, të gjithë ishin meshkuj. Nga 39 sportistë(e) – 34 ose 87,18% ishin meshkuj. Përshtypja e këtij programi në publikun e Sitelit, gjatë numrit të paktë të materialeve të regjistruara të këtij ekzemplari, është se gazetarët meshkuj flasin për sportet në konkurrencë të meshkujve.

Në ekzemplarin e dytë, numri është zbutur dukshëm në raport me ekzemplarin e parë, por që ende është i konsiderueshëm. Nga 136 pjesëmarrës/e të regjistruar, 106 ose 77,94% ishin meshkuj dhe 30 ose 22,06% ishin femra. Natyra e programit olimpiq deri diku ka bërë presion ndaj programit sportiv të TV Sitel për prezencë më të madhe të sportistëve në program. Nga gjithsejtë 68 sportistë(e) të regjistruar që paraqiten në programin e këtij ekzemplari, 48 ose 70,59% ishin meshkuj dhe 20 ose 29,41% ishin femra. Dallimi ndërmjet instancave të paraqitjes së gazetarëve dhe gazetarëve gjithashtu është ulur, por që ende mbetet i konsiderueshëm – nga 46 instanca të paraqitjes së gazetarë(e)ve, 39 ishin meshkuj që është 84,78%. Gjithashtu, ishte shprehur edhe dallimi në paraqitjen e ekspertë(e)ve sportiv në program – në të dy ekzemplarët së bashku kishte tre ekspertë – të gjithë në ekzemplarin e dytë, ndërsa nga 15 ekspertë gjithsejtë, 12 ishin nga ekzemplari i dytë.

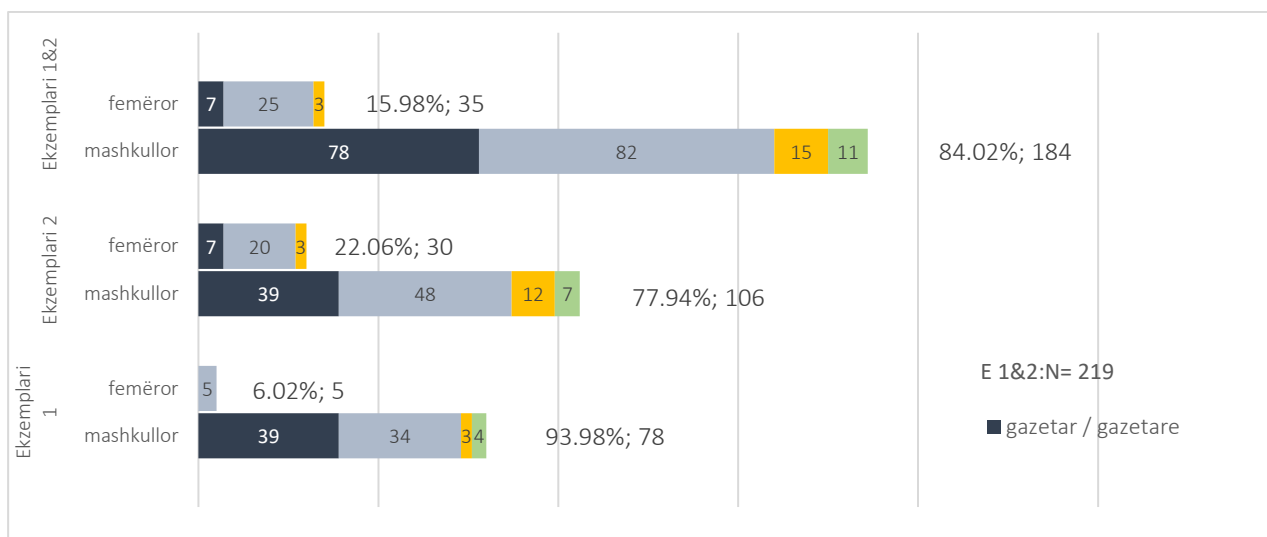


Foto 49: Frekuenca e paraqitjes së pjesëmarrësve meshkuj dhe femra në programin sportive të TV Sitel për njësi të materialeve dhe të ndara sipas rolit

Pasi që frekuenca e paraqitjes nuk nënkupton medoemos edhe kohë më të gjatë të rezervuar për pjesëmarrësit në program – në këtë analizë ishte agreguar kohëzgjatja në të cilën ata paraqiteshin në program në mënyrë vizuale (kur paraqiteshin inserte të tyre) dhe me fjalime (p.sh. me deklarata ose intervista). Ishte matur koha e fjalimit dhe paraqitjes së sportistë(e)ve, gazetarë(e)ve dhe punëtorë(e)ve dhe ekspertë(e)ve sportiv në program.

Analiza e të dhënave nga matja e sportistë(e)ve edhe me këtë parametër potencon një tendencë të dukshme të Redaksisë së Sitalit që të ketë interesim më të madh për sportistët se sa për sportistet në program dhe kjo vlen jo vetëm për ekzemplarin e parë, i cili përfshinë programin e rregullt sportiv, por edhe për ekzemplarin e dytë, në të cilin nën ndikimin e strukturës dhe frekuencës së ofertës olimpike mund të pritet edhe një paraqitje më e frekuentuar dhe një prezantim më i gjatë vizual (paraqitje) dhe një prezantim më i gjatë verbal (fjalim) i sportisteve në krahasim me sportistët.

Siç shihet në Foto 50, në të dy ekzemplarët së bashku, sportistët kishin prezantim vizual të programit të Sitalit prej 1 orë 18 minuta dhe 40 sekonda, që është 88,24% e kohëzgjatjes së prezantimit të përgjithshëm vizual të sportistë(e)ve në program. Për sportistët ishin ndarë 10 minuta dhe 29 sekonda ose 11,76% e kohës. Me prezantimin verbal në nivel të të dy ekzemplarëve, sportistët kishin një dominim edhe më të madh sepse gjithsejtë 41 minuta dhe 35 sekonda ose 99,01% e kohës sa edhe flisnin sportistë(e)t ishte kushtuar për meshkujt.

Kohëzgjatja dukshëm më e madhe e prezantimit vizual dhe verbal të sportistëve në program është evidente edhe gjatë të dy ekzemplarëve në veçanti. Në ekzemplarin e parë, sportistët kishin 2 minuta dhe 36 sekonda ose 5,51% nga koha e përgjithshme kur sportistë(e)t paraqiteshin me fotografi në ekran. Sportistët, nga ana tjetër, kishin 44 minuta dhe 36 sekonda që është 94,49% e kohës. Në të njëjtin ekzemplar sportistët fituan 25 minuta dhe 25 sekonda kohë (që është 98,39% e kohës së përgjithshme të fjalimeve të sportistë(e)ve), ndërsa sportistet vetëm 25 sekonda – 1,61%. Në këtë mënyrë mund të thuhet se në ekzemplarin e parë koha e ndarë për prezantim vizual dhe verbal për sportistët ishte e anashkaluar në raport me sportistët.

Edhe pse në ekzemplarin e parë kishte prani më të madhe vizuale të sportisteve – 7 minuta dhe 53 sekonda ose

18,79%, prapë se prapë mungesa e plotë e prezantimit të tyre verbal, paraqet sërish një indikator të dominimit mashkullor të mbulimit të ngjarjeve sportive, madje edhe te ato ku figurojnë sportistët.

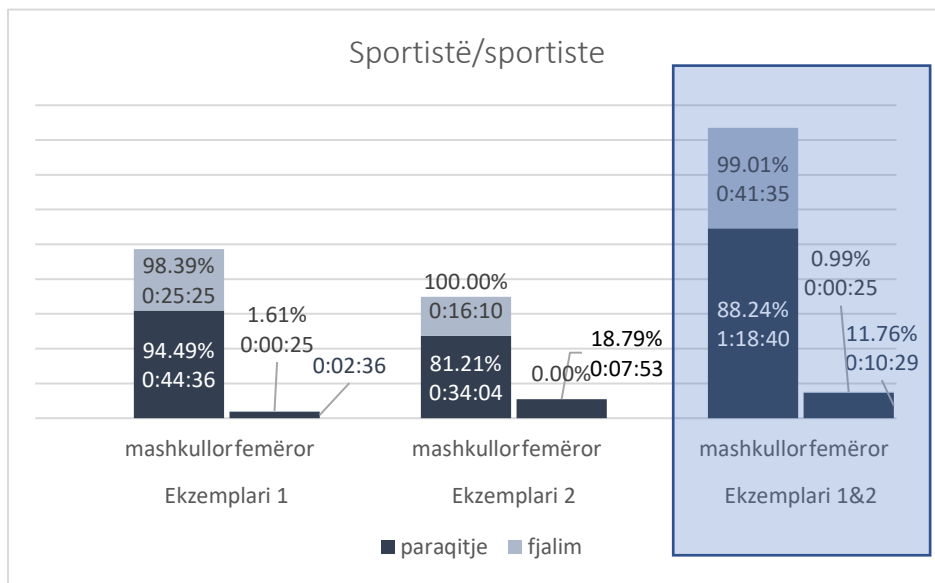


Foto 50: Kohëzgjatja e prezantimit vizual dhe verbal të sportistëve dhe sportisteve në programin informativ të TV Sital

Është interesant edhe prezantimi i distribucionit të markerëve mashkullor dhe femërorë në të gjitha parametrat matës që janë prezantuar deri më tani: (1) sportet në konkurrencë të meshkujve ose femrave (2) frekuenca e paraqitjes së sportistëve dhe sportisteve në program, (3) kohëzgjatja e prezantimit të tyre verbal dhe (4) prezantimi vizual. Në Foto 51 shihet se si këta markerë janë të distribuuar si krahasim në të dy ekzemplarët e analizës.

Linjat janë me stabile, sipas të dhënave të ekzemplarit të parë, krahasuar me të dhënat e ekzemplarit të dytë në të cilin ka rritje të butë të pjesëmarrjes së femrave sipas frekuencës së paraqitjes dhe kohëzgjatjes së prezantimit vizual – edhe pse këto numra janë të vogël, prapë se prapë duket interesante për të shënuar se prezenca e femrave rritet në parametrat vizual, por jo edhe në ato të fjalimit ose të frekuencës sipas llojeve të sporteve.

Nga foto 51, siç ishte përmendur, del se në TV Sitel në nivel të të dy ekzemplarëve së bashku, gazetarët kishin 78 instanca të paraqitjes nga gjithsejtë 85 – që është 91,76%. Gazetarët kishin gjithsejtë 7 paraqitje, që është 8,24% e frekuencës së përgjithshme të instancave të paraqitjes së gazetarë(e)ve në programin informativ sportiv. Edhe në këtë rast, në ekzemplarin e dytë ka një frekuencë pak më të madhe të paraqitjes, por prapë se prapë numri i gazetarëve është i anashkaluar në programin sportiv të TV Sitel.

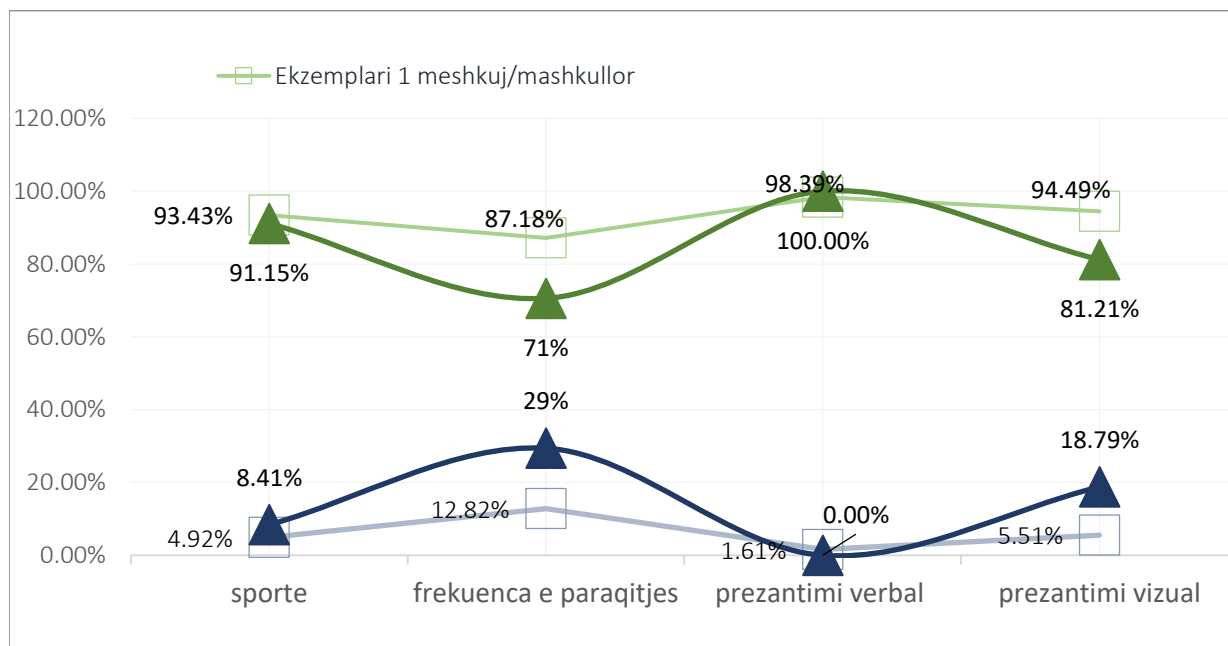


Foto 51: Raporti ndërmjet meshkujve dhe femrave në sport prezantuar në TV Sitel në katër parametra matës si krahasim në të dy ekzemplarët

Sipas shqyrtimit të identiteteve unike të gazetarëve dhe gazetaresve në program, siç mund të shihet në Tabelën 31 – 76,47% është nga dy gazetarë sportiv. Paraqitjet e tjera janë nga gazetarë të redaksive të tjera që ishin të përfshira rastësisht në të dy ekzemplarët. Nga 9 gazetarë që janë paraqitur në ekzemplarin e programit sportiv gjatë dhe para Lojërave Olimpikë, 3 ishin femra, ndërsa 6 të tjerë – meshkuj. Më pas, tri gazetarët janë paraqitur vetëm gjatë ekzemplarit të dytë.

Emri	Ekzemplari 1	Ekzemplari 2	Gjithsejtë
Zoran Nikollovski	10	23	33
Igor Trpevski	27	5	32
Mirjana Davidovska	0	3	3
Branislav Janevski	0	5	5
Marjan Nikollov	2	1	3
Despina Todorovska	0	3	3
Ivan Kuzmanovski	0	3	3
Kirill Stojanov	0	2	2
Aleksandra Kostovska	0	1	1
Gjithsejtë	39	46	85

Tabela 31: Frekuenca e paraqitjeve të gazetarë(e)ve individuale në TV Sitel

Matja e kohëzgjatjes së prezantimit verbal dhe vizual të gazetarë(e)ve, nuk zbulon ndonjë aspekt plotësues të asaj që është shprehur në paragrafët e fundit – është i qartë dominimin numerik i meshkujve në raport me kuadrin e gazetarëve të programit sportiv në TV Sitel. E vetmja që vlen të theksohet, është prezenca pak më e konsiderueshme e gazetarëve në kohëzgjatjen e prezantimit vizual në aspekt të pjesëmarrjes së tyre në frekuencën e paraqitjes. Parametrat e tjerë janë vetë sqaruese. Sipas frekuencës së paraqitjes, gazetarët në programin e përgjithshëm sportiv janë paraqitur në 91,76% të rasteve.

Por, me kohëzgjatjen e prezantimit të tyre vizual, gazetarët ishin më të përfaqësuar me 77,48%. Nga ana tjetër – gazetarët, sipas frekuencës së paraqitjes ishin në 8,24%, kurse pjesëmarrja e tyre sipas kohëzgjatjes të prezantimit vizual ishte 22,52%. Ky nuk është konstatim i përgjithësuar, por është indikativ sepse gazetarët paraqiteshin më

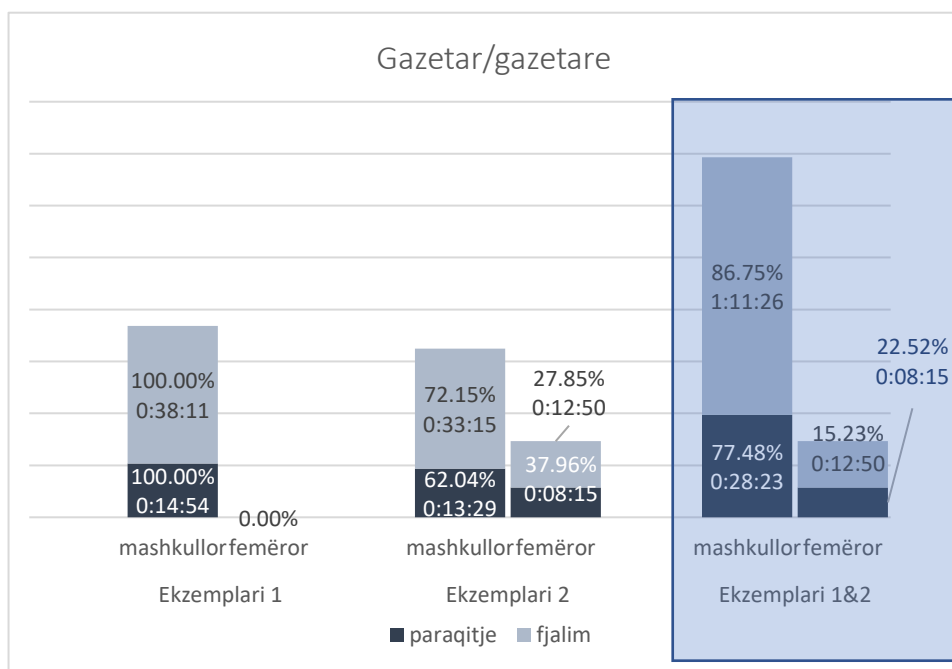


Foto 52: Kohëzgjatja e prezantimit vizual dhe verbal të gazetarëve dhe gazetaresve në programin informativ në TV Sitel

rrallë, e kur paraqiteshin, kamera kthehej më gjatë drejt tyre, dhe e kundërta – gazetarët paraqiteshin më shpesh, por prezantimi i tyre vizual ishte më i shkurtër.

Në aspekt të prezencës së punëtorëve/eve sportiv në program, në TV Sitel siç ishte rasti edhe me televizionet e tjera, jashtëzakonisht rrallë paraqiteshin ekspertet sportive ose punëtorët sportive.

