



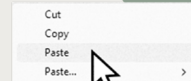
KËSHILLAT BASHKIAKË NË HESHTJE:

Mbulimi Mediatik dhe Angazhimi
i Këshillave Bashkiakë në Shqipëri

KËSHILLAT BASHKIAKË NË HESHTJE:

Mbulimi Mediatik dhe Angazhimi
i Këshillave Bashkiakë në Shqipëri

Tiranë, 2026



Publikuar nga: Rrjeti Ballkanik për Gazetari Investigative në Shqipëri
Rruga Nikolla Jorga, Nr. 8/8, Tiranë, Shqipëri
<http://birn.eu.com/>

Autorë: Kristina Voko
Marsela Dauti

Analiza e të dhënave: Viola Keta

Përkthimi: Gjergj Erebara

© 2026 Balkan Investigative Reporting Network in Albania (BIRN Albania)



Versioni elektronik i këtij publikimi është i disponueshëm nën një licencë Creative Commons (CC)–Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International. Ju mund ta kopjoni, shpërndani dhe transmetoni botimin, si dhe ta rimodeloni apo përshtasni, me kusht që përdorimi të jetë vetëm jofitimprurës, që t'i atribuoni në mënyrë të duhur botimit dhe që ta shpërndani nën të njëjtën licencë. Për më shumë informacion rreth kësaj licence CC, shikoni: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Ky publikim është financuar nga Bashkimi Evropian. Përmbajtja e tij është përgjegjësi e vetme e autorëve dhe e BIRN Albania dhe nuk pasqyron domosdoshmërisht pikëpamjet e Bashkimit Evropian.

PËRMBAJTJA

	PËRMBLEDHJE EKZEKUTIVE	7
1.	HYRJE	9
2.	METODOLOGJIA	11
	2.1. Monitorimi i medias	11
	2.1.1. Korniza e kodimit	13
	2.1.2. Kufizimet	15
	2.2. Intervista gjysmë të strukturuar me këshilltarë bashkiakë	16
	2.3. Kërkesat për informim të dërguara këshillave bashkiakë	18
3.	GJETJET	19
	3.1. Gjetjet nga monitorimi i medias	19
	3.1.1. Vëllimi dhe rëndësia e përgjithshme e mbulimit	20
	3.1.2. Raportimi origjinal dhe fenomeni i kopjo-ripubliko	23
	3.1.3. Tendencat kohore: kur mbulohen këshillat	24
	3.1.4. Mbulimi gjeografik: cilët këshilla janë të dukshëm	27
	3.1.5. Fusha e mbulimit: analiza tematike	30

3.1.6.	Aktorët dhe zërat e mbuluar nga media	36
3.1.7.	Korniza politike dhe përfaqësimi partiak	39
3.1.8.	Dimensionet gjinore të mbulimit mediatik	41
3.1.9.	Analizë krahasuese sipas llojeve të medias	45
3.2.	Gjetjet nga këshillat bashkiakë dhe anëtarët e këshillave	47
3.2.1.	Rregulloret e këshillave për komunikimin me publikun dhe median	48
3.2.2.	Angazhimi i këshilltarëve me median	49
3.2.3.	Shqetësimet e këshilltarëve në lidhje me median	50
3.2.4.	Shpjegimet e këshilltarëve për angazhimin e pakët me median	51
3.2.5.	Dallimet gjinore në lidhje me angazhimin me median	53
3.2.6.	Sugjerimet e anëtarëve të këshillave për ndryshimin e situatës	54
4.	PËRFUNDIME	57
5.	SHTOJCAT	64
	Shtojca 1: Mediat e përfshira në kampionin e monitorimit	64
	Shtojca 2: Raportimi i këshillave bashkiakë mbi rregulloret dhe vendimet	68

PËRMBLEDHJE EKZEKUTIVE

Marrëdhënia mes këshillave bashkiakë dhe medias nuk ka qenë në fokus të shumë studimeve të realizuara deri tani në vend. Ky raport kërkimor synon ta ndryshojë këtë, duke u fokusuar në mbulimin mediatik të këshillave bashkiakë dhe angazhimin e këshilltarëve me median. Studimi u mbështet në tri metoda: monitorimin e mediave, intervista gjysmë të strukturuar me këshilltarë bashkiakë dhe kërkesa për informacion të dërguara në të gjitha këshillat bashkiakë në vend.

