

MONITORIMI I MEDIAVE

Fushata Zgjedhore 2014

Prishtinë
Korrik 2014

Publikimi i këtij raporti është bërë i mundur me përkrahjen bujare të popullit amerikan përmes Agjencisë së Shteteve të Bashkuara për Zhvillim Ndërkombëtar (USAID). Opinionet e shprehura në këtë raport janë të Demokracisë në Veprim.

Copyright ©2014. Demokracia në Veprim (DnV). Të gjitha të drejtat e rezervuara. Asnjë pjesë e këtij raporti nuk mund të riprodhohet ose të transmetohet në çfarëdo forme apo mjeti, pa lejen paraprake të DnV-së.

PËRMBAJTJA

MEDIAT NË GJUHËN SHQIPE	4
1. HYRJE	4
TË GJETURAT E HOLLËSISHME	6
2. TË GJETURAT E HOLLËSISHME PËR TELEVISIONET	6
2.1. Klan Kosova (TV Klan Kosova)	6
2.2. Koha Vision (KTV)	9
2.3. Radiotelevizioni 21 (RTV21)	13
2.4. Radio Televizioni i Kosovës – Kanali I (RTK1)	16
3. TË GJETURAT E HOLLËSISHME PËR MEDIAT E SHKRUARA	20
3.1. Bota Press	20
3.2. Bota Sot	21
3.3. Epoka e Re	23
3.4. Koha Ditore	25
3.5. Kosova Sot	27
3.6. Lajm	28
3.7. Tribuna	30
3.8. Zëri	31
4. PËMBLEDHJE E TË GJETURAVE	34
TELEVISIONET	34
GAZETAT	37
MEDIAT NË GJUHËN SERBE	40
5. PËRMBLEDHJE	40
6. HYRJE	42
METODOLOGJIA	43
6.1 Televizioni Most	44
6.2 Televizioni Centar	47
6.3 Radio Kontakt Plus	49
6.4 Radio Graçanica	52
6.5 Radio KIM	54
6.6 B92	56
6.7 Blic	59
6.8 Večernje Novosti	61
6.9 Vesti-online	63
7. PËRFUNDIME TË PËRGJITHSHME	66

MEDIAT NË GJUHËN SHQIPE

1. HYRJE

Deputetët e Kuvendit të Republikës së Kosovës në seancën e mbajtur me 7 maj 2014, me 90 vota për, 4 kundër dhe 3 abstenime vendosën që ta shpërbëjnë Kuvendin dhe me këtë rast, t'i hapin rrugë zhvillimit të zgjedhjeve të parakohshme në vend. Me datë 8 maj 2014, Presidentja e vendit dekretoi datën 8 qershor 2014 si Ditë të Zgjedhjeve. Bazuar në Ligjin për Zgjedhje të Përgjithshme, në situatat kur vendi shkon në zgjedhje të parakohshme, atëherë parashihet që të ketë vetëm 10 ditë fushatë parazgjedhore.

Si zakonisht, Demokracia në Veprim, si rrjeti më i madh i organizatave jo-qeveritare për monitorimin e zgjedhjeve në Kosovë i ka vënë vetës për detyrë monitorimin e institucioneve, fushatës parazgjedhore të subjekteve dhe koalicioneve të subjekteve politike si dhe përcjelljen e këtyre aktiviteteve nga ana e mediave. Një rëndësi e veçantë i është dhënë monitorimit të mediave elektronike dhe atyre të shtypura me qëllim që qysh nga fillimi i garës politike zgjedhore, të jenë me fokus më të qartë, më objektive dhe më të balancuara në mbulimin e fushatave parazgjedhore, duke mundësuar në të njëjtën kohë që subjektet e ndryshme politike, të cilat garojnë me idetë dhe programet e tyre për qeverisje të vendit, të kenë mundësi sa më të barabarta për qasje të përshtatshme në media, sidomos në ato që financohen me fonde publike, në mënyrë që të mund të komunikojnë me publikun dhe të plasojnë mesazhet e tyre te votuesit.

Për këtë qëllim, Lëvizja FOL, si anëtare e Koalicionit 'Demokracia në Veprim', ka monitoruar mediat gjatë fushatës parazgjedhore për zgjedhjet e parakohshme në Kosovë. Fokusi i këtij projekti ishte ofrimi i një pasqyre analitike, të bazuar në të dhëna empirike, mbi mbulimin e fushatës parazgjedhore nga ana e mediave në vend. Në këtë drejtim, Lëvizja FOL ka kryer monitorimin e rregullt e të hollësishëm të punës së mediave më të mëdha në Kosovë gjatë dhjetë ditëve të fushatës parazgjedhore, përmes të cilit ka mbledhur të dhëna të pasura mbi hapësirën mediale që u është ofruar subjekteve politike garuese gjatë kësaj periudhe, dhe atë në kuadër të mediave të veçanta dhe kategorive të ndryshme të produkteve mediale. Marrë parasysh numrin jashtëzakonisht të madh të subjekteve dhe koalicioneve të subjekteve politike që kanë garuar në këto zgjedhje, për qëllime të këtij projekti janë përzgjedhur një numër i caktuar i mediave më të mëdha. Përveç kësaj, të dhëna të zberthyer dhe më të hollësishme janë prezantuar kryesisht në lidhje me pesë subjektet më të mëdha politike që kanë garuar, ndërsa të dhënat për subjekte të tjera janë paraqitur në

formë më agregate dhe të integruar. Së fundmi për sa i përket kësaj, gjithashtu është vendosur të përzgjidhen një numër i kufizuar i produkteve mediale, të cilat janë monitoruar jo pandërprerë, por brenda një kornize kohore adekuate brenda ditës.

Ky raport përmbledh të gjeturat e mbledhura gjatë monitorimit të mbulimit nga ana e televizioneve dhe gazetave të përditshme nacionale të fushatës parazgjedhore për zgjedhjet e parakohëshme parlamentare të 8 qershorit në Kosovë. Për këtë qëllim, ky raport përmbledh të dhënat e monitorimit të dymbëdhjetë (12) mediave më të mëdha të nivelit nacional (katër televizioneve dhe tetë gazeta të përditshme), si në vijim:

- Televizioni *Klan Kosova*
- Televizioni *Koha Vision (KTV)*
- Radiotelevizioni *21 (RTV21)*
- Radio-Televizioni të Kosovës – *Kanalit 1 (RTK1)*
- *Gazeta Bota Press*
- *Gazeta Bota Sot*
- *Gazeta Epoka e Re*
- *Gazeta Koha Ditore*
- *Gazeta Kosova Sot*
- *Gazeta Lajm*
- *Gazeta Tribuna dhe*
- *Gazeta Zëri.*

Më tej, këto të dhëna përmbledhen në kuadër të katër kategorive të produkteve mediale, që janë ndërlidhur drejtpërsëdrejti me fushatën parazgjedhore:

- Programet informative të transmetuara në televizionet e përzgjedhur;
- Spotet reklamuese të subjekteve politike, të transmetuar në televizionet e përzgjedhur;
- Artikujt informativë të botuar në gazetatat e përzgjedhura; dhe
- Reklamat e subjekteve politike, të botuara në gazetatat e përzgjedhura.

Bazuar në kornizën e saktë kohore të mbajtjes së fushatës, periudha e monitorimit të këtyre mediave ka qenë nga data 28 maj deri më 06 qershor 2014. Brenda kornizave të kësaj periudhe dhjetë-ditore, monitorimi i televizioneve brenda ditës është kryer gjatë periudhës ‘prime time’, pra kur televizionet përgjithësisht shikohen më së shumti, respektivisht nga ora 16:45 deri në 00:00. Kjo i bie se monitorimi ka mbuluar mesatarisht 7 orë e 25 minuta, në ditë.

TË GJETURAT E HOLLËSISHME

2. Të gjeturat e hollësishme për televizionet

2.1. Klan Kosova (TV Klan Kosova)

Mbulimi i fushatës parazgjedhore në raportet e programeve informative të televizionit Klan Kosova

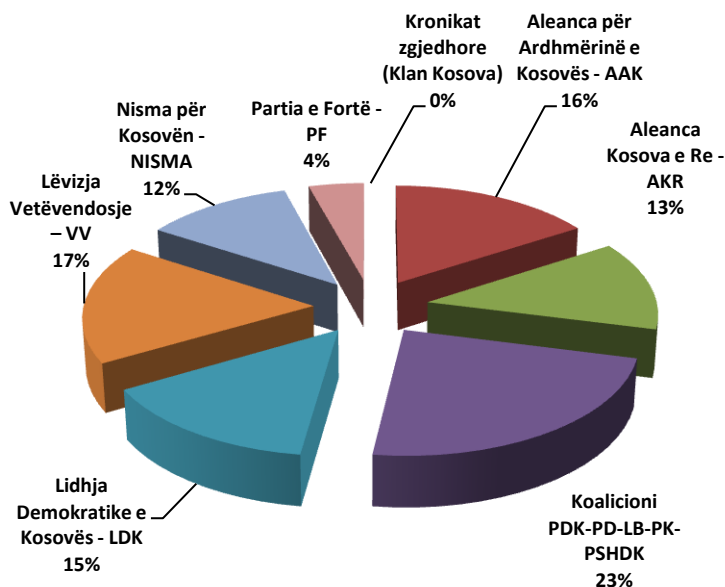
Sa i përket Televizionit Klan Kosova, për qëllim të këtij raporti është përzgjedhur monitorimi i programit qendror informativ i cili transmetohet çdo ditë me fillim në orën 20:00, respektivisht i rubrikës 'Kronika Zgjedhore' në kuadër të këtij programi. Sipas të dhënave nga monitorimi i mbulimit të fushatës parazgjedhore në kuadër të këtyre kronikave gjatë periudhës dhjetë ditore të fushatës parazgjedhore, ky televizion ka transmetuar raporte nga aktivitetet e fushatës së shumë subjekteve politike dhe koalicioneve zgjedhore siç janë Aleanca për Ardhmërinë e Kosovës - AAK, Aleanca Kosova e Re - AKR, Koalicioni PDK-PD-LB-PK-PSHDK, Lidhja Demokratike e Kosovës - LDK, Lëvizja Vetëvendosje – VV, Nisma për Kosovën - NISMA dhe Partia e Fortë - PFⁱ.

Marrë në përgjithësi, gjatë periudhës dhjetë ditore të fushatës, më saktësisht brenda kornizës kohore të monitorimit, ky televizion ka transmetuar gjithsej 69 raporte informative. Kjo i bie që brenda një dite të jenë transmetuar mesatarisht rreth 7 prej tyre.

Të dhënat e monitorimit të këtij televizioni japin këtë pasqyrë:

- **Koalicioni PDK-PD-LB-PK-PSHDK:** gjithsej 16 raporte informative, ose rreth 23%;
- **Lëvizja Vetëvendosje – VV:** gjithsej 12 raporte informative, ose rreth 17%;
- **Aleanca për Ardhmërinë e Kosovës – AAK:** gjithsej 11 raporte informative, ose rreth 16%;
- **Lidhja Demokratike e Kosovës - LDK:** gjithsej 10 raporte informative, ose rreth 15%;
- **Aleanca Kosova e Re - AKR:** gjithsej 9 raporte informative, ose rreth 13%;
- **Nisma për Kosovën - NISMA:** gjithsej 8 raporte informative, ose rreth 12%;
- **Partia e Fortë - PF:** gjithsej 3 raporte informative, ose rreth 4%.

Kronikat zgjedhore (Klan Kosova)



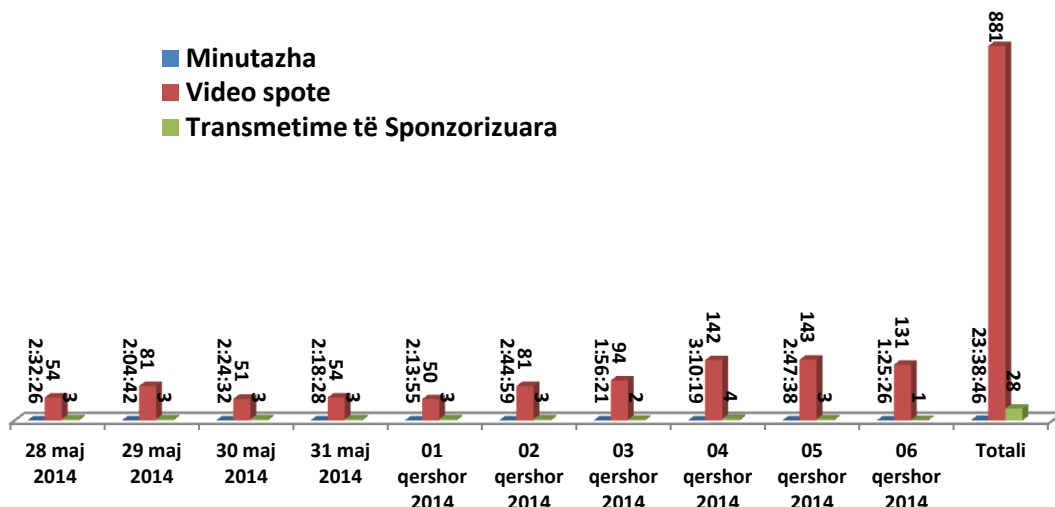
Grafiku 1: Pasqyrimi i aktiviteteve të fushatës zgjedhore të subjekteve politike në emisionet informative të televizionit Klan Kosova

Mbulimi i fushatës parazgjedhore në spotet reklamuese të televizionit Klan Kosova

Sa u përket video spoteve reklamuese dhe transmetimeve direkte të sponsorizuara të subjekteve politike të transmetuara në këtë televizion gjatë periudhës dhjetë ditore të fushatës parazgjedhore, të dhënat e mbledhura gjatë monitorimit tregojnë se ky televizion ka transmetuar video spote reklamuese të subjekteve politike në vijim: Aleanca për Ardhmërinë e Kosovës - AAK, Aleanca Kosova e Re - AKR, Koalicioni PDK-PD-LB-PK-PSHDK, Lidhja Demokratike e Kosovës - LDK, Lëvizja Vetëvendosje – VV, Nisma për Kosovën – NISMA dhe Të tjera (Iniciativa e Re Demokratike e Kosovës – IRDK, Kosova Demokratik Türk Partisi – KDTP, Partia Demokratike e Ashkalive të Kosovës – PDAK).

Marrë në përgjithësi, gjatë periudhës dhjetë ditore të fushatës, më saktësisht brenda kornizës kohore të monitorimit që ka filluar në ora 17:00 dhe ka mbaruar në ora 00:00, ky televizion ka transmetuar gjithsej 881 spote reklamuese dhe 28 transmetime direkte të sponsorizuara nga subjektet ose koalicionet e subjekteve politike që kanë garuar në zgjedhjet e parakohshme, për të cilat është rezervuar kohë prej gjithsej rreth 23 orë e 39

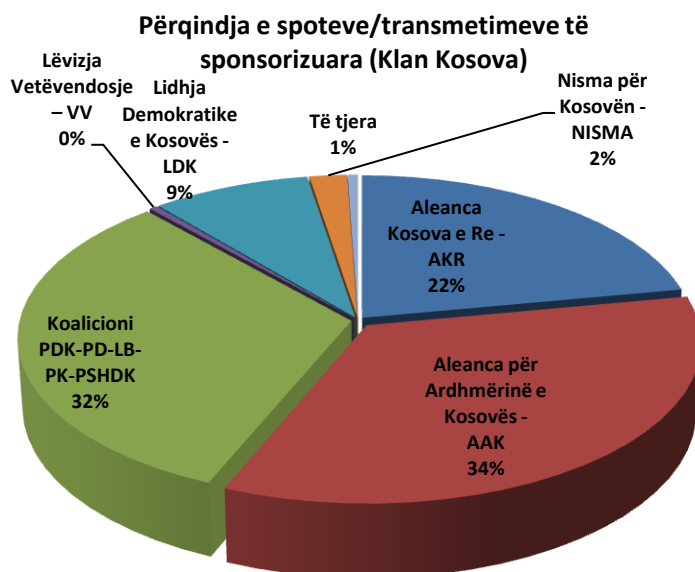
minuta. Kjo i bie që brenda një dite të jenë transmetuar mesatarisht rreth 88 video spote dhe më shumë se 2 transmetime direkte të sponsorizuara, të cilët kanë marrë një hapësirë kohore prej mesatarisht 2 orë e 22 minutash brenda një dite.



Grafiku 2. Pasqyrë e përgjithshme e spoteve reklamuese dhe transmetimeve direkte të sponsorizuara të subjekteve politike të transmetuara në televizionin Klan Kosova

Të dhënat e monitorimit të këtij televizioni japin këtë pasqyrë:

- **Aleanca për Ardhmërinë e Kosovës – AAK:** gjithsej 258 spote dhe 10 transmetime të sponsorizuara (me kohëzgjatje prej gjithsej rreth 8 orë e 06 minutash e 08 sekondash);
- **Koalicioni PDK-PD-LB-PK-PSHDK:** gjithsej 193 spote dhe 9 transmetime të sponsorizuara (me kohëzgjatje prej gjithsej rreth 7 orë e 35 minutash e 43 sekondash);
- **Aleanca Kosova e Re - AKR:** gjithsej 114 spote dhe 7 transmetime të sponsorizuara (me kohëzgjatje prej gjithsej rreth 5 orë e 13 minutash e 11 sekondash);
- **Lidhja Demokratike e Kosovës - LDK:** gjithsej 301 spote dhe 1 transmetim të sponsorizuar (me kohëzgjatje prej gjithsej rreth 2 orë e 01 minutash e 23 sekondash);
- **Nisma për Kosovën - NISMA:** gjithsej 0 spote dhe 1 transmetime të sponsorizuar (me kohëzgjatje prej gjithsej prej rreth 28 minutash e 43 sekondash);
- **Të tjera:** gjithsej 9 spote dhe 0 transmetime të sponsorizuara (me kohëzgjatje prej gjithsej prej rreth 07 minutash e 51 sekondash);
- **Lëvizja Vetëvendosje – VV:** gjithsej 6 spote dhe 0 transmetime të sponsorizuara (me kohëzgjatje prej gjithsej prej rreth 06 minutash e 30 sekondash).



Grafiku 3: Pasqyrë në përqindjes së spoteve reklamuese dhe transmetimeve direkte të sponsorizuara të subjekteve politike të transmetuara në televizionin Klan Kosova

2.2 Koha Vision (KTV)

Mbulimi i fushatës parazgjedhore në raportet e programeve informative të KTV-së

Sa i përket KTV-së, për qëllim të këtij raporti është përzgjedhur monitorimi i programit qendror informativ, i cili transmetohet çdo ditë me fillim në orën 19:00, respektivisht i rubrikës 'Kronika Zgjedhore' në kuadër të këtij programi. Sipas të dhënave nga monitorimi i mbulimit të fushatës parazgjedhore, ky televizion ka transmetuar këtë kronikë zgjedhore për vetëm tetë ditë të fushatës (përkatesisht nga data 28 maj deri me 04 qershor 2014). Në kuadër të këtyre kronikave gjatë periudhës dhjetë ditore të fushatës parazgjedhore, ky televizion ka transmetuar raporte nga aktivitetet parazgjedhore të subjekteve politike si: Aleanca për Ardhmërinë e Kosovës - AAK, Aleanca Kosova e Re - AKR, Koalicioni PDK-PD-LB-PK-PSHDK, Lidhja Demokratike e Kosovës - LDK, Lëvizja Vetëvendosje – VV, Nisma për Kosovën – NISMA, Partia e Fortë – PF dhe Partia Demokratike e Ashkalive të Kosovës – PDAK

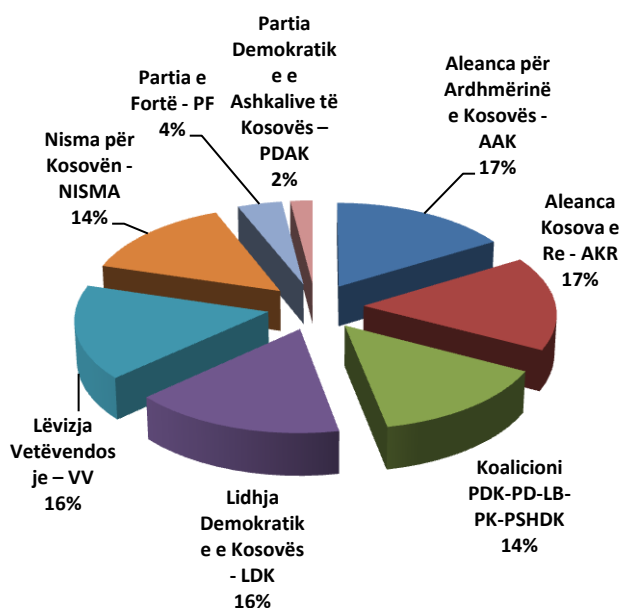
ii

Marrë në përgjithësi, gjatë periudhës tetë ditore të fushatës, më saktësisht brenda kornizës kohore të monitorimit, ky televizion ka transmetuar gjithsej 49 raporte informative. Kjo i bie që brenda një dite të jenë transmetuar mesatarisht rreth 06.13 raporte informative.

Të dhënat e monitorimit të këtij televizioni japin këtë pasqyrë:

- **Aleanca për Ardhmërinë e Kosovës – AAK:** gjithsej 8 raporte informative, ose rreth 16.33%;
- **Aleanca për Ardhmërinë e Kosovës – AAK:** gjithsej 8 raporte informative, ose rreth 16.33%;
- **Lidhja Demokratike e Kosovës - LDK:** gjithsej 8 raporte informative, ose rreth 16.33%;
- **Lëvizja Vetëvendosje – VV:** gjithsej 8 raporte informative, ose rreth 16.33%;
- **Koalicioni PDK-PD-LB-PK-PSHDK:** gjithsej 7 raporte informative, ose rreth 14.29%;
- **Nisma për Kosovën - NISMA:** gjithsej 7 raporte informative, ose rreth 14.29%;
- **Partia e Fortë - PF:** gjithsej 2 raporte informative, ose rreth 4.08%;
- **Partia Demokratike e Ashkalive të Kosovës – PDAK:** gjithsej 1 raport informativ, ose rreth 2.04%.