Në nivel të të dy ekzemplarëve, siç ishte prezantuar, nga gjithsejtë 18 paraqitje – 3 ose 16,67% ishin femra. Por kjo përqindje e pjesëmarrjes nuk reflektoi në kohëzgjatjen e prezantimit vizual dhe verbal të eksperteve në program. Kohëzgjatja që u ishte dhënë

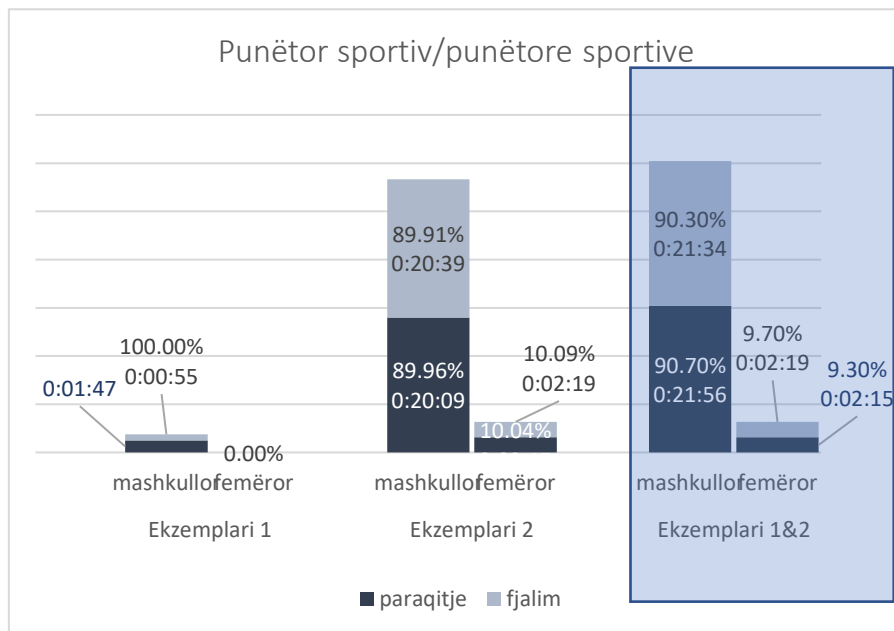


Foto 53: Kohëzgjatja e prezantimit vizual dhe verbal të punëtorëve/eve dhe ekspertëve/eve sportive në programin informativ në TV Sitel

tri ekspertëve sportivë për prezantim verbal ishte 9,70% e kohës së përgjithshme kur ekspertë(e)t flisnin para kamerave. Ngjashëm edhe për prezantimin e tyre vizual u ndanë 9,30% e prezantimit të përgjithshëm vizual të punëtorëve/eve sportive në të dy ekzemplarët së bashku.

Gjatë këtij hulumtimi, nga aspekt gjinor ishin koduar sportistë(e)t dhe sportet për të cilat bëhej raportimi gjatë programit informativ. Njëri prej parametrave ishte në lidhje me nyjat diskursive me të cilat ishin konstruktuar sportistët dhe sportistet në kuadër të markimeve paragjyquese të feminizuar dhe maskulizuar. Në këtë pjesë të hulumtimit, në programin e TV Sitel janë detektuar tri instanca në të cilët për konkurrencën e femrave në tri sporte (tenis, hendboll dhe volejboll) ishte përdorur shprehja “te zonjat”, edhe pse jo rrallë shfrytëzohet si marker feminizues në mesin e gazetarëve sportiv. Për sportistët në konkurrencë të meshkujve nuk ishin detektuar markerë të maskulizuar.

Ky hulumtim i kodoi edhe përbërjet retorike në lidhje me mënyrën se si gazetarë(e)t i konstruktojnë sportet. Gjatë raportimit sportiv është e shpeshtë dukuria që sportet në konkurrencë të meshkujve të quhen me emrin e tyre gjenerik, në këtë mënyrë duke e naturalizuar konkurrencën e meshkujve. Por kur të njëjtat sporte paraqiten në konkurrencë të femrave, shpesh i markojnë në aspekt gjinor si “femëror”. Kështu, për futbollin në konkurrencë të meshkujve, flitet vetëm si për “futboll”, ndërsa për futbollin në konkurrencë të femrave potencohet se bëhet fjalë për “futboll në konkurrencë të femrave “. Kjo dukuri, sa ka rrënjë edhe naturalizimi sistematik i markerëve mashkullor, aq ka edhe rrënjë zhvillimi i ofertës sportive në disa sporte – në kushte kur ndonjë sport dominohet nga një gjini e caktuar – si futbollin të meshkujve – ka tendencë që për të të përdoret emri

gjenerik për konkurrencën e meshkujve. Por sportet si volejboli, basketbolli, hendbolli dhe shumica e sporteve të tjera individuale që janë mjaftë të zhvilluar edhe në konkurrencë të meshkujve por edhe të femrave, shpeshherë diferencohen edhe në konkurrencë të meshkujve dhe të femrave. Në Sitel, në ekzemplarin e parë, në 5 instanca ishte detektuar një diskurs gjinor që në sportet në konkurrencë të femrave i kishte markuar si femërore, por njëkohësisht kishte pothuajse aq instanca në të cilat ishte konstruktuar në aspekt gjinor edhe për sportet individuale dhe ekipore të meshkujve. Por në shumicën e rasteve (36), sportet e meshkujve përdoren në formën gjenerike. Në ekzemplarin e dytë, siç shihet në Tabelën 32, në 59 instanca të sporteve kur garonin meshkuj, ishin të titulluar në formë gjenerike, ndërsa në 3 në formë gjinore. Është e dukshme se nuk kishte instancë të informatave për sportet në konkurrencë të femrave ku nuk ishte theksuar se është sport në konkurrencë të femrave. Kështu, për sportet femërore ka më shumë gjasë që gazetari do të potencojë se bëhet fjalë për sport në konkurrencë të femrave. Nga ana tjetër, për sportet në konkurrencë të meshkujve ka më shumë gjasë që të përdoren në formën e tyre gjenerike.

Në këtë hulumtim nuk ishin detektuar instanca të raportimit në të cilat hapen tema interseksionale siç është gjinia, raca ose kombësia. Gjithashtu, sportistët dhe sportistët

lidheshin kryesisht me arritjet e tyre dhe nuk kishte instanca të seksualizimit të trupave të tyre. Përfundimisht, për sportistët në TV Sitel shfrytëzoheshin forma kryesisht feminine të emrit të tyre.

Gjinia/konstrukt	Ekzemplari 1		Ekzemplari 2	
	Gjenerik	Gjinor	Gjenerik	Gjinor
Mashkullor	36	5	59	3
Femëror	0	6	0	19

III.8. TV Telma

Hyrje

TV Telma është njëra prej dy televizioneve private që kanë frekuencë me përmbajtje të pasur dhe të madhe të programit informativ sportiv. Gjatë të dy periudhave të përzgjedhura të ekzemplarit – nga 4 deri më 10 prill (para Lojërave Olimpikë Verore) dhe nga 26 korriku deri më 1 gusht (gjatë Lojërave Olimpikë Verore) – janë emetuar gjithsejtë 62 edicione të emisioneve sportive prej të cilave 60 ishin lajme sportive, ndërsa janë regjistruar edhe 2 edicione të magazinave sportive⁷².

Nga Tabela 33 shihet se Televizioni ka emetuar pothuajse numër të njëjtë të emisioneve sportive gjatë të dy ekzemplarëve, por duke marrë parasysh që në ekzemplarin e dytë mungojnë të dhëna për një ditë të emetimit, mund të pritet që ekzemplari i dytë ka pasur frekuencë edhe më të madhe të emisioneve sportive. Magazina sportive janë regjistruar vetëm gjatë ekzemplarit të parë.

Në TV Telma nuk janë regjistruar transmetime sportive⁷³ as në javën e marrë si ekzemplar para LOV, e as gjatë këtyre Lojërave.

Emisioni/Ekzemplari	Lajme	Magazina	Transmetim	Gjithsejtë	%
Ekzemplari 1	28	2	0	30	48,39%
Ekzemplari 2	32	0	0	32	51,61%
Gjithsejtë	60	2	0	62	100%

Tabela 33: Frekuenca e emisioneve sportive në TV Telma sipas llojit

Nga analiza e kohëzgjatjes së programit sportiv gjatë të dy ekzemplarëve, sërish del se Televizioni i ka kushtuar kohë të njëjtë programit sportiv gjatë të dy ekzemplarëve. Prapë se prapë, mund të pritet se në ekzemplarin e dytë kishte ndarë më tepër kohë për mbulimin e Lojërave Olimpikë Verore të cilat kishin ndikim ndaj skemës mediatike.

Në ekzemplarin e parë, siç shihet në Tabelën 34, për informatat sportive ishin ndarë 3 orë 54 minuta dhe 22 sekonda. Kjo nënkupton se mesatarisht gjatë një dite është emetuar program sportiv prej 33 minuta dhe 29 sekonda. Në ekzemplarin e dytë brenda ditës mesatarisht janë emetuar 39 minuta dhe 4 sekonda. Ky dallim mund të merret edhe si indikator për dallimin faktik të kohëzgjatjes ndërmjet të dy ekzemplarëve.

Lloji i emisionit / Ekzemplari	Transmetim	Program informativ	Gjithsejtë	%
Ekzemplari 1	0:00:00	3:54:22	3:54:22	50,00%
Ekzemplari 2	0:00:00	3:54:23	3:54:23	50,00%
Gjithsejtë	0:00:00	7:48:45	7:48:45	100%

Tabela 16: Kohëzgjatja e emisioneve sportive në TV Telma sipas llojit

⁷² Te ky televizion, për shkak të dëmtimit të incizimit nuk ishte koduar një pjesë e ekzemplarit para LOV. Kështu ekzemplari i dytë në Telma, është më i shkurtër se i televizioneve të tjera.

⁷³ Transmetimi i këtij hulumtimi ishte koduar dyfish edhe si zhanër specifik i gazetarisë sportive edhe si lloji i emisionit të mediumit. Por në agregim ishte përpunuar si një njësi unike.

Mund të thuhet se programi informativ sportiv në TV Telma ka një zhanër të larmishëm ku dominojnë format klasike të gazetarisë – lajmi dhe raporti. Lajmi si zhanër është më frekuent – gjithsejtë 222 materiale ose 45,03% e programit në fakt ishin lajme (prej të cilave shumica janë në ekzemplarin e dytë), kurse madje 217 ose 44,02% të materialeve ishin raportime. Në programin e Telma vend të konsiderueshëm kanë pasur edhe rishikimet – 45 materiale ose 9,13% e numrit të përgjithshëm të materialeve të evidentuara ishin në këtë zhanër analitik – komentues, karakteristik për gazetarinë sportive.

Numri i intervistave të emetuara ishte më i madh, krahasuar me televizionet e tjera private. Edhe në programin e Telmas nuk ishin regjistruar transmetime

Zhanri/ Ekzemplari	Lajme	Raportime	Intervista	Rishikime	Transmetime	Gjithsejtë	%
Ekzemplari 1	27	113	7	29	0	176	35,70%
Ekzemplari 2	195	104	2	16	0	317	64,30%
Gjithsejtë	222	217	9	45	0	493	100%

Tabela 35: Frekuenca e materialeve në TV Telma sipas zhanreve specifike

sportive, që për ekzemplarin gjatë LOV është i kuptueshëm duke marrë parasysh të drejtat autoriale.

Presioni që u bë nga LOV ndaj programit të Telmas është i dukshëm, duke gjykuar në bazë të distribucionit të llojeve të ndryshme të sportit gjatë të dy ekzemplarëve. Siç mund të shihet në Foto 54, në ekzemplarin para programit të rregullt sportiv në Telma, para LOV kanë dominuar sportet ekipore. Nga gjithsejtë 3 orë 54 minuta dhe 22 sekonda që i kushtohen sportit gjatë ekzemplarit të parë, për sportet ekipore, Redaksia ka ndarë 2 orë 49 minuta dhe 34 sekonda ose 72,35%. Për sportet individuale ishin ndarë 1 orë 1 minutë dhe 15 sekonda, që paraqet 26,13% të programit të përgjithshëm sportiv të këtij ekzemplari.

Ky dominim i sporteve ekipore në programin e rregullt, në ekzemplarin gjatë LOV është shndërruar në një prezencë dukshëm më të madhe të sporteve individuale. Ky transformim është i kuptueshëm, duke marrë parasysh faktin që gjatë ofertës olimpike të LOV, vend të rëndësishëm kanë edhe sportet individuale andaj edhe distribucioni që shihet në Foto 54 është reflektim i kësaj oferte. Nga gjithsejtë 3 orë 54 minuta dhe 23 sekonda që i janë kushtuar sportit gjatë ekzemplarit të dytë, për sportet individuale, Redaksia e TV Telma ka ndarë 2 orë 10 minuta dhe 2 sekonda, ose 55,48%. Për sportet ekipore ishin ndarë 1 orë 13 minuta dhe 42 sekonda, që paraqet 31,44% e programit të përgjithshëm sportiv të atij ekzemplari.

Në mënyrë shtesë, paraqitja e konkurrencës ekipore në kuadër të sporteve tradicionale individuale gjatë ekzemplarit të dytë, është edhe një manifestim i ndikimit të LOV në programin sportiv⁷⁴. Televizioni i kushtoi 7% të kohës së programit sportiv për këtë lloj të sporteve. Në programin e rregullt të Telmas, e pasqyruar gjatë ekzemplarit të parë, mungonte mbulimi i disiplinave ekipore të sporteve tradicionale individuale.

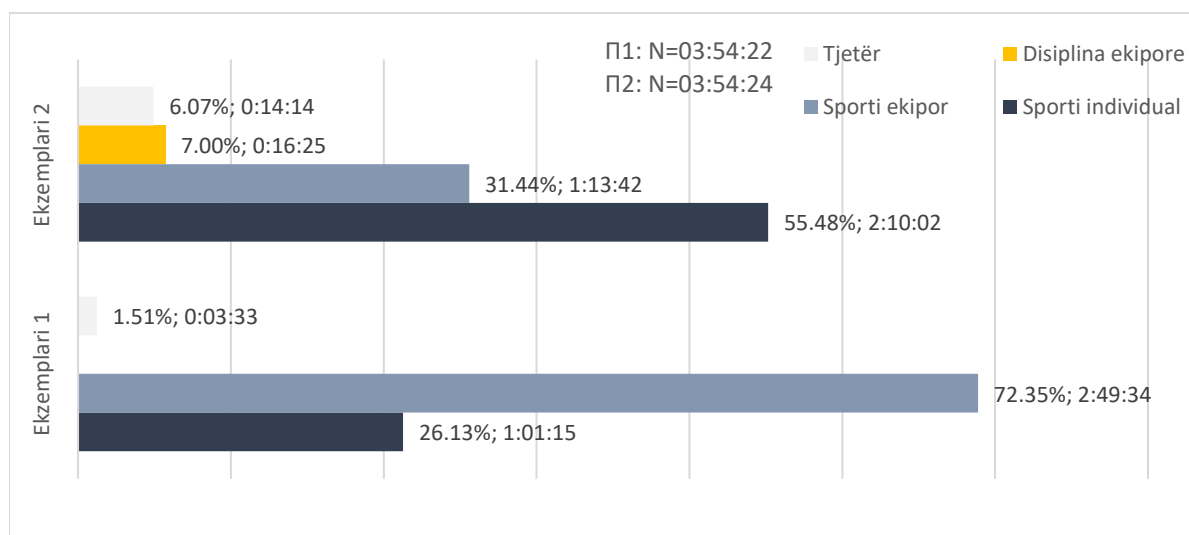


Foto 54: Pjesmarrja e sporteve individuale dhe ekipore në programin informativ në TV Telma gjatë të dy ekzemplarëve

Ekzemplari i këtij hulumtimi nuk lejon përgjithësime për atë nëse programi i rregullt sportiv në Telma ka anshmëri sistematike ndaj sporteve ekipore. Prapë se prapë ky konstatim është indikativ se me gjasë, kohëzgjatja më e madhe e sporteve ekipore është për mbulimin e futbollit. Siç shihet në Foto 55, ku është prezantuar kohëzgjatja absolute dhe relative e kushtuar për secilin sport gjatë të dy ekzemplarëve – futbollit në këto dy javë, gjatë dhe para LOV ka marrë 2 orë 12 minuta dhe 28 sekonda, që është 28,26% e programit të përgjithshëm sportiv nga të dy ekzemplarët.

⁷⁴ Siç është theksuar paraprakisht, bëhet fjalë për disiplina sportive të llojit të vrapimit me stafetë në atletikë dhe të ngjashme.

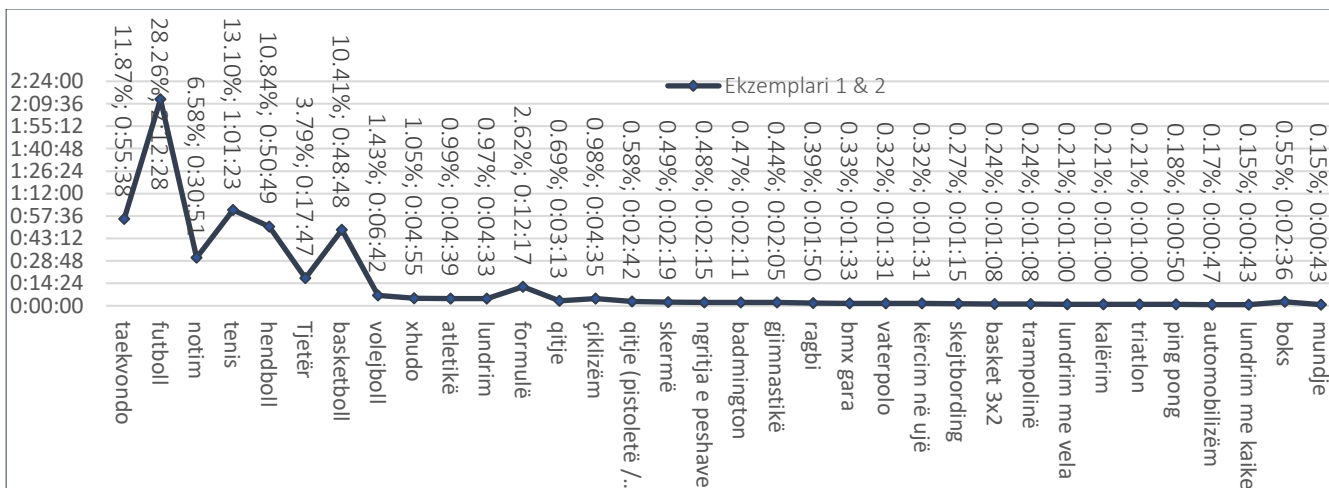


Foto 55: Pjesëmarrja e sporteve të ndryshme në programin e përgjithshëm të analizuar sportiv në TV Telma, gjatë të dy

Lëvizja e kohëzgjatjes relative për të dy llojet e sportit, gjatë të dy ekzemplarëve, mund të sqarohet me të dhënat e shënuara në Foto 56, ku shihet ndryshimi në interesin e Televizionit sipas llojit të sporteve, para dhe gjatë LOV. Gjatë LOV, ishte rritur dukshëm kohëzgjatja e sporteve si tekuondo (për shkak të suksesit të përfaqësuesit maqedonas), notit (për shkak të interesit tradicional për këtë sport gjatë Lojërave) dhe tenisit. Nga ana tjetër, dukshëm ishte ulur edhe kohëzgjatja e përmbajtjeve të emetuara frekuentë në lidhje me futbollin, basketbollin, volejbollin etj. Kohëzgjatja e kushtuar për futbollin ishte ulur për diçka më shumë se 1 orë – nëse në ekzemplarin e parë 41,15% e programit ishte në fakt futboll, atëherë në ekzemplarin e dytë për futbollin u ndanë 15,37% të programit të përgjithshëm.

