

# GRATË

Gjetjet kyqe nga hulumtimi sasior dhe cilësor

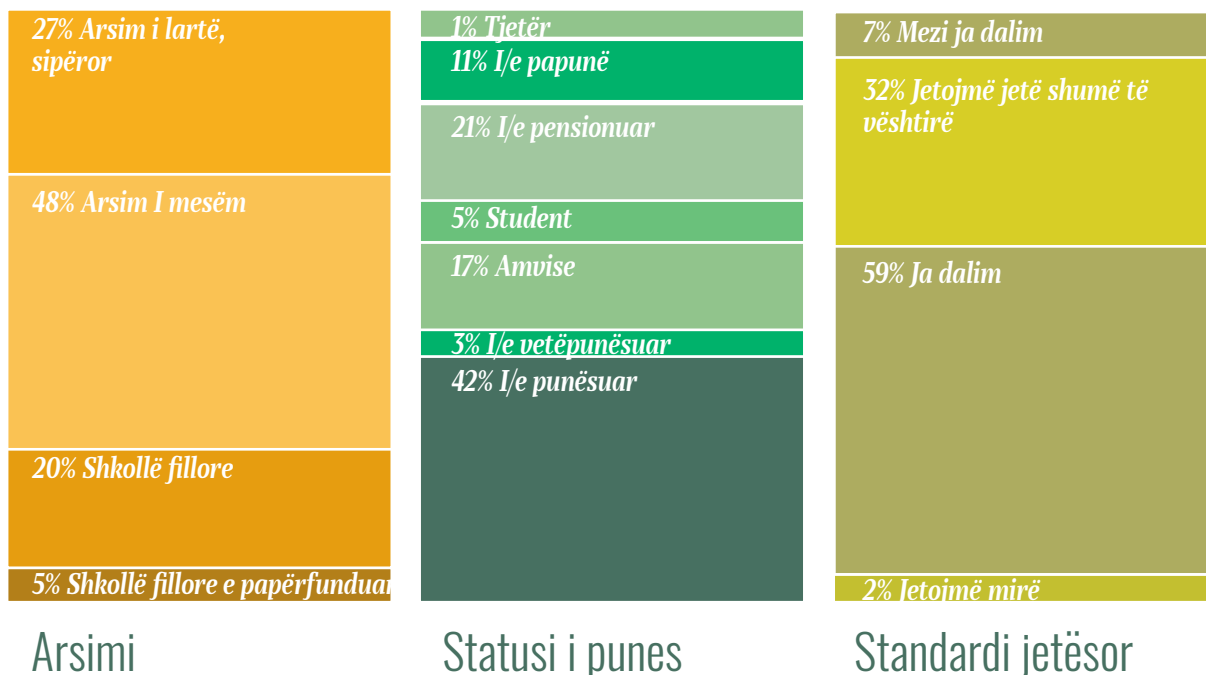
# Gratë në përgjithësi - përkufizimi dhe madhësia

Sipas të dhënave nga Enti shtetëror i statistikave për qershorin e vitit 2020, në Maqedoninë e Veriut ka gjithsej 839,730 gra mbi moshën 18 vjeç.

Gratë kanë qenë subjekt i diskriminimit dhe trajtimit të pabarabartë gjatë gjithë historisë. Normat dhe vlerat patriarkale që kanë dominuar shoqëritë me shekuj vazhdojnë deri më sot dhe gjurma historike e pabarazisë nuk mund të trajtohet vetëm me veprime ligjore. Mbetjet e saj ndikojnë në mënyrën se si gratë përfshihen në aktivitete qytetare dhe në atë se si ato lidhen me politikën, përfshirë procesin zgjedhor. Konteksti socio-kulturor në Maqedoninë e Veriut në përgjithësi i dekurajon gratë nga pjesëmarrja aktive në jetën politike, qoftë si votuese, apo edhe si aktiviste civile. Edhe pse kjo është një çështje e përmasave globale, shkalla në të cilën gratë përballen me pengesa shoqërore dhe institucionale ndryshon nga një vend në tjetrin.

## Profili demografik

Anketa sasiore ballë për ballë u administrua në një mostër përfaqësuese të 603 grave të anketuara në katër kategori: rajoni, urbane-rurale, etnia dhe arsimi. Kërkimi sasior u plotësua nga një grup fokusi, duke shtuar kontributin cilësor në analizën e përgjithshme.



# TEMAT E INTERESIT

## Interesi për zhvillimet socio-politike në vend

*Sa jeni e interesuar për zhvillimet aktuale socio-politike në vend dhe në botë?*