Kronikat zgjedhore (KTV)

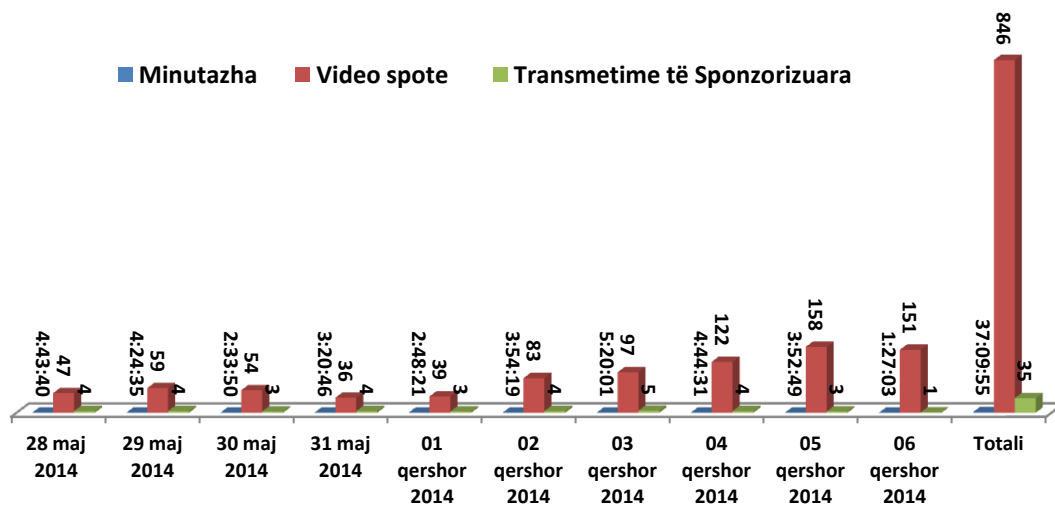


Grafiku 4: Pasqyrimi i aktiviteteve të fushatës zgjedhore të subjekteve dhe koalicioneve të subjekteve politike në emisionet informative të KTV-së

Mbulimi i fushatës parazgjedhore në spotet reklamuese të KTV-së

Sa u përket spoteve reklamuese dhe transmetimeve direkte të sponsorizuara të subjekteve politike të transmetuara në këtë televizion gjatë periudhës dhjetë ditore të fushatës parazgjedhore, të dhënat e mbledhura nga monitorimi tregojnë se ky televizion ka transmetuar spote reklamuese transmetime direkte të sponsorizuara të këtyre subjekteve dhe koalicioneve të subjekteve politike: Aleanca për Ardhmërinë e Kosovës - AAK, Aleanca Kosova e Re - AKR, Koalicioni PDK-PD-LB-PK-PSHDK, Lidhja Demokratike e Kosovës - LDK, Lëvizja Vetëvendosje – VV dhe Nisma për Kosovën – NISMA.

Marrë në përgjithësi, gjatë periudhës dhjetë ditore, më saktësisht brenda kornizës kohore të monitorimit (nga data 28 maj deri me 06 qershor 2014), ky televizion ka transmetuar gjithsej 846 spote reklamuese dhe 35 transmetime direkte të sponsorizuara, për të cilat është rezervuar kohë prej gjithsej rreth 37 orë e 10 minuta. Kjo i bie që brenda një dite të jenë transmetuar mesatarisht rreth 84.6 spote reklamuese dhe 3.5 transmetime direkte të sponsorizuara, të cilët kanë marrë një hapësirë kohore prej mesatarisht rreth 3 orë e 43 minutash brenda një dite.

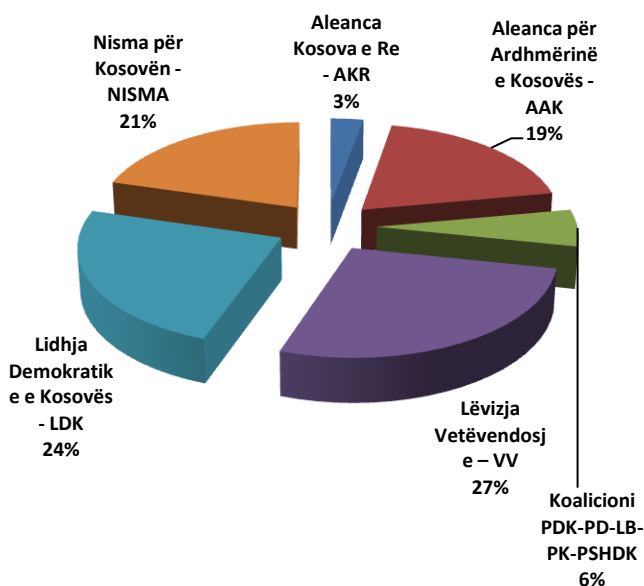


Grafiku 5. Pasqyrë e përgjithshme e spoteve reklamuese dhe transmetimeve direkte të sponsorizuara të subjekteve politike të transmetuara në televizionin Koha Vision - KTV

Të dhënat e monitorimit të këtij televizioni japin këtë pasqyrë:

- **Lëvizja Vetëvendosje – VV:** gjithsej 17 spote dhe 9 transmetime të sponsorizuara (me kohëzgjatje prej gjithsej rreth 10 orë e 05 minutash e 15 sekondash);
- **Lidhja Demokratike e Kosovës - LDK:** gjithsej 270 spote dhe 10 transmetime të sponsorizuara (me kohëzgjatje prej gjithsej rreth 8 orë e 57 minutash e 49 sekondash);
- **Nisma për Kosovën – NISMA:** gjithsej 18 spote dhe 8 transmetime të sponsorizuar (me kohëzgjatje prej gjithsej rreth 7 orë e 37 minutash e 05 sekondash);
- **Aleanca për Ardhmërinë e Kosovës – AAK:** gjithsej 197 spote dhe 8 transmetime të sponsorizuara (me kohëzgjatje prej gjithsej rreth 7 orë e 07 minutash e 57 sekondash);
- **Koalicioni PDK-PD-LB-PK-PSHDK:** gjithsej 226 spote dhe 0 transmetime të sponsorizuar (me kohëzgjatje prej gjithsej rreth 2 orë e 16 minutash e 58 sekondash);
- **Aleanca Kosova e Re – AKR:** gjithsej 118 spote dhe 0 transmetim të sponsorizuara (me kohëzgjatje prej gjithsej rreth 1 orë e 04 minutash e 51 sekondash).

Përqindja e spoteve/transmetimeve të sponsorizuara (KTV)



Grafiku 6: Pasqyrë e përqindjes së spoteve reklamuese dhe transmetimeve direkte të sponsorizuara të subjekteve politike të transmetuara në televizionin Koha Vision - KTV

2.3 Radiotelevizioni 21 (RTV21)

Mbulimi i fushatës parazgjedhore në raportet e programeve informative të RTV21

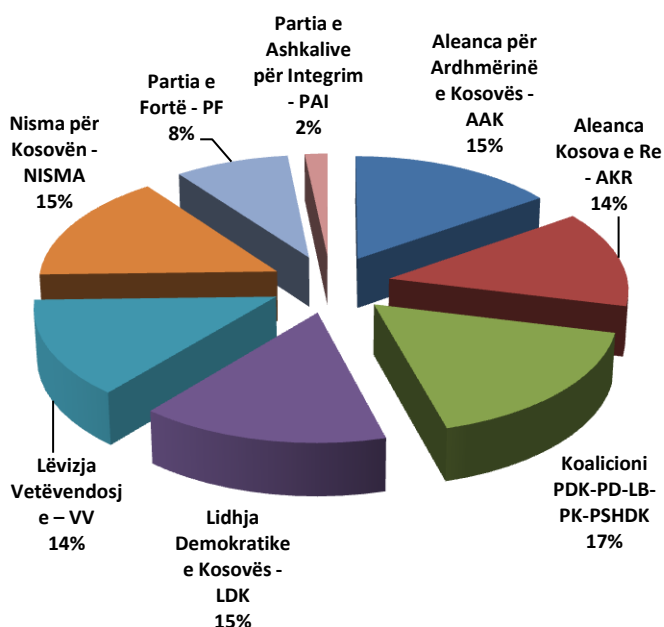
Për qëllim të këtij raporti, për të mbledhur të dhënat mbi mbulimin e aktiviteteve parazgjedhore nga Radiotelevizioni 21 është përzgjedhur monitorimi i programit qendror informativ, '21 minuta' i cili është transmetuar nga 18:45 deri në 19:05 dhe 23:10 deri në ora 00:00, respektivisht të rubrikës 'Kronika Zgjedhore' në kuadër të këtij programi. Sipas të dhënave nga monitorimi i mbulimit të fushatës parazgjedhore në kuadër të këtyre kronikave gjatë periudhës nëntë ditore të fushatës parazgjedhoreⁱⁱⁱ, ky televizion ka transmetuar raporte nga aktivitetet parazgjedhore të subjekteve dhe koalicioneve të subjekteve politike si: Aleanca për Ardhmërinë e Kosovës - AAK, Aleanca Kosova e Re - AKR, Koalicioni PDK-PD-LB-PK-PSHDK, Lidhja Demokratike e Kosovës - LDK, Lëvizja Vetëvendosje – VV, Nisma për Kosovën – NISMA, Partia e Fortë – PF dhe Partia e Ashkalive për Integrim - PAI^{iv}.

Marrë në përgjithësi, gjatë periudhës nëntë ditore të fushatës, më saktësisht brenda kornizës kohore të monitorimit, ky televizion ka transmetuar gjithsej 59 raporte informative. Kjo i bie që brenda një dite të jenë transmetuar mesatarisht rreth 6.6 prej tyre.

Të dhënat e monitorimit të këtij televizioni japin këtë pasqyrë:

- **Koalicioni PDK-PD-LB-PK-PSHDK:** gjithsej 10 raporte informative, ose rreth 16.95%;
- **Aleanca për Ardhmërinë e Kosovës - AAK:** gjithsej 9 raporte informative, ose rreth 15.25%;
- **Lidhja Demokratike e Kosovës - LDK:** gjithsej 9 raporte informative, ose rreth 15.25%;
- **Nisma për Kosovën – NISMA:** gjithsej 9 raporte informative, ose rreth 15.25%;
- **Aleanca Kosova e Re - AKR:** gjithsej 8 raporte informative, ose rreth 13.56%;
- **Lëvizja Vetëvendosje – VV:** gjithsej 8 raporte informative, ose rreth 13.56%;
- **Partia e Fortë – PF:** gjithsej 5 raporte informative, ose rreth 8.47%;
- **Partia e Ashkalive për Integrim – PAI:** gjithsej 1 raport informativ, ose rreth 1.69%.

Kronikat zgjedhore (RTV21)

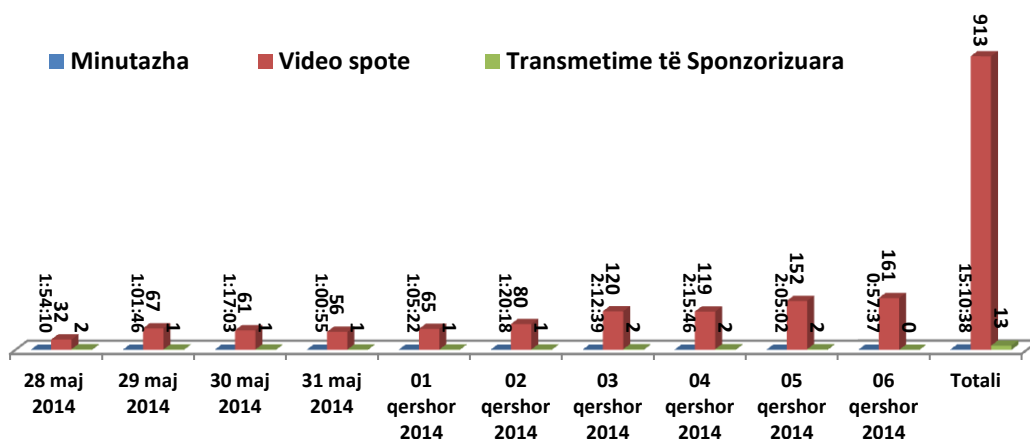


Grafiku 7: Pasqyrimi i aktiviteteve të fushatës zgjedhore të subjekteve dhe koalicioneve të subjekteve politike në emisionet informative të RTV21

Mbulimi i fushatës parazgjedhore në spotet reklamuese të RTV21

Sa u përket spoteve reklamuese të subjekteve dhe koalicioneve të subjekteve politike të transmetuara në këtë televizion gjatë periudhës dhjetë ditore të fushatës parazgjedhore, të dhënat e mbledhura nga monitorimi tregojnë se ky televizion ka transmetuar spote reklamuese të këtyre subjekteve dhe koalicioneve të subjekteve politike: Aleanca për Ardhmërinë e Kosovës - AAK, Aleanca Kosova e Re - AKR, Koalicioni PDK-PD-LB-PK-PSHDK, Kandidati i Pavarur - Hasan Gashi, Lidhja Demokratike e Kosovës - LDK dhe Nisma për Kosovën - NISMA.

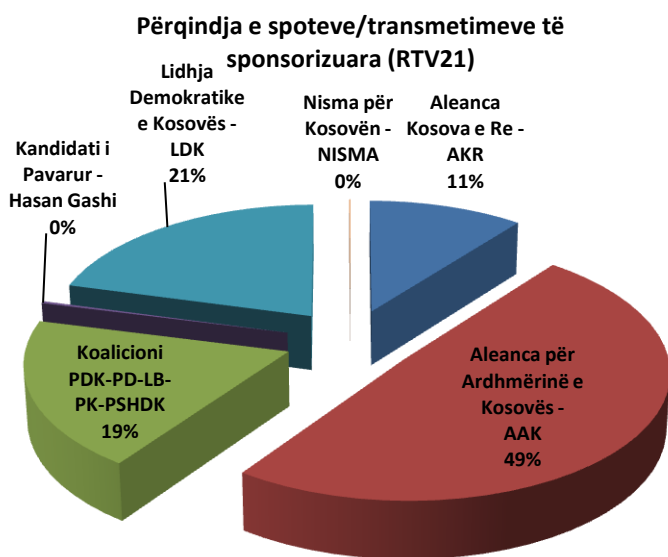
Marrë në përgjithësi, gjatë periudhës dhjetë ditore, më saktësisht brenda kornizës kohore të monitorimit (nga data 28 maj deri me 06 qershor 2014), ky televizion ka transmetuar gjithsej 913 spote reklamuese dhe 13 transmetime direkte të sponsorizuara, për të cilat është rezervuar kohë prej gjithsej mbi 15 orë e 10 minuta. Kjo i bie që brenda një dite të jenë transmetuar mesatarisht rreth 91.3 spote reklamuese dhe 1.3 transmetime direkte të sponsorizuara, të cilët kanë marrë një hapësirë kohore prej mesatarisht rreth 1 orë e 31 minutash brenda një dite.



Grafiku 8. Pasqyrë e përgjithshme e spoteve reklamuese dhe transmetimeve direkte të sponsorizuara të subjekteve politike të transmetuara në televizionin Radio Televizioni 21 – RTV 21

Të dhënat e monitorimit të këtij televizioni japin këtë pasqyrë:

- **Aleanca për Ardhmërinë e Kosovës – AAK:** gjithsej 206 spote dhe 9 transmetime të sponsorizuara (me kohëzgjatje prej gjithsej rreth 7 orë e 28 minutash e 37 sekondash);
- **Lidhja Demokratike e Kosovës - LDK:** gjithsej 257 spote dhe 3 transmetime të sponsorizuara (me kohëzgjatje prej gjithsej rreth 3 orë e 08 minutash e 51 sekondash);
- **Koalicioni PDK-PD-LB-PK-PSHDK:** gjithsej 342 spote dhe 0 transmetime të sponsorizuara (me kohëzgjatje prej gjithsej rreth 2 orë e 53 minutash e 49 sekondash);
- **Aleanca Kosova e Re – AKR:** gjithsej 94 spote dhe 1 transmetim të sponsorizuar (me kohëzgjatje prej gjithsej rreth 1 orë e 36 minutash e 14 sekondash);
- **Kandidati i Pavarur - Hasan Gashi:** gjithsej 10 spote dhe 0 transmetime të sponsorizuar (me kohëzgjatje prej gjithsej rreth 02 minuta e 27 sekondash);
- **Nisma për Kosovën – NISMA:** gjithsej 4 spote dhe 0 transmetime të sponsorizuar (me kohëzgjatje prej gjithsej rreth 40 sekondash).



Grafiku 9: Pasqyrë e përqindjes së spoteve reklamuese dhe transmetimeve direkte të sponsorizuara të subjekteve politike të transmetuara në televizionin Radio Televizionin 21 – RTV21

2.4 Radio Televizioni i Kosovës – Kanali I (RTK1)

Mbulimi i fushatës parazgjedhore në raportet e programeve informative të RTK1

Për qëllim të këtij raporti, për të mbledhur të dhënat mbi mbulimin e aktiviteteve parazgjedhore nga Radio Televizioni i Kosovës - kanali i parë, është përzgjedhur monitorimi i programit special të zgjedhjeve “Kronika Zgjedhore”, e cila është transmetuar çdo ditë me fillim në orën 22:30^v. Sipas të dhënave nga monitorimi i mbulimit të fushatës parazgjedhore në kuadër të këtyre kronikave gjatë periudhës nëntë ditore të fushatës parazgjedhore, ky televizion ka transmetuar raporte nga aktivitetet parazgjedhore të subjekteve dhe koalicioneve të subjekteve politike si: Aleanca për Ardhmërinë e Kosovës - AAK, Aleanca Kosova e Re - AKR, Iniciativa e Re Demokratike e Kosovës – IRDK, Koalicioni PDK-PD-LB-PK-PSHDK, Lidhja Demokratike e Kosovës - LDK, Lëvizja Vetëvendosje – VV, Nisma për Kosovën – NISMA dhe Partia e Fortë – PF^{vi}.

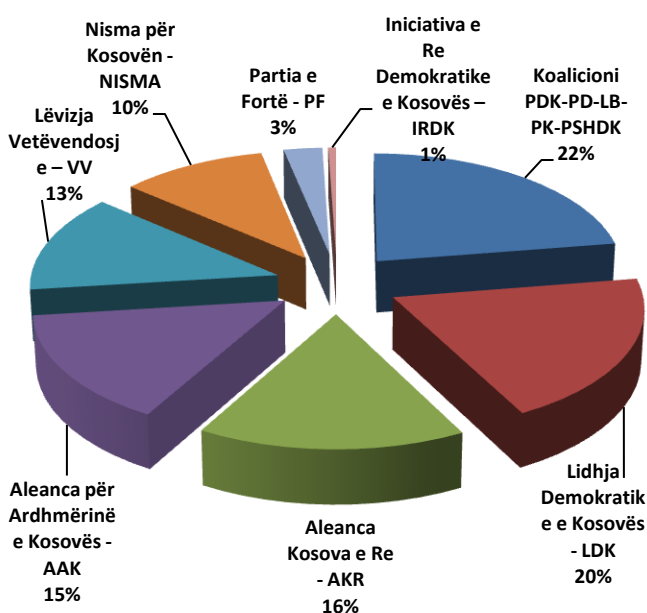
Marrë në përgjithësi, gjatë periudhës nëntë ditore të fushatës, më saktësisht brenda kornizës kohore të monitorimit, ky televizion ka transmetuar gjithsej 182 raporte

informative. Kjo i bie që brenda një dite të jenë transmetuar mesatarisht rreth 20.22 prej tyre.

Të dhënat e monitorimit të këtij televizioni japin këtë pasqyrë:

- **Koalicioni PDK-PD-LB-PK-PSHDK:** gjithsej 41 raporte informative, ose 22.53%;
- **Lidhja Demokratike e Kosovës - LDK:** gjithsej 36 raporte informative, ose 19.78%;
- **Aleanca Kosova e Re - AKR:** gjithsej 29 raporte informative, ose 15.93%;
- **Aleanca për Ardhmërinë e Kosovës - AAK:** gjithsej 27 raporte informative, ose 14.84%;
- **Lëvizja Vetëvendosje – VV:** gjithsej 24 raporte informative, ose 13.19%;
- **Nisma për Kosovën – NISMA:** gjithsej 19 raporte informative, ose 10.44%;
- **Partia e Fortë – PF:** gjithsej 5 raporte informative, ose 2.75%;
- **Iniciativa e Re Demokratike e Kosovës – IRDK:** gjithsej 1 raport informativ, ose 0.55%;
-

Kronikat zgjedhore (RTK1)

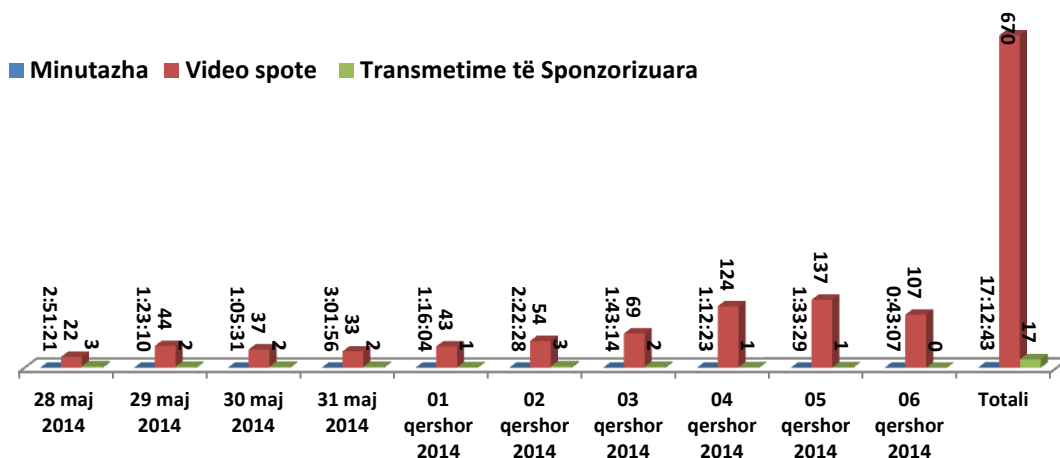


Grafiku 10: Pasqyrimi i aktiviteteve të fushatës zgjedhore të subjekteve dhe koalicioneve të subjekteve politike politike në emisionet informative të RTK 1.