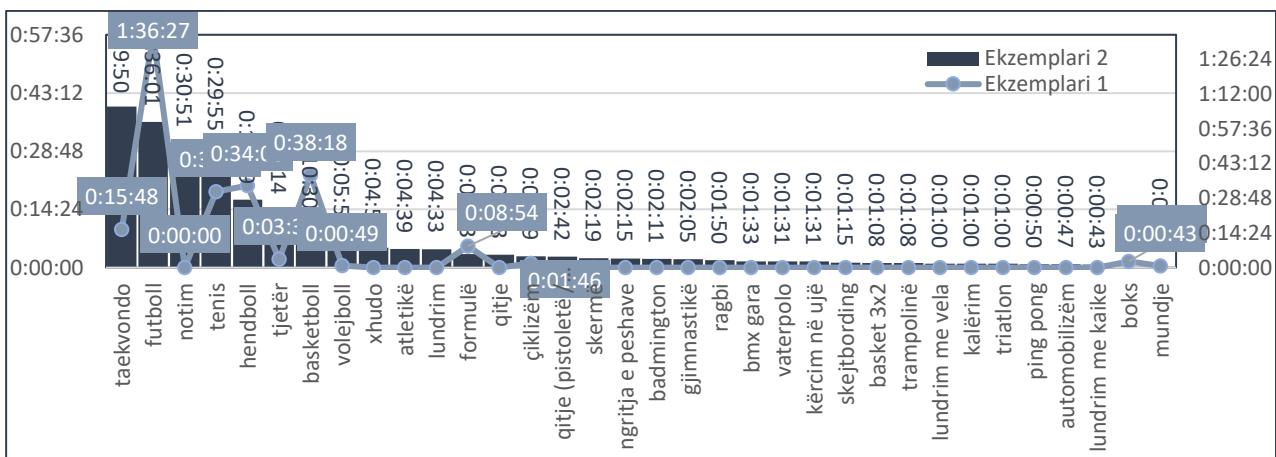


Foto 56: Pjesëmarrja e sporteve të ndryshme në programin e përgjithshëm të analizuar sportiv në TV Telma, sipas çdo ekzemplari

Analiza e aspekteve gjinore në programin sportiv

Duke marrë parasysh programin e përgjithshëm informativ sportiv në TV Telma (shih Foto 57), sportet në konkurrencë të meshkujve kanë fituar kohën më të madhe të programit: gjithsejtë 5 orë 50 minuta dhe 19 sekonda, që është 74,73% e kohës së përgjithshme që i kushtohet sportit gjatë të dy javëve të analizuara. Sportet në konkurrencë të femrave (duke i llogaritur këtu edhe ato ekipore dhe individuale) kanë fituar 1 orë 36 minuta dhe 58 sekonda, që paraqet 20,69% e programit. Më pak se 1% e programit ishte ndarë edhe për konkurrencën e përzier të sporteve, ndërsa në 3,93% të kohëzgjatjes së programit sportiv, Redaksia e TV Telma ka raportuar për përmbajtje sportive, por jo për ndonjë sport ose disiplinë konkrete – por për përmbajtje që kanë të bëjnë me krizën e Kovid 19 dhe LOV, ose për informata të organizimit dhe përgatitjes së olimpiadës. Ky raport i sporteve në konkurrencë të meshkujve dhe femrave në përgjithësi, është indikacion për theksimin që TV Telma e bën për sportet në konkurrencë të meshkujve në përgjithësi, si në programin e rregullt, ashtu edhe gjatë ngjarjeve të rëndësishme sportive ku ka frekuencë të lartë të sporteve në konkurrencë të femrave si ofertë, e që nuk reflektohet në program.

Distribucioni i sporteve në konkurrencë të meshkujve dhe femrave gjatë llojeve të ndryshme dhe gjatë të dy periudhave të analizuara të ekzemplarëve përkatës, potencon për konkluzione të fuqishme edhe si rezultat i programit të përgjithshëm gjatë të dy ekzemplarëve. Sidoqoftë dallime ekzistojnë sepse në ekzemplarin e marrë nga informatat sportive në programin e rregullt, dallimi ndërmjet meshkujve dhe femrave të prezantuar në program është dukshëm më i madh. Në ekzemplarin para Lojërave Olimpike Verore, sportet ku garonin femrat ka marrë më pak kohë prej 28 minutave dhe 16 sekonda që në krahasim me meshkujt për të cilët ishin ndarë 3 orë 21 minuta dhe 56 sekonda, është madje 86,16% e programit të emetuar informativ sportiv para LOV. Edhe pse ekzemplari nga një javë e përzgjedhur rastësisht, para LOV është e kufizuar dhe nuk lejon që me atë të bëhen konkluzione të përgjithshme, prapë se prapë ky konstatim mund të sugjerojë se programi i zakonshëm sportiv në TV Telma është dominuar nga sportet në konkurrencë të meshkujve, para se gjithash atyre ekipore, ku duke parë Foton 55 – shihet se dominon futboll.

Distribucioni i prezantuar në kuadër të ekzemplarit të parë sipas llojeve të sportit tregon se te sportet individuale – meshkujt kanë fituar kohë dukshëm më të madhe, ndërsa te sportet ekipore – ata kanë pasur pozitën dominuese. Nga gjithsejtë 1 orë 1 minutë dhe 15 sekonda të ndara për sportet individuale në programin e rregullt, për sportet individuale në konkurrencë të femrave ishin kushtuar 18 minuta dhe 10 sekonda, që paraqet 29,96% kurse për ato të meshkujve ishin ndarë 42 minuta dhe 28 sekonda ose 69,33%. Dallimi te sportet ekipore është tejet më i lartë – nga gjithsejtë 2 orë 49 minuta dhe 34 sekonda programi i kushtuar për sportet ekipore – femrat kanë marrë vetëm 5,96%, ndërsa meshkujt 94,04%. Sportet ekipore në konkurrencë të meshkujve janë pasur 68,04% të programit të përgjithshëm gjatë ekzemplarit të parë. Duke marrë parasysh faktin që 41,15% e programit të ekzemplarit të parë ishte futboll në konkurrencë të meshkujve, këto të dhëna nuk mund të konsiderohen si kundërintuitiv.

Gjatë ekzemplarit të parë është evidente që oferta e LOV i ka zbehur dukshëm dallimet ndërmjet prezantimit të sporteve në konkurrencë të meshkujve dhe femrave. Nga gjithsejtë 3 orë

54 minuta dhe 23 sekonda të kushtuara për programin informativ sportiv gjatë ekzemplarit të dytë, 2 orë 28 minuta dhe 23 sekonda ose 63,31% ishin për garat ndërmjet meshkujve, ndërsa 1 orë 8 minuta dhe 42 sekonda ose 29,31% - për garat ndërmjet femrave. Ky dallim dukshëm i zvogëluar është dallim i shprehur edhe te sportet ekipore – nga gjithsejtë 1 orë 13 minuta dhe 42 sekonda për sportet ekipore, 55 minuta dhe 49 sekonda ose 75,73% ishin ndarë për meshkujt, ndërsa 17 minuta dhe 53 sekonda ose 24,27% për femrat. Ky është një dallim i rëndësishëm, por më pak se ai nga ekzemplari i parë, në kontekst të distribucionit gjinor të sporteve ekipore. Te sportet individuale, nga gjithsejtë 2 orë 10 minuta dhe 2 sekonda – 67,19% e kohëzgjatjes është e kushtuar për konkurrencë e meshkujve, ndërsa 32,81% për atë të femrave.

Raporti ndërmjet kohëzgjatjes së raportimit për sportet në konkurrencë të meshkujve dhe femrave gjatë ekzemplarit të dytë, është i zbutur para se gjithash për shkak të rritjes së ndikimit të sporteve ekipore në konkurrencë të femrave gjatë LOV.

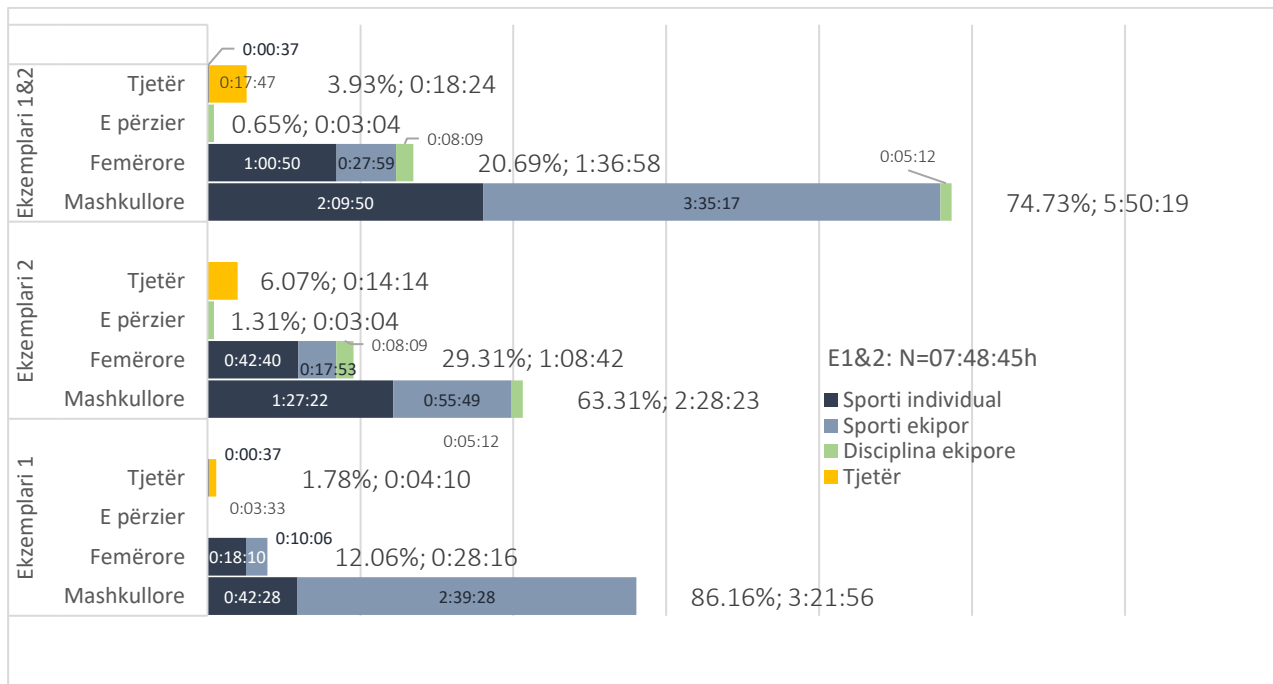


Foto 57: Pjesëmarrja e sporteve në konkurrencë të meshkujve dhe femrave në programin informativ sportiv të TV Telma, të ndara sipas llojit të sportit

Sipas kohëzgjatjes së ndarë për sportet në konkurrencë të meshkujve dhe femrave, është e pritshme se programi sportiv më shpesh dhe më shumë i ka prezantuar sportistët se sa sportistet, por ajo ende nuk nënkupton se edhe numri i përgjithshëm i meshkujve në program ishte dukshëm

më i madh se sa ai i femrave. Për këtë arsye në Foto 58 edhe për prezantuar frekuenca e instancave të paraqitjes⁷⁵ së pjesëmarrësve meshkuj dhe femra në materialet e TV Telm.

Në të dy ekzemplarët së bashku, janë analizuar gjithsejtë 1277 instanca të paraqitjes së pjesëmarrësve në program, prej të cilave 997 ose 78,07 ishin meshkuj dhe 280 ose 21,93% ishin femra. Ky dominim numerik i meshkujve nuk është distribuuar në mënyrë të barabartë sipas llojeve të pjesëmarrësve. Dallimi më i dukshëm është në instancat e paraqitjes së gazetarë(e)ve.

Nga gjithsejtë 493 instanca të paraqitjes së gazetarë(e)ve gjatë të dy ekzemplarëve së bashku, 478 ose 96,96% ishin paraqitje të gazetarëve. Vetëm 15 paraqitje, që është 3,04% e frekuencës së përgjithshme, ishin paraqitje të gazetareve. Ky raport është i njëjtë edhe në kuadër të dy ekzemplarëve në veçanti. Në kuadër të ekzemplarit para LOV, prej 173 paraqitjeve, 169 ishin meshkuj – që është 97,69% e instancave të paraqitjeve të gazetarëve në gjatë atij ekzemplari. Në javën që ishte lëndë e analizës gjatë LOV, prej 320 instancave të paraqitjes, 309 ose 96,56% ishin për meshkuj.

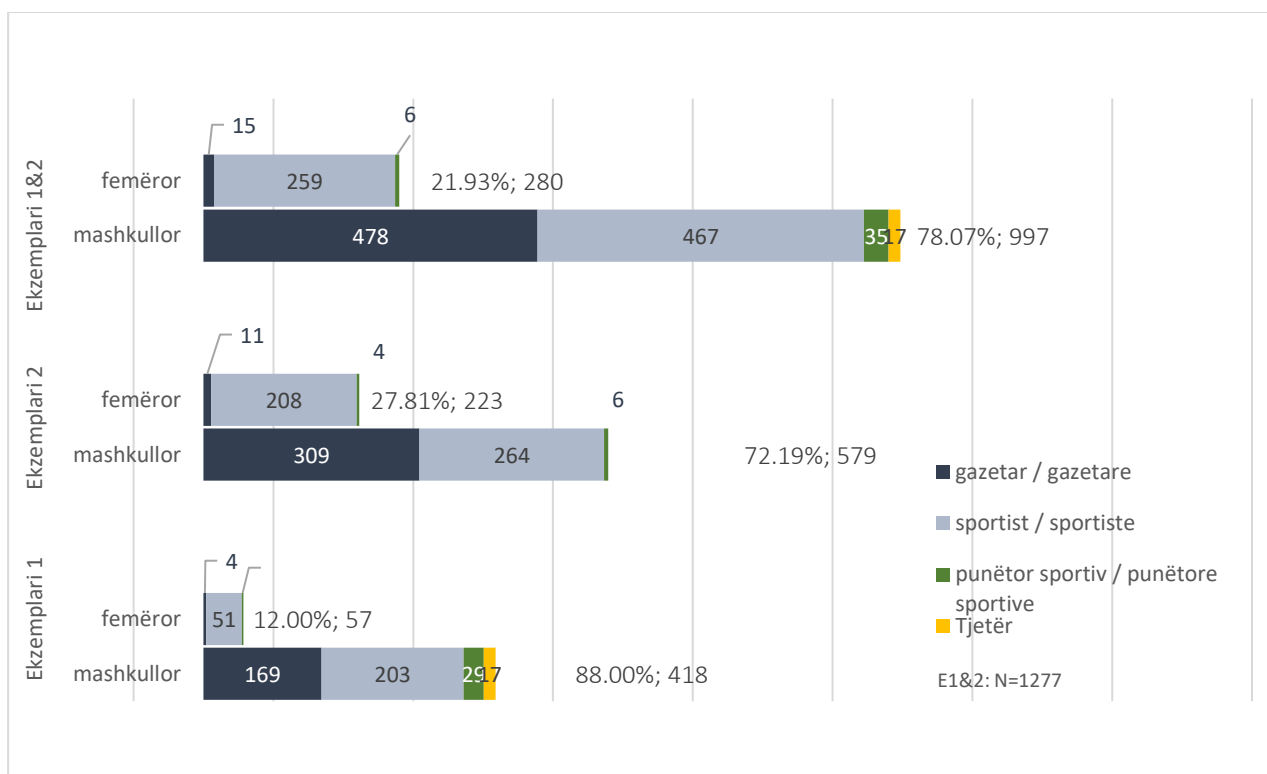


Foto 58: Frekuenca e instancave të paraqitjes së pjesëmarrësve meshkuj dhe femra në programin e TV Telma, për njësi të materialit dhe të ndara sipas rolit

⁷⁵ Koncepti “instance të paraqitjes” këtu është përdorur për të bërë dallimin ndërmjet asaj që është matur gjatë hulumtimit dhe fakteve “pjesëmarrës në program” dhe kjo është bërë për arsye analitike. “Instancat e paraqitjes” janë njësi të prezantimit verbal ose vizual të pjesëmarrësve në program për një njësi të materialit. Si p.sh: nëse në një edicion të lajmeve janë publikuar 5 materiale dhe në të gjitha ato paraqitet një gazetar i njëjtë – atëherë ai gazetar është i shënuar 5 herë në matricën koduese – bëhet fjalë për një pjesëmarrës me 5 instanca të paraqitjes për njësi të materialit.

TV Telma, në momentin e përpilimit të këtij studimi ka një gazetare sportive, që nuk ishte rast në kohën kur ishte marrë ekzemplari. Për këtë arsye, instancat e paraqitjes së gazetareve, siç mund të shihet në Tabelën 36, janë të lidhura me identitetet e gazetareve që nuk merren zakonisht me raportime sportive. Të dy gazetarët që paraqiteshin në program ishin nga Redaksia Sportive dhe prej tyre del edhe frekuenca e përgjithshme e instancave të paraqitjeve.

Emri	Ekzemplari 1	Ekzemplari 2	Gjithsejtë
Igor Panevski	88	230	318
Branko Kazakovski	81	79	160
Natasha Stojanovska	0	10	10
Nikollina Sllavkovska	2	0	2
Eva Jakimovska	2	0	2
Nina Stefanova	0	1	1
Gjithsejtë	173	320	493

Tabela 36: Frekuenca e paraqitjeve të gazetarë(e)ve individual në TV Telma

Vetëm nga konstatimi që del nga frekuencat e instancave të paraqitjes së gazetarëve dhe gazetareve është e qartë se kohëzgjatja që ishte kushtuar ndaj gazetarëve të gjinive të ndryshme, potencon se ka dominim të meshkujve. Siç shihet në Foto 59, kohëzgjatja e prezantimit verbal dhe vizual e gazetarëve dhe gazetareve e pasqyron edhe frekuencën e paraqitjeve të tyre.