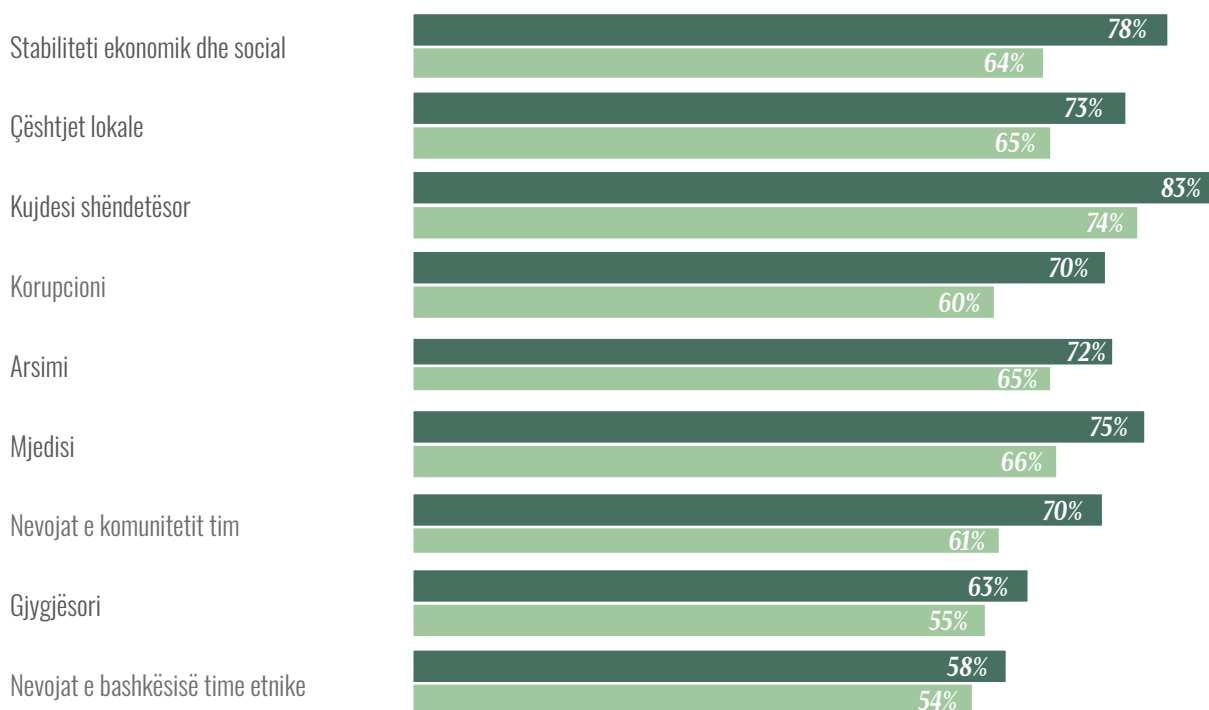


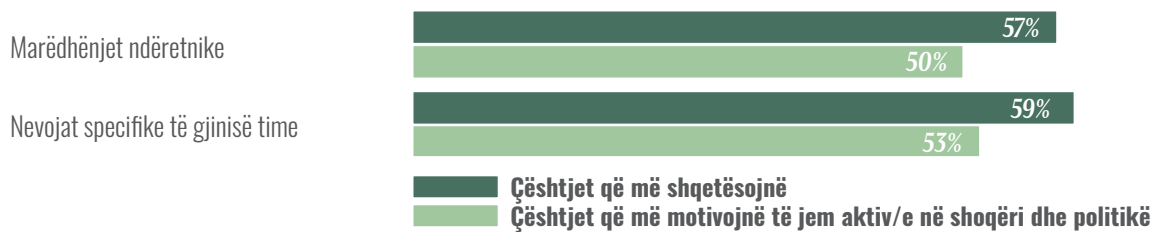
Hulumtimi tregon se 52% e të anketuarave janë “aspak” ose “jo shumë të interesuara” në zhvillimet aktuale socio-politike në vend dhe në botë, ndërsa 47% janë “shumë” ose “disi të interesuar”. Pak më shumë se gjysma (51%) rrallë ose kurrë nuk i diskutojnë këto çështje me njerëz të tjerë. Analiza e mëtejshme tregon se 13% më pak gra sesa burra tregojnë interes për zhvillimet socio-politike dhe gatishmëri për t’i diskutuar këto çështje me njerëz të tjerë.

## Shqetësimet

*Sa mendoni se ju shqetësojnë informacionet/ çështjet/ temat e mëposhtme?*

*Sa do të thoshit se çështjet/temat e mëposhtme ju motivojnë të jeni aaktiv/e në shoqëri dhe në politikë?*





Kujdesi shëndetësor (83%), stabiliteti ekonomik dhe social (78%) dhe mjedisi (75%) janë tre shqetësimet kryesore të të anketuarave dhe konsiderohen si motivuesit kryesorë për aktivizimin e tyre në shoqëri (angazhim qytetar) dhe politik, pasuar nga shqetësimet për arsimin dhe qeverisjen lokale.

Gratë e anketuara janë më pak të shqetësuara për nevoja specifike në lidhje me grupin e tyre etnik, marrëdhëniet ndëretnike, dhe është interesante - edhe për nevojat specifike të gjinisë së tyre.

Si hulumtimi cilësor, ashtu edhe ai sasior, tregojnë se prioritetet kryesore të grave janë të natyrës sociale dhe infrastrukturore që lidhen me kujdesin për fëmijët, kopshtet, shkollat dhe lagjet e sigurta. Gratë janë kryesisht të interesuara për çështje të prekshme dhe specifike që mund të përmirësojnë jetën e tyre dhe të anëtarëve të familjes dhe janë më pak të interesuara për çështje abstrakte dhe politike.

## BURIMET E INFORMACIONIT

Gratë pjesëmarrëse në fokus grupe (me gra rurale dhe urbane) janë kryesisht të interesuara për informacione në lidhje me COVID-19 dhe efektet e tij në arsim, proceset arsimore, kopshtet, papunësinë, problemet e të rinjve, si dhe situatën aktuale politike dhe formimin e qeverisë së re.

**“ Jam e interesuar për informacionin në lidhje me gjithçka që ndikon jetën time të përditshme, nga arsimi te shëndetësia dhe ekonomia. Për shembull, është shumë e rëndësishme nëse shkollat do të rinisin në shtator [me praninë fizike të fëmijëve] ”**  
**Femër, 39, Shkup**

Njëzet e shtatë përqind (27%) e të anketuarave theksojnë se ato mësojnë për zhvillimet socio-politike përmes rrjeteve sociale, 7% përmes portaleve të internetit, 4% përmes familjes dhe miqve të tyre, ndërsa 9% nuk janë fare të informuar.

Ngjashëm me trendet në popullatën e përgjithshme, mediat sociale përdoren më shpesh nga gratë më të reja të moshës deri 24 vjeç (54%), studentet (46%) dhe ato me arsim të lartë (39%).

Gjetjet e grupeve të fokusit tregojnë një nivel të ulët të besimit në media midis grave pjesëmarrëse, kryesisht për shkak të lajmeve të rreme dhe paragjykimëve të perceptuara të mediave. Prandaj, ekziston një tendencë e ndjekjes së informacionit nga disa media të ndryshme për ta krahasuar dhe për të formuar mendimin e tyre.

“ Unë nuk kam një media specifike të e cila kam besim sepse për mendimin tim të gjitha lajmet janë të censuruara dhe 90% e informacionit është i rremë dhe i pakuptimtë. ”

Femër, 35, Shkup

Më shumë se gjysma e grave të anketuara (52%) treguan se televizioni është burimi i tyre mbizotërues i informacionit, një përqindje pak më e lartë krahasuar me burrat (45%).