Mbulimi i fushatës parazgjedhore në spotet reklamuese të RTK1

Sa u përket spoteve reklamuese të subjekteve dhe koalicioneve të subjekteve politike të transmetuara në këtë televizion gjatë periudhës dhjetë ditore të fushatës parazgjedhore, të dhënat e mbledhura nga monitorimi tregojnë se ky televizion ka transmetuar spote reklamuese të këtyre subjekteve dhe koalicioneve të subjekteve politike: Aleanca për Ardhmërinë e Kosovës - AAK, Aleanca Kosova e Re - AKR, Koalicioni PDK-PD-LB-PK-PSHDK, Lidhja Demokratike e Kosovës – LDK, Lëvizja Vetëvendosje – VV, Nisma për Kosovën – NISMA dhe Të tjera (Partia e Fortë - PF, Partia Demokratike e Ashkalive të Kosovës – PDAK, Kandidati i Pavarur - Hasan Gashi, Partia Liberale Egjiptiane – PLE, Stranka Demokratske Akcije – SDA).

Marrë në përgjithësi, gjatë periudhës dhjetë ditore, më saktësisht brenda kornizës kohore të monitorimit (nga data 28 maj deri me 06 qershor 2014), ky televizion ka transmetuar gjithsej 670 spote reklamuese dhe 17 transmetime direkte të sponsorizuara, për të cilat është rezervuar kohë prej gjithsej mbi 17 orë e 12 minuta. Kjo i bie që brenda një dite të jenë transmetuar mesatarisht rreth 67 spote reklamuese dhe 1.7 transmetime direkte të sponsorizuara, të cilët kanë marrë një hapësirë kohore prej mesatarisht rreth 1 orë e 43 minutash brenda një dite.

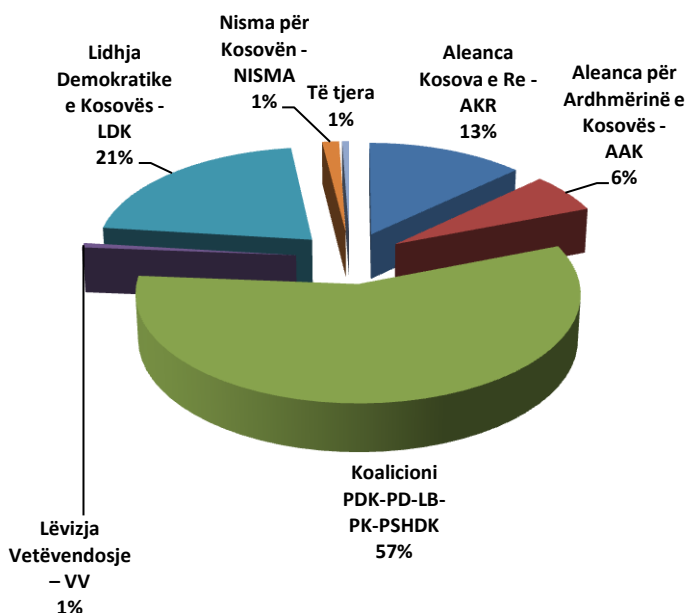


Grafiku 11. Pasqyrë e përgjithshme e spoteve reklamuese dhe transmetimeve direkte të sponsorizuara të subjekteve politike të transmetuara në televizionin Radio Televizioni i Kosovës – RTK 1

Të dhënat e monitorimit të këtij televizioni japin këtë pasqyrë:

- **Koalicioni PDK-PD-LB-PK-PSHDK:** gjithsej 321 spote dhe 11 transmetime të sponsorizuara (me kohëzgjatje prej gjithsej rreth 9 orë e 49 minutash e 36 sekondash);
- **Lidhja Demokratike e Kosovës – LDK:** gjithsej 137 spote dhe 4 transmetime të sponsorizuara (me kohëzgjatje prej gjithsej rreth 3 orë e 38 minutash e 03 sekondash);
- **Aleanca Kosova e Re – AKR:** gjithsej 52 spote dhe 2 transmetime të sponsorizuara (me kohëzgjatje prej gjithsej rreth 2 orë e 14 minutash e 10 sekondash);
- **Aleanca për Ardhmërinë e Kosovës – AAK:** gjithsej 113 spote dhe 0 transmetime të sponsorizuara (me kohëzgjatje prej gjithsej rreth 1 orë e 03 minutash e 23 sekondash);
- **Nisma për Kosovën – NISMA:** gjithsej 29 spote dhe 0 transmetime të sponsorizuara (me kohëzgjatje prej gjithsej rreth 14 minuta e 25 sekondash);
- **Lëvizja Vetëvendosje – VV:** gjithsej 5 spote dhe 0 transmetime të sponsorizuara (me kohëzgjatje prej gjithsej rreth 07 minuta e 12 sekondash);
- **Të tjera:** gjithsej 13 spote dhe 0 transmetime të sponsorizuara (me kohëzgjatje prej gjithsej rreth 05 minuta e 54 sekondash).

Përqindja e spoteve/transmetimeve të sponsorizuara (RTK 1)



Grafiku 12: Pasqyrë në përqindjes së spoteve reklamuese dhe transmetimeve direkte të sponsorizuara të subjekteve politike të transmetuara në televizionin Radio Televizionin e Kosovës – RTK 1.

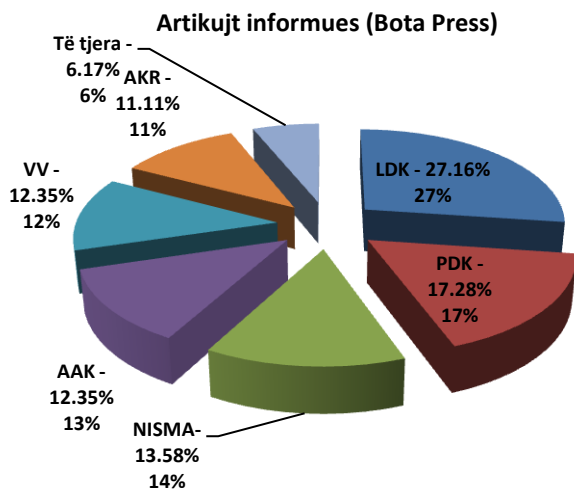
3. Të gjeturat e hollësishme për mediat e shkruara

3.1 Bota Press

Mbulimi i fushatës parazgjedhore në artikujt informativë të gazetës Bota Press

Sa i përket mbulimit të fushatës parazgjedhore nga artikujt informativë të botuar në të përditshmen Bota Press, gjatë periudhës dhjetë ditore të fushatës, të dhënat e mbledhura nga monitorimi tregojnë se kjo gazetë, ka botuar artikuj të tillë mbi aktivitetet e një numri subjektsh politike, të ndarë në shtatë (7) kategori: Lidhja Demokratike e Kosovës (LDK), Aleanca Kosova e Re (AKR), Aleanca për Ardhmërinë e Kosovës (AAK), Partia Demokratike e Kosovës (PDK), Lëvizja Vetëvendosje! (VV), Nisma për Kosovën dhe Të Tjerat.

Marrë në përgjithësi, gjatë periudhës dhjetë ditore të fushatës kjo gazetë, ka botuar gjithsej 81 artikuj informativë mbi aktivitetet e subjekteve politike. Kjo do të thotë që brenda një dite, të jenë botuar mesatarisht rreth 8.1 prej tyre.



Grafiku 13: Pasqyrë e artikujve informativë të botuar në gazetën Bota Press.

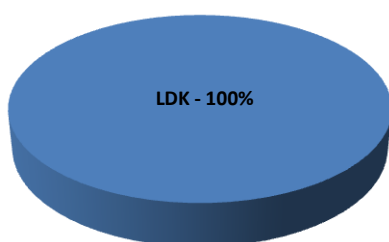
Të dhënat e monitorimit të kësaj gazete japin këtë pasqyrë:

- LDK: gjithsej 22 artikuj informativë ose 27.16%,
 - PDK: gjithsej 14 artikuj informativë ose 17.25%,
 - NISMA: gjithsej 11 artikuj informativë ose 13.58%,
 - AAK: gjithsej 10 artikuj informativë ose 12.35%,
 - VV: gjithsej 10 artikuj informativë ose 12.35%,
 - AKR: gjithsej 9 artikuj informativë, ose 11.11%, dhe
 - Të Tjera: gjithsej 5 artikuj informativë ose 6.17%.
-

3.1.1. Mbulimi i fushatës parazgjedhore në reklamat e subjekteve politike të botuara në gazetën Bota Press

Sipas të dhënave të monitorimit, e përditshmja Bota Press, gjatë periudhës dhjetë ditore, ka botuar reklama vetëm të Lidhjes Demokratike të Kosovës (LDK). Më tej, kjo gazetë ka publikuar gjithsej 45 reklama të tilla, që i bie mesatarisht nga rreth 4.5 prej tyre brenda një dite.

Reklamat elektorale (Bota Press)



Grafiku 14: Pasqyrë e reklamave parazgjedhore të subjekteve politike të botuara në gazetën Bota Press

Të dhënat e monitorimit të kësaj gazete japin këtë pasqyrë:

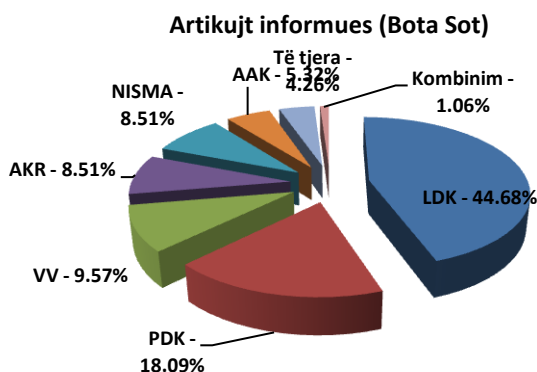
- LDK: gjithsej 45 reklama (100%).

3.2 Bota Sot

Mbulimi i fushatës parazgjedhore në artikujt informativë të gazetës Bota Sot

Sa i përket mbulimit të fushatës parazgjedhore nga artikujt informativë të botuar në të përditshmen Bota Sot, gjatë periudhës dhjetë ditore të fushatës, të dhënat e mbledhura nga monitorimi tregojnë se kjo gazetë, ka botuar artikuj të tillë mbi aktivitetet e një numri subjektesh politike, të ndarë në tetë (8) kategori: Lidhja Demokratike e Kosovës (LDK), Aleanca Kosova e Re (AKR), Aleanca për Ardhmërinë e Kosovës (AAK), Partia Demokratike e Kosovës (PDK), Lëvizja Vetëvendosje! (VV), Nisma për Kosovën, Të Tjerat si dhe artikujt e kombinuar (përmes të cilëve janë raportuar aktivitete të më tepër se një subjekti).

Marrë në përgjithësi, gjatë periudhës dhjetë ditore të fushatës kjo gazetë, ka botuar gjithsej 94 artikuj informativë mbi aktivitetet e subjekteve politike. Kjo do të thotë që brenda një dite, të jenë botuar mesatarisht rreth 9.4 prej tyre.



Grafiku 15: Pasqyrë e artikujve informativë të botuar në gazetën Bota Sot

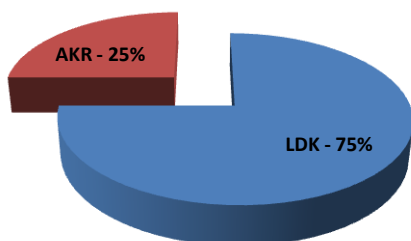
Të dhënat e monitorimit të kësaj gazete japin këtë pasqyrë:

- LDK: gjithsej 42 artikuj informativë ose 39.88%,
- PDK: gjithsej 17 artikuj informativë, ose 18.09%,
- VV: gjithsej 9 artikuj informativë ose 9.57%,
- AKR: gjithsej 8 artikuj informativë ose 8.51%,
- NISMA: gjithsej 8 artikuj informativë ose 8.51%,
- AAK: gjithsej 5 artikuj informativë 5.32%,
- Të Tjera: gjithsej 4 artikuj informativë ose 4.26% dhe
- Të Kombinuar: gjithsej 1 artikuj informativë ose 1.06%.

Mbulimi i fushatës parazgjedhore në reklamat e subjekteve politike të botuara në gazetën Bota Sot

Sipas të dhënave të monitorimit, e përditshmja Bota Sot, gjatë periudhës dhjetë ditore, ka botuar reklama të vetëm dy subjekteve politike: Lidhjes Demokratike të Kosovës (LDK) dhe Aleancës Kosova e Re (AKR). Më tej, kjo gazetë ka publikuar gjithsej 40 reklama të tilla, që i bie mesatarisht rreth 4 prej tyre brenda një dite.

Reklamata elektorale (Bota Sot)



Grafiku 16: Pasqyrë e reklamave parazgjedhore të subjekteve politike të botuara në gazetën Bota Sot

Të dhënat e monitorimit të kësaj gazete japin këtë pasqyrë:

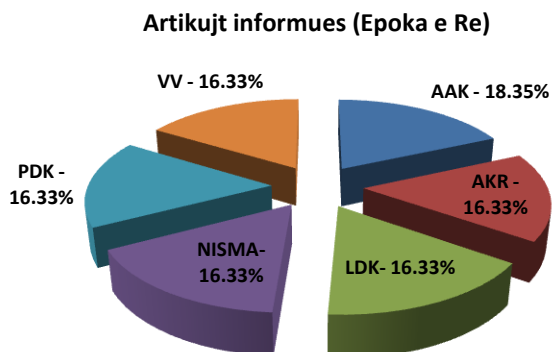
- LDK: gjithsej 30 reklama (75%) dhe
- AKR: gjithsej 10 reklama (25%).

3.3 Epoka e Re

Mbulimi i fushatës parazgjedhore në artikujt informativë të gazetës Epoka e Re

Sa i përket mbulimit të fushatës parazgjedhore nga artikujt informativë të botuar në të përditshmen Epoka e Re, gjatë periudhës dhjetë ditore, të dhënat e mbledhura nga monitorimi tregojnë se kjo gazetë, ka botuar artikuj të tillë mbi aktivitetet e një numri subjektesh politike, të ndarë në gjashtë (6) kategori: Partia Demokratike e Kosovës (PDK), Aleanca për Ardhmërinë e Kosovës (AAK), Lëvizja Vetëvendosje! (VV), Aleanca Kosova e Re (AKR), Lidhja Demokratike e Kosovës (LDK) dhe Nisma për Kosovën.

Marrë në përgjithësi, gjatë periudhës dhjetë ditore të fushatës kjo gazetë, ka botuar gjithsej 49 artikuj informativë mbi aktivitetet e subjekteve politike. Kjo do të thotë që brenda një dite, të jenë botuar mesatarisht rreth 4.9 prej tyre.



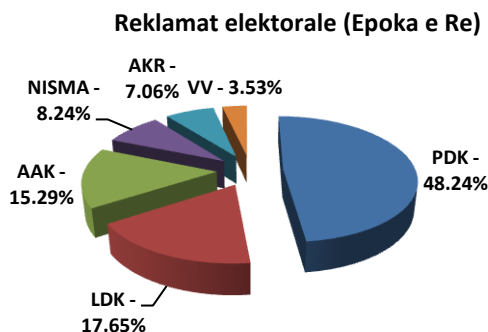
Grafiku 17: Pasqyrë e artikujve informativë të botuar në gazetën Epoka e Re

Të dhënat e monitorimit të kësaj gazete japin këtë pasqyrë:

- AAK: gjithsej 9 artikuj informativë ose 18.38%,
- AKR: gjithsej 8 artikuj informativë ose 16.33%,
- LDK: gjithsej 8 artikuj informativë ose 16.33%,
- NISMA: gjithsej 8 artikuj informativë ose 16.33%,
- PDK: gjithsej 8 artikuj informativë ose 16.33%,
- VV: gjithsej 8 artikuj informativë ose 16.33%.

Mbulimi i fushatës parazgjedhore në reklamat e subjekteve politike të botuara në gazetën Epoka e Re

Sipas të dhënave të monitorimit, e përditshmja Epoka e Re, gjatë periudhës dhjetë ditore, ka botuar reklama të gjashtë subjekteve politike: Partisë Demokratike të Kosovës (PDK), Lidhjes Demokratike të Kosovës (LDK) dhe Aleancës për Ardhmërinë e Kosovës (AAK), Nisma për Kosovën, Aleanca Kosova e Re dhe Lëvizjes Vetëvendosje! (VV). Më tej, kjo gazetë ka publikuar gjithsej 85 reklama të tilla, që i bie mesatarisht nga rreth 8.5 prej tyre brenda një dite.



Grafiku 18: Pasqyrë e reklamave parazgjedhore të subjekteve politike të botuara në gazetën Epoka e Re

Të dhënat e monitorimit të kësaj gazete japin këtë pasqyrë:

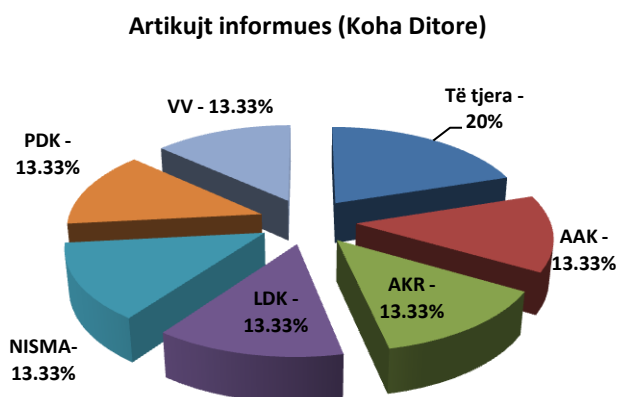
- PDK gjithsej 41 reklama (48.24%),
- LDK: gjithsej 15 reklama (17.65%),
- AAK: gjithsej 13 reklama (15.29%),
- NISMA: gjithsej 7 reklama (8.24%),
- AKR: gjithsej 6 reklama (7.06%) dhe
- VV: gjithsej 5 reklama (3.53%).

3.4 Koha Ditore

Mbulimi i fushatës parazgjedhore në artikujt informativë të gazetës Koha Ditore

Sa i përket mbulimit të fushatës parazgjedhore nga artikujt informativë të botuar në të përditshmen Koha Ditore, gjatë periudhës dhjetë ditore, të dhënat e mbledhura nga monitorimi tregojnë se kjo gazetë, ka botuar artikuj të tillë mbi aktivitetet e një numri subjektsh politike, të ndarë në shtatë (7) kategori: Partia Demokratike e Kosovës (PDK), Aleanca për Ardhmërinë e Kosovës (AAK), Lidhja Demokratike e Kosovës (LDK), Lëvizja Vetëvendosje! (VV), Aleanca Kosova e Re (AKR), Nisma për Kosovën si dhe Të Tjerat.

Marrë në përgjithësi, gjatë periudhës dhjetë ditore të fushatës kjo gazetë, ka botuar gjithsej 60 artikuj informativë mbi aktivitetet e subjekteve politike. Kjo do të thotë që brenda një dite, të jenë botuar mesatarisht rreth 6 prej tyre.



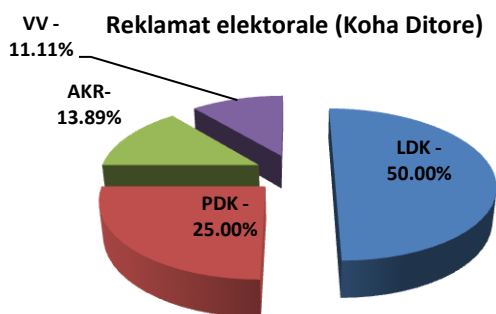
Grafiku 19: Pasqyrë e artikujve informativë të botuar në gazetën Koha Ditore

Të dhënat e monitorimit të kësaj gazete japin këtë pasqyrë:

- Të Tjera: gjithsej 12 artikuj informativë ose 20%,
- AAK: gjithsej 8 artikuj informativë ose 13.33%,
- AKR: gjithsej 8 artikuj informativë ose 13.33%,
- LDK: gjithsej 8 artikuj informativë ose 13.33%,
- NISMA: gjithsej 8 artikuj informativë ose 13.33%,
- PDK: gjithsej 8 artikuj informativë ose 13.33% dhe
- VV: gjithsej 8 artikuj informativë ose 13.33%.

Mbulimi i fushatës parazgjedhore në reklamat e subjekteve politike të botuara në gazetën Koha Ditore

Sipas të dhënave të monitorimit, e përditshmja Koha Ditore, gjatë periudhës dhjetë ditore, ka botuar reklama të katër subjekteve politike: Lidhjes Demokratike të Kosovës (LDK), Aleanca Kosova e Re (AKR), Lëvizja Vetëvendosje dhe Partisë Demokratike të Kosovës (PDK). Kjo gazetë ka botuar gjithsej 36 reklama të tilla, që i bie mesatarisht nga rreth 3.6 prej tyre brenda një dite.



