

# *Vendi i femrës në mediat franceze*

*Dr. Cécile Vrain\**

Vendi i femrës në mediat franceze përbën një temë aktualiteti në kryeqytetin francez. Zakonisht nuk kalon një javë pa u trajtuar kjo temë në një mënyrë apo tjetrën: përmendje, botime, peticione, skandale etj.

Zgjedhja në fjalë pra, lidhur me këtë tematikë (subjekt), nuk është thjesht teorike, por ajo përfshihet në një reflektim më të gjerë që ekziston në ditët e sotme brenda shoqërisë franceze. Në fakt, njohja kaq e nevojshme e rolit të femrës në shoqërinë franceze është një proces në zhvillim e sipër. Kështu, u patën mirëpritur në prill të 2015-ës, në Panteon, tempullin e republikës demokratike franceze, dy personalitete të jashtëzakonshme femërore, Germaine Tillion dhe Geneviève de Gaulle Anthoinz. Të dyja këto femra, figura emblematike të kohës së Rezistencës kundër pushtimit nazist, por për më tepër, të rezistencës në vetvete në kuptimin e saj më të plotë.

Ky është vetëm një shembull simbolik. Shumë të tjerë mund të jenë përmendur gjithashtu në këtë kontekst.

Reflektimi që kam bërë në lidhje me këtë ndërhyrje timen mund të përqendrohet ndërkohë mbi dy problematika përkatëse në mënyrë më të hollësishme. Faktikisht, teksta në flasim mbi vendin e femrës në mediat franceze, çfarë jemi duke dashur të themi saktësisht vallë? Për çfarë po flasim? Për vendin e femrës nëpër artikujt e gazetave të shtypura apo portaleve online, në valët e radios apo imazhet televizive? Apo mos vallë i referohemi femrave gazetare të pranishme apo jo nëpër mediat e ndryshme?

Me sa duket, jemi duke folur për të dyja këto raste, nga ku buron edhe rëndësia për ta bërë këtë gjë të qartë, pasi që ky saktësim do të na

---

\* *Dr. Cecile Vrain, drejtoreshë e Programeve Ndërkombëtare pranë Ecole Supérieure de Journalisme (ESJ), Paris*

lejojë që t'i japim një ritëm dy-pjesësh thellimit tonë. Pjesa e parë do të ketë të bëjë me femrat gazetare, praninë e tyre në media, pushtetin e tyre, domethënë vendin ku ato ushtrojnë aktivitetin e tyre etj.

Dhe pjesa e dytë do të fokusohet më tepër tek hapësira që po këto media u kushtojnë femrave sa i përket dhënies së fjalës për to, intervistave, portreteve etj.

Siç po ju thoja gjatë pjesës hyrëse të kësaj fjale, zgjedhja e një subjekti të tillë mbështetet tek një temë tejet e nxehtë e aktualitetit tonë. Brenda pak javësh, dy femra u patën emëruar në dy poste kyçe të botës mediatike franceze. Kështu, në fund të prillit 2015, Këshilli i Lartë Audiovizual (CSA) pati caktuar në postin e presidentes të France Télévisions, Delphine Ernotte, zëvendës-drejtoreshën e dikurshme të grupit francez të telekomunikacionit Orange. Përpara përzgjedhjes së saj, një mashkull e kish mbuluar këtë detyrë. E gjykuar si e papërvojë, emërimi i saj ka shkaktuar debate të gjera dhe vijon që edhe sot e kësaj dite të diskutohet ethshëm nga disa gazetarë të caktuar të cilët kanë arritur deri aty sa ta akuzojnë atë për plagjiaturë. Pra, duke pretenduar se projekti i paraqitur prej saj hamendësohet se mund t'i jetë kopjuar një kandidati tjetër për të njëjtin post. Në qershor 2015, kjo çështje akoma nuk mund të quhet e mbyllur, për arsye se disa senatorë kanë vendosur që të marrin në pyetje përmes një komisioni "ad hoc" disa anëtarë të CSA-së, mes të cilëve edhe dy femra, Sylvie Pierre-Brossollette dhe Nathalie Sonnac, të cilat dyshohet se nuk e kanë përmbushur detyrën e tyre të qenit të paanshme lidhur me mbështetjen e tyre të gjykuar si të tepërt ndaj Delphine Ernotte.