TV 52%

## PJESËMARRJA QYTETARE

Tetë nga dhjetë të anketuara nuk janë të interesuara të rrisin aktivitetin e tyre qytetar

*A keni qenë e përfshirë në ndonjë ngjarje, aktivitet ose proces që mund të ketë ndikuar në ndryshime në komunitet ose në vendin ku jetoni?*



*A jeni e interesuar që të keni një përfshirje më aktive qytetare?*



Midis grave ka më pak të anketuara që janë të angazhuara në jetën qytetare (26%) sesa midis burrave (40%).

Gjithashtu, më shumë burra (30%) krahasuar me gratë (17%) janë të interesuar për përfshirje më aktive qytetare.

Gratë e anketuara treguan faktorët e mëposhtëm që kontribuojnë në nivelin e ulët të pjesëmarrjes qytetare:

- ♦ Mungesa e transparencës, përgjegjësisë dhe dhe së institucioneve.
- ♦ Mungesa e profesionalizmit, kompetencës dhe motivimit midis punonjësve publikë.

- ♦ Motivimi i pamjaftueshëm për të vazhduar në ndjekjen e iniciativave dhe perceptimin e tyre si “beteja tashmë të humbura”.
- ♦ Vazhdimësia e stereotipeve dhe paragjykimëve ndaj grave.
- ♦ Ndërgjegjësimi i ulët për veten dhe të drejtat e njeriut mes grave.
- ♦ Ngarkesa e tepërt e punës me përgjegjësitë familjare dhe kujdesin për fëmijët dhe të moshuarit.

Faktorët e lartpërmendur tregojnë se pjesëmarrja qytetare e grave ndikohet nga sfidat në mënyra komplekse. Përveç sfidave me të cilat përballen të dy gjinitë, nga gratë tradicionalisht pritet të ofrojnë shërbime të kujdesit në familje, të cilat nga ana tjetër zvogëlojnë kohën e tyre të lirë dhe mundësitë për t'u marrë me aktivitete qytetare.

*“Mendoj se nuk kemi besim tek institucionet sepse ato luajnë ping-pong me ne. Sa herë që ankohe mi, ato thonë se kjo çështje nuk është në fushën e tyre. Kështu që i drejtohe mi një institucioni tjetër, ku përsëri thonë se nuk janë kompetent për të zgjidhur çështjen. Kjo vazhdon derisa të lodhe mi dhe të tërhiqem i të dorëzohem i.”*

*Femër, 45, Shtip*

## Faktorët që nxisin përfshirjen

Përgjegjësia e sistemit është motivimi kryesor për gratë e anketuara për të marrë pjesë në aktivitete që mund të sjellin ndryshime në komunitet, siç vihet re nga 26% e të anketuarve. Faktorë të tjerë të rëndësishëm kanë të bëjnë me planet për marrjen e përfitimeve personale ose familjare (15%) dhe me përfaqësimin e interesave të tyre (11%).

Më shumë se gjysma e të anketuarave (57%) besojnë se nuk mund të kenë ndikim si qytetare, ndërsa, ngjashëm me grupet e tjera demografike, 26% besojnë se mund të kenë një ndikim domethënës në komunën e tyre.

Më shumë gra (57%) sesa burra (48%) besojnë se ato nuk mund të kenë ndikim si qytetare. Kjo nuk është për t'u habitur duke pasur parasysh që gratë janë më pak aktive sesa burrat dhe kanë vetëdije më të ulët për të drejtat e tyre qytetare. Më pak se 5% besojnë se mund të ndikojnë tek Kryeministri, Parlamenti, ministrat dhe Kryetari i shtetit.

Ndarja e mëtejshme e të dhënave të sondazhit sugjeron që mosbesimi në ndikimin e vet është më i theksuar tek gratë në kategoritë e mëposhtme:

- ♦ Gratë - shqiptare ose të bashkësive të tjera jo-shumicë
- ♦ Gratë me arsim të ulët
- ♦ Gratë - amvise
- ♦ Gratë në zonat rurale

## Gatishmëria dhe aftësia për të marrë pjesë në aktivitete qytetare

Sa i përket çështjes së pjesëmarrjes në aktivitete qytetare, 39% nga të anketuarat shprehën një preferencë për broshura ose fletëpalosjet si mjete informacioni, 37% preferonin takimet me kolegë/e/shokë/qe për të diskutuar çështjet publike të cilat i shqetësojnë personalisht apo familjarisht, dhe 36% shprehën një preferencë për pjesëmarrje në sondazhe. Një përqindje dukshëm më e vogël e të anketuarave është e gatshme të marrë pjesë në aktivitete qytetare, veçanërisht në tubime partiake (12%), takimet në internet (13%) dhe debate publike (14%).

### Në cilën nga aktivitetet qytetare dëshironi të merrni pjesë?

**36%**

Të përgjigjeni në pyetorë



**39%**

Të lexoni broshurë ose fletushkë



**37%**

Të takoni kolege/gë, miq për të diskutuar



Në përgjithësi, gratë priren të marrin pjesë më pak në aktivitetet qytetare të mësipërme krahasuar me burrat.

Hulumtimi tregon se 56% e të anketuarave nuk besojnë se mund të bëhet një ndryshim pozitiv nga angazhimi individual (34%) ose angazhimi në OJQ-re (22%), ndërsa 31% kanë mungesë interesi në politikë, me sa duket për shkak të motivimit të ulët që rezulton nga ngarkesa e tepërt me punët e shtëpisë dhe të kujdesit.

Gratë kanë tendencë të tregojnë mungesë interesi në politikë (31%) më shumë se burrat (19%).

Pjesëmarrëset femra në diskutimet e grupeve të fokusit thanë se kjo është një “botë e burrave” ku zërat e grave nuk merren parasysh seriozisht. Ata besojnë se iniciativat e grave janë më pak efektive në krahasim me iniciativat e burrave ose të përziera. Të anketuarit nënvizojnë se suksesi i iniciativave të udhëhequr nga gratë varet nga një sërë faktorësh duke përfshirë bashkëpunimin me njerëz të tjerë, punën në ekip, mbështetjen e ndërsjellë, këmbënguljen dhe vullnetin të gjitha këto faktorë e kompensojnë mungesën e mbështetjes institucionale, si dhe i shmangin pengesat e vazhdueshme sistematike (institucionale apo në shoqëri) që dëmtojnë gratë.