Grafiku 20: Pasqyrë e reklamave parazgjedhore të subjekteve politike të botuara në gazetën Koha Ditore

Të dhënat e monitorimit të kësaj gazete japin këtë pasqyrë:

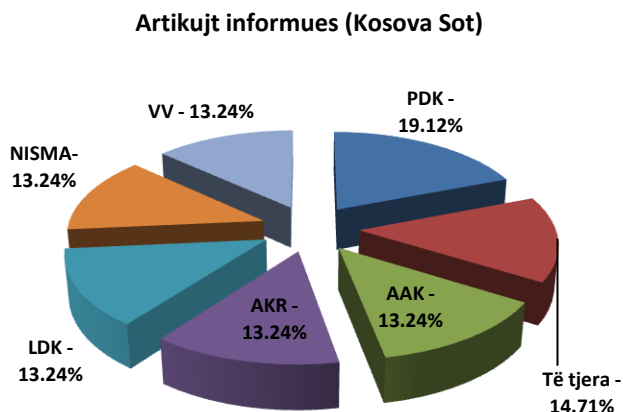
- LDK: gjithsej 18 reklama (50.00%),
- PDK: gjithsej 9 reklama (25.00%),
- AKR: gjithsej 5 reklama (13.89%) dhe
- VV: gjithsej 4 reklama (11.11%).

3.5 Kosova Sot

Mbulimi i fushatës parazgjedhore në artikujt informativë të gazetës Kosova Sot

Sa i përket mbulimit të fushatës parazgjedhore nga artikujt informativë të botuar në të përditshmen Kosova Sot, gjatë periudhës dhjetë ditore, të dhënat e mbledhura nga monitorimi tregojnë se kjo gazetë, ka botuar artikuj të tillë mbi aktivitetet e një numri subjektsh politike, të ndarë në shtatë (7) kategori: Aleanca për Ardhmërinë e Kosovës (AAK), Partia Demokratike e Kosovës (PDK), Lidhja Demokratike e Kosovës (LDK), Lëvizja Vetëvendosje! (VV), Aleanca Kosova e Re (AKR), Nisma për Kosovën dhe Të Tjerat.

Marrë në përgjithësi, gjatë periudhës dhjetë ditore të fushatës kjo gazetë, ka botuar gjithsej 68 artikuj informativë mbi aktivitetet e subjekteve politike. Kjo do të thotë që brenda një dite, të jenë botuar mesatarisht rreth 6.8 prej tyre.



Grafiku 21: Pasqyrë e artikujve informativë të botuar në gazetën Kosova Sot

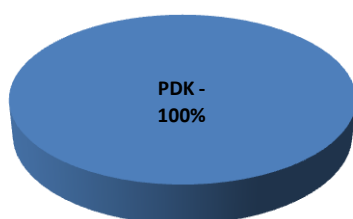
Të dhënat e monitorimit të kësaj gazete japin këtë pasqyrë:

- PDK: gjithsej 13 artikuj informativë ose 14.85%,
- Të Tjera: gjithsej 10 artikuj informativë ose 13.54%,
- AAK: gjithsej 9 artikuj informativë ose 12.66%,
- AKR: gjithsej 9 artikuj informativë ose 12.66%,
- LDK: gjithsej 9 artikuj informativë ose 11.79%,
- NISMA: gjithsej 9 artikuj informativë ose 1.31 dhe
- VV: gjithsej 9 artikuj informativë ose 0.87%.

Mbulimi i fushatës parazgjedhore në reklamat e subjekteve politike të botuara në gazetën Kosova Sot

Sipas të dhënave të monitorimit, e përditshmja Kosova Sot, gjatë periudhës dhjetë ditore, ka botuar reklama vetëm të Partisë Demokratike të Kosovës (PDK) Kjo gazetë ka botuar gjithsej 34 reklama të tilla, që i bie mesatarisht nga rreth 3.4 prej tyre brenda një dite.

Reklamat elektorale (Kosova Sot)



Grafiku 22: Pasqyrë e reklamave parazgjedhore të subjekteve politike të botuara në gazetën Kosova Sot

Të dhënat e monitorimit të kësaj gazete japin këtë pasqyrë:

- PDK: gjithsej 34 reklama (100%),

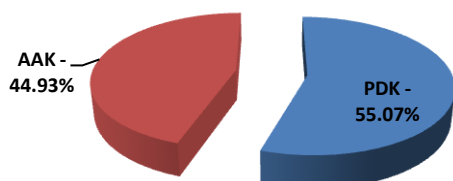
3.6 Lajm

Mbulimi i fushatës parazgjedhore në artikujt informativë të gazetës Lajm

Sa i përket mbulimit të fushatës parazgjedhore nga artikujt informativë të botuar në të përditshmen Lajm, gjatë periudhës dhjetë ditore, të dhënat e mbledhura nga monitorimi tregojnë se kjo gazetë, ka botuar artikuj të vetëm dy subjekteve politike: Partisë Demokratike të Kosovës dhe të Aleancës për Ardhmërinë e Kosovës (AAK).

Marrë në përgjithësi, gjatë periudhës dhjetë ditore të fushatës kjo gazetë, ka botuar gjithsej 69 artikuj informativë mbi aktivitetet e subjekteve politike. Kjo do të thotë që brenda një dite, të jenë botuar mesatarisht rreth 6.9 prej tyre.

Artikujt informues (Lajm)



Grafiku 23: Pasqyrë e artikujve informativë të botuar në gazetën Lajm

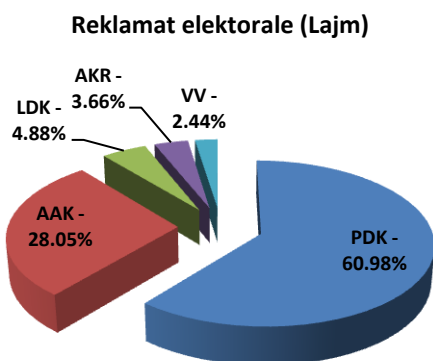
Të dhënat e monitorimit të kësaj gazete japin këtë pasqyrë:

- PDK: gjithsej 38 artikuj informativë ose 55.07% dhe
- AAK: gjithsej 31 artikuj informativë ose 44.93%.

Mbulimi i fushatës parazgjedhore në reklamat e subjekteve politike të botuara në gazetën Lajm

Sipas të dhënave të monitorimit, e përditshmja Lajm, gjatë periudhës dhjetë ditore, ka botuar reklama të pesë (5) subjekteve politike: Partisë Demokratike të Kosovës (PDK), Aleancës për Ardhmërinë e Kosovës (AAK), Lidhjes Demokratike të Kosovës, Aleancës Kosova e Re (AKR) dhe Lëvizjes Vetëvendosje! (VV).

Kjo gazetë ka botuar gjithsej 82 reklama të tilla, që i bie mesatarisht nga rreth 8.2 prej tyre brenda një dite.



Grafiku 24: Pasqyrë e reklamave parazgjedhore të subjekteve politike të botuara në gazetën Lajm

Të dhënat e monitorimit të kësaj gazete japin këtë pasqyrë:

- PDK: gjithsej 50 reklama (60.98%),
- AAK: gjithsej 23 reklama (28.05%),
- LDK: gjithsej 4 reklama (4.88%),

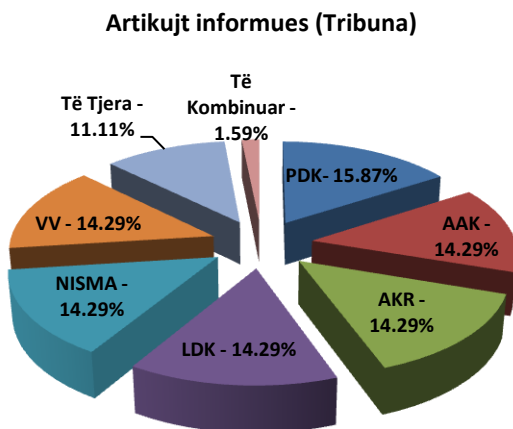
-
- AKR: gjithsej 3 reklama (3.66%) dhe
 - VV: gjithsej 2 reklama (2.44%).

3.7 Tribuna

Mbulimi i fushatës parazgjedhore në artikujt informativë të gazetës Tribuna

Sa i përket mbulimit të fushatës parazgjedhore nga artikujt informativë të botuar në të përditshmen Tribuna, gjatë periudhës dhjetë ditore, të dhënat e mbledhura nga monitorimi tregojnë se kjo gazetë ka botuar artikuj të tillë mbi aktivitetet e një numri subjektsh politike, të ndarë në tetë (8) kategori: Lidhja Demokratike e Kosovës (LDK), Partia Demokratike e Kosovës (PDK), Aleanca për Ardhmërinë e Kosovës (AAK), Aleanca Kosova e Re (AKR), Lëvizja Vetëvendosje! (VV), Nisma për Kosovën, Të Tjerat si dhe artikujt e kombinuar (përmes të cilëve janë raportuar aktivitete të më tepër se një subjekti).

Marrë në përgjithësi, gjatë periudhës dhjetë ditore të fushatës, kjo gazetë ka botuar gjithsej 63 artikuj informativë mbi aktivitetet e subjekteve politike. Kjo do të thotë që brenda një dite, të jenë botuar mesatarisht rreth 6.3 prej tyre.



Grafiku 25: Pasqyrë e artikujve informativë të botuar në gazetën Tribuna

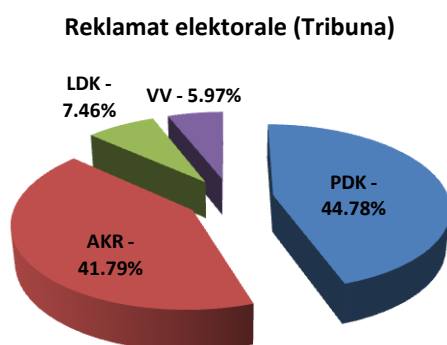
Të dhënat e monitorimit të kësaj gazete japin këtë pasqyrë:

- PDK: gjithsej 10 artikuj informativë ose 15.87%,
 - AAK: gjithsej 9 artikuj informativë ose 14.29%,
 - AKR: gjithsej 9 artikuj informativë ose 14.29%,
-

-
- LDK: gjithsej 9 artikuj informativë ose 15.87%,
 - NISMA: gjithsej 9 artikuj informativë ose 15.87%,
 - VV: gjithsej 9 artikuj informativë ose 15.87%,
 - Të Tjera: gjithsej 7 artikuj informativë ose 11.11% dhe
 - Të Kombinuar: gjithsej 1 artikuj informativë ose 1.59%.

Mbulimi i fushatës parazgjedhore në reklamat e subjekteve politike të botuara në gazetën Tribuna

Sipas të dhënave të monitorimit, e përditshmja Tribuna, gjatë periudhës dhjetë ditore, ka botuar reklama të katër subjekteve politike: Aleanca Kosova e Re (AKR), Lidhjes Demokratike të Kosovës (LDK), Partisë Demokratike të Kosovës (PDK), dhe Lëvizjes Vetëvendosje! (VV). Kjo gazetë ka botuar gjithsej 67 reklama të tilla, që i bie mesatarisht nga rreth 6.7 prej tyre brenda një dite.



Grafiku 26: Pasqyrë e reklamave parazgjedhore të subjekteve politike të botuara në gazetën Tribuna

Të dhënat e monitorimit të kësaj gazete japin këtë pasqyrë:

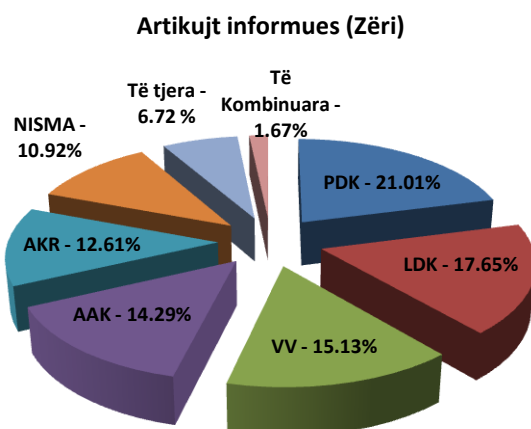
- PDK: gjithsej 30 reklama (44.78%),
- AKR: gjithsej 28 reklama (41.79%),
- LDK: gjithsej 5 reklama (7.46%) dhe
- VV: gjithsej 4 reklama (5.97%).

3.8 Zëri

Mbulimi i fushatës parazgjedhore në artikujt informativë të gazetës Zëri

Sa i përket mbulimit të fushatës parazgjedhore nga artikujt informativë të botuar në të përditshmen Zëri, gjatë periudhës dhjetë ditore, të dhënat e mbledhura nga monitorimi tregojnë se kjo gazetë, ka botuar artikuj të tillë mbi aktivitetet e një numri subjektsh politike, të ndarë në tetë (8) kategori: Partia Demokratike e Kosovës (PDK), Lidhja Demokratike e Kosovës (LDK), Aleanca Kosova e Re (AKR), Aleanca për Ardhmërinë e Kosovës (AAK), Lëvizja Vetëvendosje! (VV), Nisma për Kosovën, Të Tjerat si dhe artikujt e kombinuar (përmes të cilëve janë raportuar aktivitete të më tepër se një subjekti).

Marrë në përgjithësi, gjatë periudhës dhjetë ditore të fushatës kjo gazetë, ka botuar gjithsej 119 artikuj informativë mbi aktivitetet e subjekteve politike. Kjo do të thotë që brenda një dite, të jenë botuar mesatarisht rreth 11.9 prej tyre.



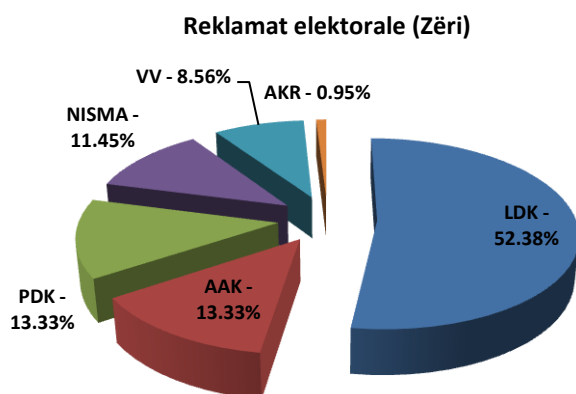
Grafiku 27: Pasqyrë e artikujve informativë të botuar në gazetën Zëri

Të dhënat e monitorimit të kësaj gazete japin këtë pasqyrë:

- PDK: gjithsej 25 artikuj informativë ose 21.01%,
- LDK: gjithsej 21 artikuj informativë ose 17.65%,
- VV: gjithsej 18 artikuj informativë ose 15.13%,
- AAK: gjithsej 17 artikuj informativë ose 14.29%,
- AKR: gjithsej 15 artikuj informativë ose 12.61%,
- NISMA: gjithsej 13 artikuj informativë ose 10.92%,
- Të Tjera: gjithsej 8 artikuj informativë ose 6.72% dhe
- Të Kombinuar: gjithsej 2 artikuj informativë ose 1.68%.

Mbulimi i fushatës parazgjedhore në reklamat e subjekteve politike të botuara në gazetën Zëri

Sipas të dhënave të monitorimit, e përditshmja Zëri, gjatë periudhës dhjetë ditore, ka botuar reklama të gjashtë subjekteve politike: Lidhjes Demokratike të Kosovës (LDK), Aleancës për Ardhmërinë e Kosovës (AAK), Partisë Demokratike të Kosovës (PDK), Nisma për Kosovën, Aleanca Kosova e Re (AKR) dhe Lëvizjes Vetëvendosje! (VV). Kjo gazetë ka botuar gjithsej 105 reklama të tilla, që i bie mesatarisht nga rreth 10.5 prej tyre brenda një dite.



Grafiku 28: Pasqyrë e reklamave parazgjedhore të subjekteve politike të botuara në gazetën Zëri

Të dhënat e monitorimit të kësaj gazete japin këtë pasqyrë:

- LDK: gjithsej 55 reklama (52.38%),
- AAK: gjithsej 14 reklama (13.33%),
- PDK: gjithsej 14 reklama (13.33%),
- NISMA: gjithsej 12 reklama (11.45%),
- VV: gjithsej 9 reklama (8.56%),
- AKR: gjithsej 1 reklama (0.95%),

4. PËMBLEDHJE E TË GJETURAVE

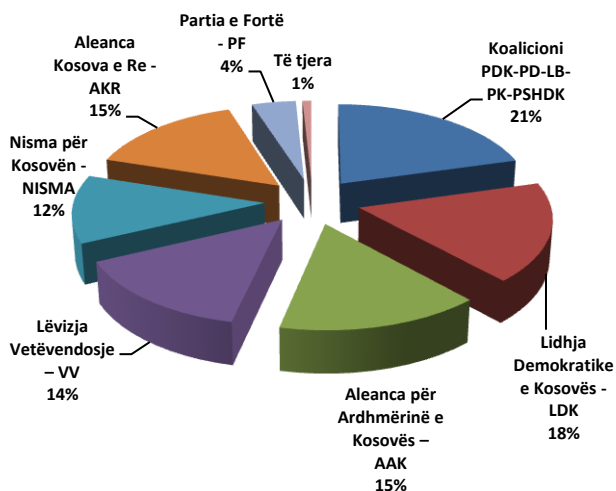
Ky raport përmbledh të gjeturat e mbledhura gjatë monitorimit të mbulimit të fushatës parazgjedhore nga ana e televizioneve dhe gazetave të përditshme nacionale për zgjedhjet të parakohshme të 8 qershorit 2014 në Kosovë. Për këtë qëllim, ky raport përmbledh të dhënat e monitorimit të dymbëdhjetë (12) mediave më të mëdha të nivelit nacional, respektivisht katër televizioneve dhe tetë gazetave të përditshme. Më specifikisht, ky raport përmbledh të gjeturat nga monitorimi i raportimit të aktiviteteve të aktiviteteve parazgjedhore në programet informative të secilit televizion dhe i spoteve reklamuese/transmetimeve direkte të sponsorizuara të subjekteve dhe koalicioneve të subjekteve politike të transmetuar nga secili televizion gjatë kornizës kohore të caktuar për monitorim. Në anën tjetër, ky raport gjithashtu përmbledh të gjeturat nga monitorimi i dy kategorive të produkteve të publikuara në kuadër të gazetave të përditshme të monitoruara, përkatësisht artikujve informativë dhe reklamave të subjekteve dhe koalicioneve të subjekteve politike të publikuara në secilën prej tyre.

Televizionet

Në shifra konkrete, të dhënat sa i përket pasqyrimin të aktiviteteve parazgjedhore të subjekteve dhe koalicioneve të subjekteve politike nga të gjitha mediat elektronike (televizionet) e monitoruara në kuadër të **programeve të tyre informative** tregojnë se janë transmetuar gjithsej 359 kronika gjithsej me zgjedhjet lokale të vitit 2013 ku janë transmetuar 1500 kronika zgjedhore.

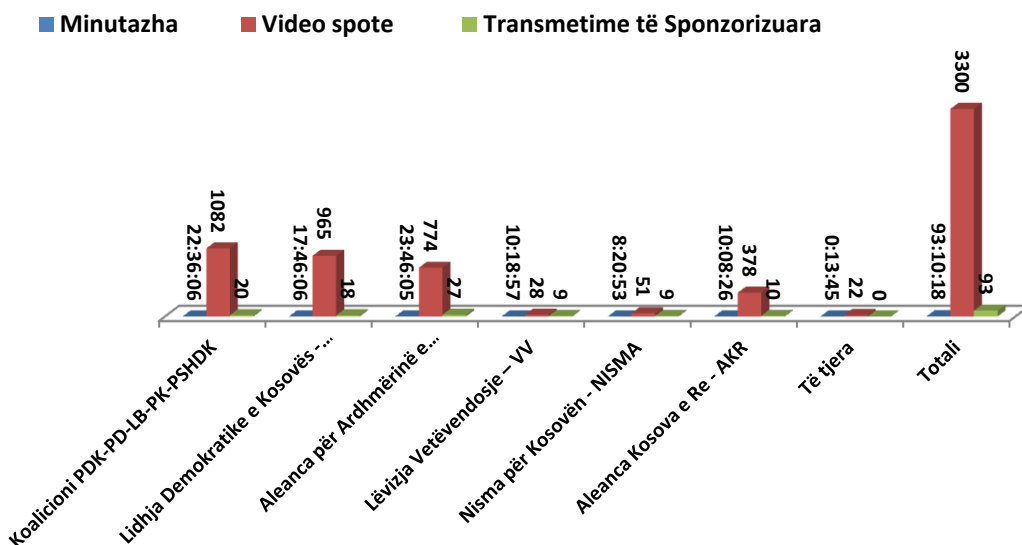
Edhe gjatë këtyre zgjedhjeve dy subjektet ose koalicionet e subjekteve më të mëdha politike në kronikat zgjedhore të transmetuara në televizionet nacionale kanë prirë. **Koalicioni PDK-PD-LB-PK-PSHDK** me gjithsej 74 kronika informative të transmetuara dhe **Lidhja Demokratike e Kosovës - LDK** me gjithsej 63 kronika informative të transmetuara. Në vazhdim janë renditur **Aleanca për Ardhmërinë e Kosovës – AAK** gjithsej 55 kronika informative të transmetuara, **Aleanca Kosova e Re - AKR** gjithsej 55kronika informative të transmetuara, **Lëvizja Vetëvendosje – VV** gjithsej 52 kronika informative të transmetuara, **Nisma për Kosovën - NISMA** gjithsej 43 kronika informative të transmetuara, **Partia e Fortë - PF** gjithsej 15 kronika informative të transmetuara dhe **Të tjera** gjithsej 3 kronika informative të transmetuara.