Në fillim të majit, sërish një femër do të emërohej si presidente e një rrjeti televiziv: LCP - Assemblée nationale. Marie-Eve Malouines, është përsa i përket asaj, një gazetare që vjen nga radioja publike, France Info. Lidhur me profesionalizmin e saj, emërimi i saj gjithësesi pati shkaktuar shumë më pak përshtjellim.

Sidoqoftë, skandale të tilla kanë ndonjëherë për origjinë edhe vetë femrat. Kështu, presidentes së INA-s, (Institut national de l'audiovisuel - Instituti kombëtar audiovizual) Agnès Saal iu desh të dorëhiqej nxitimthi në fund të prillit pasi u pat zbuluar një shpenzim prej më tepër se 40 mijë eurosh për taksi në më pak se një vit,

ndërkohë që ajo kishte në dispozicion një veturë të vetën megjithë shofer.

Po ua vija në dukje këtë gjë, pra që aktualiteti i sotëm është i mbushur me ngjarje ku shfaqen femra që luajnë një rol të caktuar, në mediat franceze.

Ky aktualitet nuk duhet ta mbulojë diellin me shoshë. Me këtë frazë nënkuptoj faktin që, meqënëse dy femra u patën emëruar rradhazi në poste të larta, situata e gazetareve femra dhe/ose që mbulojnë detyra me përgjegjësi të lartë në mediat franceze, ka ndryshuar papritmas. Në rastin e mediave, ashtu si edhe në politikë, barazia mashkull-femër është ende tejet larg të qenit e arritur.

Qysh nga fillimi i viteve 80 e gjer më sot, përqindja e femrave në këtë profesion ka kaluar nga 25% në 49,30% sipas Observatorit profesional të shtypit. Por siç dihet botërisht, barazia në numra nuk do të thotë edhe barazi në kushte, vendimarrje dhe përgjegjësi. Kështu femrat zakonisht hasen në sekretaritë e redaksive (65%) dhe në dyqanet e shtypit që vijnë duke u bërë përherë e më tepër femërorë (58%). Në të kundërt, në poste të këtilla si JRI (journaliste reporter d'images), pra të "reporterit", femrat nuk përbëjnë më tepër se një të tretën e numrit të përgjithshëm.

Në rastin e gazetarisë, si edhe në fusha të tjera, femrat bien më shpesh viktime të pasigurisë lidhur me vendin e punës sesa meshkujt, 54% e tyre punojnë "freelance" (si gazetare të pavarura) dhe rroga e tyre është 300 euro më e ulët sesa ajo e kolegëve të tyre meshkuj. Vlen të përmendet këtu se në Francë, rrogat e femrave janë 20% më të ulta se ato të meshkujve.

Ministrja e parafundit franceze e Kulturës, Aurélie Filipetti pati ngritur në mars të 2013-ës, një komitet të ngarkuar me vlerësimin e situatës së femrës në mediat franceze me mbështetjen e Observatorit të Barazisë brenda ministrisë së saj. Ky observator ka si synim të vetin luftën kundër realitetit aspak të kënaqshëm lidhur me situatën e femrës në universin e kulturës dhe në veçanti në atë mediatik me të cilin po merremi edhe neve sot, dhe kjo gjë, si në nivelin e ushtrimit të përgjegjësive të udhëheqjes, ashtu edhe në qasjen e nevojshme tek mjetet e produksionit apo shpërndarjes ose gjithashtu lidhur me vendin dhe imazhin e tyre në botën e mediave.

Në të njëjtin kontekst, 4 shkurtin e kaluar, CSA-ja pati marrë në shqyrtim një vendim lidhur me barazinë femër-mashkull. Dhe në këtë mënyrë, pas këtij vendimi, Dephine Ernotte u pat emëruar si presidente e France Télévisions. Është pikërisht vënia në zbatim e vendimit të CSA-së ajo që vërteton katërcipërisht angazhimin e saj të vendosur drejt një përqsasjeje proaktive në favor të barazisë femër/mashkull. CSA-ja do të mundet kështu që ta masi nga ana sasiore dhe cilësore, angazhimin e mediave audiovizive në këtë përpjekje për të arritur barazinë e mirëfilltë. Teksti i miratuar përcakton disa tregues të ndryshëm: praninë e femrës mes ekspertëve, numrin e femrave në postin e drejtorit, ose gjithashtu edhe përfaqësimin femëror në emisionet rinore. Synimi qendron në të luftuarit e stereotipeve, por njëkohësisht edhe në përgatiturit e sa më shumë femra për përfshirjen e tyre të ardhshme në këtë profesion, dhe të të përzgjedhurit e më shumë eksperteve në programet informative.