Një çështje tjetër e theksuar nga të anketuarat është edukimi i vajzave, stimulimi i vetëbesimit, siguri në vete dhe këmbënguljes së tyre, si dhe ngritja e vetëdijes së tyre në lidhje me barazinë gjinore. Ata gjithashtu theksuan që djemtë duhet rritur në atë mënyrë që t'i respektojnë gratë dhe të promovojnë barazinë gjinore në vend të roleve gjinore patriarkale në shtëpi dhe në shoqëri.

**“ Në fakt, unë besoj se gratë janë më aktive. Fatkeqësisht në këtë shoqëri shoviniste dhe patriarkale, kur gratë marrin iniciativë, na jepet shumë pak vëmendje. Iniciativat tona madje mund të përqeshen, ndryshe nga iniciativat e përziera ose iniciativat e burrave. Kam përshtypjen se ne perceptohemi si gjithmonë të pakënaqura; gjithnjë duke kërkuar diçka që nuk e kemi ... kështu që mendoj se edhe pse gratë marrin iniciativa, nuk ka asnjë reagim. Kjo është përvoja ime. ”**

**Femër, 28, Kumanovë**

# PROCESI ZGJEDHOR

Pjesëmarrësit e grupeve të fokusit kanë tendencë t'i lidhin zgjedhjet në vend me frazat në vijim: “tepër të shpeshta”, “shpenzime të mëdha për buxhetin e vendit”, “fushata të shtrenjta parazgjedhore”, “monotoni”, “premtime të rreme” dhe “sulme midis kundërshtarëve politikë

**A besoni se çdo votë është e rëndësishme dhe mund të ndikojë në rezultatet e zgjedhjeve?**

**70%**

Po

**22%**

Jo

**1%**

Refuzon të përgjigjet

**7%**

Nuk e din

Shtatë nga dhjetë të anketuara besojnë se çdo votë është e rëndësishme dhe mund të ndikojë në rezultatet e zgjedhjeve, ndërsa dy në dhjetë nuk e besojnë këtë.

Më shumë gra (22%) sesa burra (15%) nuk besojnë në rëndësinë e çdo vote dhe arsyeja e skepticizmit mund të jetë për shkak të shkallës më të ulët të besimit dhe sigurisë së grave në institucionet e sistemit, duke përfshirë këtu edhe ato gra të cilat janë të kyqura në administrimin e zgjedhjeve.

Pothuajse dy të tretat e të anketuarave (64%) tregojnë se votimi në vetvete nuk është i mjaftueshëm për të angazhuar qytetarët në ndryshime të politikave, 23% besojnë se votimi mund të shkaktojë ndryshim apo ndikim mbi politikën, ndërkohë që 11% thonë se nuk kanë njohuri mbi këtë çështje.

Parimi i pranuar përgjithësisht se gratë shmangen nga pjesëmarrja e publikut është gjithashtu i zbatueshëm këtu. Gjegjësisht, ndërsa shumica e grave besojnë se votimi nuk është i mjaftueshëm për të përfshirë qytetarët në ndryshime të politikave, ato gjithashtu hezitojnë të angazhohen më shumë. Prandaj, mungesa e angazhimit është një çështje komplekse, e cila nuk varet vetëm nga mungesa e vetëdijes politike dhe si e tillë kërkon analiza dhe interpretime të mëtejshme.

## Motivimi për të votuar

**Sa rregullisht ju votoni?**

**52% rregullisht**

**21% shpesh**

**13% ndonjëherë**

**6% zakonisht jo**

**5% asnjëherë**

Pesëdhjetë e dy përqind (52%) e të anketuarave në sondazh tregojnë se ata votojnë pothuajse rregullisht, 21% shpesh, 13% ndonjëherë, 6% zakonisht abstenojnë dhe 5% abstenojnë rregullisht.

Dyzet e dy përqind (42%) e të anketuarave në sondazh votojnë për parti të ndryshme politike gjatë cikleve të ndryshme zgjedhore, ndërsa 39% votojnë rregullisht për të njëjtën parti.



## Faktorët që ndikojnë në vendimin e tyre për të votuar

Tre faktorët kryesorë që ndikojnë pozitivisht në vendimin e të anketuarave për të votuar janë: perceptimi se votimi është një e drejtë dhe detyrë qytetare (53%), perspektivat për një të ardhme më të mirë (41%) dhe frika se vota e tyre do të vidhet (26%).

Gjashtëdhjetë e dy përqind (62%) e grave të anketuara tregojnë se vendimi i tyre për të votuar zakonisht ose shumë shpesh përputhet me atë të familjeve të tyre, ndërsa 26% pohuan se vendimi i tyre është i njëjtë ose se është shpeshherë i njëjtë me atë të miqve të tyre.

**53%**

Civic right and duty



**41%**

Ardhmëri më e mirë



**26%**

Frika se dikush do ta vjedhë votën e tyre



Pjesëmarrësit e sondazhit do të dëshironin të shihnin më shumë njerëz të njohur, dhe të rinj në listat e kandidatëve.

**Nëse në listat e kandidatëve ka përfaqësues të grupeve në vijim, sa gjasa ka që ju të votoni për atë parti politike?**

Përfaqësuesit e komunitetit lokal

6%

9%

45%

40%

Gra

5%

7%

47%

41%

Të rinjë

5%

7%

41%

47%

Njerëzit familjarë



Ka më shumë

Nuk ka ndikim

Ka më pak gjasa

Nuk e din

Është interesante se, edhe pse gratë nuk shqetësohen për nevojat specifike të gjinisë së tyre ose me përfaqësim të barabartë gjinor, ato priren të shprehin kënaqësi kur gratë janë aktive në politikë dhe preferojnë të votojnë për gratë.