Kronikat zgjedhore (të gjitha televizionet)



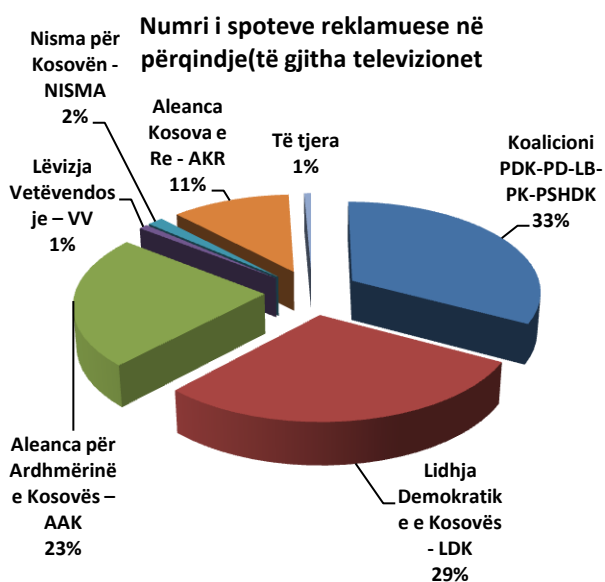
Grafiku 29: Pasqyrimi i aktiviteteve të fushatës zgjedhore të subjekteve dhe koalicioneve të politike në emisionet informative të të gjitha televizioneve të monitoruara, të marrë së bashku

Të dhënat e monitorimit në lidhje me **spotet reklamuese** dhe **transmetimet direkte të sponsorizuara** të subjekteve dhe koalicioneve të subjekteve politike të transmetuara nga të gjitha mediat elektronike (televizionet) e monitoruara tregojnë se janë transmetuar gjithsej 93 orë e 10 minuta e 18 sekonda, me rreth 3300 spote reklamuese dhe 93 transmetime direkte të sponsorizuara gjatë vetëm dhjetë ditë sa ka zgjatur fushata parazgjedhore.



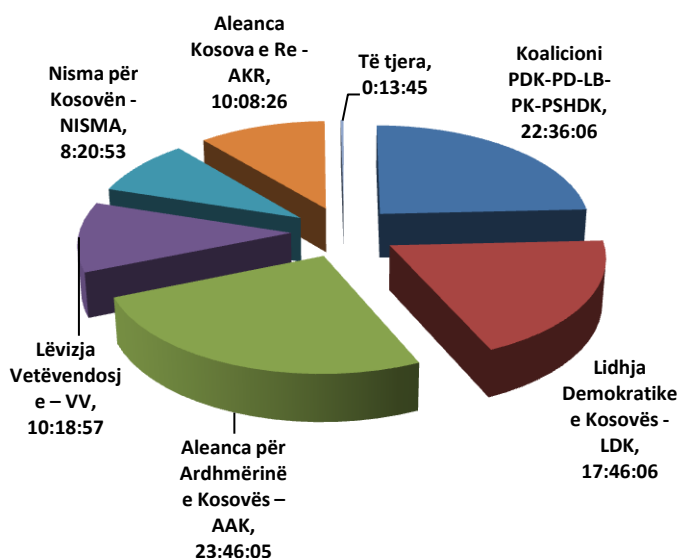
Grafiku 30. Pasqyrë e përgjithshme e spoteve reklamuese dhe transmetimeve direkte të sponsorizuara të subjekteve politike të transmetuara në katër televizionet nacionale

Sa i përket numrit të spoteve të transmetuara, prin **Koalicioni PDK-PD-LB-PK-PSHDK** me gjithsej 1,082 spote të transmetuar, apo pothuajse 32.79%, e pasuar nga **Lidhja Demokratike e Kosovës - LDK** me gjithsej 965 spote të transmetuar, ose mbi 29.24%, **Aleanca për Ardhmërinë e Kosovës – AAK** me gjithsej 774 spote të transmetuar, ose mbi 23.45%), **Aleanca Kosova e Re - AKR** me gjithsej 378 spote të transmetuar, ose rreth 11.45%, **Nisma për Kosovën - NISMA** me gjithsej 51 spote të transmetuar, ose rreth 1.55%, **Lëvizja Vetëvendosje – VV** me gjithsej 28 spote të transmetuar, ose rreth 0.85%, dhe **Të tjera** me vetëm 22 spote të transmetuar, ose nën 0.67%.



Grafiku 31: Pasqyrë e spoteve reklamuese të subjekteve politike të transmetuar në të gjitha televizionet e monitoruara, të marrë së bashku – sipas numrit në përqindjes

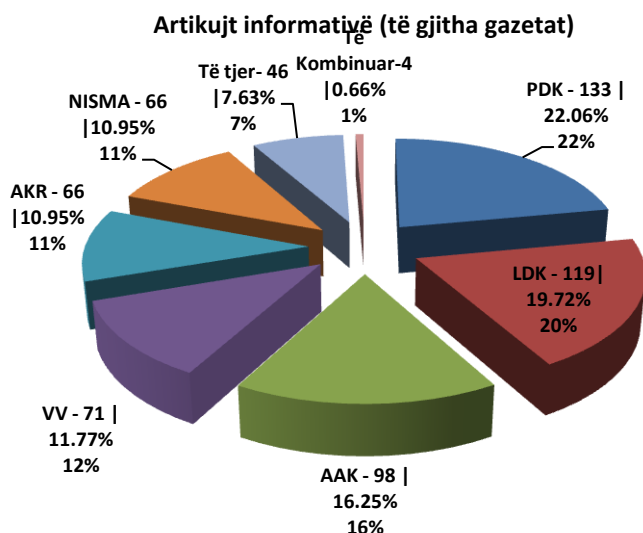
Sa i përket *kohës së alokuar* për transmetimin e këtyre spoteve reklamuese, të dhënat tregojnë se më së parë **Aleanca për Ardhmërinë e Kosovës – AAK**, me rreth 25.51% të kohës së transmetimit (rreth 23 orë e 46 minuta e 05 sekonda). E dyta vjen **Koalicioni PDK-PD-LB- PK-PSHDK**, me 24.26% (rreth 22 orë e 36 minuta e 06 sekonda). E treta është **Lidhja Demokratike e Kosovës - LDK** me 19.07% (rreth 17 orë e 46 minuta e 06 sekonda). Vijnë më **Lëvizja Vetëvendosje – VV**, me 11.07% (rreth 10 orë e 18 minuta e 57 sekonda). **Aleanca Kosova e Re – AKR**, me 10.88% (rreth 10 orë e 08 minuta e 26 sekonda). **Nisma për Kosovën – NISMA**, me 8.96% (rreth 8 orë e 20 minuta e 53 sekonda) dhe **Të tjerat**, me 0.25% (me rreth 13 minuta e 45 sekonda).



Grafiku 32: Pasqyrë e spoteve reklamuese të subjekteve politike të transmetuara në të gjitha televizionet e monitoruara, të marrë së bashku - sipas kohëzgjatjes

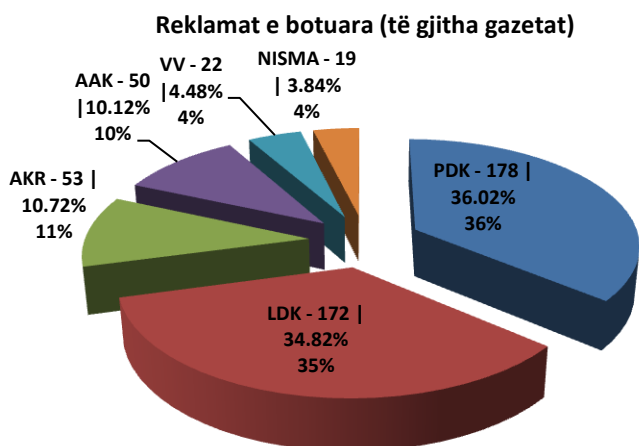
Gazetat

Në shifra konkrete, të dhënat sa i përket pasqyrimin të aktiviteteve parazgjedhore të subjekteve politike nga të gjitha mediat e shtypura (gazetat) e monitoruara në kuadër të **artikujve të tyre informativë**, e para është PDK (me gjithsej 133 artikuj të botuar ose mbi 22.06%) e ndjekur nga LDK (me gjithsej 119 artikuj të botuar ose pak nën 19.72%), AAK (me gjithsej 98 artikuj të botuar ose nën 16.25%) VV (me gjithsej 71 artikuj të botuar ose rreth 11.77%), AKR (me gjithsej 66 artikuj të botuar ose rreth 10.95%) NISMA (me 66 artikuj të botuar ose rreth 10.95%), Të tjera (me 46 artikuj të botuar ose rreth 7.63%) dhe në fund Të kombinuar (me 4 artikuj të botuar ose rreth 0.66%)



Grafiku 33: Pasqyrë e artikujve informativë të botuar në të gjitha gazetat e monitoruara

Gjatë periudhës dhjetë ditore të fushatës sa ka zgjatur monitorimi, të tetë gazetat e monitoruara, të marra së bashku, kanë botuar gjithsej 603 artikuj që kanë pasqyruar aktivitetet e subjekteve politike në kuadër të kësaj fushate.



Grafiku 34: Pasqyrë e reklamave të subjekteve politike të botuara në të gjitha gazetat e monitoruara

Në anën tjetër, kur jemi te **reklamat** e subjekteve politike të botuara në të gjitha gazetatat e monitoruara, të dhënat tregojnë se PDK ka qenë e para (gjithsej 178 reklama të botuara 36.02% në të tetë të përditshmet) e ndjekur nga LDK, me pothuaj 34.82% (gjithsej 172 reklama të publikuara), e treta me rreth 10.72% (gjithsej 53 reklama). E katërta me radhë AAK, me 10.12% (gjithsej 50 reklama) e pesta VV me 4.48% (gjithsej 22 reklama) ndërsa e fundit renditet NISMA, me 3.84% (respektivisht me 19 reklama të publikuara në këto gazeta).

Gjatë periudhës dhjetë ditore të fushatës sa ka zgjatur monitorimi, të tetë gazetatat e monitoruara, të marra së bashku, kanë botuar gjithsej 494 reklama të subjekteve politike që kanë kandiduar në zgjedhjet e parlamentare të 8 Qershorit.

MEDIAT NË GJUHËN SERBE

5. PËRMBLEDHJE

Ekipi monitorues ka bërë monitorimin e mediave që transmetojnë programet e tyre në gjuhë serbe në Kosovë, si në vijim: Radio Kontakt Plus, Radio Graçanica, Radio KIM, Televizioni Most, Televizioni Centar, B92, BLIC, Večernje Novosti, dhe Vesti-online.

Këto media mbulojnë regjionet në Kosovën Veriore dhe Qendrore, përkatësisht në komunat e Mitrovicës, Zveçanit, Graçanicës dhe Çagllavicës.

Fushata zyrtare zgjedhore në Kosovë, ka filluar me 28 maj dhe ka mbaruar me 6 qershor 2014.

Për shkak të mosmarrëveshjeve në mes të Qeverisë së Serbisë në Beograd dhe subjekteve politike serbe në Kosovë, fushata e monitoruar nga ekipi monitorues i mediave ka zgjatur vetëm tri ditë të fushatës zyrtare zgjedhore, përgjatë datave 3 deri më 6 qershor, 2014.

Megjithatë, ekipi monitorues i ka mbuluar të gjitha raportimet, e ndërlidhura me fushatën zgjedhore në baza ditore, siç janë deklaratat, reportazhet, intervistat dhe programet televizive politike në mënyrë që të monitoroj plotësisht situatën para se subjektet politike serbe të vendosnin të marrin pjesë në Zgjedhjet Parlamentare në Kosovë. Në ndërkohë, ka pasur edhe disa raportime të vogla në mediat serbe edhe për fushatën zgjedhore të zhvilluar nga subjektet politike shqiptare të Kosovës.

SHËNIM: Para se të vendosnin që të marrin pjesë në Zgjedhjet Parlamentare të vitit 2014 në Kosovë, gati se të gjitha subjektet politike serbe ishin bashkuar në një listë të përbashkët zgjedhore të quajtur “Lista Serbe” në mënyrë që të tërheqin shumicën e votuesve dhe të prezentohen si një listë e vetme gjatë fushatës zgjedhore.

Vetëm “Progresivno demokratska stranka (Partia Demokratike Progresive)” - (PDS) e Nenad Rašić dhe “Pokret za demokratski prosperitet (Lëvizja për Prosperitet Demokratik”, nuk i janë bashkuar “Listës Serbe”.

SHËNIM: me datë 6 qershor, pas shpërthimit në Termocentralin A në Obiliq, fushata zgjedhore është ndërprerë në ditën e fundit nga subjektet politike për shkak të vdekjeve që kishin ndodhur si pasojë e shpërthimit.

Komisioni Qendror i Zgjedhjeve kishte pranuar 5 aplikime nga subjektet politike serbe të Kosovës:

- | | |
|---|--------------------------------|
| 1. Lista Serbe | (67 kandidatë) |
| 2. Lëvizja për Prosperitet Demokratik | (26 kandidatë) |
| 3. Partia Demokratike për Progres | (24 kandidatë) |
| 4. Partia e Pavarur Liberale | (numri minimal i kandidatëve)* |
| 5. Serbi Demokraci Drejtësi Oliver Ivanović | (numri minimal i kandidatëve)* |

*Numri minimal i kandidatëve ishte paraparë nga dy subjektet politike, "Partia e Pavarur Liberale" dhe Serbi Demokraci Drejtësi Oliver Ivanović në mënyrë që këto parti të mund të ruanin ulëset e tyre në Komisionet Komunale Zgjedhore dhe nëpër vendvotime.

Siç është cekur më lartë, këto parti nuk kanë filluar fushatën zgjedhore në datën e përcaktuar zyrtare por kishin filluar me datë 3 qershor pas konsultimeve me Qeverinë e Serbisë.

Raportet mediale gjatë fushatës zgjedhore, kanë bërë përpjekje për të respektuar kodin etik të gazetarisë, mirëpo ato nuk ishin të balancuara sa i përket kohës së dedikuar për subjektet politike dhe kandidatët.

Pas fillimit të fushatës zgjedhore, gati se të gjitha mediat i dhanë hapësirën më të madhe mediale "Listës Serbe" dhe më së paku PDS-së së Nenad Rašić dhe "Lëvizjes për Prosperitet Demokratik".

Asnjë nga mediat nuk ka treguar ndonjë anshmëri të dukshme në mbulimin e aktiviteteve të subjekteve politike. Kodi etik përgjithësisht është respektuar. Gjuha e përdorur gjatë raportimit përgjithësisht ka qenë e zgjedhur me kujdes dhe objektive përderisa shumica e mediave kanë qenë përgjithësisht të balancuara gjatë raportimit të tyre.

Shumica e mediave serbe të monitoruara për qëllime të këtij raporti kishin vënë në fokus subjektet politike serbe dhe veçanërisht "Listën Serbe" por toni i tyre përgjithësisht ka qenë neutral. Hapësirë shumë e vogël i është dhënë PDS-së së Nenad Rašić dhe "Lëvizjes për

Prosperitet Demokratik” përderisa subjektet politike shqiptare gati se nuk janë përmendur fare, përvec në portale online siç janë B92, BLIC dhe Večernje Novosti.

6. HYRJE

Ky raport përmbledh të gjeturat e monitorimit të fushatës zgjedhore të realizuar gjatë periudhës kohore prej 28 maj deri me 6 qershor 2014. Monitorimi i mediave është bërë në kuadër të projektit për monitorimin e zgjedhjeve nga OJQ Qendra për Paqe dhe Tolerancë.

Pjesa e parë e raportit do të listoj mediat e monitoruara dhe do të shpjegoj metodologjinë e përdorur. Ndërsa pjesa kryesore e këtij raporti i dedikohet analizimit të veçantë të secilit medium veç e veç.

Mediat e monitoruara

Ekipi monitorues ka mbuluar 2 televizione lokale, 3 radio lokale dhe 4 portale lajmesh online.

Mediat elektronike

- Televizioni Most (RTV Most)
- Televizioni Centar (TV Centar)
- Radio Kontakt Plus
- Radio Graçanica
- KIM Radio
- B92
- Blic
- Večernje novosti
- Vesti-online

Analizimi i mediave është bërë duke matur:

- Prezantimin gazetaresk të kandidatëve të subjekteve politike (prezantimi);
- Konteksti në të cilin janë portretizuar aktivitetet zgjedhore (konteksti);
- Koha/Hapësira që u është dhënë subjekteve politike dhe kandidatëve të tyre (koha/hapësira);

Mediat e monitoruara janë përzgjedhur në bazë të kriterit të mbulimit nacional, shitjes së tyre, lexueshmërisë, nivelit të shikueshmërisë/dëgjueshmërisë dhe ndikimit të tyre.

SHËNIM: Ekipi monitores nuk i ka mbuluar mediat e shtypura serbe në Kosovë, për shkak që ekziston vetëm një gazetë e tillë, dy –javore dhe që përmban një numër të vogël faqesh dhe edicionesh të shtypura që do të mbulonin aktivitetet zgjedhore vetëm pas përfundimit të fushatës.

Metodologjia

Ekipi i monitorimit të mediave është përbërë nga dy persona, të cilët kanë vëzhguar mediat me qëllim të vlerësimit të çështjeve të mëposhtme:

- Nëse u është dhënë ekspozim i drejtë subjekteve politike dhe kandidatëve të tyre;
- Nëse subjektet politike dhe kandidatët janë përfaqësuar në mënyrë neutrale dhe të balancuar;
- Nëse publiku është informuar në mënyrë të duhur përmes mediave në mënyrë që të vendos se për kënd të votoj në ditën e zgjedhjeve;

Përmbajtja e programeve mediale – lajmeve, reportazheve, editorialeve, debateve, spoteve zgjedhore, reklamave të subjekteve politike – është vlerësuar duke matur:

- Kohën dhe hapësirën e ofruar për subjektet politike dhe kandidatët;
- Kontekstin në të cilin janë përfaqësuar ata;
- Prezantimi i subjekteve politike dhe kandidatëve;

Përderisa, matja kuantitative përfshinë hapësirën që u është dhënë subjekteve politike dhe kandidatëve, dy kategori të tjera e masin paraqitjen e tyre në aspekt kualitativ, duke i vlerësuar ato si:

- pozitive,
- negative, apo
- neutrale

Metoda kuantitative: Hapësira mediale

Metoda kuantitative e mat kohën (transmetim) apo hapësirën (në portale online), të prezantuar në sekonda apo në cm2. Hapësira në këtë kontekst përfaqëson centimentrat të

në të cilat një subjekt politik apo kandidat është përmendur, ka foluar, është cituar apo është paraqitur në ekranin televiziv.

Metoda kualitative: Konteksti dhe prezantimi

Matja kuantitative e kohës së dedikuar subjekteve politike nuk është e mjaftueshme për të vlerësuar nëse raportimi në fjalë është i drejtë apo jo. Një subjekt politik mund të ketë hapësirë të mjaftueshme, mirëpo prezantimi i tyre mund të jetë kryesisht negativ, pozitiv apo neutral.

Në këtë kontekst, ekipi monitorues ka vlerësuar kualitetin e përfaqësimit, duke e shprehur atë në mënyrë pozitive, negative apo neutrale. Përmes analizimit të kontekstit dhe mënyrës së prezantimit, ekipi monitorues ka vlerësuar nëse raportimi ka qenë i anshëm, në favor apo në kundërshtim të subjekteve politike dhe kandidatëve.

Prezantimi përfaqëson ndikimin që një gazetar apo medium ka në mënyrën se s'i ofrohet një informacion. Kjo kategori vlerëson gjuhën e përdorur nga mediumi apo gazetari, përkitazi me një parti politike apo kandidat të ndonjë subjekti politike. Për këtë qëllim, është bërë edhe ndarja se s'i një informacion është përdorur çoftë si koment apo analizë gazetareske, nëse një lajm është gërshetuar me komente, nëse ka pasur mungesë të një informacioni të caktuar dhe praktika të tilla të standardeve gazetareske.

Prezantimi gazetaresk është kategorizuar si pozitiv, negativ apo neutral.

Të dhënat janë të paraqitura në mënyrë vizuale në tabelat e mëposhtme.

6.1 Televizioni Most

Hyrje: “Televizioni Most” është televizioni më i madh serb dhe më me ndikim në Kosovë. Statusi i tij aktualisht nuk është i qartë, ngase një herë ka qenë pjesë e Radio Televizionit të Serbisë mirëpo tani vepron si stacion televiziv i pavarur. “Televizioni Most” është themeluar në vitin 2012 dhe transmeton programe në gjuhën serbe.

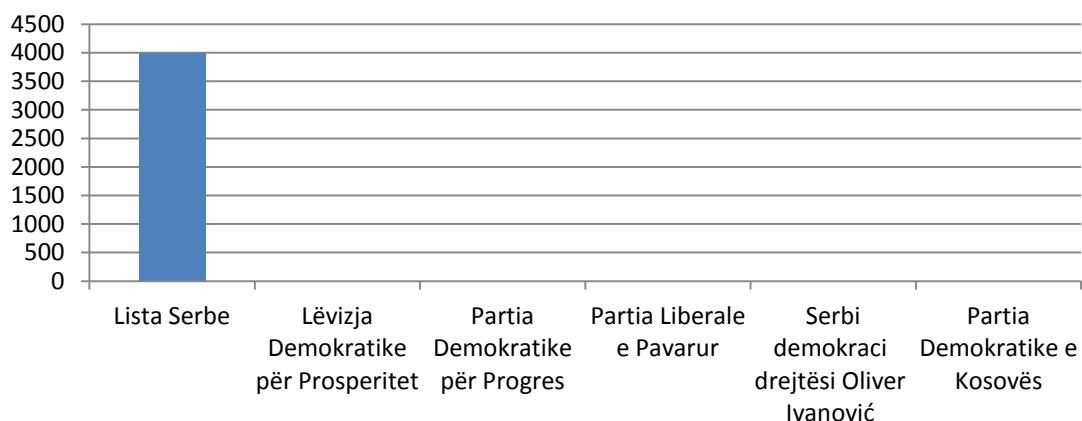
Vlerësim i përgjithshëm: TV Most, ka përshtatur programin e tij për t'i dhënë hapësirë fushatës zgjedhore dhe aktiviteteve të të gjitha subjekteve politike serbe. Format, reportazhet dhe të gjitha raportet kanë qenë të balancuara dhe me kontekst neutral. Kohëzgjatja mesatare e reportazheve ka qenë 180 sekonda, ndërsa programet speciale me pagesë dedikuar fushatës zgjedhore në “prime time” kanë zgjatur deri në një orë.