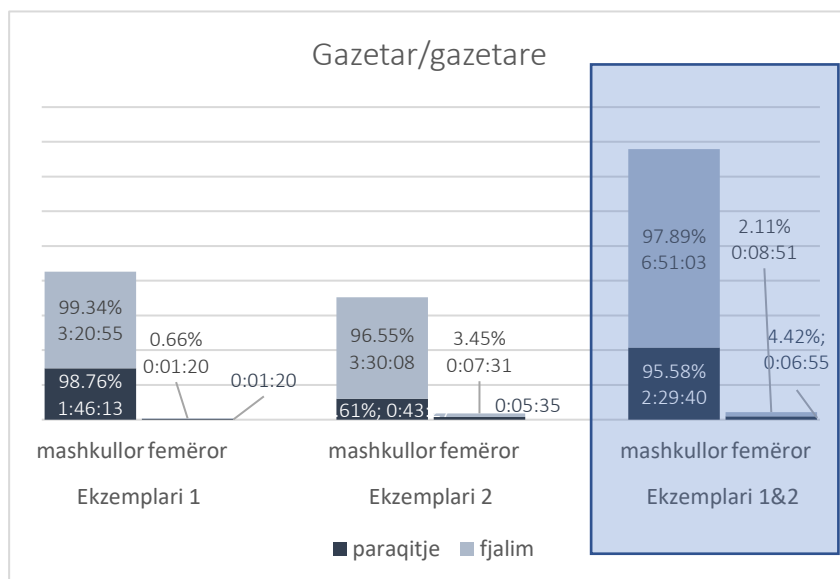


Foto 59: Kohëzgjatja e prezantimit vizual dhe verbal të gazetarëve / gazetareve në programin informativ në TV Telma

Në aspekt të prezencës së punëtorëve sportiv nga gjinitë e ndryshme, është e dukshme dominimi i meshkujve. Siç shihet në Foto 58 – nga gjithsejtë 31 instanca të paraqitjeve të ekspertë(e)ve sportiv në materialet e Telmas, 35 ose 85,37% ishin meshkuj, ndërsa 6 ose 14,63% ishin femra. Distribucioni i paraqitjeve nuk ishte i barabartë gjatë të dy ekzemplarëve. Në ekzemplarin e dytë, prej 10 instancave, 4 ishin për femra dhe 6 për meshkuj, por në ekzemplarin e parë është i dukshëm dominimi i meshkujve – prej 31 instancave të paraqitjes, 29 ishin të ekspertëve sportiv, ndërsa 2 të eksperteve sportiv.

Ky raport është i reflektuar edhe në paraqitjen e ekspertë(e)ve, por jo edhe në aspekt të prezantimit të tyre verbal – (fjalimeve para kamerave). Në nivel të dy ekzemplarëve së bashku, nga gjithsejtë 19 minuta dhe 57 sekonda ku ekspertë(e)t sportiv janë paraqitur me fotografi në ekran, 84,13% është kohëzgjatja e paraqitjes së meshkujve, ndërsa 15,87% e femrave. Por distribucioni i

fjalimeve nuk e ndjek raportin e instancave të paraqitjeve – gjashtë instancat e paraqitjes së eksperteve sportive kanë marrë 27,83% sipas kohëzgjatjes së prezantimit vizual të punëtorë/eve sportiv, ndërsa në 71,17% ishin prezantime verbale të ekspertëve sportiv.

Kjo duket në Foto 60, mirëpo edhe në ekzemplarin e dytë të katër instancave të paraqitjes, eksperteve sportive u ishte ndarë më shumë kohë në përgjithësi për prezantim verbal. Kohëzgjatja e paraqitjes së tyre vizuale është pothuajse e njëjtë me atë të meshkujve. Domethënë, edhe pse femrat kishin dy instanca të paraqitjes më ka se sa meshkujt, ata në përgjithësi flisnin më gjatë, ndërsa në ekran me fotografi ishin të prezantuar po aq gjatë sa edhe meshkujt. Kuptohet se ekzemplari i kufizuar dhe numrat me të cilat operojmë me këtë konkluzion nuk lejojnë përgjithësime të programit të përgjithshëm.

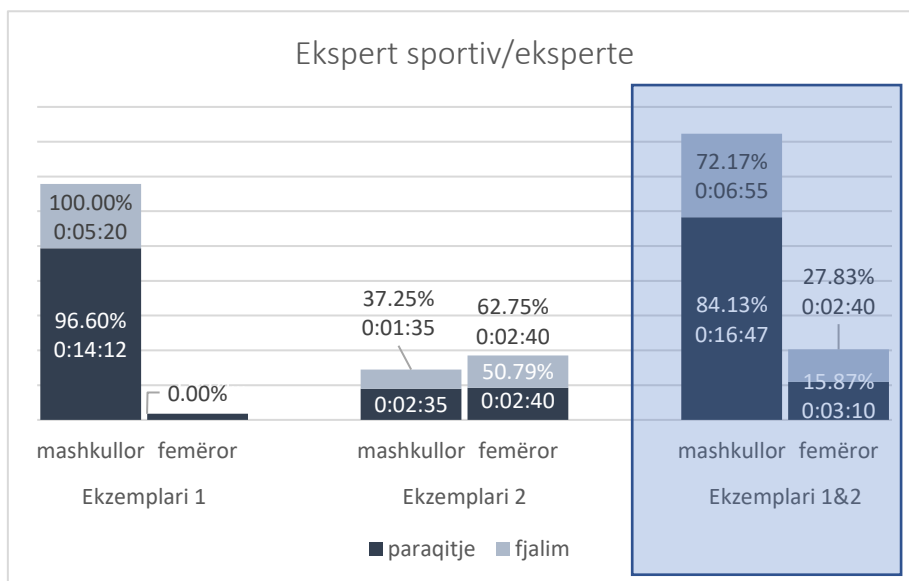


Foto 60: Kohëzgjatja e prezantimit vizual dhe verbal të ekspertë(e)ve sportive në programin informativ të TV Telma

Analiza e frekuencës me të cilën paraqiteshin sportistët e gjinive të ndryshme në program (Foto 58), tregon se prezenca e meshkujve dhe femrave nuk korrespondon në tërësi me distribucionin dhe kohëzgjatjen e sporteve në konkurrencë të meshkujve dhe femrave, kurse këto të dyja, siç edhe qartësohet, nuk korrespondojnë me kohëzgjatjen e prezantimit verbal dhe vizual (shih Foto 61).

Nga gjithsejtë 726 sportistë(e) dhe (ose ekipe sportive)⁷⁶ në të dy ekzemplarët, 467 ose 64,33% ishin meshkuj dhe 259 ose 35,67% ishin femra. Në këtë konstatim janë kalkuluar edhe të dhënat për ngjarjet me rëndësi globale ku ka prani të madhe të sporteve femërore, kështu që edhe pse konstatimi nuk mund të konsiderohet si i përgjithësuar, prapë se prapë është mjaftë indikativ për konkluzionin se në programin e përgjithshëm në TV Telma (jashtë ekzemplarëve të përzgjedhur) sipas frekuencës dhe kohëzgjatjes së paraqitjes, dominojnë sportistët.

Gjithsesi, distribucioni i sportistëve dhe sportisteve gjatë të dy ekzemplarëve në mënyrë adekuate, siç pritej nga të dhënat e prezantuar paraprake, nuk është e barabartë. Kështu, në Foto 58 shihet se në ekzemplarin para LOV, në materialet e Redaksisë Sportive kishte dominim absolut

⁷⁶ Në këtë numër nuk hyjnë individët që janë pjesë e sporteve ekipore – p.sh atje ku janë prezantuar ekipet futbolistike, është koduar vetëm një herë si ekip i meshkujve.

të sportistëve – nga gjithsejtë 254 instanca të paraqitjes së sportistë(e)ve të prezantuara në programin e Televizionit, 203 ose 79,92% ishin meshkuj, ndërsa 51 ose 20,08% ishin femra. Në ekzemplarin e dytë nga ana tjetër, është e dukshme një baraspeshë shumë më e madhe – nga gjithsejtë 472 sportistë dhe sportiste të prezantuara në program – 264 ose 55,93% ishin meshkuj dhe 208 ose 44,07% ishin femra. Lojërat Olimpike Verore, respektivisht natyra e sporteve që janë më së shpeshti në programin olimpike, me gjasë, e zbutën dukshëm dallimin e këtij raporti – edhe pse nuk e eliminuan në tërësi atë.

Frekuenca e paraqitjes nga ana tjetër, nuk nënkupton që menjëherë sportistëve u është ofruar rol dominues në materiale. Për këtë arsye, ky hulumtim ka mbledhur të dhëna edhe për atë se sa prej kohës së përgjithshme është ndarë për meshkujt e sa për femrat, në aspekt të prezantimit të tyre vizual dhe verbal (më thjeshtë – sa prej pjesës së përgjithshme, është ndarë për paraqitje me fotografi të sportistëve të gjinive të ndryshme, e në çfarë pjese është mundësuar që ata të flasin).

Në Foto 61 shihet se, në nivel të dy ekzemplarëve së bashku, në materialet sportive, nga koha e përgjithshme prej 4 orë dhe 19 minuta dhe 28 sekonda – në të cilën sportistë(e)t janë paraqitur me fotografi në ekran – për prezantimin vizual të sportistëve janë ndarë 1 orë 9 minuta dhe 58 sekonda, që është 26,97% e kohës. Sportistët kanë fituar 3 orë 9 minuta dhe 30 sekonda, që është 73,03% e kohës. Meshkujt gjithashtu kanë dominuar edhe sipas kohëzgjatjes që ishte dhënë për prezantimin e tyre verbal – kohës sa ata kanë folur. Nga gjithsejtë 22 minuta dhe 1 sekondë të ndara për fjalime përmes të cilëve sportistë(e)t në program mund të prezantoheshin ose të prezantojnë ndonjë aspekt të punës së tyre – 77,21% ishin ndarë për meshkujt, ndërsa 22,79% për femrat. Edhe në këtë parametër matës, ndaj të cilit hulumtimin e vlerëson pjesëmarrjen e sportistëve dhe sportistëve në programin sportiv, e potencon dominimin e sporteve të meshkujve në programin e TV Telma.

Gjithsesi se ky dallim i prezantimit vizual dhe verbal ndërmjet sportistëve të gjinive të ndryshme është shumë më i shprehur në ekzemplarin e parë se sa në atë të dytë – që është efekt i ofertës së LOV. Në ekzemplarin para LOV, nga koha e përgjithshme prej 2 orë 11 minuta dhe 27 sekonda që janë ndarë për prezantimin vizual të sportistëve – 1 orë 54 minuta dhe 44 sekonda, ose 87,28% ishin ndarë për sportistët, kurse 12,72% për sportistet. Gjatë

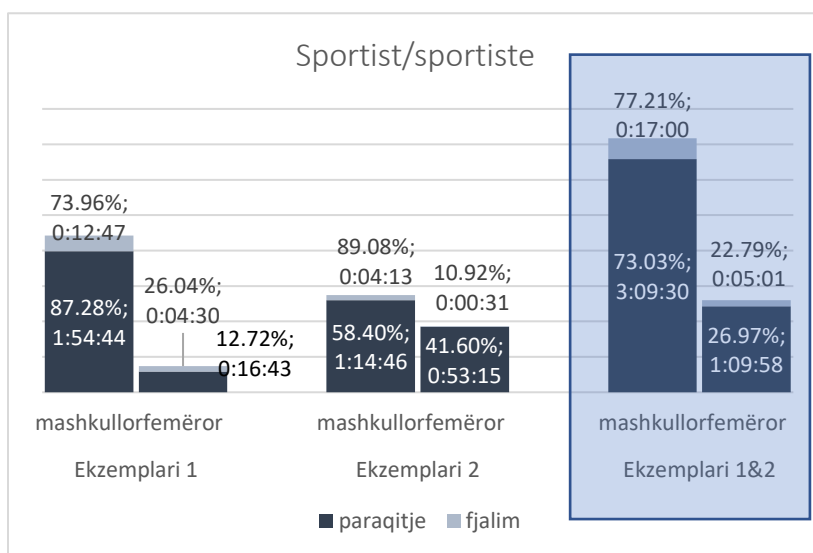


Foto 61: Kohëzgjatja e prezantimit vizual dhe verbal të sportistëve dhe sportistëve në programin informativ të TV Telma

ekzemplarit të parë në aspekt vizual në ekran kanë dominuar meshkujt. Gjatë prezantimit verbal kishte një dallim të konsiderueshëm. Nga 17 minuta dhe 17 sekonda fjalime të sportistë(e)ve, 73,96% ishin fjalime të sportistëve, ndërsa 26,04% ishin fjalime të sportisteve. Gjatë ekzemplarit të parë kishte një dallim më të vogël por më të vlefshëm të kohëzgjatjes së prezantimit vizual dhe verbal të sportisteve të gjinive të ndryshme. Për prezantimin vizual të sportistëve ishin ndarë 1 orë 14 minuta dhe 46 sekonda ose 58,40% e kohës, ndërsa për sportistët ishin ndarë 53 minuta dhe 15 sekonda ose 41,60% e kohës. Për fjalimet e sportistëve ishin ndarë 4 minuta dhe 13 sekonda që është 89,08% e kohës, ndërsa për fjalimet e sportisteve vetëm 31 sekonda ose 10,925 e kohës. Këto janë numra tejet të vogla për të nxjerrë konkluzione të përgjithshme, por që janë indikator i mjaftueshëm orientues për (mos)baraspeshën gjinore në programin sportiv.

Në analizë deri më tani janë shprehur konkluzionet për katër parametra matës për prezantimin e sportistëve dhe sportisteve në programin informativ. Foto 62 tregon se si lëviz ndikimi i tyre në vlerat e përgjithshme sipas të cilave janë përcaktuar këto të dyja. Në këtë mënyrë mund të krahasohet nëse ndikimi i instancave të paraqitje së sportistë(e)ve dhe kohëzgjatja e prezantimit të tyre vizual dhe verbal është adekuate me ndikimin e kohëzgjatjes së sporteve në konkurrencë të meshkujve dhe femrave në programin informativ në TV Telma. Gjithsesi se mund të krahasohet lëvizja e këtyre vlerave gjatë të dy ekzemplarëve si për krahasim.

Kështu në kuadër të ekzemplarit të parë shihet se raporti i ndikimit të sporteve në konkurrencë të meshkujve dhe femrave, përshtatet me raportin e ndikimit të prezantimit vizual të sportistëve dhe sportisteve në programin informativ. Por është i dukshëm se raporti ndërmjet tyre, në aspekt të prezantimit vizual, është ulur sepse pjesëmarrja e sportistëve dhe sportisteve nuk e ndjek ndikimin e kohëzgjatjes së kushtuar për konkurrencën e meshkujve dhe femrave në këto sporte. Në anën tjetër, në ekzemplarin e dytë, është i dukshëm edhe dallimi i vogël ndërmjet ndikimit të sporteve ku garonin femrat dhe frekuenca e instancave të paraqitjeve të meshkujve dhe femrave, si dhe dallimi i vogël gjatë prezantimit vizual, por për këtë dallimi i kohës së ndarë për fjalime të sportistëve dhe sportisteve është e papërshtatshme me këto parametra.

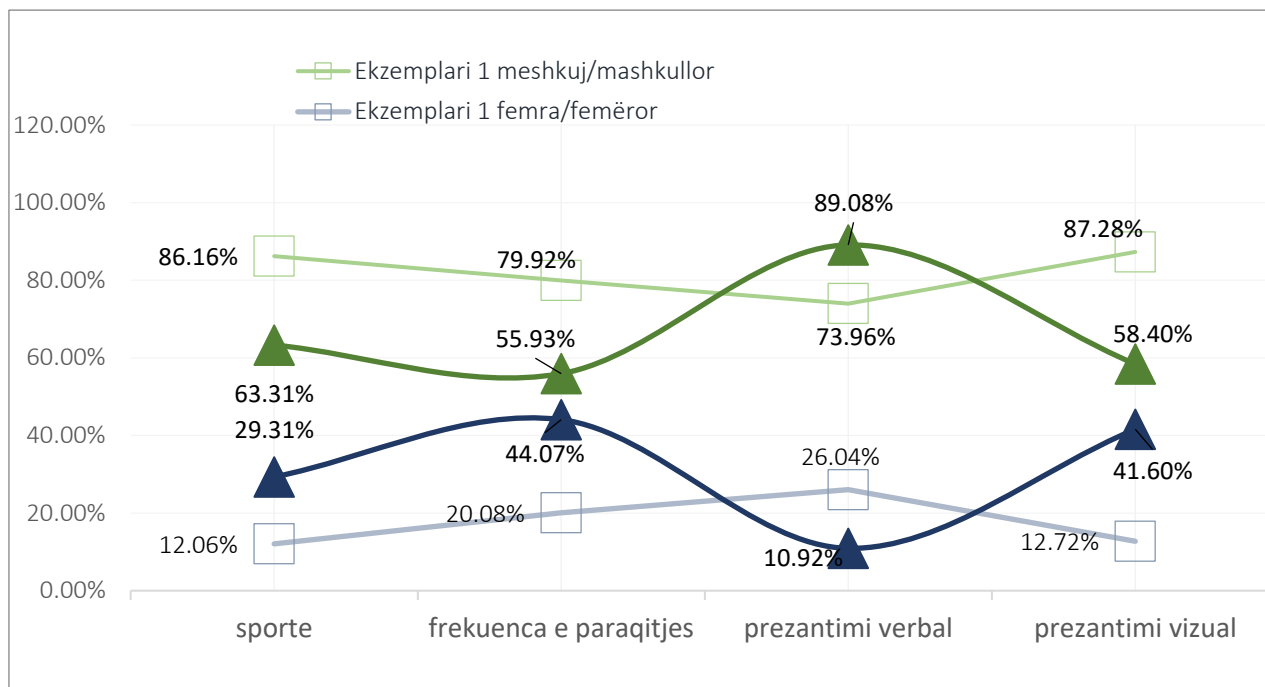


Foto 62: Raporti ndërmjet meshkujve dhe femrave në sport i prezantuar si krahasim në katër parametra matës gjatë të dy ekzemplarëve në TV Telma

Gjatë këtij hulumtimi, në aspekt gjinor ishin koduar sportistë(e)t dhe sportet për të cilat ishte bërë raportimi gjatë programit informativ. Një prej parametrave ishte në lidhje me nyjat e diskurseve me të cilat mediumi i ka konstruktuar sportistët dhe sportistet në kuadër të markerëve paragjykses të feminizuar dhe maskulizuar. Në këtë hulumtim, në programin e TV Telma ishin detektuar 17 instanca që shfrytëzonin stile raportuese maskulizuese, prej të cilave 7 në ekzemplarin e parë dhe 10 në atë të dytë. Në programin informativ të ekzemplarit të parë, disa nga këto intenca ishin të lidhura me garat e klubit të hendbollit Vardar, kur gazetari pyeti: “A kemi ndonjë trim që do ta shpëtojë krenarinë maqedonase nga ky kolaps i plotë?”. Deklaratat e këtilla janë interesante për analizë interseksionale, sepse është në mënyrë diskursive e konstruktojnë garën sportive në fushën e antagonizmit në të cilin, siç dihet në mitologji, fuqia e mesias për “shpëtim” është te miti – trimi i cili duhet të vijë dhe ta shpëtojë kombin. Në këtë rast, siç edhe sugjeron analiza, shprehja “krenaria maqedonase” jo vetëm që ngjallë kujtesa të konstruktura nacionale nga koha mitologjike kur “krenaria është paraqitur për herë të parë”, por nga ngjarja sportive krijon një ritual të serishëm simbolik të asaj kohe mitologjike. Në këtë rast është eksplicite sikur edhe në çdo diskurs antagonizues, me kërcënimin – “kolaps i plotë”.