Por udha është akoma e gjatë. Shifrat që kanë të bëjnë me peshën e femrës në organizimin hierarkik të mediave franceze, janë tronditëse. Vetëm, sa për të përmendur një shembull pozitiv, prezantueset e lajmeve në orarin e mbrëmjes, përbëjnë një përjashtim nga rregulli, meqë ato zënë thujtse gjysmën e kohës së transmetimit: pra 43,1%. Një shifër kjo, që është vazhdimisht në rritje.

Po ua thoja edhe gjatë pjesës hyrëse të fjalës sime, gazetaria vijon në shndërrimin e saj në një profesion gjithnjë e më tepër femëror. Gazetarët e rinj janë përherë femra. Por ndërkohë meshkujt përbëjnë gjithmonë shumicën përse i përket gazetarëve që gëzojnë një kontratë me terma mujorë, ndërkohë që statuti si "freelance" prek 56% të femrave në rradhët e gazetarëve që posedojnë një "kartë gazetari". Një pasiguri sa i përket vendit të punës, krejtësisht femërore kjo. Viti 2013 shënon sidoqoftë një evolucion pozitiv në këtë këndvështrim. Numri i femrave që posedojnë një "kartë gazetari" sipas titullit "drejtor" (termi "drejtoreshë" as që ekziston fare) ka kaluar nga 97 në vitin 2012, në 113 në 2013-ën; pra nga 17 në 20%.

Gazetarët me kontrata të përkohshme i gjejnë rrogat më të mira në produksionin audioviziv: 2986 € mesatarisht për gazetarët "freelance", 3415 € për CDD (gazetarët me kontratë të përkohshme)...

por këto janë gjithësesi rrogat që u taksen meshkujve, pasi që sa u përket femrave, duhet llogaritur një minus prej 19% në këto rroga!

Në vitin 2012 përfshirja femërore në këtë profesion llogaritet në 45,7%, përballë 54,3% të pranisë mashkullore – një përqindje që, ndër të tjera, nuk resht së qeni në rritje –. Megjithatë, ato mbeten shumë pak të përfaqësuara postet drejtuese, dhe veçanërisht në funksionet e larta, në drejtimin e redaksive (26,2% femra) dhe kryeredaktorë (34%). Ato janë njëçikë më të pranishme në postet drejtuese sa u përket rangjeve më të ulta, qoftë zëvendës-kryeredaktor (36,4% femra) ose shef shërbimi (37,9 % femra), por sidoqoftë jemi ende mjaft larg ekuilibrit të vërtetë. Vetëm posti i redaktorit të seksionit tregon një prani mazhoritare femërore, që kap shifrat 52,2%. Në të njëjtën kohë, ky seksion mund të përbëhet nga një njeri i vetëm, i cili njëkohësisht mund të jetë edhe redaktor seksioni – që do të thotë pra, se ky është një funksion që nuk shkon paralel me idenë e të menaxhuarit të një ekipi vartësish e bashkëpunorësh.

Mes kërkesave të para të arritura pranë CCIJP-së (Commission de la carte d'identité des journalistes professionnels; Komisioni përgjegjës për kartën e identitetit të gazetarëve profesionistë), figurojnë një numër i madh femrash (56,2%, përballë 43,8% nga meshkujt), për kontrata të përkohshme (61,2% e kërkesave të para kanë të bëjnë me CDD-në dhe punën “freelance”), dhe që e bëjnë këtë kërkesë të vonuar – që domethënë jo në fillim të karrierës së tyre.

### ***Prania e femrës në botën mediatike: të bëhet e dukshme, e padukshmjia***

Paralele dhe shpeshherë e ndërlidhur me të, prania femërore në media, nxjerr në pah ndërkaq, një tjetër problematikë.