Pro: Lista Serbe

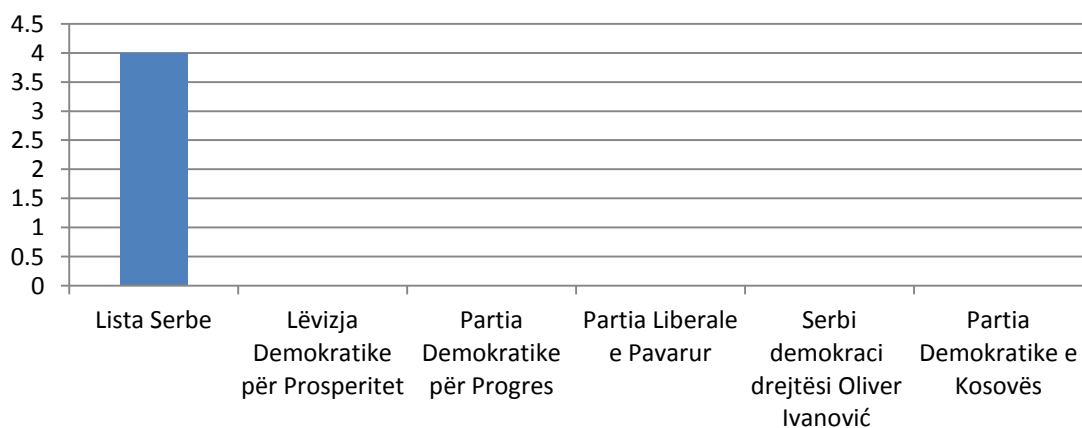
Kundër: asnjë

Neutral: Lëvizja për Prosperitet Demokratik, Partia Demokratike për Progres

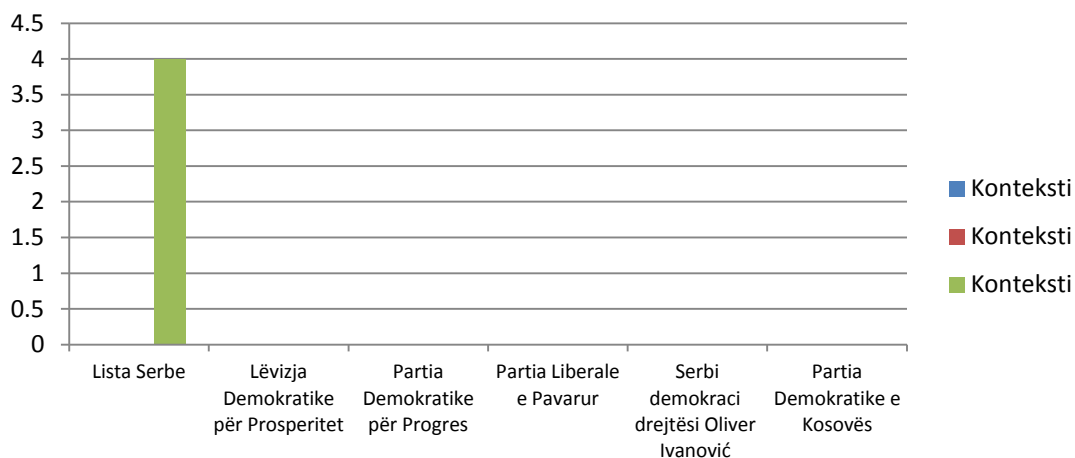
Koha në sekonda



Numri i prezantimeve



Konteksti i prezantimeve



TV Most, shihet si mediumi më i madh sa i përket prodhimit në mesin e komunitetit serb në Kosovë, kryesisht ka raportuar rreth Zgjedhjeve Parlamentare 2014 gjatë periudhës prej 28 maj deri me 3 qershor.

Që nga ngjarjet kryesore të ditës, reportazhet, programet televizive, mysafirët në studio dhe lajmet ditore, në të gjitha këto formate janë mbuluar aktivitetet dhe çështjet që kishin të bëjnë me pjesëmarrjen e serbëve të Kosovës në zgjedhje.

Ngjashëm edhe me mediat e tjera, raportimi ishte fokusuar në pjesëmarrësit e koalicionit “Lista Serbe”, filimi dhe përfundimi i fushatës së tyre dhe bojkotimi i zgjedhjeve nga ta. Të gjitha opinionet e zyrtarëve të Qeverisë së Serbisë (Kryeministri Aleksandar Vučić, Ministri i Jashtëm, Ivica Dačić, zëvendës-kryeministrja Zorana Mihajlović) dhe të kryetarëve të katër komunave veriore, të përfaqësuesve ndërkombëtare (Ambasadores Amerikane në Kosovë, Tracey Ann Jacobson, Sekretarit të Përgjithshëm të OSBE-së Lamberto Zannier), deklaratat e përfaqësuesve të Komisionit Qendror të Zgjedhjeve në Kosovë, të analistëve serb si Dušan Janjić dhe Milovan Drecun (kryesues i komisionit parlamentar Serb për Kosovën), janë përcjellur dhe transmetuar nga ky television.

Të gjitha aktivitetet e koalicionit “Lista Serbe” të realizuara në veri dhe jug të lumit Ibër janë prezantuar. Raportet televizive kanë qenë koncize, të balancuara dhe të paraqitura në kontekst neutral. Kodi gazetaresk është respektuar. Kohëzgjatja e raporteve televizive ka qenë 60 sekonda.

6.2 Televizioni Centar

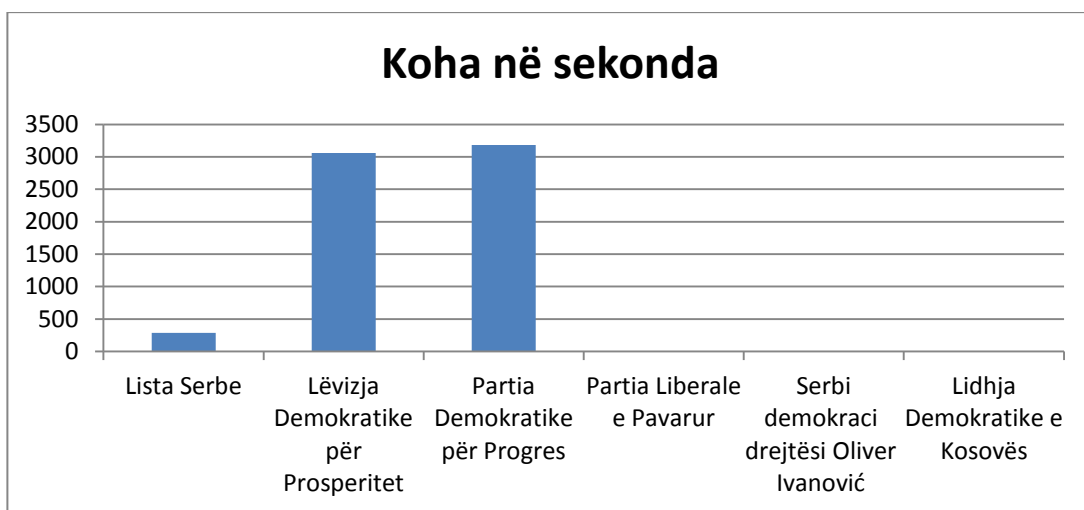
Hyrje: “Televizioni Centar” është televizion serb me ndikim në pjesën qendrore të Kosovës që transmeton programin e tij në gjuhën serbe nga Çagllavica. Është themeluar para një viti nga radio KIM, si kanal televiziv kabllor.

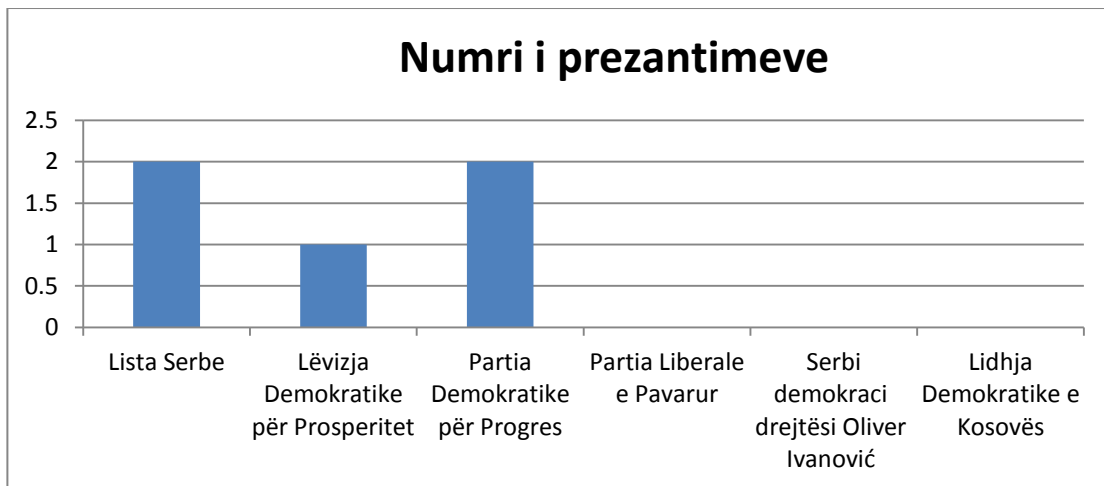
Vlerësim i përgjithshëm: “Televizioni Centar” në kuadër të programit zgjedhor, ka dedikuar hapësirë për subjektet politike serbe që kanë marr pjesë në zgjedhjet parlaentare të Kosovës. Raportet dhe formati televiziv si dhe moderimi i emisioneve ku kanë marrë pjesë kandidatët dhe zyrtarët e subjekteve politike kanë qenë të qartë, preciz dhe pa reflektime të opinioneve personale. Konteksti ka qenë neutral. Kohëzgjatja mesatare e raporteve ka qenë 120 sekonda dhe emisionet televizive kanë zgjatur deri në 50 minuta.

Pro: Lista Serbe

Kundër: asnjë

Neutral: Lëvizja për Prosperitet Demokratik, Partia Demokratike për Progres





Përmes lajmeve ditore dhe raporteve përgjatë periudhës kohore prej 28 maj deri me 3 qershor 2014, TV Centar ka dedikuar hapësirën e vetë për çështjen e pjesëmarrjes së serbëve të Kosovës në zgjedhjet parlamentare.

Formati ku kishin marrë pjesë liderët e “Partisë Demokratike për Progress” Nenad Rašić dhe kandidatja për deputete të Kuvendit të Kosovës, znj. Katarina Ađančić dhe nga “Lëvizja për Prosperitet Demokratik” Mihailo Šćepanović janë përdorur po ashtu si debate dhe janë transmetuar në “prime time” në TV Centar.

Fillimi i fushatës zgjedhore, përfundimi i koalicionit “Lista Serbe” dhe bojkotimi i zgjedhjeve janë prezantuar në kohë reale nga TV Centar në kuadër të programeve speciale informative në “prime time” dhe në emisione special.

Megjithëse fokusi kryesisht i ishte dhënë koalicionit “Lista Serbe”, hapësirë i ishte dhënë edhe subjekteve të tjera politike që kishin hyrë në garë zgjedhore si të pavarura.

Gjithashtu, përveç Qeverisë së Beogradit, opinionet e kryetarëve të katër komunave veriore, Komisionit Qendror Zgjedhor dhe përfaqësuesve ndërkombëtarë po ashtu ishin paraqitur në këtë televizion.

Për subjektet politike shqiptare nuk ishte raportuar fare.

Të gjitha programet dhe raportet televizive ishin moderuar në kontekst neutral.

Kohëzgjatja mesatare e reportazheve televizive ishte 105 sekonda.

6.3 Radio Kontakt Plus

Hyrye: “Radio Kontakt Plus” është radio serbe më me ndikim dhe më e dëgjua në Kosovë sipas një hulumtimi të IREX, që transmeton programe në gjuhën serbe nga Mitrovica, e që ishte themeluar në vitin 2000. Që nga 27 prilli i vitit 2003, Radio Kontakt Plus operon si organizatë jo-qeveritare dhe vetë-financohet përmes marketingut. Radio Kontakt Plus është anëtar i Asociacionit të Mediave të Kosovës (Rrjetit KOSMA). KOSMA është një asociacion i radio stacioneve nga regjione të ndryshme të Kosovës që prodhojnë programe të përbashkëta lajmesh. Kontakt Plus është po ashtu anëtar i Asociacionit të Pavarur të Mediave Elektronike - ANEM Beograd.

Vlerësim i përgjithshëm: Gjatë tri ditëve të fushatës zgjedhore, Radio Kontakt Plus ka raportuar aktivitetet e subjekteve politike serbe në Kosovë në mënyrë objektive dhe neutrale. Subjektet politike shqiptare nuk janë përmendur fare.

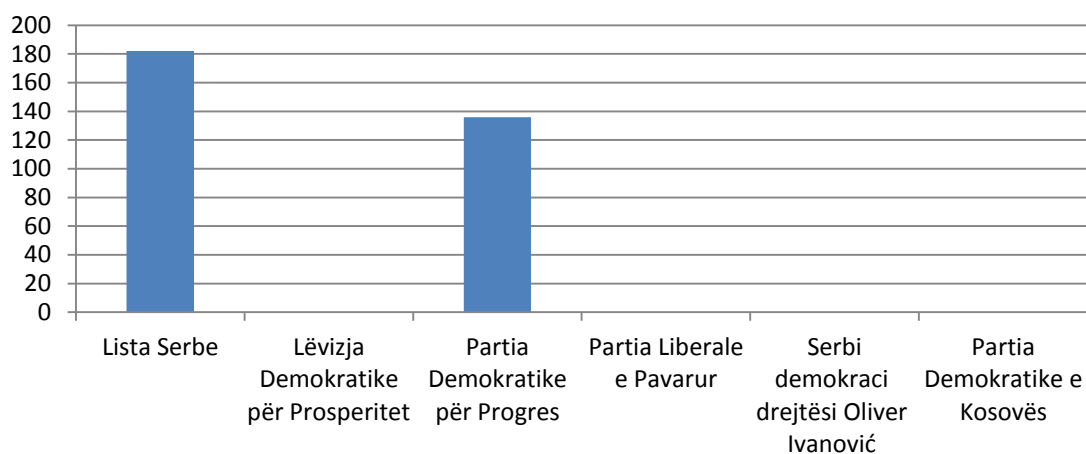
Kohëzgjatja mesatare e raporteve ka qenë 40 sekonda. Raportet janë moderuar në mënyrë korrekte dhe nuk ka pasur gjuhë të urrejtjet. Asnjë subjekti politik nuk i është dhënë përparësi.

Pro: Lista Serbe

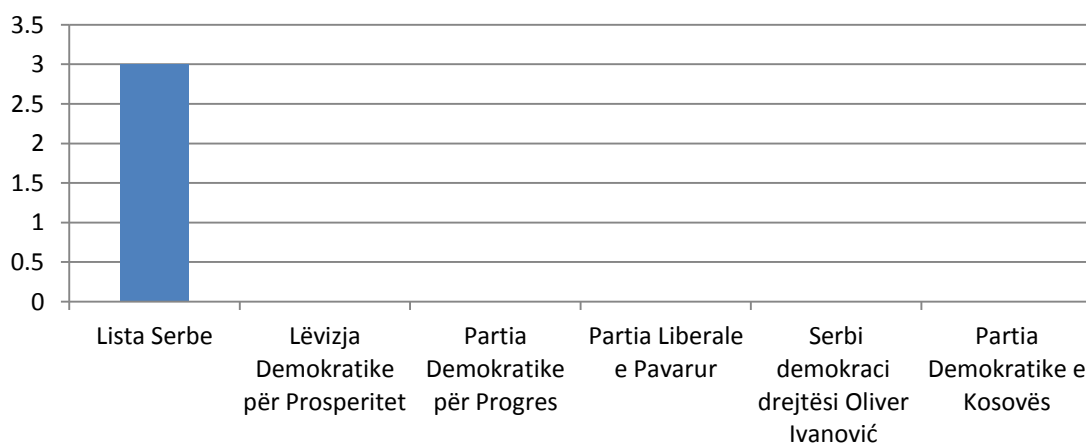
Kundër: asnjë

Neutral: Lëvizja për Prosperitet Demokratik, Partia Demokratike për Progres

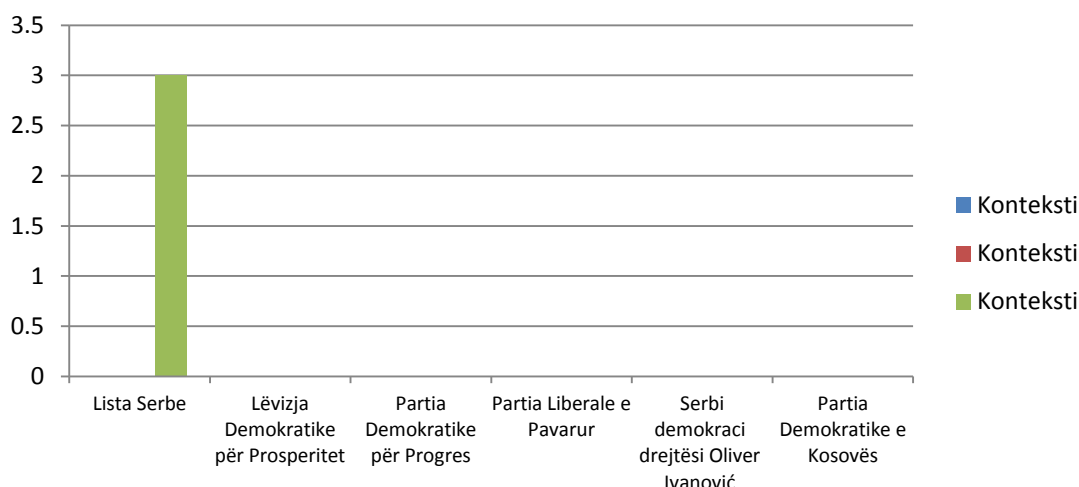
Koha në sekonda



Numri i prezantimeve



Konteksti i prezantimit



Radio Kontakt Plus në javën e 28 majit deri me 3 qershor në raportet dhe prezantimet në radio është fokusuar në pjesëmarrjen e serbëve të Kosovës në zgjedhjet parlamentare. Në këtë interval kohor, lajmet rreth bojkotimit të zgjedhjeve, mosmarrëveshjet midis subjekteve politike serbe në Kosovë dhe Qeverisë së Beogradit kanë dominuar programin e radios.

Të gjitha raportet radiofonike kanë qenë të moderuara, neutrale dhe koncize. Theksi ishte vendosur vetëm në komunitetin serb pa përmendur fare subjektet politike shqiptare dhe kandidatët e subjekteve politike serbe që nuk ishin pjesë e “Listës Serbe”.

Në reportazhe që zgjasnin prej 30 deri në 60 sekonda, ishin paraqitur opinionet e qeverisë së Beogradit, të kryetarëve të katës komunave veriore dhe të analistit politik serb, Dušan Janić. Po ashtu edhe deklaratat dhe opinionet e Komisionit Qendror Zgjedhor rreth pjesëmarrjes së serbëve të Kosovës si dhe parregullsitë me regjistrimin në listat zgjedhore dhe me materialet zgjedhore ishin transmetuar.

Të gjitha raportet ishin neutrale. Kodi etik gazetaresk ishte respektuar dhe asnjë subjekt nuk ishte favorizuar çoftë nga redaksia apo gazetarët e këtij mediumi.

Sipas kodit dhe etikës gazetareske, Radio Kontakt Plus ka raportuar në mënyrë neutrale dhe nuk ka ushtruar presion në opinionin publik.

6.4 Radio Gračanica

Hyrje: “Radio Gračanica” ishte themeluar në vitin 1999 dhe është pasardhëse e Radio Prishtinës, dhe ishte themeluar nga persona nga Radio Prishtina që kishin mbetur në Kosovë edhe pas vitit 1999. Kjo radio vazhdon të mbetet më e dëgjua në Kosovën qendrore. Radio Gračanica është anëtare e rrjetit MOST (televizioni Most nga Zveçani, television PULS në Shillovë dhe radio Gračanica e Radio Mitrova e Kosovës).