Në ekzemplarin e dytë, nga po i njëjti rang janë disa instanca të raportimit në lidhje me suksesin e përfaqësuesit maqedonas në tekuondo, për të cilin thuhej se është “heroi ynë olimpik”, , “djaloshi i artë maqedonas” i cili ka pasur “pritje heroike në Shkup”. Ky lloj i diskurseve kanë rrënjë në stilet raportuese të gazetarëve sportiv në nivel global dhe kanë pasoja gjinore sepse nga

sportistët shpeshherë bëhen hero nacional. Për sportistët nuk janë detektuar markerë të dukshëm feminizues.

Ky hulumtim i kodoi edhe shkrimet retorike që kanë të bëjnë me mënyrën se si gazetarë(e)t i konstruktojnë sportet. Në raportimet për sportin, shpeshherë sportet në konkurrencë të meshkujve quhen me emrin e tyre gjenerik, me çka edhe natyralizohet konkurrenca e meshkujve. Kur këto sporte janë në konkurrencë të femrave, shpeshherë janë të shënuara në aspekt gjinor si “femërore”. Kështu, futbollin në konkurrencë të meshkujve, shënohet vetëm si “futboll”, ndërsa për futbollin në konkurrencë të femrave potencohet se bëhet fjalë për “futboll në konkurrencë të femrave”. Kjo dukuri, siç është theksuar edhe më lartë, ka rrënjë edhe në natyralizimin sistematik të markerëve mashkullor, si dhe në zhvillimin e ofertës sportive në disa sporte – sepse kur në ndonjë prej tyre dominon një gjini e caktuar – siç është rasti me futbollin dhe meshkujt – ka tendencë që për të të përdoret emri gjenerik për konkurrencën mashkullore. Nga ana tjetër, sportet si volejboli, basketbolli, hendbolli dhe shumë sporte individuale që janë mjaftë të zhvilluara si në konkurrencë të meshkujve ashtu edhe në atë të femrave, shpesh herë diferencohen. Në TV Telma, mund të shihet se në ekzemplarin e parë ishte më i shpeshtë përdorimi i markimit gjinor të sporteve në konkurrencë të femrave, se sa ai gjenerik, ndërsa në ekzemplarin e dytë ajo ishte më e konsiderueshme.

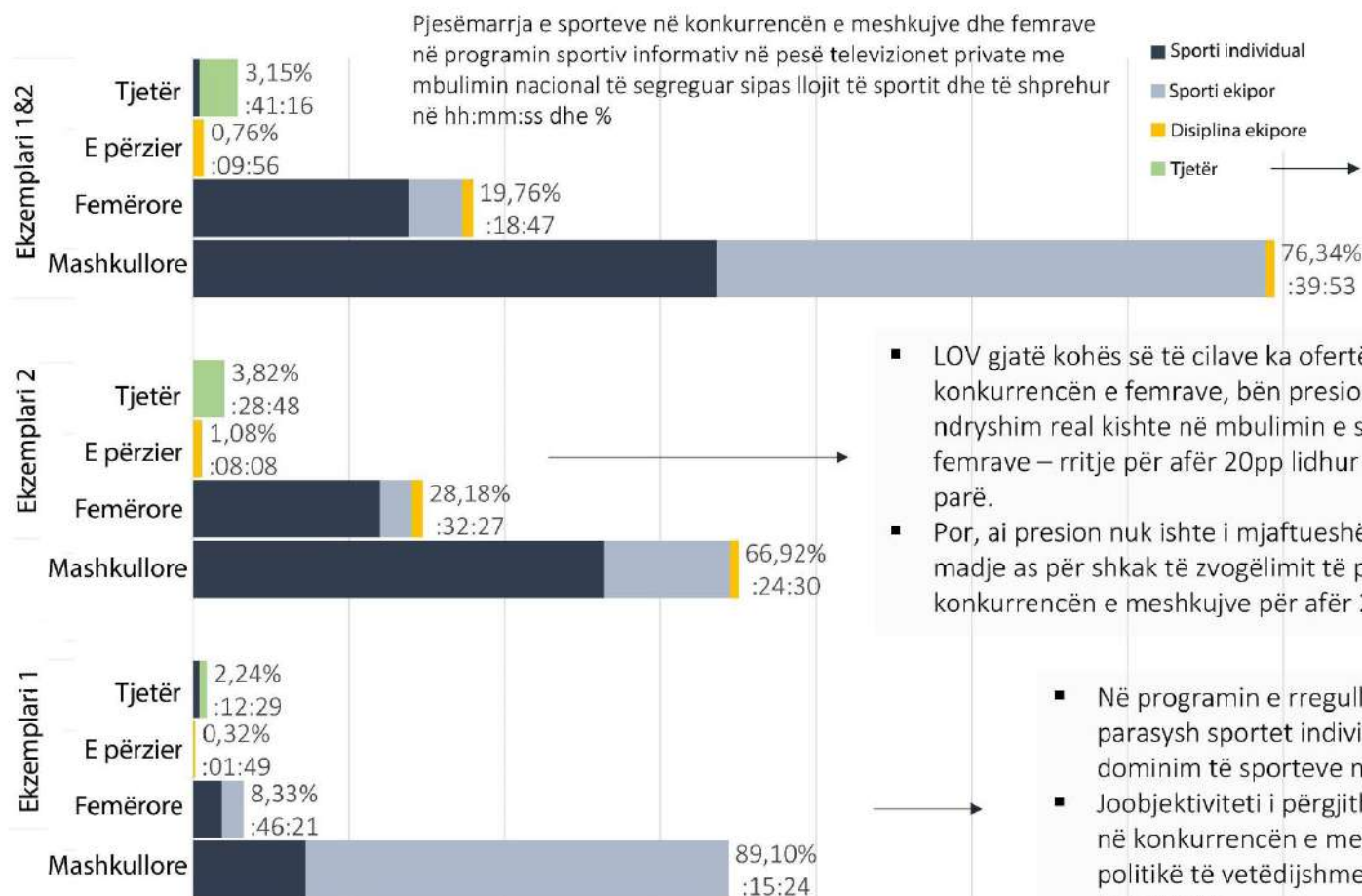
Gjinia/konstrukt	Ekzemplari 1		Ekzemplari 2	
	gjenerik	Gjinor	Gjenerik	Gjinor
Mashkullor	266	10	255	41
Femëror	18	25	119	67

Tabela 37: Frekuenca e llojeve të konstruksioneve për sportet në konkurrencë të meshkujve dhe femra në TV Telma

Gjatë këtij hulumtimi, në TV Telma nuk ishin detektuar instanca të raportimit ku hapen tema interseksionale siç janë gjinia, raca ose kombësia. Gjithashtu, sportistët dhe sportistët më së shpeshti ishin lidhur me arritjet e tyre dhe nuk kishte instanca të seksualizimit të trupave të tyre, kurse për sportistët në TV Telma janë shfrytëzuar kryesisht forma feminiative të emrit.

KONSTATIME PËRMBLEDHËSE

Konstatimet – Televizionet private

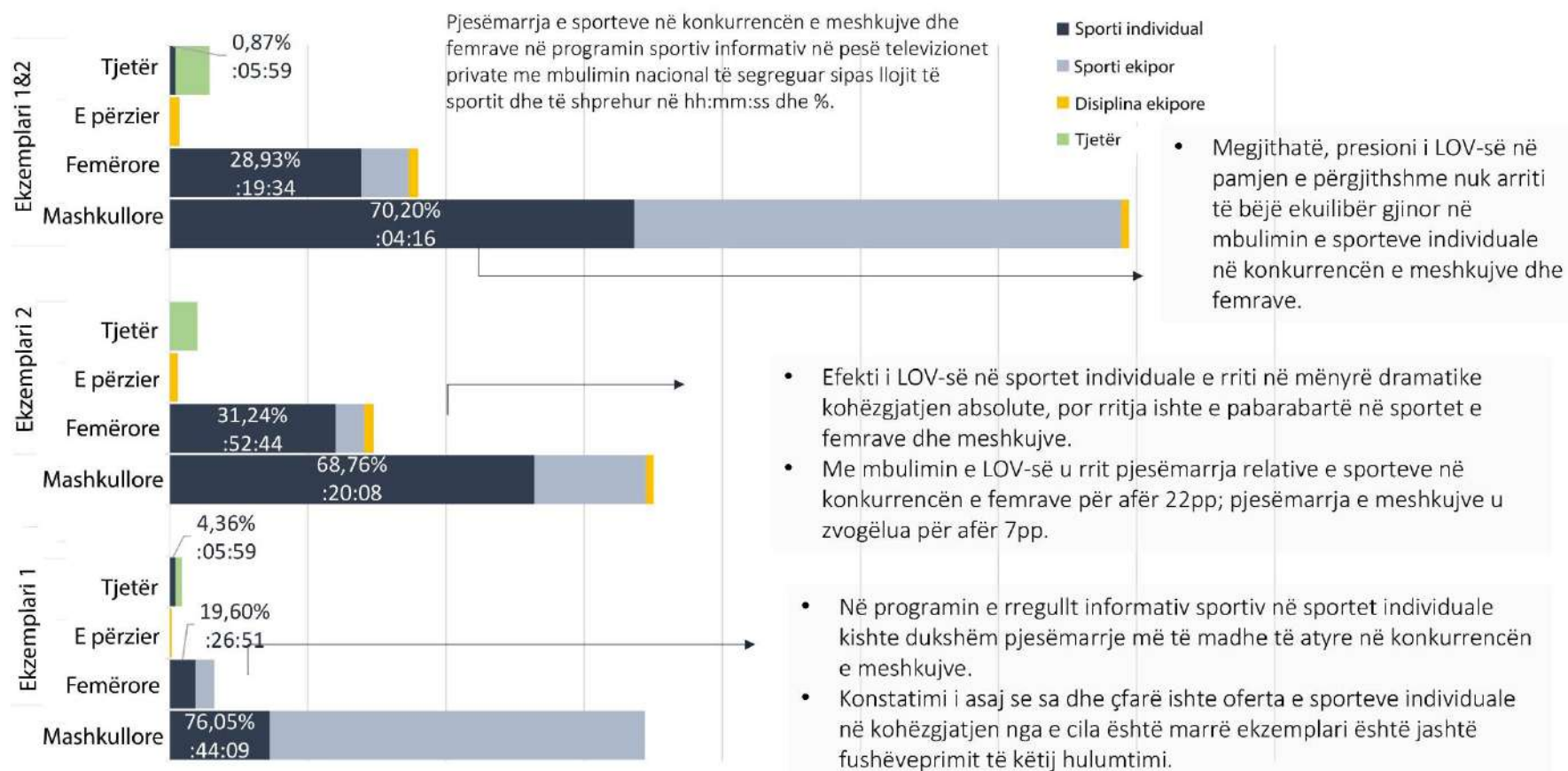


- Evident është joobjektiviteti ndaj sporteve në konkurrencën e meshkujve edhe gjatë kohës së ndeshjeve të mëdha me ofertën serioze të sporteve në konkurrencën e femrave.

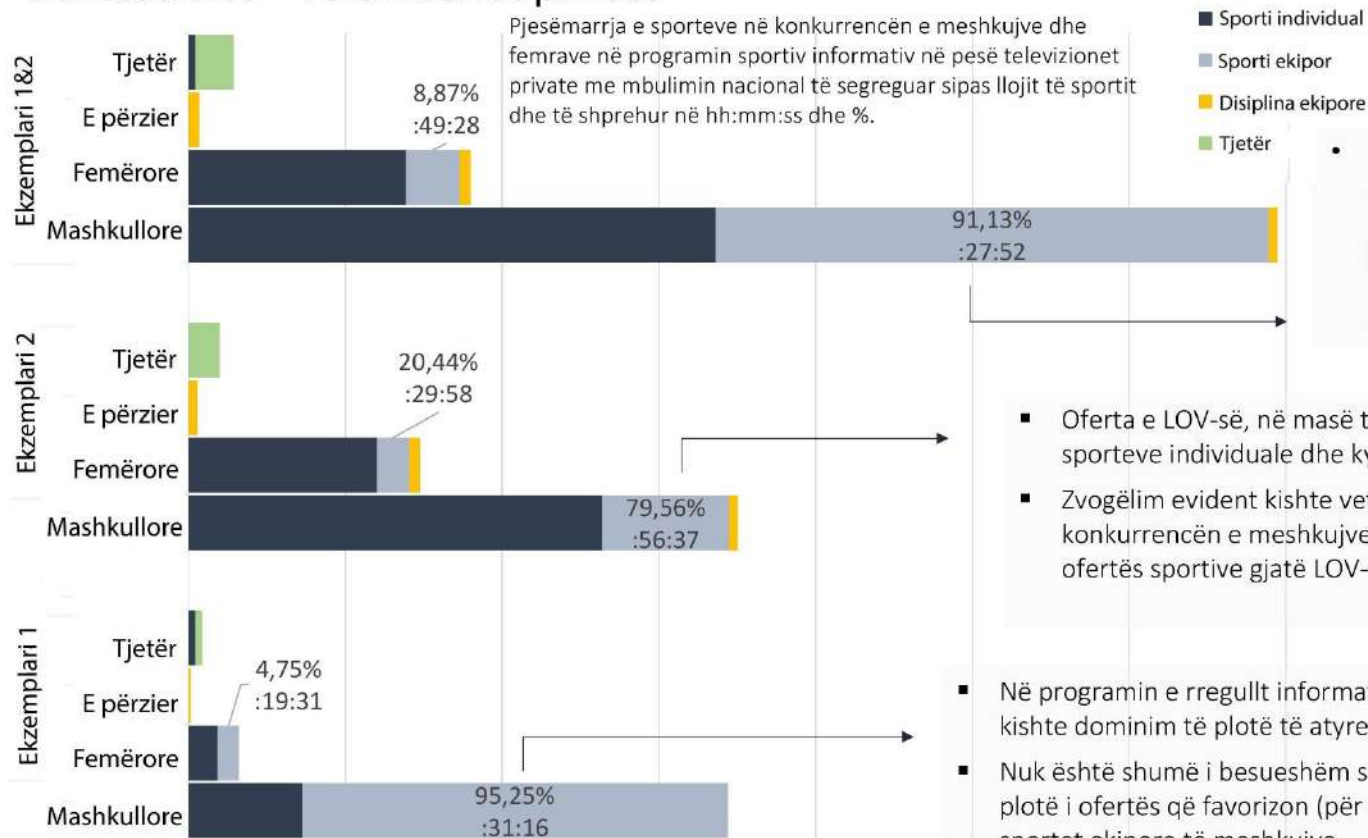
- LOV gjatë kohës së të cilave ka ofertë evidente të sporteve në konkurrencën e femrave, bën presion të dukshëm në programin – ndryshim real kishte në mbulimin e sporteve në konkurrencën e femrave – rritje për afër 20pp lidhur me kohëzgjatjen në ekzemplarin e parë.
- Por, ai presion nuk ishte i mjaftueshëm për të bërë ekuilibër gjinor, madje as për shkak të zvogëlimit të pjesëmarrjes së sporteve në konkurrencën e meshkujve për afër 22pp.

- Në programin e rregullt informativ sportiv duke i pasur parasysh sportet individuale dhe ekipore së bashku kishte dominim të sporteve në konkurrencën e meshkujve.
- Joobjektiviteti i përgjithshëm i redaksioneve të sporteve në konkurrencën e meshkujve sugjerojnë se ato nuk kanë politikë të vetëdijshme gjinore dhe të ndjeshme të redaktimit.

Konstatimet – Televizionet private



Konstatimet – Televizionet private



- Në pamjen e përgjithshme dominon konstatimi i cili është mbulesë e hipotezës se më me gjasë në programin sportiv, sportet ekipore të asocohen me meshkuj se sa me femra.

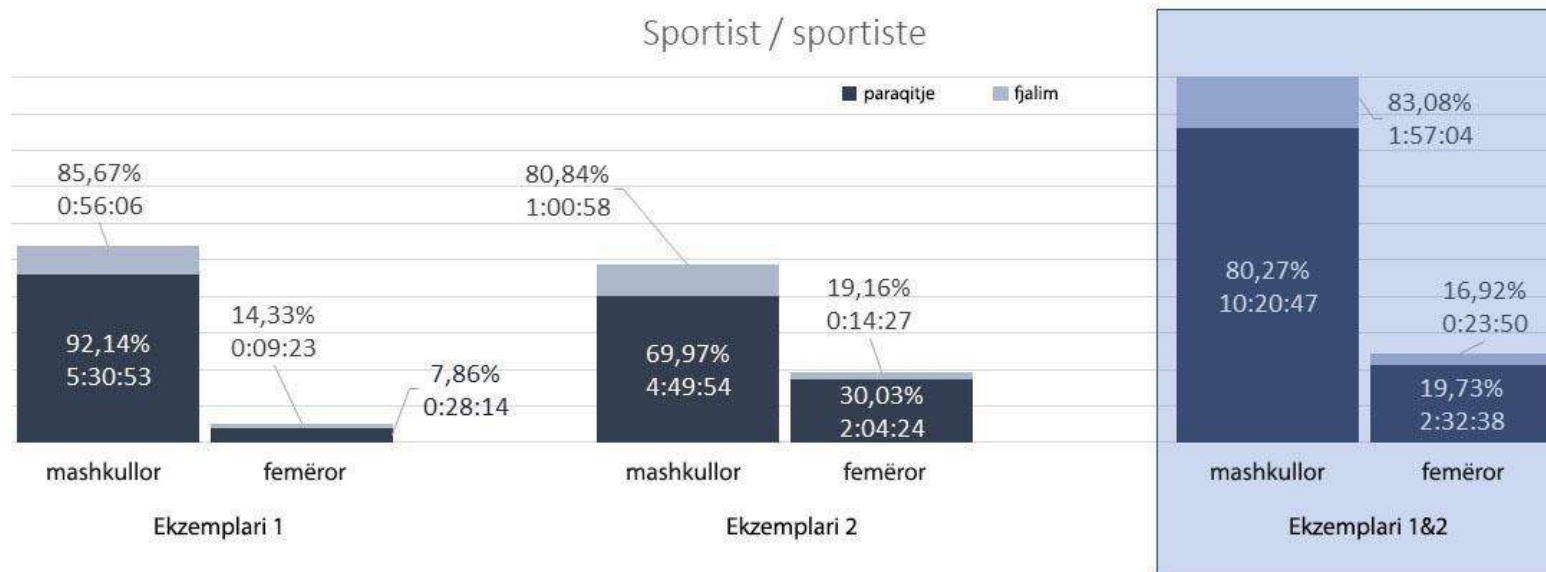
- Oferta e LOV-së, në masë të madhe, është ofertë e sporteve individuale dhe ky konstatim e pasqyron këtë.
- Zvogëlim evident kishte vetëm te sportet ekipore në konkurrencën e meshkujve, që është efekt i llojit të ofertës sportive gjatë LOV-së.