Në një artikull të publikuar pak kohë më parë, në mars 2015, gazeta Le Monde vërente se në gazetatat ditore kombëtare, femrat nuk përfaqësojnë më tepër se 20% të personave të përmendur ose të nxjerrë në foto në faqet e tyre. Një femër pra, për katër meshkuj: bëhet fjalë për të njëjtën prirje që hasim edhe tek mediat audiovizive. Studimi i publikuar nga Le Monde përfshin katër gazetatat e mëdhaja

franceze: Le Monde, Le Figaro, Le Parisien dhe gjithashtu edhe Libération, gjatë një periudhe të caktuar nga data 2 në 6 janar, që ka të bëjë kështu me 20 botime, më tepër se 1000 artikuj dhe 675 foto.

Prania femërore bie në rënie të lirë varësisht nga vlera që u jepet artikujve. Artikujt me autor anonim, janë mbi të gjitha të shkruar nga ana e femrave. Thuajse dy herë më shumë sesa meshkujt (22% femra, kundrejt 13% meshkuj). Femrat nuk i firmosin me emrin e tyre më tepër se 12,5% të kronikave ose të editorialëve dhe 17% të tribunave. Si përfundim, faqet e para të gazetave rrallëherë u jepen femrave (14,2%). Mund të thuhet pra, se përfaqësimi femëror në artikujt ku çmohen idetë dhe fjala e individit, akoma nuk është vlerësuar siç duhet.

Që nga viti 2013, CSA-ja publikon një barometër mbi praninë e femrës në universin audioviziv dhe në atë radiofonik. Një studim i tretë i këtij lloji del në përfundimin se vendi i femrës në televizion mbetet i njëjti: vetëm pak më tepër se një e treta e personave të pranishëm në ekrane (35% në 2012-ën, 37% në 2013-ën dhe 36% në vitin 2014). Në të gjitha llojet e programeve, të informacionit, ato të trilluara, emisione apo dokumentarë, argëtim, etj, meshkujt zënë më shumë se 60% të hapësirës në ekran.

Në botën audiovizive dhe atë radiofonike gjerat shkojnë edhe më keq, dhe situata nuk është asfare më e mirë se në shtypin e shkruar. Edhe aty femrat janë të nën-përfaqësuara. Sa i përket botës së informacionit, më shumë se katër personalitete në pesë, janë meshkuj. Studimi vëren se “femrat politike janë të vetmet, ose thuajse të vetmet, që përfitojnë nga njëfarë mediatizimi në televizion apo radio”. Ndërkaq në të kundërt, femrat “praktikisht mungojnë krejtësisht në disa fusha si ekonomia, sporti dhe po ashtu shëndetësia”, një tematikë që gjithësesi shpesh konsiderohet si më tepër femërore.

Në rastin e radios, situata është edhe më e pafavorshme për femrën, sesa në botën audiovizive. Mbi të gjitha tek radiot private si RTL, Europe 1 ose RMC.

CSA-ja konstaton një rritje të lehtë të pranisë femërore gjatë kohës së transmetimit midis 2013-ës dhe 2014-ës, qofshin ato dëshmitare apo eksperte përkatëse, por hapësira në dispozicion të femrës ende mbetet tepër anësore.

Në 2014-ën, mediatizimi i i personaliteteve femërore gjithashtu është rritur deri diku, duke mbetur megjithatë në të njëjtin raport të një femre për katër meshkuj.

Një farë përmirësimi ka nisur të ndihet edhe sa u përket radiove, sadoqë shifrat vijojnë akoma të jenë më të ulta se ato të televizionit. Në të gjitha stacionet e vëzhguara, përqindja e pranisë femërore, dëshmitare apo eksperte, në emisionet informative, nuk shkon më tepër se 17,73% në vitin 2014.