Kështu, ekziston një mospërputhje midis të kuptuarit të barazisë gjinore dhe zbatimit të saj praktik (p.sh. gratë që kandidojnë për funksione politike). Kjo mospërputhje mund të jetë rezultat i përpjekjeve të pamjaftueshme të institucioneve arsimore, shoqërisë civile dhe mediave për të rritur ndërgjegjësimin e publikut për rëndësinë e barazisë gjinore dhe për të shmangur stigmatizimin e fjalës “feminizëm”.

## Demotivimi për të votuar

Pakënaqësia me qeverinë në detyrë dhe partitë politike është faktori kryesor që ndikon në vendimin e pjesëmarrësve të sondazhit për të abstenuar nga votimi.

***Çfarë mund të ndikojë në vendimin tuaj për të mos votuar?***

Nuk u besoj partive politike

10%

Nuk më intereson politika

7%

Të gjitha parti politike janë të njëjta për mua

10%

Nuk ka asnjë parti/politikan që përfaqëson interesat dhe vlerat e mia

6%

Nuk kam informacion të mjaftueshëm në lidhje me programet zgjedhore partiake

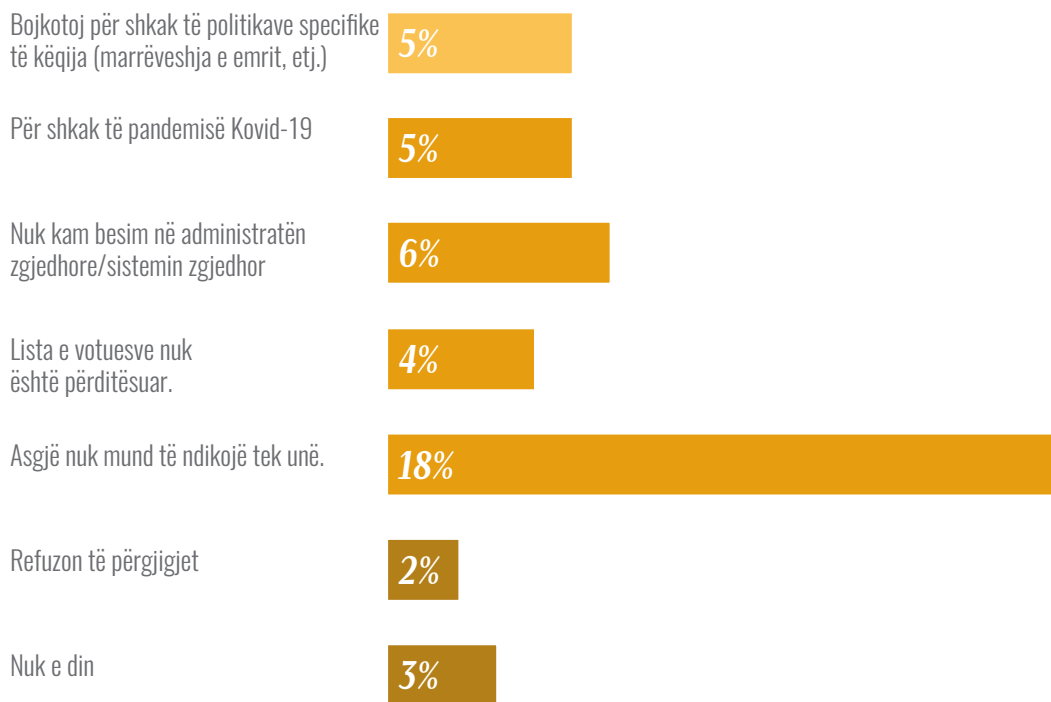
3%

Jam i zhgënjyer me qeverisjen aktuale

14%

Sistemi aktual favorizon partitë e zgjedhura.

6%



Përqindja e lartë e grave (7 nga 10) ,që besojnë se çdo votë është e rëndësishme, përputhet me gjetjet e fokus grupit, se një pjesë e votuesve femra të pakënaqura konsiderojnë bojkotimin e zgjedhjeve si një mënyrë për të shprehur zhgënjimin dhe revoltën kundër partive politike dhe për të kërkuar ndëshkimin përkatës për premtimet e tyre të porealizuara.

*“ Ndoshta do të ishte më mirë nëse shumica e njerëzve nuk do të dilnin për të votuar. Nëse ka një numër të madh të votuesve të pakënaqur që nuk dalin për të votuar, atëherë partitë politike mund të alarmohen se diçka me të vërtetë nuk është në rregull. Unë mendoj se ky do të ishte një mesazh i mirë për ata, që të fillojnë të mendojnë për këtë vend dhe këta njerëz. ”*