- Në programin e rregullt informativ sportiv në sportet individuale kishte dominim të plotë të atyre në konkurrencën e meshkujve.
- Nuk është shumë i besueshëm se ky korrelacion është reflektim i plotë i ofertës që favorizon (për shkaqe komerciale dhe sociale) sportet ekipore të meshkujve.

Konstatimet – Televizionet private

- Pjesëmarrja e sporteve në konkurrencën e meshkujve në ekzemplarin e parë ishte 89,10% që marrë në mënyrë të vrazhdë i përgjigjet prezencës së sportistëve meshkuj në program dhe në prezantimin e tyre vizual dhe verbal.

- Pjesëmarrja e sporteve në konkurrencën e meshkujve në ekzemplarin e dytë ishte 66,92%, por për prezantimin verbal të meshkujve – sportistë redaksionet në televizionet private ndanë 80,84% të kohës në të cilën kishte prezantim verbal të sportistëve ose sportistëve. Meshkujt kishte më shumë gjasa të paraqiten me fjalim në program se sa femrat.



Konstatimet – Televizionet private

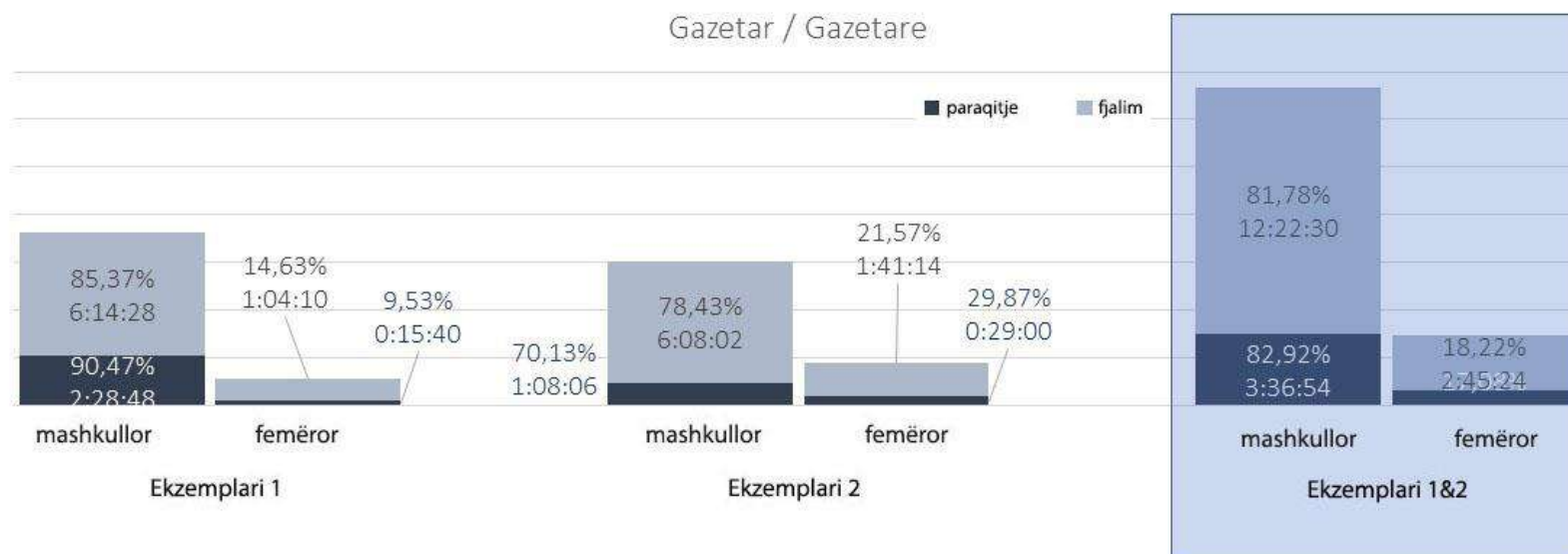
- Ekspertet sportive mungonin pothuajse plotësisht nga programi i rregullt i televizioneve private.
- Qëndrime dhe analiza për ngjarjet sportive redaksionet kërkuar në mënyrë dominuese nga punëtorët sportivë mashkullorë.
- LOV e rriti pjesëmarrjen e eksperteve sportive në programin informativ, por kjo ishte shumë larg nga sigurimi i ekuilibrit gjinor.



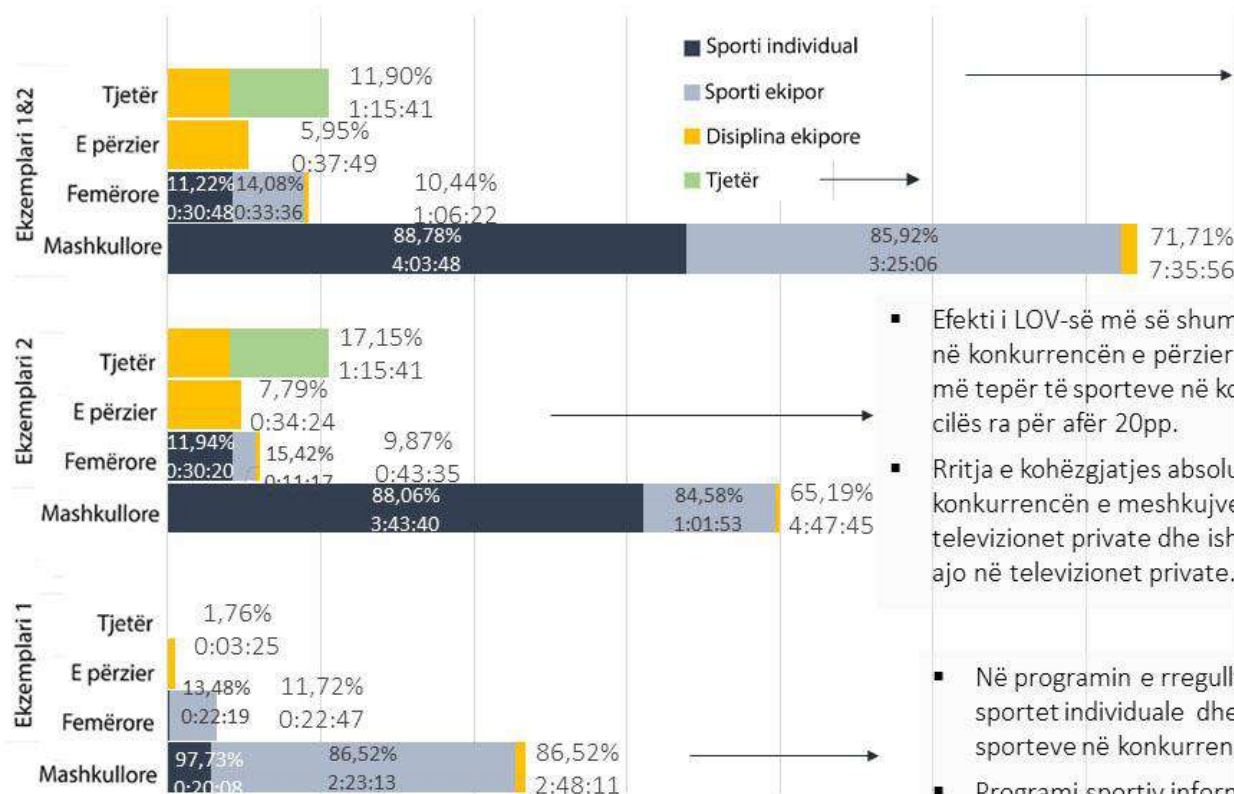
Konstatimet – Televizionet private

- Gazetarët e televizioneve private ishte më e besueshme të paraqiten vetëm me fjalim, por jo edhe me fotografi në programin informativ – dhe kjo vlen për të dy ekzemplarët.

- Në dy nga pesë televizionet private në program u paraqitën gazetarë të specializuara sportive. Por, konstatimi për të dy ekzemplarët së bashku sugjeron pjesëmarrjen dominuese në prezantimin verbal dhe vizual të meshkujve gazetarë në programin sportiv.



Konstatimet – Servisi publik (Servisi i parë i programit RTM1)



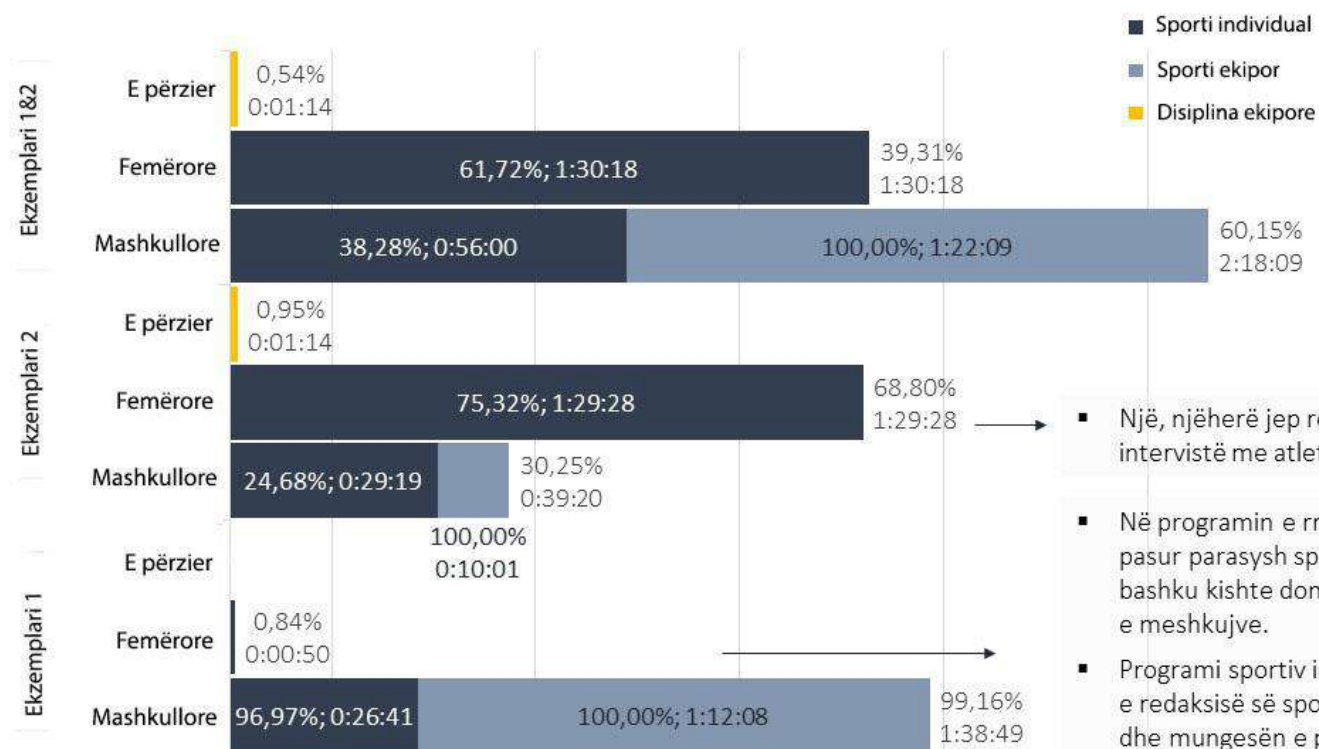
Pjesëmarrja e sporteve në konkurrencën e meshkujve dhe femrave në programin sportiv informativ në RTM1 të segreguar sipas llojit të sportit dhe të shprehur në hh:mm:ss dhe %.

- Servisi i parë i programit RTM1 ka diversitet jashtëzakonisht të madh në prezantimin e sporteve, si dhe llojllojshmërinë e zhanreve.
- Sporti në këtë program zë vend të rëndësishëm
- Megjithatë, gjatë ndeshjeve të mëdha kjo sjell rrezik për funksionet e tjera të RTM-së.

- Efekti i LOV-së më së shumti ishte parë në rritjen e mbulimit të sporteve në konkurrencën e përzier dhe përmbajtjet e tjera sportive (për llogari më tepër të sporteve në konkurrencën e meshkujve, pjesëmarrja e së cilës ra për afër 20pp.
- Rritja e kohëzgjatjes absolute të informacioneve për sportet në konkurrencën e meshkujve dhe femrave nuk ishte aq e madhe sa te televizionet private dhe ishte shpërndarë në mënyrë më të barabartë se ajo në televizionet private.

- Në programin e rregullt informativ sportiv duke i pasur parasysh sportet individuale dhe ekipore së bashku kishte dominim të sporteve në konkurrencën e meshkujve.
- Programi sportiv informativ tregon në joobjektivitetin e redaksisë së sporteve në konkurrencën e meshkujve dhe mungesën e politikës së vetëdijshme gjinore dhe të ndjeshme të redaktimit.

Konstatimet – Servisi publik (Programi në gjuhën shqipe RTM2)



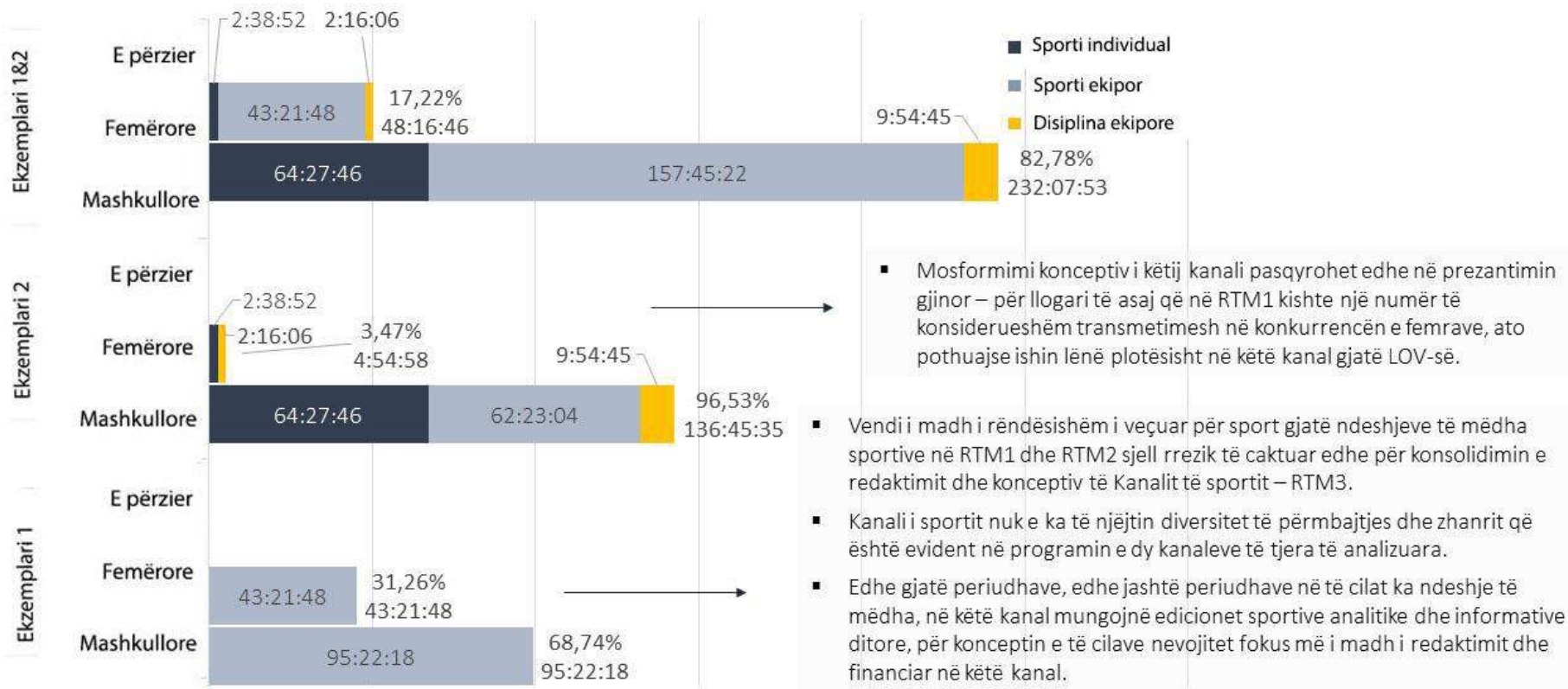
- RTM2 Programi në gjuhën shqipe ka diversitet të caktuar të prezantimit të sporteve, por ky nuk është aq i shprehur si në RTM1.
- Megjithatë, sporti në këtë program zë vend të rëndësishëm.

Një, njëherë jep reprizë, intervistë me atlete.

- Në programin e rregullt informativ sportiv duke i pasur parasysh sportet individuale dhe ekipore së bashku kishte dominim të sporteve në konkurrencën e meshkujve.
- Programi sportiv informativ tregon në joobjektivitetin e redaksisë së sporteve në konkurrencën e meshkujve dhe mungesën e politikës së vetëdijshme gjinore dhe të ndjeshme të redaktimit.

Jesëmarria e sporteve në konkurrencën e meshkujve dhe femrave në programin sportiv informativ në RTM2 Programi në gjuhën shqipe të segreguar sipas llojit të sportit dhe të shprehur në hh:mm:ss dhe %

Konstatimet – Servisi publik (Kanali i sportit RTM3 - transmetimet)



IV. KONKLUSIONE DHE REKOMANDIME

Servisi publik i radiodifuzionit

Informimi për sportin dhe ngjarjet sportive dhe transmetimi i garave sportive, kanë një vend të konsiderueshëm në skemën e përgjithshme programore të Servisit Publik të Radiodifuzionit. Në përgjithësi, rezultatet e këtij hulumtimi tregojnë se Servisi publik insiston që të bëjë një politikë të konceptuar dhe konsistente të politikës redaktuese me sportin - ka një laramani të zhanreve dhe një diversitet dukshëm më të madh të sporteve të prezantuara për të cilët është dhënë një kohë e konsiderueshme, në pajtim me nenin 110 të Ligjit për shërbime mediatike audio dhe audiovizuele që SPR duhet të “promovojë sport dhe aktivitete rekreative, si dhe të transmetojë ngjarje sportive nga vendi dhe bota, në të cilat marrin pjesë ekipet ose sportistët nacionale maqedonase, si dhe sportet, respektivisht ngjarjet sportive më pak të përfaqësuara”. Sidoqoftë ky hulumtim ka zbardhur disa dobësi strukturore dhe përmbajtësore:

1. Në Servisin e Parë Programor në RTM dhe RTM 2 në gjuhën shqipe, sporti ka një vend të konsiderueshëm në programin e rregullt, por me theksim të posaçëm edhe gjatë garave të mëdha sportive, sic ishin në këtë rast edhe Lojërat Olimpike Verore. Kjo duhet të konsiderohet si një trend pozitiv. Prapë se prapë, gjatë garave të mëdha sportive ka rrezik që ky trend të ngulfat programin tjetër të SPR dhe me këtë të çrregullojë funksionet dhe diversitetet e tjera të programit. Kështu, në periudhën e analizuar, në RTM1 në javën gjatë LOV, 68,50% prej atyre 168 orëve të mundshme të asaj jave, ishin për programin sportiv, që nënkupton se për përmbajtjet e tjera, mesatarisht janë ndarë më pak se 8 orë në ditë, së bashku me reprizat. Në kushte kur Servisi Publik i Radiodifuzionit ka një servis të posaçëm programor të specializuar për sport, “rëndimi” i përmbajtjes së kanaleve të informimit ditor nuk duhet të jetë shumë i madh.