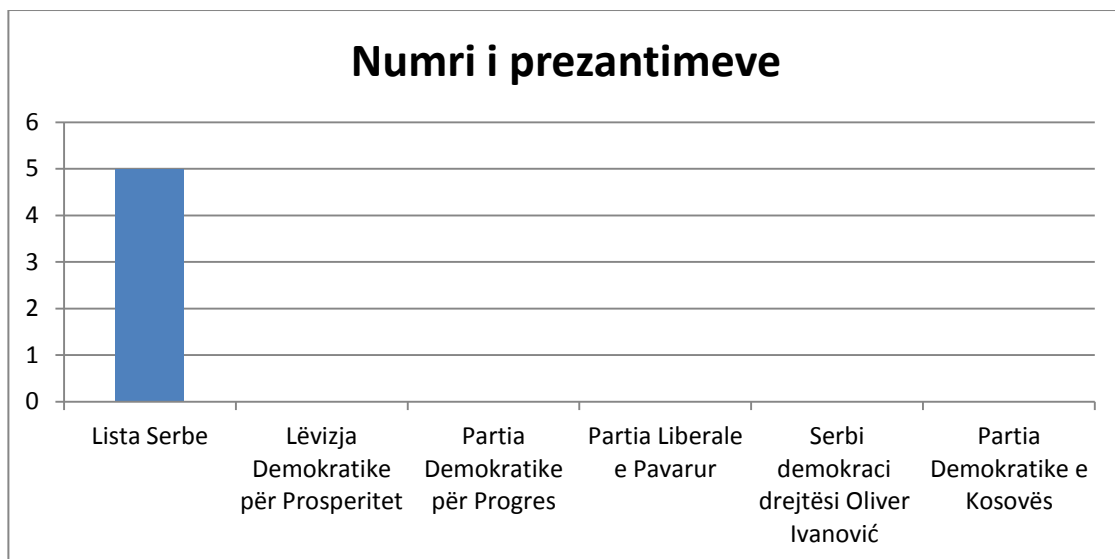
Vlerësim i përgjithshëm: Në kuadër të programit të saj “Radio Gračanica” ishte fokusuar në aktivitetet e politikanëve serbë nëpër të gjithë Kosovën gjatë fushatës zgjedhore. Të gjitha aktivitetet e subjekteve politike serbe ishin mbuluar përderisa asnjë nga subjektet nuk ishte favorizuar. Në krahasim me mediumet e tjera, kohëzgjatja e raporteve të Radio Gracniës ishte më e gjatë, përkatësisht rreth 80 sekonda. Te gjitha raportimet ishin në kontekst neutral.

Pro: Lista Serbe

Kundër: asnjë

Neutral: Lëvizja për Prosperitet Demokratik, Partia Demokratike për Progres





Në krahasim me mediumet e tjera, Radio Graçanica kishte vënë të gjithë vëmendjen e saj në koalicionin e Listës Serbe në periudhën prej 28 maj deri me 3 qershor 2014. Në baza ditore, të gjitha raportet e kësaj radioje megjithëse të balancuara dhe të pa-anshme, kishin përcjellur fillimin e fushatës, bojkotimin e zgjedhjeve dhe bojkotimin e koalicionit të “Listës Serbe”. Toni neutral kishte dominuar në raportet e tyre.

Jashtë koalicionit të “Listës Serbe” nuk kishe raporte të tjera të subjekteve politike serbe apo shqiptare që po kandidonin në zgjedhje. Deklaratat e Qeverisë së Beogradit, kryetarët e

katër komunave serbe dhe ato të Komisionit Qendror Zgjedhjet ishin transmetuar disa herë. Konteksti i këtyre raporteve ishte neutral. Kohëzgjatja mesatare e raportimeve ishte 45 sekonda.

6.5 Radio KIM

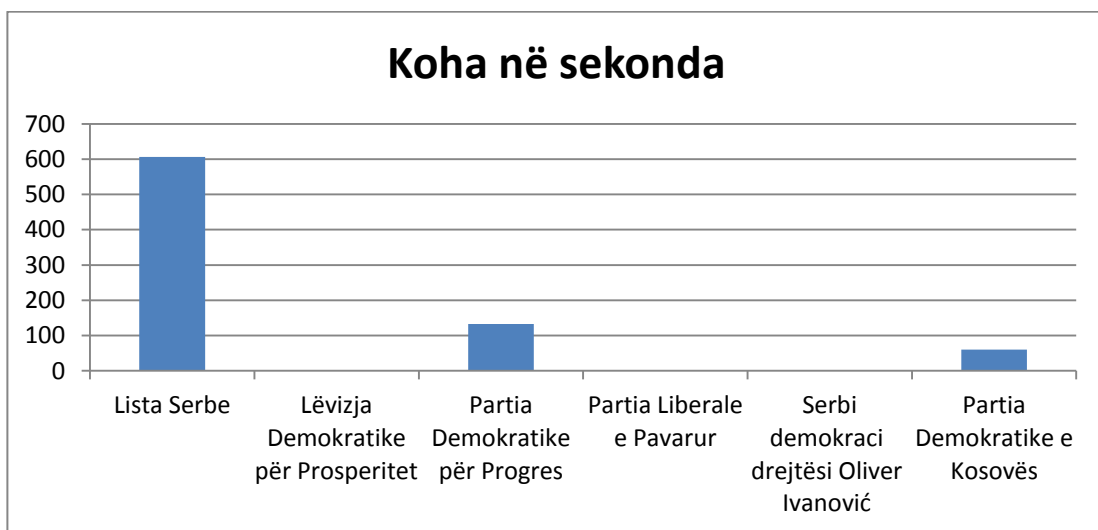
Hyrje: “Radio KIM” është shfaqur në një izolim total në mesin e mediave në Kosovë. Në periudhën e viteve 1999 dhe 2000, ka pasur një mungesë serioze të informacionit objektiv në gjuhën serbe dhe mbulimit të aktiviteteve të këtij komuniteti. Transmetimi i programit të kësaj radioje kishte filluar në dhjetor të vitit 2000 përderisa transmetimi televiziv ka filluar në maj të vitit 2013 si TV Centar. Themelimi i Radio KIM ishte mbështetur nga Qeveritë e Shteteve të Bashkuara të Amerikës, Mbretërisë së Bashkuar, Kanadasë dhe Gjermanisë. Radio KIM vepron nga Çagllavica dhe mbulon Kosovën Qendrore. Është anëtarë dhe një ndër prodhuesit kryesor të Rrjetit KOSMA. KOSMA është asociacion i mediave dhe përbëhet nga radio stacione nga regjione të ndryshme të Kosovës që bashkarisht prodhojnë programe informative në gjuhën serbe.

Vlerësim i përgjithshëm: Në periudhën prej 3 deri me 6 qershor 2014, Radio KIM ka mbuluar aktivitetet e fushatës zgjedhore të “Listës Serbe”, “Partisë Demokratike për Progres” dhe partisë politike shqiptare, Partia Demokratike e Kosovës – PDK. Raportimi ka qenë i balancuar, tematik dhe me kontekst neutral. Kohëzgjatja e raporteve ishte 120 sekonda.

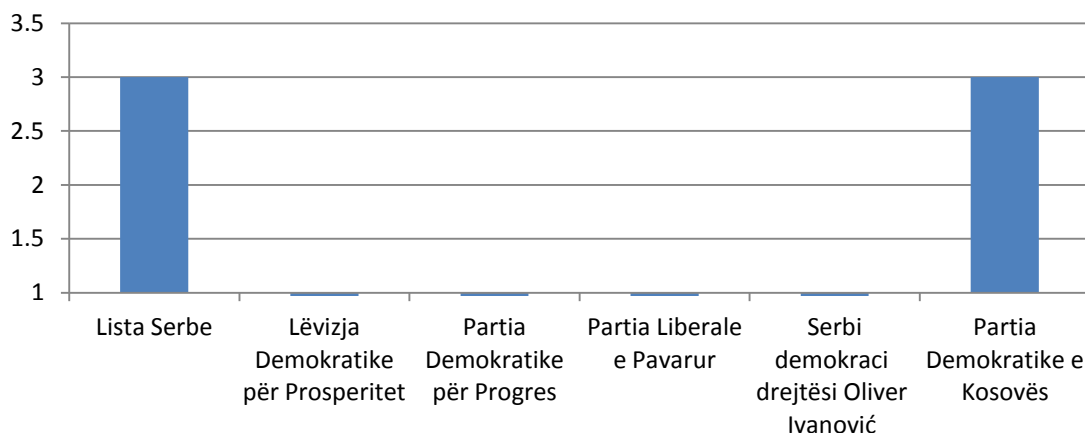
Pro: Lista Serbe

Kundër: Asnjë

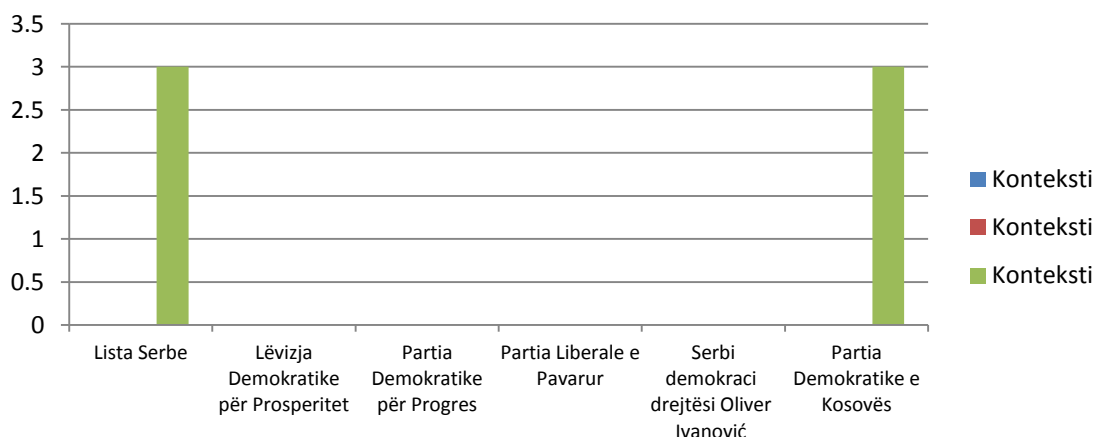
Neutral: Lëvizja për Prosperitet Demokratik, Partia Demokratike për Progres



Numri i prezantimeve



Konteksti i prezantimit



Në periudhën prej 28 maj deri me 3 qershor, Radio KIM ka raportuar në mënyrë objektive dhe neutrale për përgatitjet për fushatën zgjedhore, bojkotimin e zgjedhjeve dhe mosmarrëveshjet në mes të politikanëve serb në veri të Kosovës dhe Qeverisë së Beogradit.

Përfaqësuesit e komunitetit ndërkombëtarë si Tracey Ann Jacobson (Ambasadorja Amerikane në Kosovë), Samuel Žbogar (Përfaqësuesi Special i BE-së në Kosovë), Lamberto Zannier (Sekretari i Përgjithsëm i OSBE-së) ishin përmendur gjatë raportimit të radio KIM ku ata i bënë thirrje qytetarëve që të dalin të votojnë.

Të gjitha raportimet ishin të balancuara dhe të përshtatura për dëgjuesin e zakonshëm dhe pa retorikë të panevojshme dhe të sakta e në kohë reale.

Gjatë javës së 28 majit deri me 3 qershor, fokusi kishte qenë në analizimin dhe përcjelljen e fushatës zgjedhore dhe kalkulimeve nëse serbët e veriut do të marrin pjesë në zgjedhjet parlamentare apo jo. Duke pasur këtë parasysh, raportimet e agjencive të lajmeve dhe intervistat e analistëve politik ishin përdorur dhe trasnmetuar e po ashtu ishin ftuar edhe mysafirë në studio për të ofruar një pasqyrë të skenës politike serbe.

Edhe deklaratimet e Qeverisë së Beogradit, Kryeministrit Aleksandar Vučić dhe ministrit të Punëve të Jashtme Ivica Dačić, ishin transmetuar në kohë reale dhe në mënyrë objektive si dhe deklaratimet e përfaqësuesve të Komisionit Qendror Zgjedhor.

Raportimi ka qenë neutral dhe hapësira mediale është përdorur maksimalisht për të mbuluar pjesëmarrjen e mundshme të serbëve të Kosovës në zgjedhjet parlamentare.

Radio KIM nuk ka raportuar mbi aktivitetet e subjekteve politike serbe që nuk ishin pjesë e koalicionit të “Listës Serbe” e as rreth aktivitetëve të subjekteve politike shqiptare. Kohëzgjatja mesatare e raporteve ka qenë 50 sekonda.

6.6 B92

Hyrje: B92 a.d në Beograd ishte themeluar në vitin 1989 si një radio rinore që transmetonte vetëm për audiencën në Beograd, e që nga atëherë është zhvilluar në një kompani që përfshin një radio me frekuenca nacionale, një rrjet televiziv dhe një ueb faqe. Aktivitetet kyçe të B92 ngërthehen në tri produkte kryesore mediale:

- Televizion me frekuencë nacionale të lansuar në shtator të vitit 2000,
- Radio me frekuencë nacionale dhe
- Portal në internet me informacione dhe elemente argëtuese;

B92.net është një nga ueb faqet lidere serbe që nga viti 1996. Në kohët e sotme, lexueshmëria për faqe brenda ditës arrin rreth 3 milion dhe numri i vizitorëve unik arrin në 340.000 lexues. Organizata B92 dhe anëtarët e saj kanë fituar një numër çmimesh prestigjioze ndërkombëtare për kurajo në gazetari dhe avokim për të drejta të njeriut.

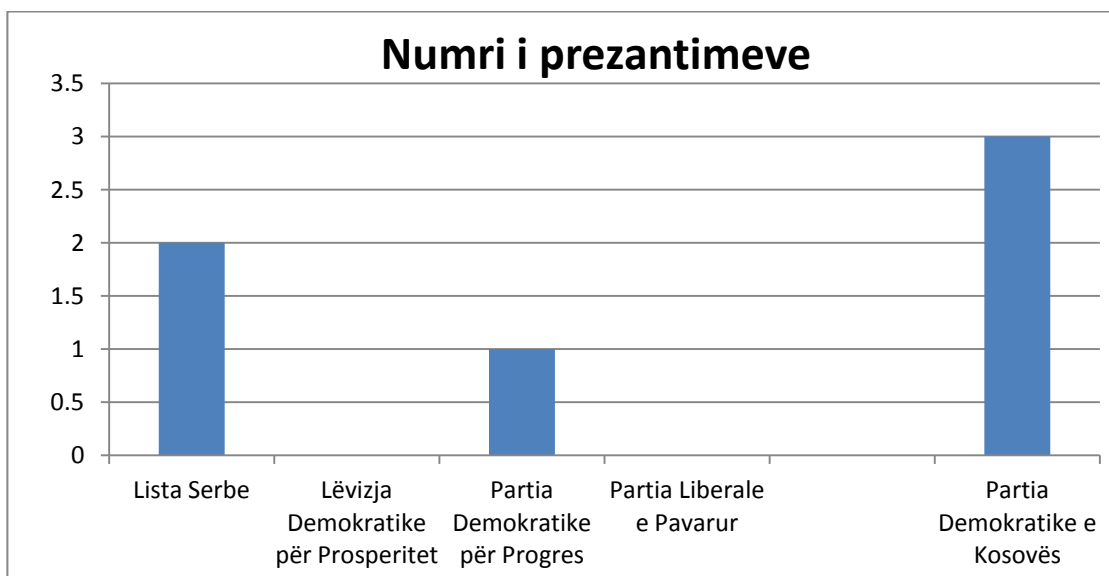
Vlerësim i përgjithshëm: Portali në ueb, b92.net, ka publikuar tekste që i dedikoheshin fushatës zgjedhore në Kosovë duke përfshirë subjektet politike serbe dhe shqiptare. Përvec raportimit dhe analizës, ishin publikuar edhe intervista dhe hulumtime rreth atmosferës në të cilën gjendeshin njerëzit në pritje të zgjedhjeve parlamentare në Kosovë. Të gjitha tekstet

kanë pasur mesatarisht një hapësirë prej 500 cm². Tekstet kanë qenë të balancuara dhe në kontekst neutral.

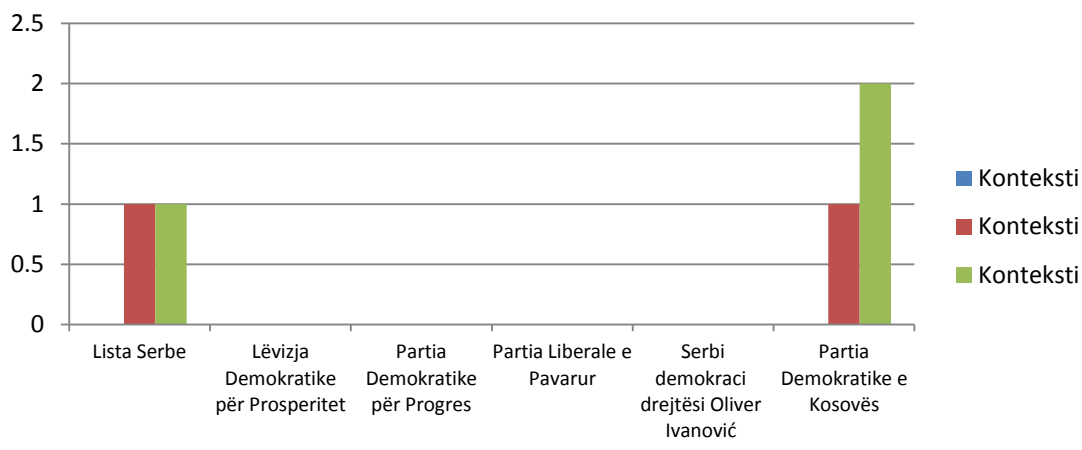
Pro: Asnjë

Kundër: Asnjë

Neutral: Lista Serbe, Lëvizja për Prosperitet Demokratik, Partia Demokratike për Progres



Konteksti i prezantimit



Duke filluar nga data 28 maj e deri me 3 qershor 2014, portali b92.net ka raportuar në baza ditore mbi procesin zgjedhor në Kosovë, kursin që po merrnin zgjedhjet, alternativat si dhe vlerësime rreth pjesëmarrjes së Shqiptarëve dhe Serbëve të Kosovës në zgjedhje.

Materiali i postuar ka qenë objektiv, konciz, lehtë i lexueshëm dhe pa retorikë të pakuptueshme apo terma ekspertësh. Megjithëse ky medium i ka vënë theksin më të madh koalicionit të “Listës Serbe”, deklarimeve të përfaqësuesve të saj mbi pjesëmarrjen në zgjedhje, mosmarrëveshjet me Qeverinë e Serbisë dhe manipulimet me numrin e Serbëve me të drejtë vote, një fokus po ashtu i ishte dhënë edhe subjekteve politike shqiptare dhe programit të tyre para-zgjedhor.

Ky medium po ashtu i ka dhënë hapësirë edhe subjekteve politike që nuk ishin pjesë e koalicionit të “Listës Serbe”. Ky portal ka publikuar tekste me tone kritike si “8000 ankesa rreth Listës Zgjedhore”, “Prishtina nuk e do koalicionin e “Listës Serbe” në Parlament”, analizat dhe qëndrimet e zyrtarëve ndërkombëtarë mbi pjesëmarrjen e Serbëve të Kosovës në zgjedhjet parlamentare etj. Të gjitha tekstet dhe postimet e këtij portali ka qenë objektive dhe në kontekst neutral. Hapësira mesatare e testit ka qenë 450 cm2.

6.7 Blic

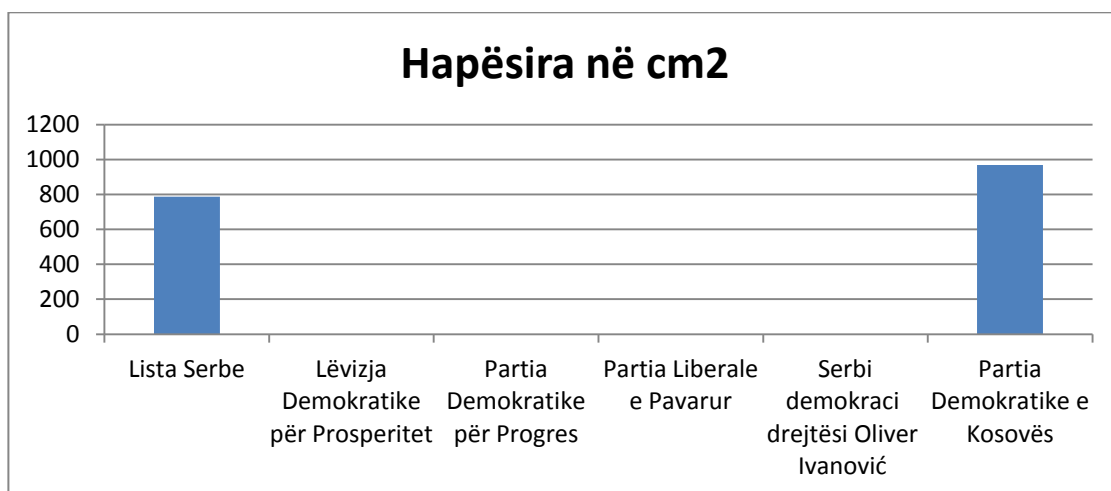
Hyrje: Blic.rs është pjesë e grupit të gazetave BLIC, një nga më të lexuarat në Serbi. Blic.rs dhe gazeta Blic janë pjesë e grupit Publishing Society Ringier Axel Springer. Blic.rs është një nga portalet kryesore serbe në internet.