Gjetjet tregojnë se mbulimi mediatik i këshillave bashkiakë është shumë i kufizuar dhe i përqendruar në pak këshilla dhe në pak tema. Për periudhën e marrë në studim, janar–dhjetor 2025, vëmendja e medias u fokusua kryesisht te konfliktet politike dhe procedurat gjyqësore, ndërsa temat që lidhen drejtpërdrejtë me rolin e këshillave, si buxheti, konsultimet publike dhe qasja në shërbime, morën shumë pak vëmendje. Kryetarët e bashkive dominuan raportimin mediatik, ndërsa këshilltarët bashkiakë u shfaqën rrallë si burime informacioni. Gratë këshilltare rezultuan dukshëm të nënperfaqësuara në media, pavarësisht përfaqësimit të lartë numerik në këshillat bashkiakë.

Intervistat me këshilltarët përforcuan gjetjet e monitorimit të medias. Këshilltarët e konsideruan median kryesisht të interesuar për konfliktet politike dhe jo për punën e këshillave bashkiakë. Sipas tyre, angazhimi i kufizuar i këshilltarëve me median lidhet me interesa politike dhe ekonomike, mungesën e stimujve për komunikim publik, si dhe me shqetësimin se kritikata publike mund të kenë pasoja. Një pjesë e këshilltarëve e konsideruan administratën vendore si pengesë për komunikimin e hapur me median. Intervistat po ashtu nxorën në pah se këshilltarët kanë pak njohuri dhe mbështetje për komunikimin me median dhe se trajnimet në këtë fushë mungojnë.

Vetë këshilltarët kërkuar që media të rikonceptojë marrëdhënien me këshillin bashkiak dhe mënyrën se si ajo u qaset këshilltarëve. Po ashtu, këshilltarët kërkuar që vetë këshilli të rishikojë marrëdhënien me median—ta shohë atë si aleate për të avancuar një qëllim të përbashkët:

përmirësimin e cilësisë së qeverisjes dhe mirëqenies në çdo bashki. U sugjerua trajnimi i këshilltarëve me qëllim zhvillimin e aftësive praktike: si të jepen intervista, si të komunikohet me votuesit përmes rrjeteve sociale, apo si të ndërtohet një marrëdhënie profesionale dhe transparente me gazetarët. Njëkohësisht, këshilltarët ndanë mendimin se edhe vetë gazetarët kanë nevojë për trajnime, sidomos për mënyrën se si të komunikojnë në mënyrë profesionale me këshilltarët, si të kontribuojnë në rritjen e rolit të këshilltarëve dhe si të mbështeten në parime etike gjatë punës së tyre.

1. HYRJE

Për këshillat bashkiakë, apo ndryshe parlamentet vendore, nuk shkruhet shpesh në media. Edhe studimet mbi këtë temë janë të kufizuara. Autorët, të cilët kanë vendosur këshillat bashkiakë në fokus të punës së tyre, kanë shqyrtuar aspekte që lidhen me cilësinë e qeverisjes, si marrëdhënia me administratën vendore, pjesëmarrja e banorëve në mbledhjet e këshillit bashkiak apo zbatimin e kuotave gjinore.¹ Referuar rezultateve të studimeve, vendimmarrja në këshillat bashkiakë karakterizohet nga një sërë problemesh, një pjesë e të cilave lidhen ngushtësisht me problematikat e qeverisjes në nivel qendror. Për shembull, kërkesat e këshilltarëve drejtuar administratës vendore kanë ardhur duke u dobësuar, një prirje që është thelluar veçanërisht pas përqendrimit të pushtetit kryesisht në një parti të vetme. Në të njëjtën kohë, këshilltarët bashkiakë raportojnë se përpjekjet e tyre shpesh kufizohen nga administrata vendore, e cila ofron informacion të kufizuar ose nuk i trajton kërkesat e këshilltarëve për informacion në kohë dhe me profesionalizëm. Këto probleme, ndër të tjera, lidhen me një shqetësim dhe pakënaqësi të këshilltarëve se këshilli bashkiak, në praktikë, nuk shërben si parlament vendor, por si “noter” i bashkisë. Me fjalë të tjera, këshillat bashkiakë miratojnë atë që u paraqitet nga administrata vendore, ndërsa funksionet e tyre përfaqësuese e mbikëqyrëse mbeten të dobëta.