Rekomandimi 1:

Faktorët në kuadër të Servisit Publik të Radiodifuzionit duhet që në mënyrë precize dhe strukturore ta përkufizojnë pozitën dhe rolin e Kanalit të Sportit (RTM 3) në kuadër të strukturës së përgjithshme të Radiotelevizionit të Maqedonisë. Ky veprim duhet t’i japë Servisit Publik një pasqyrë të një sistemi të unifikuar dhe të integruar, kundrejt konceptit që RPS është një bashkësi e njësisve mediatike me lidhje të dobët. Kjo mund që në njërin anë të përmirësojë funksionimin e Kanalit sportiv, ta lehtësojë Servisin e Parë Programor nga presioni i ofertës së madhe sportive, duke hapur rrugën për një program më kualitativ aktual dhe të llojlojshëm, ta rris efikasitetin e punës së redaksive sportive, si dhe të përmirësojë kualitetin e programit sportiv.

2. Është ndarë hapësirë e konsiderueshme për sportin edhe gjatë garave të mëdha sportive në RTM 1 dhe RTM 2 duke bartur edhe rrezikun për konsolidimin redaktues dhe konceptual të Kanalit Sportiv – RTM 3. Hulumtimi zbuloi se Kanali Sportiv nuk e ka të njëjtin diversitet të njëjtë të zhanrit dhe përmbajtjes që shihet në programin e dy kanaleve të tjera të analizuara. Ishte konstatuar se gjatë dhe jashtë periudhës së garave të mëdha, në këtë kanal dominojnë transmetimet, që është trend i pritshëm por nga ana tjetër mungojnë edicionet e informimit ditor dhe ato të analizave sportive, për konceptimin e të cilave nevojitet një fokus më i madh redaktues dhe financiar në këtë kanal. Nuk ka diversitet të dukshëm edhe në aspekt të sporteve të prezantuara gjatë transmetimeve sportive. Hulumtimi tregoi se në programin gjatë dhe jashtë garave të mëdha, ka një fokus të posaçëm vetëm në disa sporte ekipore – futbollin, basketbollin, volejbollin dhe hendbollin. Prej këtyre sporteve individuale kishte përjashtim për tenis, që kishte një vend të theksuar në këtë program gjatë LOV.

Rekomandimi 2:

Krijimi i kanaleve të reja në kuadër të Servisit Publik të Radiodifuzionit bart me vete edhe obligimin për konceptimin, forcimin dhe qëndrueshmërinë e tyre të detajuar. Që kjo të ndodhë në RTM 3 duhet që (I) Në Këshillin programor dhe ekipin redaktues të zhvillohen iniciative dhe ide për forcimin përmbajtjesore të këtij kanali dhe (II) të sigurohet përkrahje financiare për këtë.

3. Te të gjitha kanalet e analizuara të Servisit Publik, me këtë hulumtim ishte konstatuar një prezencë dominuese e meshkujve në mesin e gazetarëve, kundrejt pjesëmarrjes së marginalizuar të gazetareve. Studimi ka konstatuar një dominim të gazetarëve dhe në programin informativ sportiv, sipas tri parametrave matës: Së pari, në tre kanalet e analizuara, gazetarët kishin shumë më tepër instanca të paraqitjes se sa gazetaret – në RTM 1 afër 81% e instancave të paraqitjes ishin meshkujt, ajo përqindje në RTM 2 ishte edhe më e lartë me rreth 88%. Në RTM 3 të gjitha transmetimet sportive ishin bërë nga meshkujt. Së dyti, matja e kohëzgjatjes që paraqiteshin gazetarët dhe gazetaret në program, tregoi se në RTM 1, duke i llogaritur të dy ekzemplarët së bashku, gazetarët kishin prezantim vizual me pak më shumë se 73% të kohëzgjatjes së përgjithshme të prezantimit vizual, ndërsa në Servisin në gjuhën shqipe kjo përqindje ishte afër 68%. Së treti, matja e kohëzgjatjes në të cilën gazetarët dhe gazetaret paraqiteshin me fjalime në program, tregon një dominim edhe më të madh të gazetarëve – në RTM 1 me mbi 84% të kohës së ndarë për fjalime të gazetarë(e)ve u përkiste meshkujve, ndërsa në RTM 2 ajo përqindje ishte edhe më e madhe me rreth 91%.

Përkundër kësaj, prezenca e femrave si gazetare sportive është e dobët. Madje edhe ndikimi i vogël i gazetareve në programin sportiv nuk ka të bëjë me pjesëmarrjen e një gazetareje që është pjesë e Redaksisë Sportive të RTM 1, por të gazetarëve të cilët në fund të edicionit të lajmeve të përgjithshme, transmetojnë një ose disa informata në lidhje me sportin. Duke gjykuar sipas gjendjes në Servisin Publik, gjithashtu mund të themi se gazetaria sportive është një profesion me determinim gjinor – profesion mashkullor.

Rekomandimi 3:

Radiotelevizioni i Maqedonisë duhet të përpiket që të rrisë prezencën e gazetareve femra në programin sportiv, respektivisht që ta ulë dallimin e raportit të meshkujve dhe femrave si gazetarë të specializuar të sportit. Ky qëllim duhet të realizohet përmes aksioneve të ndryshme, përfshirë edhe (I) përpjekjet që SPR të komunikojë me universitetet dhe shkollat e gazetarisë, për të nxitur interesin e gazetareve për këtë lloj të gazetarisë, (II) gjatë punësimeve të reja të ardhshme, të vendosen kritere të baraspeshës ndërmjet gazetarëve dhe gazetareve, (III) Këshilli programor dhe redaksia e SPR, të përpiqen që të sigurojnë trajnime për gazetaret, veçanërisht në domenin e realizimit të transmetimeve sportive.

4. Në programin e RTM dhe RTM 2⁷⁷, dominonin sportistët – meshkuj. Lojërat Olimpike Verore sidoqoftë bënë presion të caktuar në aspekt të prezencës së sportisteve në SPR, për shkak të ofertave të mëdha të sporteve në konkurrencë të femrave. Studimi konstatoi edhe një dominim të sportistëve në programin informativ sportiv, sipas tri parametrave matës: Së pari, në të dy kanalet e analizuara, sportistët kishin një frekuencë dukshëm më të madhe të instancave të paraqitjes. Nga frekuenca e përgjithshme e instancave të paraqitjes në RTM 1 – sportistët kishin pak më shumë se 77%, ndërsa ajo përqindje në RTM 2 ishte pak më shumë se 64%, në të dy ekzemplarët së bashku. Duhet të theksohet se në RTM 2 frekuenca e përgjithshme e paraqitjeve të sportistëve ishte nga mbulimi i Lojërave Olimpike Verore, që nënkupton se në programin e zakonshëm në kuadër të ekzemplarit të parë – nuk kishte asnjë instancë të paraqitjes së sportisteve. Së dyti, matja e kohëzgjatjes me të cilën paraqiteshin vizualisht sportistët dhe sportistet në program, tregoi se Servisi i Parë Programor, duke llogaritur të dy ekzemplarët së bashku, sportistët në incizime janë paraqitur me rreth 83% të kohëzgjatjes së përgjithshme. Kjo përqindje në RTM 2 ishte pak më shumë se 54% por kjo ishte si rezultat i shtrebbërimit të rastësishëm, sepse në programin gjatë ekzemplarit të dytë Servisi realizoi një intervistë me një sportiste e cila kishte reprizë dhe që mori pak më shumë se 63% të prezantimit të përgjithshëm vizual. Së treti, kjo intervistë

⁷⁷ RTM 3, për shkak të natyrës së programit, ishte jashtë mbulimit të këtij segmenti të hulumtimit.

mori 100% të prezantimit të përgjithshëm verbal të sportistëve në RTM 2. Në RTM 1 mbi 82% e prezantimit të përgjithshëm verbal ishte me fjalim të meshkujve. Mund të thuhet se këto konstatime e nxjerrin konkluzionin se Servisi publik ka anshmëri ndaj sportistëve – meshkuj në programin sportiv⁷⁸.

Rekomandimi 4:

Ekipet redaktuese të redaksive sportive në Servisin Publik duhet të mbajnë llogarinë për baraspeshën gjinore të programit sportiv, respektivisht duhet të transmetojnë më shumë ngjarje për sportistët, duke u dhënë hapësirë më të madhe për prezantim verbal dhe vizual personal dhe të sportit të tyre.

5. Në RTM 1 dhe RTM 2⁷⁹ kishte dominim absolut të punëtorëve sportiv meshkuj, respektivisht ekspertëve sportiv. Në RTM 2 asnjë herë në program nuk kishte konsultime të eksperteve sportive. Lojërat Olimpike Verore nuk e ndryshuan këtë fakt. Studimi tregoi se ekspertet jo vetëm që nuk ishin të ftuara për të analizuar sportet në konkurrencë të meshkujve, por nuk ishin ftuar as edhe për sportet në konkurrencë të femrave, për të cilat kishte oferta të gjëra dhe të përditshme gjatë LOV. Edhe pse në RTM 1 kishte paraqitje të eksperteve sportive, numri i tyre ishte shumë i vogël – meshkujt në mesin e sportistëve eksperte morën mbi 96% të kohëzgjatjes për prezantim verbal dhe vizual.

Rekomandimi 5:

Ekipet redaktuese të redaksive sportive në Servisin Publik duhet të mbajnë llogarinë për baraspeshën gjinore të prezencës së ekspertë(e)ve sportiv në programin e sportit. Servisi Publik patjetër duhet të sigurojë një diversitet të qëndrimeve dhe analizave për sportet që i mbulon, ndërsa ky diversitet ka të bëjë me përfaqësimin e femrave në këtë program, në rolin e punëtorëve sportive ose eksperteve sportive.

6. Në programin e rregullt të tre kanaleve të analizuara të Radiotelevizionit të Maqedonisë, kanë dominuar sportet në konkurrencë të meshkujve që sugjerojnë se Servisi Publik ka anshmëri sistematike ndaj këtyre sporteve. Lojërat Olimpike Verore e kanë zbutur

⁷⁸ Edhe pse për shkak të arsyeve të theksuara, për RTM 2 duhet që të ketë argumente shtesë për këtë konkluzion.

⁷⁹ RTM 3 për shkak të natyrës së programit, ishte jashtë mbulimit të këtij segmenti të hulumtimit.

këtë konkluzion për shkak se oferta olimpike e sporteve individuale, siç tregoi ky studim, ka bërë një presion të dukshëm ndaj përzgjedhjes redaktuese dhe e ka rritur dukshëm ndikimin e sporteve individuale dhe atyre në konkurrencë të femrave. Kjo vlen edhe për programin informativ si dhe për transmetimet. Në RTM 2 gjatë LOV ishte rritur dukshëm edhe pjesëmarrja e sporteve individuale femërore, por ajo është efekt i njëjtë siç është theksuar edhe në pikat e mëparshme dhe në tërësi ka lidhje me vetëm një intervistë e cila edhe kishte një reprizë.

Rekomandimi 6:

Redaksitë sportive të Servisit Publik të Radiodifuzionit nevojitet që të krijojnë një baraspeshë në përfaqësimin e llojeve të ndryshme të sportit sipas gjinive të ndryshme të konkurrimit. Duhet të kujdesen edhe për përfaqësimin e sporteve në konkurrencë të femrave edhe gjatë garave të mëdha por edhe gjatë programin e rregullt sportiv. Në aspekt të përfaqësimit të sporteve të ndryshme, SPR patjetër duhet të ketë kujdes edhe gjatë programit informativ por edhe gjatë transmetimeve sportive. Përgjashtim për këtë janë periudhat kur nuk ka oferta adekuate sportive për të krijuar këtë baraspeshë, por politika e vetëdijshme redaktuese mund dhe duhet ta zbus dallimin e përfaqësimit ndërmjet sporteve në konkurrencë të meshkujve dhe femrave.

Televizionet private

Televizionet private që emetojnë program në nivel nacional përmes multipleksit tokësor digjital, i kushtojnë dukshëm më pak kohë sportit, krahasuar me Servisin Publik. Ky është një konstatim tërësisht i pritshëm, duke marrë parasysh se për shkak të të drejtave veç më të blera të emetimit, televizionet private nuk transmetonin Lojërat Olimpike Verore. Mirëpo në mesin e pesë televizioneve private që emetojnë program përmes multipleksit tokësor digjital, e që ishin objekt të këtij studimi, kishte dallime të dukshme në mënyrat se si i mbulojnë ngjarjet sportive dhe në vëmendjen e kushtuar ndaj sportit. Një pjesë e televizioneve, duke shikuar sipas kohëzgjatjes dhe frekuencës së materialeve, sportit i kushtojnë vëmendje të caktuar. Por pjesa tjetër, pothuajse nuk kanë program të dukshëm sportiv⁸⁰.

⁸⁰ Sipas konstatimeve të hulumtimit në lidhje me frekuencën dhe kohëzgjatjen e programit sportiv, pesë televizionet mund të klasifikohen në dy grupe – E para, televizionet që gjatë të dy javëve të ekzemplarit kanë emetuar mesatarisht rreth gjysmë ore program sportiv në ditë dhe E dyta, televizione që kanë emetuar rreth 15 minuta program sportiv mesatarisht në ditë. Në grupin e parë janë TV Telma që kishte pak më shumë se 8 orë program të emetuar të informimit sportiv gjatë dy javëve të ekzemplarit dhe TV Alfa, me më pak se 7 orë, ndërsa në grupin e dytë bëjnë pjesë TV Alsat-M me gjithsejtë 3 orë program sportiv gjatë të dy javëve të ekzemplarit, TV Kanal 5 dhe TV Sitel me më pak se 3 orë program sportiv.

7. Në programin e përfshirë me këtë hulumtim, pothuajse të gjitha televizionet nacionale private që janë analizuar, kishin një prezencë dominuese të meshkujve në mesin e gazetarëve. Por, ky dominim ishte më i shprehur në disa televizione private. Studimi konstatoi një dominim të gazetarët në programin informativ sportiv, sipas tri parametrave matës: frekuenca e paraqitjes, kohëzgjatja e prezantimit verbal dhe kohëzgjatja e prezantimit vizual e gazetarëve. Meshkujt në këtë kategori dominonin më së shumti në TV Telma dhe TV Sitel, ndërsa në TV Alsat – M ishte krijuar një baraspeshë ndërmjet prezencës së meshkujve dhe femrave gazetare.
- Në TV Alfa, nga numri i përgjithshëm i instancave të paraqitjes së gazetarëve dhe gazetareve, llogaritur në të dy ekzemplarët, më shumë se 75% ishin paraqitje të gazetarëve. Në këtë televizion, rreth 69% e prezantimit të përgjithshëm verbal të gazetarëve dhe gazetareve së bashku ishte për meshkujt dhe rreth 65% e prezantimit vizual ishte gjithashtu për meshkujt. Mirëpo aspekt pozitiv është fakti që ky televizion ka një gazetare në Redaksinë sportive.
 - Në TV Alsat-M, numrat sugjerojnë se Televizioni bën një baraspeshë relative të prezencës së meshkujve dhe femrave në mesin e gazetarëve gjatë transmetimit të informatave sportive. Nga numri i përgjithshëm i instancave të paraqitjes së gazetarëve dhe gazetareve, të llogaritura në të dy ekzemplarët së bashku, pothuajse 52% ishin paraqitje të meshkujve. Në këtë televizion, pak më shumë se 56% e prezantimit të përgjithshëm verbal të gazetarëve dhe gazetareve së bashku ishte e meshkujve dhe pak më shumë se 52% e prezantimit vizual ishte përsëri për meshkujt. Por ajo që duhet të theksohet në Alsat-M është se gazetaret prej të cilave konstatohet pjesëmarrja e lartë e përgjithshme në programin sportiv, nuk janë pjesë e redaksisë sportive. Koncepti i këtij televizioni është që lajmet sportive nuk emetohen në bllok të posaçëm të sportit, andaj edhe prezantueset e lajmeve të përgjithshme i prezantojnë edhe ato të sportit – domethënë kjo baraspeshë vjen që aty sa që as në programin e informimit ditor të Alsat-M aspak nuk ka baraspeshë ndërmjet meshkujve dhe femrave.
 - Në TV Kanal 5, nga numri i përgjithshëm i instancave të paraqitjes së gazetarëve dhe gazetareve, të llogaritur në të dy ekzemplarët, pothuajse 79% ishin paraqitje të meshkujve. Sipas kësaj, në këtë televizion më shumë se 79% e prezantimit të përgjithshëm verbal të gazetarëve dhe gazetareve së bashku ishte për meshkujt. Informatë jashtëzakonisht e rëndësishme është edhe konstatimi sipas të cilit meshkujt sipas kohëzgjatjes së prezantimit vizual ishin të përfaqësuar me rreth 40%. Që nënkupton se për gazetaret ka mundësi më të madhe që të paraqiten me fotografi para kamerave, por për gazetarët nuk është ashtu. Kjo mund të jetë efekt i stilit të Televizionit – Redaksia sportive ka vetëm gazetarë – meshkuj, rezultatet e të cilëve janë ilustruar me incizime pa u paraqitur edhe vet në ekran. Në këtë drejtim disa herë ato raporte ishin transmetuar nga prezantueset që paraqiteshin në ekran.

- Në TV Sitel, nga numri i përgjithshëm i instancave të paraqitjes së gazetarëve dhe gazetarëve të llogaritura gjatë të dy ekzemplarëve, rreth 92% ishin paraqitje të meshkujve. Në këtë televizion, rreth 87% e prezantimit të përgjithshëm verbal të gazetarëve dhe gazetarëve së bashku ishte e meshkujve, si dhe mbi 77% e prezantimit vizual ishte për gazetarët meshkuj po ashtu.
- Në TV Telma, nga numri i përgjithshëm i instancave të paraqitjeve të gazetarëve dhe gazetarëve gjatë të dy ekzemplarëve së bashku, më pak se 97% ishin paraqitje të meshkujve. Në këtë televizion, rreth 98% të prezantimit të përgjithshëm verbal e gazetarëve dhe gazetarëve së bashku ishte e meshkujve dhe rreth 96% e prezantimit vizual ishte e meshkujve po ashtu. Ky televizion ka një gazetarë në Redaksinë e sportit, por ajo nuk ka reflektuar në programin gjatë të dy javëve të analizuara.