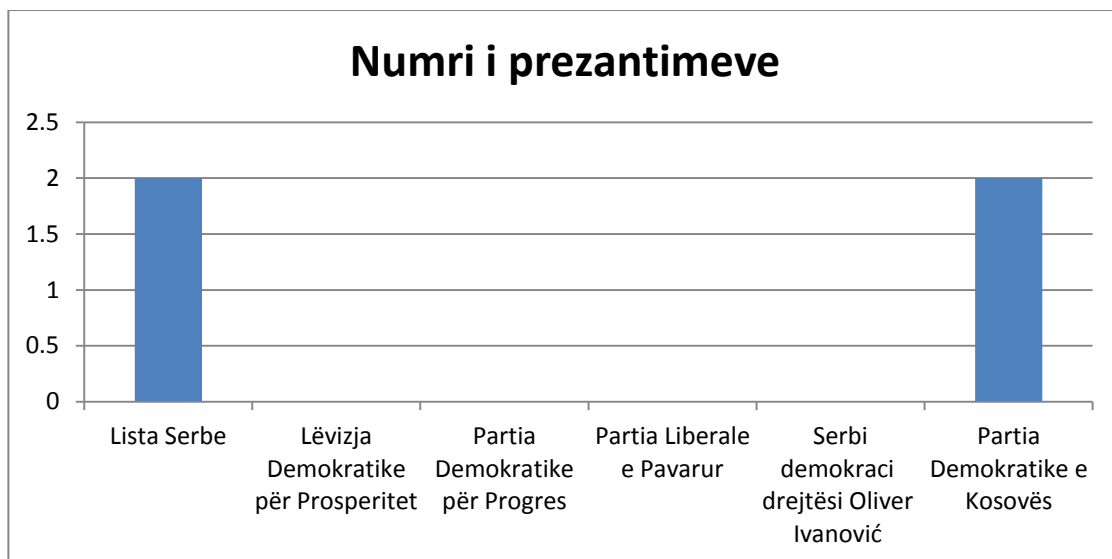
Vlerësim i përgjithshëm: Çdo ditë gjatë fushatës zgjedhore, blic.rs ka publikuar lajme që i dedikoheshin fushatës për zgjedhjet parlamentare në Kosovë. Asnjë nga subjektet politike nuk është favorizuar por gati i gjithë raportimi ka qenë vetëm për subjektet politike serbe. Autorët e teksteve nuk kanë shprehur qëndrimet e tyre. Tekstet kanë qenë objektive dhe neutrale. Hapësira mesatare që i është dhënë këtyre raporteve ka qenë rreth 400 cm².

Pro: Lista Serbe

Against: Asnjë

Neutral: Lëvizja për Prosperitet Demokratik, Partia Demokratike për Progres





E përditshmja BLIC që shet numrin më të madh të edicioneve, në portalin e saj online i ka dedikuar një hapësirë të konsiderueshme mbulimit të zgjedhjeve parlamentare në Kosovë.

Ky medium është fokusuar në pjesëmarrjen e serbëve të Kosovës në zgjedhjet, si për shembull koalicionit “Lista Serbe”. Megjithatë, “Partia Demokratike për Progres” Nenad Rašić ka pasur po ashtu hapësirë.

Temat ditore të këtij mediumi kanë qenë çështjet e koalicionit “Lista Serbe” me Qeverinë e Serbisë.

Zyrtatë të ndryshëm lokal, regjional dhe ndërkombëtarë po ashtu kanë pasur hapësirë në këtë portal. Tekstet e postuara në të, kanë qenë politikisht korrekt, të pa-anshëm, të moderuar dhe konciz. Duke respektuar kodin gazetaresk, gazetarët kanë publikuar tekste me kontekst të qartë dhe neutral. Hapësira mesatare e teskteve ka qenë rreth 350 cm².

6.8 Večernje Novosti

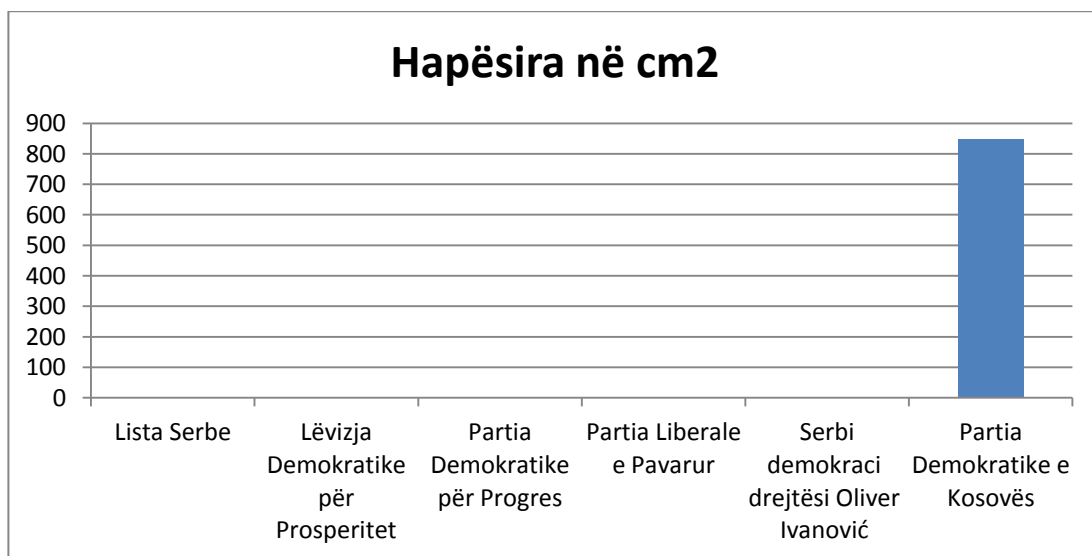
Hyrje: novosti.rs është pjesë e grupit të gazetave Večernje Novosti, ndër më të lexuarat në Serbi. Večernje Novosti pas 10 vitesh ekzistencë është shndërruar në gazetën me qarkullimin më të madh në Serbi. Ajo është shpërndarë në të gjitha vendet e ish-Jugosllavice dhe pas shpërbërjes së kësaj të fundit, gazeta vazhdon ende të jetë në qarkullim në Serbi.

Vlerësim i përgjithshëm: Në krahasim me mediat e tjera, novosti.rs ka raportuar më pak rreth zgjedhjeve parlamentare në Kosovë. Tekstet e publikuara kanë qenë në formë të analizave dhe janë marrë me pjesëmarrjen e Serbëve të Kosovës në zgjedhje. Megjithëse tekstet kanë qenë politikisht korrekte, ato nuk kanë qenë prezice dhe nuk kanë reflektuar qëndrim të qartë. Konteksti ka qenë neutral.

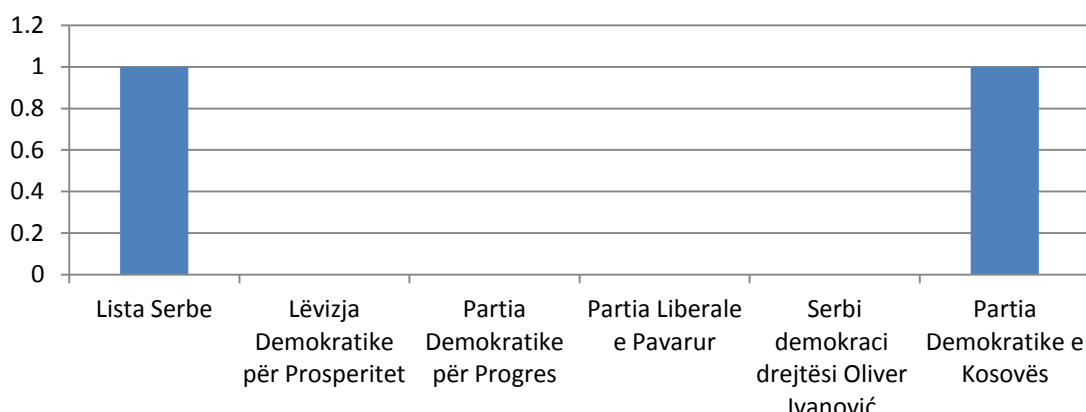
Pro: Lista Serbe

Kundër: asnjë

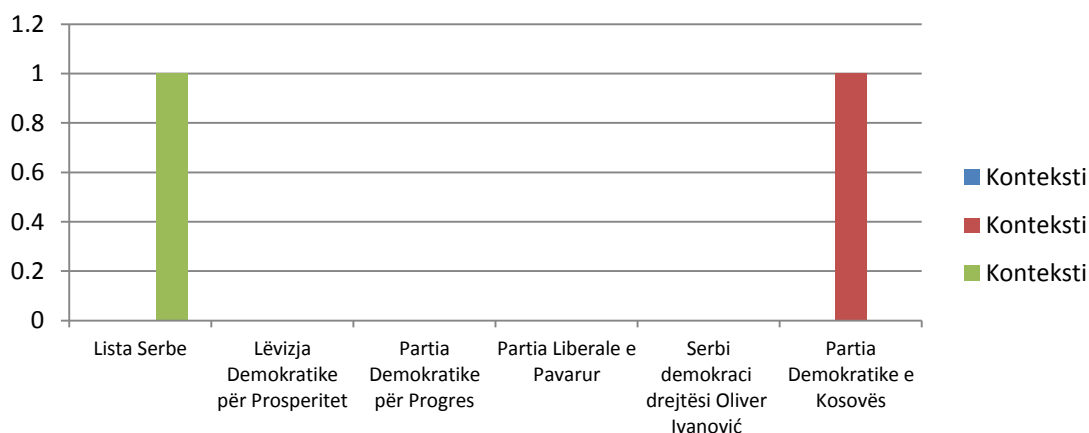
Neutral: Lëvizja për Prosperitet Demokratik, Partia Demokratike për Progres



Numri i prezantimeve



Konteksti i prezantimit



Ky portal i ka dhënë vëmendje të konsiderueshme zgjedhjeve parlamentare në Kosovë. Qendra e kësaj vëmendjeje ka qenë bojkotimi i zgjedhjeve nga Serbët e Kosovës, arsyet e bojkotit dhe pasojat e mundshme të mos marrjes pjesë në zgjedhje. Tekstet e publikuara kanë qenë të qarta dhe nuk i kanë dhënë preferencë asnjërës nga alternativat zgjedhore.

Tekstet e postuara i janë dedikuar në mënyrë të barabartë edhe serbëve në veri të Kosovës por edhe atyre në Kosovën qendrore. Nuk ka pasur raportim për partitë politike serbe apo shqiptare që kanë marr pjesë në zgjedhje. Ky portal ka postuar deklaratat e zyrtarëve shtetëror të Serbisë dhe atyre ndërkombëtarë, analistë politik si dhe analizat e Institutit për Studime të Ballkanit dhe Lindjes së Mesme.

Artikujt, tekstet dhe postimet kanë qenë korrekte, nuk ka pasur gjuhë të urrejtjes dhe konteksti i raportimit ka qenë neutral. Hapësira e dedikuar këtyre teksteve ka qenë rreth 550 cm².

6.9 Vesti-online

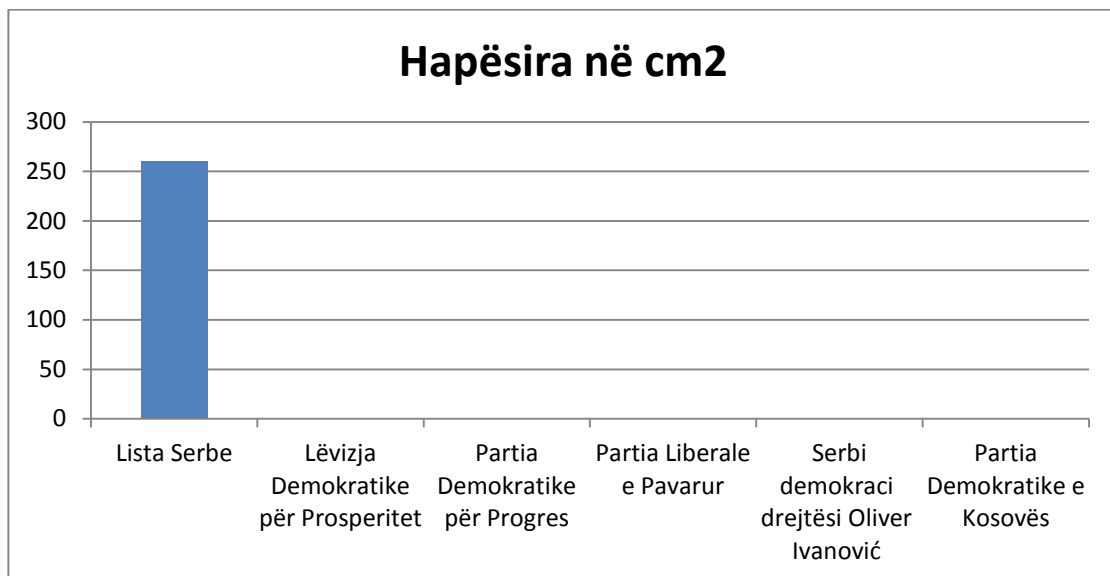
Hyrje: Vesti-online është pjesë e "Vesti" Ltd. Nga Beogradi. "Vesti" Ltd., ofron shërbime mediale, financiare dhe të publikimit. Vesti-online është një nga portalet online të nivelit nacional.

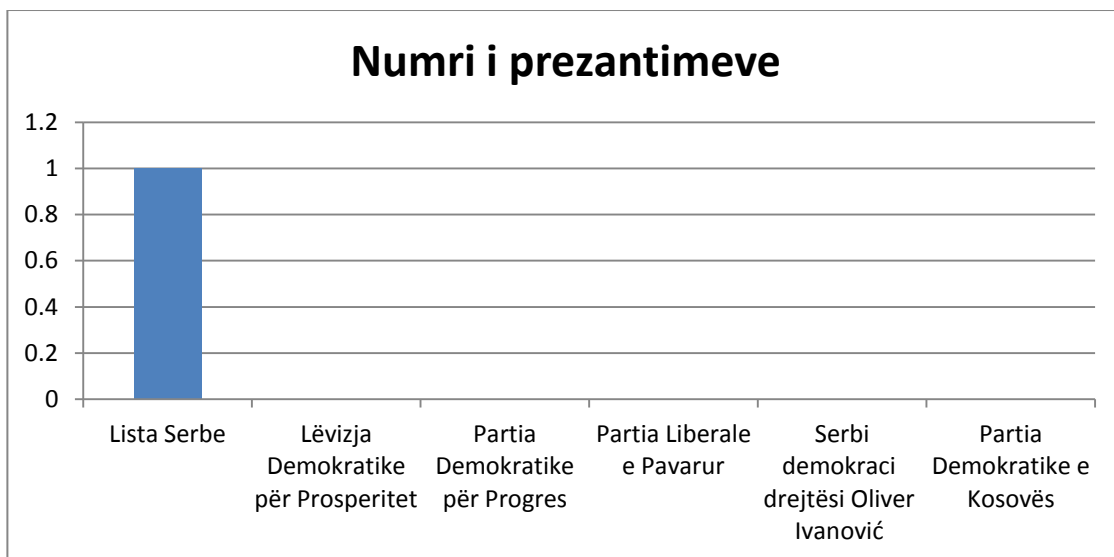
Vlerësim i përgjithshëm: Vesti-online i ka kushtuar vëmendje minimale zgjedhjeve parlamentare në Kosovë. Nga totali prej katër artikujsh të publikuar në këtë portal, që të gjithë kanë pasur të bëjnë me pjesëmarrjen e serbëve në zgjedhje. Fushata zgjedhore dhe aktivitetet e subjekteve politike nuk janë përcjellur nga ky portal. Konteksti i teksteve ka qenë neutral.

Pro: Lista Serbe

Kundër: asnjë

Neutral: Lëvizja për Prosperitet Demokratik, Partia Demokratike për Progres





Shumica e teksteve i janë dedikuar bojkotimit të zgjedhjeve nga serbët, mosmarrëveshjet me Komisionin Qendror Zgjedhjet si dhe ndikimin që ky proces zgjedhor do të ketë në komunitetin serb.

Qëndrimet dhe deklaratat e Qeverisë së Serbisë dhe përfaqësuesve politik serb nga Kosova (udhëheqësi i DSS, Marko Jakšić, kryesuesi i grupit për persona të zhvendosur Milenko Jovanović dhe kryetarit të Zubin Potokut, Stefan Vulović) ishin paraqitur po ashtu.

Që nga data 1 deri me 3 qershor 2014, në kuadër të publikimit të disa fejtoneve “Ciklet zgjedhore të Kosovës”, ishin publikuar 3 tekste kritike, në të cilat paraqitej skena politike aktuale Serbe në Kosovë, diferencat në qëndrime në mesin e subjekteve politike serbe, çfarë do të thotë bojkotimi i zgjedhjeve nga komuniteti serb dhe cilat do të jenë pasojat e mos-pjesëmarrjes në zgjedhje etj. Në këto tekste i është vënë theks abuzimit të të drejtave të Serbëve në Kosovë dhe ishte përmendur “Drama Serbe” që do të vie si rezultat i zgjedhjeve parlamentare në Kosovë.

Asnjë nga subjektet politike shqiptare pjesëmarrëse në zgjedhje nuk ishin përmendur në këto tekste. Subjektet politike serbe që po garonin si të pavarura jashtë koalicionit të “Listës Serbe” nuk ishin përmendur fare.

Të gjitha tekstet ishin të shkruara sipas kodit gazetaresk dhe nuk përmbanin gjuhë të urrejtjes. Konteksti ka qenë neutral. Hapësira mesatare dedikuar për këto tekste ka qenë 400 cm².

7. PËRFUNDIME TË PËRGJITHSHME

Kosova ka zhvilluar zgjedhjet e parakohshme të përgjithshme vetëm shtatë (7) muaj pas zgjedhjeve lokale që u zhvilluan në nëntor/dhjetor 2013. Zgjedhjet lokale të 2013 edhe pse u cilësuan si zgjedhjet më të mira të organizuara dhe realizuara në Kosovë, nuk mbetën pa shpërfaqur disa probleme kronike që e kanë përcjellë Kosovën që nga pas lufta. Në këtë kontekst një nga problemet e identifikuar gjatë këtyre zgjedhjeve ka qenë raportimi i medieve e sidomos i atyre publike, ku nga raportet e vëzhguesve vendor e ndërkombëtarë është cilësuar si raportim i një anshëm, i bazuar në preferenca partiake dhe duke shkelur rëndë kodin dhe parimet e gazetarisë profesioniste e në një masë duke e dëmtuar procesin zgjedhor në Kosovë.

Kjo nuk ka ikur pa kundërshtime, kritika dhe ka zgjuar debat publik si gjatë zgjedhjeve lokale ashtu edhe pas tyre duke pasqyruar se në vitin 2014 është paraparë të zhvillohen zgjedhjet e përgjithshme. Parashikimet që kjo situatë të ndryshojë në mediat kosovare kanë qenë të përcjella më shumë skepticizëm sidomos pas publikimit të disa raporteve ndërkombëtare të cilat rangonin Kosovën në mesin e vendeve me liri pjesërisht të lirë të medieve.

Ky presion publik ndërkombëtar dhe vendor, ka pasur ndikim që mediat në Kosovë, e sidomos ato publike, të përmirësojnë qasjen e tyre. Në përgjithësi në bazë të të gjeturave të monitorimit gjatë fushatës zgjedhore të zgjedhjeve të parakohshme është një qasje e balancuar e medieve elektronike dhe të shtypura. Përqindja, renditja ditore dhe konotacioni i raportimeve për aktivitetet elektorale të partive politike në televizionet nacionale ka pësuar një ndryshim pozitiv në krahasim me zgjedhjet lokale. Në kronikat zgjedhore të këtyre televizioneve është vërejtur tendenca që të mos bëhet gabimi i njëjtë i zgjedhjeve lokale ku mediat nacionale në atë kohë kanë shkelur parimin e mundësive të barabarta dhe qasjes së barabartë në media të të gjitha partive politike që kanë garuar në zgjedhje. E veçanta e këtyre zgjedhjeve sa i përket televizioneve nacionale është numri dhe koha e transmetimit të spoteve televizive dhe transmetimeve direkte të sponsorizuara. Edhe pse fushata elektorale e zgjedhjeve të parakohshme ka zgjatur vetëm 10 ditë në krahasim me zgjedhjet lokale ku kjo fushatë ka zgjatur 30 ditë, televizionet nacionale kanë transmetuar rreth 3300 spote ose më shumë se 303 spote se sa në zgjedhjet lokale ku janë transmetuar vetëm 2997 spote elektorale. Gjithashtu televizionet nacionale iu kanë dhënë hapësirë partive dhe koalicioneve të partive politike që të transmetojnë direkt tubime elektorale.

Tek gazetatat ditore është vërejtur pothuajse e njëjta qasje përpos në raste specifike ku gazetatat ditore të ndryshme gjatë tërë fushatës elektorale kanë raportuar për vetëm 2 parti politike duke anashkaluar partitë e tjera garuese ose në raste kur gjatë tërë fushatës zgjedhore kanë publikuar reklama të vetëm një partie politike duke ju mohuar plotësisht partive të tjera këtë hapësirë.

Sa i përket mediave në gjuhën serbe, ato kanë bërë përpjekje për të respektuar kodin etik të gazetarisë, mirëpo ato nuk ishin të balancuara sa i përket kohës së dedikuar për subjektet politike dhe kandidatët.

Asnjë nga mediat nuk ka treguar ndonjë anshmëri të dukshme në mbulimin e aktiviteteve të subjekteve politike. Kodi etik përgjithësisht është respektuar. Gjuha e përdorur gjatë raportimit përgjithësisht ka qenë e zgjedhur me kujdes dhe objektive përderisa shumica e mediave kanë qenë përgjithësisht të balancuara gjatë raportimit të tyre.

-
- i Rënditja e subjekteve dhe koalicioneve të subjekteve politike në këtë rast është bërë në bazë të renditjes alfabetike.
- ii Rënditja e subjekteve dhe koalicioneve të subjekteve politike në këtë rast është bërë në bazë të renditjes alfabetike.
- iii RTV 21 nuk ka transmetuar kronikë zgjedhore me 06 qershor për shkak të tragjedisë që ka ndodhur në Termocentralin Kosova A.
- iv Rënditja e subjekteve dhe koalicioneve të subjekteve politike në këtë rast është bërë në bazë të renditjes alfabetike.
- v RTK 1 nuk ka transmetuar kronikë zgjedhore me 06 qershor për shkak të tragjedisë që ka ndodhur në Termocentralin Kosova A.
- vi Rënditja e subjekteve dhe koalicioneve të subjekteve politike në këtë rast është bërë në bazë të renditjes alfabetike.