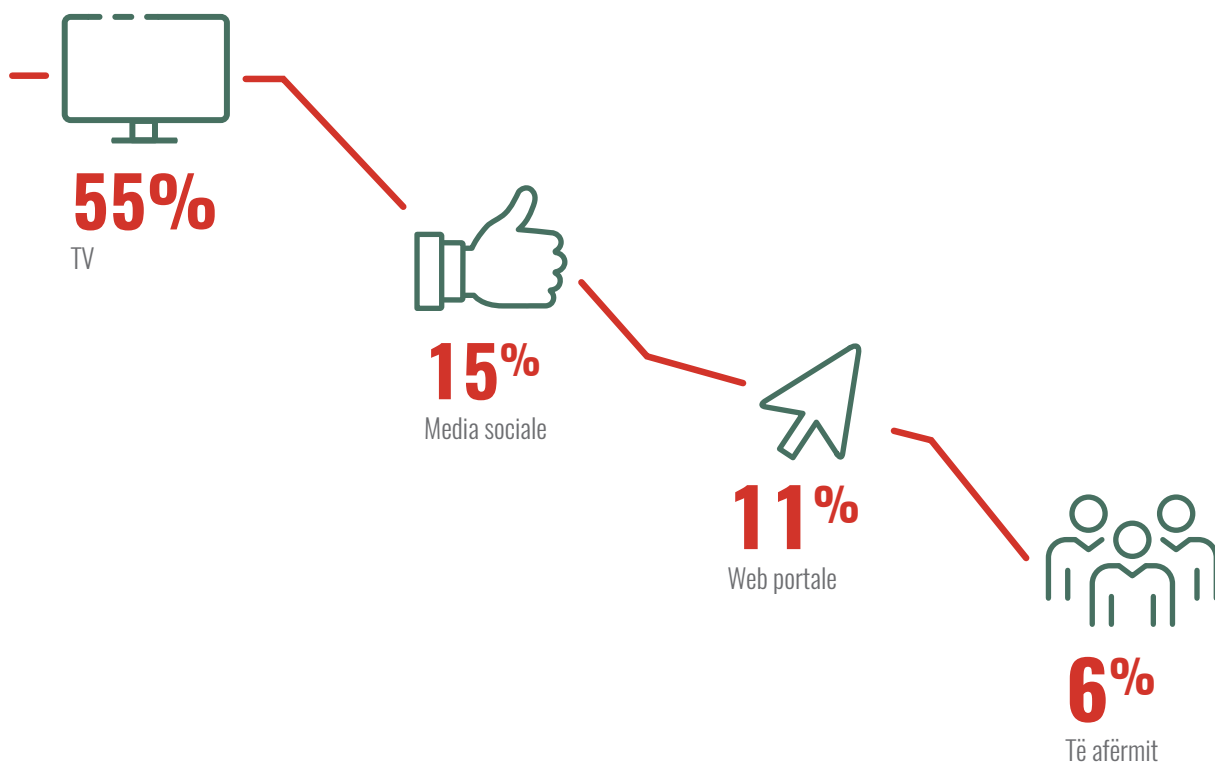
**Femër, 39, Shkup**

# KOMUNIKIM ME KANDIDATËT DHE PARTITË

Televizioni (55%), mediat sociale (15%), portalet në internet (11%), miqtë dhe anëtarët e familjes (6%) janë burimet kryesore të informacionit rreth zgjedhjeve për të anketuarat.

Pjesëmarrëset në studim vunë në dukje se lajmet (51%) dhe debatet (26%) janë mënyrat më të praktikuara të marrjes së informacionit, ndërsa një në dhjetë të anketuara (13%) nuk kërkojnë fare informacione zgjedhore.

## *Ku i merrni informacionet për zgjedhjet?*



Media (19%), komunikimi derë më derë (14%) dhe komunikimi personal në grupe më të vogla (14%) janë **llojet më të preferuara të komunikimit me kandidatët e partive dhe përfaqësuesit e zgjedhur midis zgjedhjeve**. Njëzet e dy përqind (22%) e të anketuarave mbështeten në të kaluarën politike të kandidatëve në marrjen e një vendimi të informuar.

**Llojet e njëjta të komunikimit preferohen edhe me kandidatët para zgjedhjeve:** media (30%), komunikimi derë më derë (22%) dhe komunikimi personal në grupe më të vogla (22%), ndërsa 32% e të anketuarave mbështeten mbi të kaluarën politike të kandidatëve në marrjen e një vendimi të informuar.

Pjesëmarrësit e sondazhit presin që partitë politike:

- ♦ Të nxisin diskutime të hapura me qytetarët në lidhje me çështjet lokale dhe të sugjerojnë zgjidhje.
- ♦ Të familjarizohen me komunën, shqetësimet dhe problemet lokale.
- ♦ Të marrin masa për të përmirësuar sigurinë e fëmijëve në oborret e shkollave.
- ♦ Të theksojnë nevojën për qendra për fëmijët me autizëm, programe mbështetëse dhe mbrojtëse për kategoritë e ndjeshme sociale, përfshirë prindërit e vetëm.
- ♦ Të ulin korrupsionin në institucionet shtetërore.
- ♦ Të respektojnë të drejtat dhe liritë e njeriut.

## **BARRIERAT**

Pjesëmarrja dhe përfaqësimi i pabarabartë në jetën politike dhe në angazhimin qytetar është sfida kryesore e çdo shoqërie demokratike, duke përfshirë Maqedoninë e Veriut. Pabarazia gjinore është arsyeja kryesore për pjesëmarrjen dukshëm më të ulët të grave në jetën socio-politike krahasuar me burrat. Pavarësisht nga njohja zyrtare e të drejtave të barabarta politike të grave dhe burrave, pjesëmarrja socio-politike (anëtarësia dhe pjesëmarrja në parti politike, kandidimi për poste, zgjedhja dhe postet brenda organeve legjislative ose administrative) mbetet e dominuar nga burrat. Zhvillimi i shoqërisë varet nga njohja e plotë e përvojave, aftësive dhe shqetësimeve të grave dhe pjesëmarrja e plotë dhe përfaqësimi i tyre në vendimmarrjen legjislative.

Studimi ka identifikuar faktorët dhe pengesat kryesore që ndikojnë në pjesëmarrjen qytetare dhe politike të grave. Pengesat lidhen me faktorët socio-ekonomikë, kapacitetin dhe ndikimin kulturor.

**Sistemi patriarkal i vlerës** që përcakton vendin (në shtëpi) dhe rolin (nëna, motra, gruaja) e grave në shoqëri.

Duke u nisur nga ajo që u tha më sipër, **bëhet e qartë mungesa e kohës** për shkak të rolit të grave si ofruese e kujdesit parësor në familje dhe për shkak të ngarkesës së punës në familje

**Vështirësi për t'u lidhur me tema dhe çështje politike**, veçanërisht ato që nuk i prekin drejtpërdrejt.

**Mungesa e njohurive rreth formave të ndryshme të pjesëmarrjes qytetare dhe politike:** mundësitë e disponueshme për pjesëmarrje, përfitimet nga pjesëmarrja, etj., veçanërisht në mesin e grave me arsim dhe status socio-ekonomik të ulët.

**Skepticizmi rreth fuqisë së tyre për të ndikuar në** politikën në vend dhe për të përmirësuar cilësinë e jetës.

**Ndjenja se nuk i marrin seriozisht edhe** besimi se iniciativat e ngritura nga gratë janë më pak efektive në krahasim me iniciativat e burrave ose të përziera gjinore.