Për t'iu përgjigjur një konstatimi të dalë në pah pas një kërkese përkatëse, që prej katër vitesh ka nisur të publikohet një "Udhërrëfyes i ekspertëve", si fillim në versionin e shtypur dhe nga ky vit edhe në web. E reja e fundit e vitit 2015, ka të bëjë me faktin se ky udhërrëfyes është tani e tutje falas. Në 2011-ën, një komision i ngritur për të hulumtuar në lidhje me imazhin e femrës në botën mediatike pati vërejtur se ato nuk zinin më tepër se 15% të kohës së të folurit. Nga ku buron edhe përgatitja e këtij udhërrëfyesi që tanimë ekziston për të qenë pjesëmarrës në dukshmërinë e femrës në hapësirën publike dhe atë mediatike. Femrat që paraqesin një ekspertizë përkatëse, rrjedhimisht ftohen për t'u bërë të njohura në një portal online [www.expertes.eu](http://www.expertes.eu). Më tepër se 200 kontribute në këtë aspekt janë marrë në konsideratë tashmë. Në momentin që dikush i qaset këtij portali, udhërrëfyesi menjëherë propozon profile të ndryshme ekspertesh të cilat mund të ndërhyjnë lidhur me çdo tematikë; nëpër mediat e mëdhaja, por gjithashtu edhe në raste konferencash ose seminaresh, në mënyrë që gazetarët, sipërmarrjet apo kolektivët e ndryshëm të mund t'i gjejnë lehtësisht kontaktet e tyre. Duke i dhënë kështu një përgjigje edhe retorikës së vjetër: "Do të kishim shumë dëshirë që të ftonim ndonjë femër, por nuk dimë se nga të gjejmë ndonjë të tillë". Pas realizimit të këtij udhërrëfyesi, projekte të tjera regjistrimi të ekspertëve përkatës janë vënë në zbatim po ashtu së fundi, si për shembull Regjistri vjetor i Ekspertëve Dixhitalë, i lançuar në tetor të 2014-ës nga shoqata Girlz in Web. Ky vjetar përmban profilet e 400 femrave të specializuara në fushën e teknologjive të reja.

Revolucioni i ardhshëm ka të bëjë me mbledhjen e të dhënave. CSA-ja faktikisht ka miratuar më datë 4 shkurt, një vendim që i përkthen në vepra atributet që asaj i qenë dhënë me ligjin për barazinë

reale të 4 gushtit 2014, mbi të cilin fola më lart. Kjo gjë do të duhej të bënte të mundur përfitim të statistikave më të sakta. Redaktorët e radios dhe televizionit, do të duhet që tani e tutje të ofrojnë të dhëna të qarta gjinore mbi numrin e prezantuesve, gazetarëve, kronistëve ose të të ftuarve në programet e tyre.

Lidhur me programet “rinore”, filmat televizivë dhe programet e ashtuquajtura si “reality show”, këto media do të duhet gjithashtu që të vetë-vlerësohen sipas kritereve përkatëse lidhur me cilësinë e programore, me qëllim që të vërehet prania e ndonjë stereotipi përkatës në këto programe. Për ta arritur këtë qëllim, atyre do t’u duhet që të plotësojnë disa “formularë” të përpiluar nga CSA-ja në bashkëpunim me Këshillin e Lartë për Barazinë midis femrës dhe mashkullit (Haut Conseil à l’Egalité entre les femmes et les hommes; HCEfh).

Ja disa prej pyetjeve që mund të gjenden në këto pyetësorë:

Ka apo jo ndonjë femër që mbulon një rol të rëndësishëm?

Kur dy femra flasin njëra me tjetrën, a diskutojnë ato për ndonjë gjë tjetër veç jetës së tyre personale?

Personazhet e rritura femërore, a evoluojnë vallë jashtë sferës shtëpiake? Dhe në të kundërtën, a ndodh ndonjëherë që personazhet mashkullore të rritur (pjekur) të evoluojnë, po aq sa personazhet femërore, brenda sferës shtëpiake?

### ***Disa fjalë mbi përfaqësimin e femrës në fushën mediatike***

Qoftë fjala për vendin e femrës në botën politike apo qoftë në trajtimin mediatik të disa fakteve të ndryshme, gazetarisë i del nevoja të kryejë një përparim të konsiderueshëm lidhur me atë që ka të bëjë me barazinë e trajtimit gjinor.

Në mënyrë tinëzare dhe përtej etikës dhe respektit të jetës private, mediat nuk ngurrojnë që të vënë në pah një imazh arkaik dhe patriarkal të meshkujve në përgjithësi dhe të politikanëve në veçanti. Në skandalin DSK dhe pasojat e tij me procesin Carlton, gazeta La Provence titullonte: “DSK: burri që i donte femrat me tepri”, ndërkohë që ky skandal kish të bënte me gjithçka, përveç dashurisë. Katër vite