Rekomandimi 7:

Duhet të ketë përpjekje nga më shumë televizione private për të rritur prezencën e gazetarëve femra në programin sportiv, respektivisht ta ulin dallimin e raportit ndërmjet meshkujve dhe femrave si gazetarë të specializuar të sportit. Menaxhimi me resurset njerëzore të ekipeve televizive duhet të krijojë protokolle të ndjeshme gjinore dhe gjatë punësimeve të reja në të ardhmen duhet të vendosen kritere që përfshijë një baraspeshë ndërmjet meshkujve dhe femrave të gazetarët. Në mënyrë shtesë, ekipet redaktuese të atyre televizioneve që veç më kanë gazetarë sportive në redaksitë e tyre, duhet që t'u mundësojnë pjesëmarrje më të madhe në program.

8. Hulumtimi konstatoi se në ekzemplarin e programit të televizioneve private ka prezencë dominuese të meshkujve në mesin e sportistëve. Studimi ka konstatuar dominim të sportistëve në programin informativ sportiv, sipas tri parametrave matës: frekuencës së paraqitjes, kohëzgjatjes së prezantimit verbal dhe kohëzgjatjes së prezantimit vizual të sportistë(e)ve.
 - Në TV Alfa, nga numri i përgjithshëm i instancave të paraqitjes së sportistëve dhe sportistëve, llogaritur në të dy ekzemplarët, më shumë se 69% ishin paraqitje të meshkujve. Një konstatim interesant për këtë televizion ishte që pjesëmarrja e sportistëve në program sipas kohëzgjatjes së prezantimit të tyre vizual ishte shumë më i lartë se pjesëmarrja e matur sipas instancave të paraqitjes. Në këtë televizion, mbi 75% e kohëzgjatjes së përgjithshme të prezantimit verbal të sportistëve dhe sportistëve, ishte prezantimi i meshkujve dhe rreth 84% e prezantimit vizual ishte po ashtu për sportistët. Prezenca e meshkujve – sportistë sipas kohëzgjatjes së prezantimit vizual në ekzemplarin para mbajtjes së Lojërave Olimpikë Verore ishte rreth 95%. Kjo nënkupton se konstatimet sugjerojnë se në programin e rregullt sportiv ka anshmëri ndaj sportistëve dhe një shmangie të plotë të sportistëve.

- Në TV Alsat-M, nga numri i përgjithshëm i instancave të paraqitjes së sportistëve dhe sportisteve, llogaritur gjatë të dy ekzemplarëve, rreth 77% ishin paraqitje të meshkujve. Në këtë televizion, mbi 74% e kohës së përgjithshme të prezantimit vizual të sportistëve dhe sportisteve, ishte prezantimi i sportistëve dhe rreth 82% e prezantimit vizual ishte e tyre po ashtu. Edhe në Alsat-M, ishte distribuuar në mënyrë jo të drejtë raporti ndërmjet sportistëve dhe sportisteve gjatë të dy ekzemplarëve në atë mënyrë që në ekzemplarin e parë kishte një dominim të dukshëm të sportistëve në aspekt të prezantimit të tyre vizual - në mbi 94% të kohës kur në ekran paraqiten sportistë dhe sportiste, ishin paraqitje të meshkujve. Presioni i programit olimpiq gjatë ekzemplarit të dytë e ka zbutur këtë dallim, por sidoqoftë ajo ishte e konsiderueshme.
- Në TV Kanal 5, nga numri i përgjithshëm i instancave të paraqitjes së sportistëve dhe sportisteve, llogaritur gjatë të dy ekzemplarëve së bashku, rreth 81% ishin paraqitje të meshkujve. Duhet të theksohet se ky televizion kishte një numër jashtëzakonisht të vogël të paraqitjes së sportistëve dhe sportisteve (gjithsejtë në të dy ekzemplarë ishin regjistruar 38 instanca). Prezantimi i përgjithshëm verbal (100%) ishte e sportistëve – meshkuj të cilëve ku takoi edhe 80% e prezantimit vizual.
- Në TV Sitel, nga numri i përgjithshëm i instancave të paraqitjes së sportistëve dhe sportisteve, llogaritur gjatë të dy ekzemplarëve, rreth 77% ishin paraqitje të sportistëve. Në këtë televizion, 99% e kohëzgjatjes së përgjithshme të prezantimit verbal të sportistëve dhe sportisteve ishte prezantim i meshkujve, sikurse edhe mbi 88% e prezantimit vizual. Në Sitel, pothuajse në mënyrë identike ishin distribuuar këto raporte gjatë të dy ekzemplarëve, që nënkupton se LOV kanë bërë presion të caktuar ndaj prezencës sportive të meshkujve dhe femrave në program.
- Në TV Telma, nga numri i përgjithshëm i instancave të paraqitjes së sportistëve dhe sportisteve, llogaritur gjatë të dy ekzemplarëve, rreth 64% ishin prezantime të meshkujve. Në këtë televizion, mbi 77% e kohëzgjatjes së përgjithshme të prezantimit verbal të sportistëve dhe sportisteve, ishte prezantim i sportistëve, sikurse edhe rreth 73% e prezantimit vizual. Në TV Telma kishte një distribucion jo të barabartë të raportit ndërmjet sportistëve dhe sportisteve në aspekt të kohëzgjatjes së prezantimit vizual. LOV në atë drejtim kanë ushtruar një presion serioz duke e ulur pjesëmarrjen e sportistëve (në favor të sportisteve) me mbi 87% në ekzemplarin e parë, në 58% gjatë të dytit. Domethënë se kur ka gara të mëdha në të cilat ka oferta të sporteve në konkurrencë të femrave, ajo ndikon në programin informativ të këtij televizioni. Por në periudhat e raportimit të rregullt sportiv ka gjasa të mëdha që sportistët të prezantohen në aspekt vizual dhe verbal se sa sportistet.

Rekomandimi 8:

Redaksitë sportive të pesë televizioneve tokësore duhet të mbajnë llogari për baraspeshën gjinore të programit sportiv dhe të transmetojnë më shumë ngjarje në lidhje me sportet në konkurrencë të femrave dhe t'u sigurojnë sportistëve hapësirë më të madhe për prezantim vizual dhe verbal personal dhe të sportit të tyre. Transformimi i këtyre ndjeshëm gjinor duhet të sigurohet përmes një politike të vetëdijshme dhe konsistente redaktuese.

9. Në programin e të gjitha pesë televizioneve të analizuara private ishte konstatuar se punëtorët, respektivisht ekspertët sportive zënë një vend të parëndësishëm. Femrat paraqiten rrallë në programin sportiv në rolin e eksperteve sportive, pavarësisht nëse bëhet fjalë për informim në lidhje me sportet në konkurrencë të meshkujve ose të femrave.
- Në TV Alfa, nga numri i përgjithshëm i instancave të paraqitjes së punëtorë/eve dhe ekspertë(e)ve sportive, llogaritur gjatë të dy ekzemplarëve së bashku, mbi 98% ishin paraqitje të meshkujve. Në këtë televizion, mbi 98% e kohëzgjatjes së përgjithshme të ndarë për prezantim verbal të punëtorë/eve respektivisht ekspertë(e)ve sportiv, ishte prezantim i meshkujve, aq sa edhe rreth 99% që ishte prezantimi vizual.
 - Në TV Alsat-M nuk kishte asnjë femër që paraqitej në rolin e ekspertes sportive në programin e të dy ekzemplarëve të analizuar.
 - Në TV Kanal 5 nuk kishte asnjë femër – eksperte sportive në programin e të dy ekzemplarëve të analizuar.
 - Në TV Sitel, nga numri i përgjithshëm i instancave të paraqitjes së ekspertë(e)ve ose punëtorë/eve sportive, llogaritur në të dy ekzemplarët së bashku, mbi 83% ishin paraqitje të meshkujve. Të gjitha instancat e paraqitjes së ekspertë(e)ve sportiv ishin regjistruar në ekzemplarin e marrë gjatë Lojërave Olimpikë Verore. Meshkujt – ekspertët sportiv janë paraqitur me fjalime dhe fotografi në mbi 90% të kohëzgjatjes sa kishte ekspertë sportiv në ekran.
 - Në TV Telma, numri i përgjithshëm i instancave të paraqitjes së punëtorë/eve ose ekspertë(e)ve sportiv, llogaritur në të dy ekzemplarët së bashku, mbi 85% ishin paraqitje të meshkujve. Në programin e këtij televizioni, mbi 72% e kohës së përgjithshme të ndarë për prezantim verbal të punëtorë/eve, respektivisht ekspertë(e)ve sportiv, ishin prezantime të meshkujve dhe rreth 84% të prezantimit vizual ishte e meshkujve si ekspertë sportivë.

Rekomandimi 9:

Redaksitë sportive të pesë televizioneve private duhet të mbajnë llogari për baraspeshën gjinore gjatë prezencës së ekspertë(e)ve sportiv në programin sportiv. Anshmëria e dukshme dhe e thelluar e redaksive sportive për meshkujt si ekspertë sportiv mund të tejkalohet nëse mediumet përmes një qasjeje konsistente dhe të vetëdijshme e promovojnë idenë se meshkujt nuk janë të vetmit që mund të jenë analistë sportivë.

ANNEX

Tabela e rekomandimeve

Servisi publik	Rekomandimi 1: Faktorët në kuadër të SPR duhet që në mënyrë strukturore dhe precize ta përkufizojnë pozitën dhe rolin e Kanalit sportiv në kuadër të strukturës së përgjithshme të Radiotelevizionit të Maqedonisë. Servisi Publik duhet ta shohë këtë ndërhyrje si një sistem të unifikuar dhe të integruar, kundrejt konceptit që SPR është një përmbledhje e njësive mediatike që kanë lidhje të dobët. Kjo nga njëra anë pritet që ta përmirësojë funksionimin e Kanalit Sportiv, ta lehtësojë Servisin e Parë Programor nga presioni i ofertës së madhe sportive duke hapur rrugën për një program më kualitativ dhe të llojllojshëm aktual, ta rris efikasitetin e punës së redaksive sportive, si dhe ta përmirësojë kualitetin e programit sportiv.
	Rekomandimi 2: Krijimi i kanaleve të reja në kuadër të Servisit Publik të Radiodifuzionit, me vete bartë obligimin e planifikimit, forcimit dhe qëndrueshmërisë së tyre të detajuar. Në mënyrë që kjo të ndodhë me RTM 3 nevojitet që: (I) në Këshillin Programor dhe redaksinë e RTM-së të zhvillohen iniciativa dhe ide për forcimin përmbajtjesor të këtij kanali dhe (II) të sigurohet një përkrahje adekuate financiare për të.
	Rekomandimi 3: Radiotelevizioni i Maqedonisë duhet të përpiket për të rritur prezencën e gazetareve femra në programin sportiv, respektivisht ta zvogëlojë dallimin e raportit ndërmjet meshkujve dhe femrave të specializuara si gazetarë sportiv. Ky qëllim ka të bëjë me aspektet e ndryshme të veprimeve, përfshirë edhe: (I) përpjekjet e SPR për të komunikuar me universitetet dhe shkollat e gazetarisë për nxitjen e interesit të studenteve për këtë lloj të gazetarisë, (II) gjatë punësimeve të reja në të ardhmen, të vendosen kritere që përfshijnë baraspeshën e meshkujve dhe femrave në gazetarinë sportive, (III) Këshilli Programor dhe redaksia e SPR të përpiqen për të siguruar trajnime për gazetaret, veçanërisht në domenin e realizimit të transmetimeve sportive.

	Rekomandimi 4: Ekipet redaktuese të Redaksive sportive të Servisit Publik duhet të mbajnë llogari për baraspeshën gjinore gjatë programit sportiv – të transmetojnë më shumë ngjarje për sportistë(e)t, duke u dhënë më tepër hapësirë për prezantim vizual dhe verbal personal dhe të sportit të tyre.
	Rekomandimi 5: Ekipet redaktuese të Redaksive sportive të Servisit Publik duhet të mbajnë llogari për baraspeshën gjinore gjatë pranisë së ekspertë(e)ve sportiv në programin sportiv. Servisi Publik duhet patjetër të sigurojë një llojllojshmëri të qëndrimeve dhe analizave të sporteve që i mbulon, që ka të bëjë edhe me përfaqësimin e femrave në program, në rolin e punëtorëve ose eksperteve sportive.
	Rekomandimi 6: Redaksitë sportive të Servisit Publik të Radiodifuzionit duhet të krijojnë baraspeshë në përfaqësimin e llojeve të ndryshme të sporteve në konkurrencë të gjinive të ndryshme. Për përfaqësimin e sporteve në konkurrencë të femrave duhet të kihet kujdes edhe gjatë garave të mëdha dhe programit të rregullt sportiv. Gjithashtu duhet të mbahet llogari edhe për përfaqësimin e sporteve të ndryshme, edhe gjatë programit informativ por edhe gjatë transmetimeve sportive. Përrjashtim mund të ketë në periudhat kur nuk ka oferta adekuate sportive për të krijuar atë baraspeshë, por politika e vetëdijshme redaktuese mund dhe duhet ta zbus dallimin e përfaqësimit të sporteve në konkurrencë të meshkujve dhe femrave.
Televizionet private	Rekomandimi 7: Duhet të ketë përpjekje nga më shumë televizione private për të rritur prezencën e gazetarëve femra në programin sportiv, respektivisht ta zvogëlojnë dallimin në raportin e meshkujve dhe femrave në gazetarinë e specializuar sportive. Menaxhimi me resurset njerëzore në ekipet televizive duhet të krijojë protokolle të ndjeshme gjinore gjatë punësimeve të reja në të ardhmen, duke vendosur edhe kritere që përfshijë baraspeshën e meshkujve dhe femrave në mesin e gazetarëve sportiv. Ekipet redaktuese të atyre televizioneve që veç më kanë gazetare sportive në redaksitë e tyre, duhet që në mënyrë plotësuese t’u mundësojnë pjesëmarrje më të madhe në program.
	Rekomandimi 8: Redaksitë sportive të pesë televizioneve private nacionale tokësore, duhet të mbajnë llogari për baraspeshën gjinore në programin sportiv, duke

	transmetuar më shumë ngjarje në lidhje me sportistët dhe sportet në konkurrencë të femrave, në këtë mënyrë duke u dhënë hapësirë më të madhe për prezantim vizual dhe verbal personal dhe të sporteve të tyre. Transformimi i këtillë i ndjeshëm gjinor duhet të sigurohet përmes një politike të vetëdijshme dhe konsistente redaktuese.
	Rekomandimi 9: Redaksitë sportive të pesë televizioneve private duhet të mbajnë llogari për baraspeshën gjinore gjatë pranisë së ekspertë(e)ve sportiv në programin sportiv. Anshmëria e dukshme dhe e thelluar e redaksive sportive ndaj ekspertëve sportiv – meshkuj, mund të tejkalohet nëse, përmes një qasjeje konsistente dhe të vetëdijshme, promovohet ideja se nuk janë vetëm meshkujt të aftë për të qenë analistë sportivë.

EKIPI HULUMTUES

m-r Igor Micevski është hulumtues në Institutin për Hulumtime të Zhvillimit Shoqëror RESIS. Ai është kandidat doktorant në fushën e sociologjisë politike dhe komunikologjisë pranë Universitetit “Shën Kirili dhe Metodi” në Shkup. Lëndë e fokusit të tij akademik janë hulumtimet për lëvizjet shoqërore dhe diskurset hegjemoniste në sferën publik. Micevski është magjistër i Politikës Krahësuese me fokus të studimit të nacionalizmit dhe etnitetit. Titullin e magjistraturës e mori në Shkollën Londineze për Ekonomi dhe Shkenca Politike (LSE). Micevski në këtë studim kishte rolin e hulumtuesit kryesor dhe të autorit të analizës.

d-r Snezhana Trpevska është eksperte e metodologjisë së hulumtimeve shoqërore dhe kryetare e Institutit për Hulumtime të Zhvillimit Shoqëror RESIS. Trpevska është doktor i shkencave sociologjike dhe eksperte shumëvjeçare në domenin e politikave mediatike. Gjatë viteve të kaluara ajo ka marrë pjesë në shumë projekte hulumtuese akademike dhe të zbatueshme, në lidhje me lirinë e shprehjes dhe pluralizmit mediatik, arsimimit mediatik, qëndrimeve dhe sjelljes së publikut ndaj përmbajtjeve mediatike, përqendrimit mediatik dhe rregullimit të radiodifuzionit, etikës në gazetari. Trpevska në këtë studim kishte rolin e këshilltares metodologjike.

d-r Konstantin Minoski është profesor i rregullt në Institutin e Sociologjisë, pranë Fakultetit Filozofik – Shkup në Universitetin “Shën Kirili dhe Metodi”. Fokus i veprimtarisë së tij mësimore dhe hulumtuese janë sfera e sociologjisë së sportit, teoritë sociologjike dhe sociologjia e grupeve etnike. Minoski është aktualisht udhëheqës i Institutit të Sociologjisë dhe Qendrës Anketuese Hulumtuese pranë Fakultetit Filozofik në Shkup. Ka marrë pjesë në realizimin e disa projekteve shkencore-hulumtuese dhe të zbatueshme, si hulumtues ose udhëheqës, ku si lëndë të hulumtimit kanë qenë sfera e marrëdhënieve ndëretnike, zhvillimi i fëmijëve dhe të rinjve, sportit gjatë kohës së lirë të të rinjve, vlerave dhe sistemeve të vlerave. Minoski në këtë studim kishte rolin e këshilltarit metodologjik.

Sotir Risto është hulumtues, ekspert i gjuhës shqipe. Ai është publicist, përkthyes dhe hulumtues i përmbajtjeve mediatike që u është bashkuar anëtarëve të ekipit RESIS në vitin 2012. Deri më tani ka marrë pjesë si hulumtues në projekte ku është përdorur metoda e Analizës së përmbajtjes dhe analiza diskursive, ku ishte edhe anëtar kyç i ekipit për analizën e përmbajtjeve mediatike në gjuhën shqipe. Si projekte më të rëndësishme në të cilat ka marrë pjesë mund të veçohen seria e hulumtimeve të hegjemonisë etno-nacionaliste të përmbajtjeve mediatike sprotive, në kuadër të Programit rajonal për promovimin e hulumtimeve për Ballkanin Perëndimor, Monitorimin

e demokracisë (MODEM), të realizuar nga Instituti i Studimeve të Komunikimit. Ristoja, në këtë studim kishte rolin e koduesit – analistit të përmbajtjeve.

Julijana Mlladenovska është hulumtuese, filologe e letërsisë së përgjithshme dhe krahasuese. Ajo është asistente e projektit pranë Institutit për Hulumtime të Zhvillimit Shoqëror RESIS. Ka diplomuar në Katedrën e Letërsisë së Përgjithshme dhe Krahasuese pranë Fakultetit Filologjik “Bllazhe Koneski” në Shkup, në drejtimin e studimeve të letërsisë krahasuese. Ka marrë pjesë në hulumtimin “Gjinia në medime 2019: Analiza e aspekteve gjinore në programet për fëmijë në televizionet nacionale tokësore”. Mlladenovska në këtë studim kishte rolin e kodueses – analistes së përmbajtjeve.