**Mungesë e aftësive dhe njohurive për të marrë pjesë me besim, veçanërisht në jetën politike** për shkak të perceptimit të rrënjosur historikisht se burrat janë të përshtatshëm për jetën politike ndërsa gratë për rolin riprodhues dhe të kujdesit familjar.

## **REKOMANDIME**

Në përgjigje të këtyre sfidave dhe pengesave të identifikuara, rekomandohen një sërë ndërhyrjesh që mund të kontribuojnë në mënyrë efektive për të përmirësuar pjesëmarrjen qytetare dhe politike të grave në vend:

**Të rritet ndërgjegjësimi në lidhje me rëndësinë e pjesëmarrjes së grave në çështjet civile dhe politike në shoqëritë demokratike për të kundërshtuar stereotipat gjinorë dhe për të kontribuar në ndërtimin e një kulture politike të favorshme për pjesëmarrjen e grave në të gjitha nivelet e shoqërisë:**

- Të theksohet rëndësia e përfitimeve nga pjesëmarrja socio-politike.
- Të zërthehen stereotipat dhe paragjykimet.
- Të promovohet barazia e grave në politikën e partive politike dhe shoqërinë në tërësi.
- Të përdoret imazhi pozitiv i përfaqësuesve politikë të grave në fushatat politike.
- Sjellja e anëtarëve të partisë të jetë në përputhje me vlerat e barazisë gjinore.
- Të ndërtohen aleanca me burra dhe organizata të tjera të grave për të promovuar pjesëmarrjen e grave në jetën publike dhe politike.
- Të forcohet trajnimi qytetar në sistemin arsimor zyrtar në të gjitha nivelet dhe të nxitet arsimi i të rriturve për barazinë gjinore dhe mosdiskriminimin

**Të rritet rëndësia dhe kuptimi i pjesëmarrjes qytetare dhe politike**

- Të edukohen gratë për rëndësinë e pjesëmarrjes.
- Të vendoset lidhja midis shqetësimit dhe problemet konkrete të grave me fuqinë e tyre për të ndikuar në politikën dhe procesin e vendimmarrjes në përgjithësi.
- Të zbatohen fushata me një çështje të vetme që kanë në shënjestër gratë dhe që adresojnë çështje përkatëse të politikave ose vendimet e ardhshme politike dhe kanë fuqinë për t'i angazhuar ato.
- Të nisen aktivitete të përbashkëta të komunitetit në nivel mikro me organizata dhe ekspertë që merren me çështje të interesit p.sh. fëmijët, sigurinë e trafikut, ndriçimin e hapësirave publike, sistemet e furnizimit me ujë.
- Të vendose problemet dhe shqetësimet e grave në programet partiake dhe ato të trajtohen me masa të veçanta.

## **Të forcohet besimi i tyre se mund të kenë ndikim në komunitet ose shoqëri.**

- ♦ Të promovohen aktivistë të ndryshëm nga të dy gjinitë dhe të përdoren shembuj që mund të tregojnë se aktivizmi, përfshirë ai për të drejtat e grave, ka rëndësi dhe ka fuqinë për të përmirësuar dhe korrigjuar shoqërinë.
- ♦ Të promovohen histori të suksesit të projekteve më të vogla të komunitetit me të cilat janë zgjedhur probleme ose shqetësime të grave.
- ♦ Të promovohen mënyrat se si gratë mund të kenë ndikim dhe të theksohet roli i gruas si agjente për ndryshime pozitive shoqërore.
- ♦ Të rritet dukshmëria e nismave femërore, të përqendrohet vëmendja dhe të zbulohen pengesat institucionale që rezultojnë me praktika me paragjykim gjinor.
- ♦ Të krijohen mekanizma për të konsultuar dhe komunikuar me gratë në Bashkësitë lokale kur krijohen programe ose politika partiake.
- ♦ Formatet që duhet të merren në konsideratë janë: dëshmitë, rrëfimet e palëve të treta, projekte të komunitetit në nivelin mikro të mundësuar nga partitë politike ose organizata të tjera dhe kontakte të drejtpërdrejta.

## **Inicim i pjesëmarrjes**

- ♦ Të ftohen gratë që të merren drejtpërdrejt me aktivitete të ndryshme qytetare (për shkak të vetë-iniciativës më të ulët).
- ♦ Të demonstrohet mbështetja dhe vlerësimi ndaj nismave të grave.
- ♦ Të promovohen kanalet, metodat për pjesëmarrje dhe angazhimi me ndjeshmëri ndaj nevojave dhe prioritetëve të grave.
- ♦ Të sigurohet mbështetje dhe fleksibilitet duke marrë parasysh punët e tyre të përditshme për të siguruar praninë dhe pjesëmarrjen e tyre
- ♦ Të përdoret fuqia e motivimit kolektiv – të ftohen grupet e miqve, kolegëve, lagjen, etj.

## **Të forcohen i kapacitetet**

- ♦ Të ndërtohen kapacitete për të zhvilluar aftësi të rëndësishme për pjesëmarrjesi për shembull: aftësi drejtuese, të folurit në publik, paraqitje publike, etj.
- ♦ Të ofrohen trajnime mediatike për gratë aktiviste dhe/ose politikanet për të mbështetur fushatat mediatike efektive për të promovuar agjendën e tyre.

## **Të krijohen aleanca**

### **Me mediat (tradicionale dhe jotradicionale)**

Media mund të luajë një rol të rëndësishëm në mbështetjen e pjesëmarrjes së ekuilibruar të grave në vendimmarrjen politike dhe publike, duke kryer një mbulim të barabartë të grave kandidate, duke u përqëndruar në kontributet pozitive të grave në jetën politike dhe civile, dhe duke shmangur vazhdimin e stereotipeve negative. Këto veprime mund të ndihmojnë në sfidimin e qëndrimeve negative ndaj pjesëmarrjes politike dhe qytetare të grave ose në sfidimin e mungesës së besimit dhe mbështetjes për kandidatët femra midis votuesve. Mediat duhet të:

- ♦ Edukojnë dhe sensibilizojnë për rëndësinë e pjesëmarrjes së gruas në jetën socio-politike.
- ♦ Promovojnë pjesëmarrjen dhe interesat e grave.
- ♦ Theksojnë parimet e barazisë gjinore dhe mosdiskriminimit.
- ♦ Sigurojnë që gratë dhe burrat të kenë mundësi të barabarta (koha e transmetimit, ftesat për debate, temat për diskutim) gjatë fushatave zgjedhore.
- ♦ Promovojnë shembuj pozitivë të aktivizmit dhe pjesëmarrjes politike të grave.
- ♦ Promovojnë projekte më të vogla të komunitetit të iniciuara dhe të drejtuara nga gratë.
- ♦ Promovojnë mënyra dhe rrugë për pjesëmarrjen e grave, përfshirë promovimin e OJQ-ve.
- ♦ Kontribuojnë në ndërtimin e një kulture politike që inkurajon pjesëmarrjen e grave në të gjitha nivelet e shoqërisë, pa frikë nga abuzimi seksual, misogjinist ose fanatik dhe gjuha e urrejtjes, frikësimi dhe dhuna.
- ♦ Përdorin pjesën argëtuese të programit për të rritur ndërgjegjësimin për rëndësinë e pjesëmarrjes aktive të grave, p.sh. serial filmik mbi aktivizmin femëror, përmbajtje që promovon udhëheqëse femra dhe shembuj pozitivë.

#### **Me OJQ-të (veçanërisht ato që merren me barazinë gjinore)**

- ♦ Të krijohen hapësira dhe mundësi mbështetëse për gratë që të bashkohen dhe të veprojnë për çështje për të cilat kanë interes.
- ♦ Të sigurohen udhëzime dhe burime që do t'i inkurajojnë të rinjtë të marrin pjesë me besim në jetën qytetare.
- ♦ Të sigurohen formate për angazhimin e grave.
- ♦ Të shërbejnë si një burim mbështetjeje dhe fuqizimi për iniciativat e grave.
- ♦ Të përdoren OJQ-të si një lidhje midis grave në Bashkësitë lokale dhe autoriteteve qendrore.
- ♦ Të sigurohen mekanizma që do të mbështesin dialogun midis grave dhe autoriteteve qendrore për të mbështetur rritjen e pjesëmarrjes së grave.
- ♦ Të përdoren OJQ-të për të promovuar gratë drejtuese në mënyrë që të japin shembull për gratë e tjera.

#### **Me ndikues/ persona të famshëm**

Vendosja e partneritetit me ndikues dhe persona të famshëm, në veçanti me ata që merren me çështje të rëndësishme për gratë, për të promovuar pjesëmarrjen qytetare të grave. Përdorimi i ndikimit të tyre për të rritur ndërgjegjësimin për rëndësinë e pjesëmarrjes së grave për një cilësi më të mirë të jetës dhe ndikimit duke dhënë shembull.

#### **Të zgjidhen kanale përkatëse të komunikimit**

Hulumtimi tregon se gratë në përgjithësi i besojnë më pak medias dhe kanë tendencë të kontrollojnë dy herë informacionin e dhënë. Rekomandohet shumë komunikimi i hapur dhe i sigurtë, pavarësisht nga lloji i kanalit.



## **Përdorimi i TV për të arritur deri te gratë**

- ♦ Të promovohen gratë aktiviste dhe shembujt pozitivë të grave politikane.
- ♦ Të promovohen temat e rëndësishme për gratë përmes debateve, programeve, etj., Veçanërisht ato që përqendrohen tek sfidat e tyre të përditshme.
- ♦ Të përfshihen dhe promovohen gratë pjesëmarrëse në debate mbi tema që zakonisht nuk konsiderohen “tema të grave” dhe të sigurohet që të merren parasysh pikëpamjet e grave.
- ♦ Të promovohen parimet e barazisë gjinore dhe mosdiskriminimit.
- ♦ Të përdoren formate të tjera dhe jo vetëm paraqitjet standarde televizive politike. Të përfshihen tema në lidhje me pjesëmarrjen e grave në shfaqje argëtuese, programe të mëngjesit, etj.

## **Të organizohen takimeve ballë për ballë ose ngjarje të tjera të komunitetit**

Të përdoret potenciali i formateve të cilat ato i njohin për diskutuar tema në një mjedis joformal, në vend që të organizohen ngjarje në të cilat nuk janë të gatshme të marrin pjesë.

- ♦ Të përdoren formate që lehtësojnë ndërveprimin e drejtpërdrejtë siç janë: tubimet e vogla, takimet joformale lokale për të ndërtuar marrëdhënie besimi dhe për të forcuar vetë-perceptimin e tyre pozitiv.
- ♦ Të zbatohet një qasje gjinore në organizimin e takimeve dhe/ose rregullimi dhe ofrimin e kujdesit dhe argëtimit shtesë për fëmijët e tyre
- ♦ Të propozohen projekte ose aktivitete të komunitetit që kanë potencialin të grumbullojnë njerëz ose grupe specifike nga komuniteti.

## **Të përdoren mediat sociale për të arritur deri te gratë më të reja.**

Mediat sociale janë kanali kryesor i informacionit me një potencial të madh për të angazhuar pjesën më të re të popullsisë:

- ♦ Të promovohen temat rinore
- ♦ Të promovohen gratë kandidatë
- ♦ Të promovohen shembuj pozitivë të aktivizmit të grave dhe ndikimit të tyre.
- ♦ Të promovohet kultura partiake e mosdiskriminimit dhe barazisë
- ♦ Të mundësohet shprehja se lirë të mendimit (sondazhe, debate, komente) etj.
- ♦ Të mundësohen dhe mbështeten nismat

## **Të përdoren kanale të tjera jo-tradicionale**

- ♦ Të organizohen trajnime falas për lidërsipin, paraqitjen publike, etj.
- ♦ Të organizohen aktivitete dhe ngjarje humanitare për të nxitur interes dhe pjesëmarrje
- ♦ Të organizohen aktivitete në palestër apo ngjitje në mal
- ♦ Të organizohen kurse, konferenca dhe punëtori profesionale
- ♦ Të organizohen festivale të filmit që trajtojnë aktivizmin e grave
- ♦ Koncerte, pikniqe dhe ngjarje të tjera.