më parë, në pikun e shpërthimit të çështjes Sofitel në maj 2011, gazeta Sud-Ouest e titullonte kështu një ndër artikujt e vet: “DSK, burri që i do femrat në mënyrë të papërmbajtur”, ndërkohë që ai në atë periudhë akuzohej për përdhunim. Në lidhje me jetën private të presidentit të Francës dhe ndërrimit të partneres së tij në jetën sentimentale, revista *l’Express* shkruante: Hollande dhe femrat e tij: prapaskenat e një komedie në Elysée”, e gjitha e shoqëruar nga montazh fotografik ku përfshiheshin të gjitha partneret e njohura të François Hollande. Theksojmë këtu përdorimin e përemrit pronor “e tij” për të lënë të kuptohet faktin se këto femra atij faktikisht i patën përkitur, në ndonjë farë marrëdhënie varësie dhe nënshtrimi. Do t’i hedhim një vështrim të shpejtë edhe shtypit skandalistik që gëlon nga shëmbuj të këtij lloji, si një artikull i Gala i datës 26 janar 2014, i titulluar “Hollande: si ia bën ai vallë që t’i joshi të gjitha?” Disa imazhe këto, të përfuara nga e pavetëdijshmja kolektive lidhur me princin e shthurur dhe joshës apo të mbretit të rrethuar nga oborri dhe nga favoritët e tij.

Shëmbujt e seksizmit në rastin e pyetjeve që gazetarët u drejtojnë politikaneve femra, janë të panumërta. Temat e prekura në të tilla raste janë të përsëritura, si për shembull mënyra e të veshurit. Në 2012-ën, gjatë Këshillit të Ministrave, ministrja e Barazisë territoriale dhe e Strehimit, Cécile Duflot pati ardhur e veshur me xhinse, gjë që pati krijuar një polemikë të madhe. Revista femërore Marie-Claire kishte titulluar paskëtaj: “Cécile Duflot shkon e veshur me xhinse në këshillin e ministrave: a ju ka shokuar ky fakt vallë?”. Mes temave të ngritura prej tyre, gazetarët nuk ngurrojnë që të parashtrajnë pyetje që kanë të bëjnë me lidhjet ndërmjet jetës private dhe funksionit politik, një çështje që nuk ngrihet kurrë në rastin e politikanëve meshkuj. Theksojmë gjithësesi se në ditët e sotme, disa femra si për shembull ministrja franceze e Arsimit Najat Vallaud-Belkacem, kanë mësuar t’i kthejnë në të mirë të tyre këto lloj pyetjesh kur disa gazetarë të caktuar ngulin këmbë në mëtimin e tyre për t’i pyetur mbi jetën private.

Po jap një tjetër shembull të seksizmit në botën e mediave tani: Kolektivi “Të pushtojmë faqen e parë” i përbërë nga gazetarë femra, ka nxjerrë në pah trajtimin e diskutueshëm mediatik të “krimit pasional”. Në një shkrim të publikuar në portalin online të Liberation

më datë 24 nëntor 2014, ato vënë në dukje se “nuk ekziston koncepti i krimin pasional” dhe që “ai nuk ka bërë kurrë pjesë në kodin penal”. Mediat e përdorin këtë koncept duke kontribuar kështu në zbutjen e përgjegjësisë të vrasësit përkatës, duke e ditur megjithatë se femrat janë shumë herë më tepër viktime të dhunës në sferën private sesa meshkujt.

Gazetarët shpesh i bëjnë të ditura argumentet e vrasësit, për të mbuluar kështu version e fakteve të ofruar nga viktime. Sipas rubrikës “zhvillime të ndryshme” (lajme), me këtë zhanër gazetaresk që huazon shumëçka nga drama romaneske dhe që vë vazhdimisht theksin tek shabllonet e ndryshme, nuk ekziston gjë tjetër veç dashurive tragjike dhe vrasësve të pandërgjegjshëm. Ose përndryshe, këto histori bëhen pjesë e fenomenit të dhunës ndaj femrës, që përputhet me një realitet të koduar dhe makabër. Shprehjet në të tilla raste duhet të përzgjidhen me kujdes sepse ato gjithnjë kanë kuptim. Duhet të dimë se në Spanjë, mediat kanë adoptuar qysh nga viti 2001, një kartë të praktikës së mirë gazetareske mbi trajtimin e dhunës ndaj femrës. Lajmi e merr kuptimin e tij të plotë kur ai kontekstualizohet si duhet dhe fiton vlerë pikërisht si pasojë e mesazhit që ai përçon në shoqërinë tonë.

Ligji për barazinë midis femrës dhe mashkullit synon po ashtu që të punojë lidhur me përforcimin e hapësirës përkatëse dhe të imazhit të femrës në mediat audiovizive, siç patëm thënë më lart. Në këtë kontekst, ligji gjithashtu parashikon, për më tepër, që të favorizojë përfaqësimin e duhur të femrës në botën e medias, duke përcaktuar kështu një formim përkatës në shkollat e gazetarisë. Sipas nenit 16 bis, “arsimimi në fushën e gazetarisë i ofruar nga institutet e studimeve të larta, përfshin edhe të mësuarit lidhur me barazinë midis femrës dhe mashkullit dhe luftën kundër stereotipeve, paragjykimeve seksiste, imazhit përçmues, dhunës ndaj femrës dhe dhunës brenda çiftit”.

“Nuk bëhet fjalë për stigmatizimin e këtij apo të atij profesioni”, pati theksuar në një seancë parlamentare deputetja Anne-Marie Chapdelaine, “përkundrazi, bëhet fjalë që të synojmë atë profesion, që falë audiencës së vet, ka kapacitetin e duhur për të formuar opinionin shoqëror dhe për të sendërtuar imagjinatën e publikut të gjerë, në mënyrë që ky i fundit të jetë mjaftueshëm i sensibilizuar në një shkallë

tejet të lartë". Është fare e qartë që shkollat e gazetarisë nuk dëgjojnë nga ky vesh dhe janë ngritur kundër këtij projekti. Nuk mund të guxojmë të prekim parimin e shenjtë të lirisë së zgjedhjes të mësimdhënies!

Duke qenë ndërkaq e qartë që gazetarët mbajnë pjesën e tyre të përgjegjesisë në përhapjen e stereotipeve nga mediat ku ata punojnë në opinionin publik, sidoqoftë kjo përgjegjësi veç e tyrja s'mund të quhet.

Kështu pra, klasa politike nga ku edhe buron ky projektligj, do të duhej po ashtu të angazhohej më tepër, sidomos pas publikimit të një peticioni më datë 5 maj, në kolonat e gazetës ditore Liberation që pati publikuar një tribunë të titulluar "Ulini putrat!" të shkruar nga 40 gazetare femra të fushës politike nga rreth 30 media të ndryshme, ku denoncohet sjellja maçiste dhe seksiste e disa politikanëve të caktuar meshkuj. Këto 40 gazetare femra duan t'i thonë "Jo" gjesteve të papërshtatshëm, si dhe frazave tinëzare. Një sjellje dukshëm e përhapur kjo. Ja disa shembuj syresh: "Kjo është tamam një pyetje femrash". Por nuk mungojnë edhe shantazhet: "Një pije në bar, për një informacion". Anne Bourse, gazetare politike e redaksisë së France 3, tregon për gjenezën e këtij teksti. "E gjitha pati filluar si pasojë e një gjesti të papërshtatshëm të një ministri të rëndësishëm të qeverisë gjatë një samiti ndërkombëtar kundrejt një kolegeje të tij. Në këtë moment patëm folur mes nesh për këtë gjë dhe patëm vënë re se secila prej nesh kishte historitë e saja pikërisht lidhur me sjelljet e papërshtatshme seksiste".

## ***Përfundime***

Si përfundim, duket të jetë e mundur të thuhet se situata e femrave në botën e mediave, cilatdo qofshin ato, ka një përmirësim të lehtë. Qoftë ky përmirësim i lidhur me numrin e gazetarëve femra që mbulojnë poste me njëfarë përgjegjësie vendimarrëse apo thjesht me praninë e femrës në botën mediatike. Shteti është dashur të ndërhyjë me anë të ligjit për t'i dhënë një përparim të nevojshëm një situatë që dukej se e kish të pamundur që të evoluonte. Ndërgjegjësimi mbi këtë situatë është ndërkohë i vërtetë, por tanimë duhet bërë e mundur që ata që janë përgjegjës për zbatimin e këtyre planeve, të kenë mjetet e duhura

për t'ia dalë mbanë në pasurimin e gjithanshëm të pranisë femërore në botën e mediave. Rruga është akoma e gjatë në këtë aspekt. (Përktheu nga frëngjishtja: Elvi Sidheri).