Megjithatë, deri më tani, në fokus të studimeve ka qenë më shumë ajo çka ndodh brenda këshillave bashkiakë sesa mënyra se si ato prezantohen në media. Ky studim synon të plotësojë këtë boshllëk, duke e fokusuar vëmendjen te mbulimi mediatik i këshillave bashkiake dhe angazhimin e

¹ Shih për shembull, Dauti, M., & Metaj, G. (2024). *Përfaqësimi politik në këshillat bashkiake pas zbatimit të kuotës gjinore 50/50: Çfarë po ndodh me hendekun gjinor*. Tiranë, Shqipëri: Rrjeti i Fuqizimit të Gruas në Shqipëri; Instituti për Demokraci dhe Ndërmjetësim. (2025). *Transparenca e këshillave bashkiake: Analizë e programit të transparencës dhe i kuadrit ligjor e institucional* [Raport i brendshëm i papublikuar]; Instituti për Demokraci dhe Ndërmjetësim. (2025). *Raport vlerësimi për zbatimin e rregulloreve dhe mekanizmave të transparencës në 6 këshilla bashkiake të veriut* [Raport i brendshëm i papublikuar]. Institute for Albanian Municipalities. (2025). *Local government in Albania: Status report 2025*. <https://iam.org.al/wp-content/uploads/2025/07/Local-Government-in-Albania-2024.pdf>

këshilltarëve me median. Kjo analizë është e rëndësishme për disa arsye. Së pari, analiza e mbulimit mediatic na ndihmon të kuptojmë rëndësinë që u kushtohet këshillave bashkiakë dhe peshën që ato kanë në narrativën mediatike. Së dyti, fokusi te përmbajtja e lajmeve, përtej nivelit të mbulimit, na ndihmon të kuptojmë atë çka nxirret në pah në media–informacionin përmes të cilit formësohet opinioni publik. Së treti, një aspekt thelbësor i marrëdhënies ndërmjet këshillit bashkiak dhe medias është vetë perspektiva e këshilltarëve–mënyra se si ata e shohin këtë marrëdhënie dhe, po aq e rëndësishme, çfarë propozojnë për përmirësimin e saj.

Studimi mbështetet në tre metoda të grumbullimit të të dhënave. Për t’u njohur me mbulimin mediatic të këshillave bashkiakë, u analizuan lajmet e publikuara në media gjatë periudhës 1 janar–31 dhjetor 2025. Përtej analizimit të nivelit të mbulimit mediatic, grupi kërkimor u fokusua edhe në përmbajtjen e lajmeve, konkretisht në temat që lidhen me këshillat bashkiakë dhe trajtohen në media. Për ta realizuar këtë, grupi i punës kreu një analizë tematike të lajmeve të publikuara. Për t’u njohur me perspektivat e këshilltarëve, studimi u mbështet në intervista gjysmë të strukturuar të zhvilluara me këshilltarë bashkiakë. Metodatat e përdorura dhe të dhënat e grumbulluara përmes tyre plotësojnë njëra-tjetrën, duke u fokusuar në aspekte sasiore dhe cilësore të fenomenit: mbulimin sasior mediatic, analizën cilësore të përmbajtjes së lajmeve dhe përvojat personale të këshilltarëve. Ndërkohë që analiza e mbulimit mediatic mundëson paraqitjen e një panorame të përgjithshme mbi peshën që zënë lajmet për këshillat bashkiakë në hapësirën mediatike, analiza e përmbajtjes së lajmeve e zhvendos vëmendjen te një aspekt tjetër i rëndësishëm–ajo çka komunikohet rreth këshillave bashkiakë përmes medias. Metoda e tretë synon të hedhë dritë mbi perspektivat e këshilltarëve, duke i kushtuar vëmendje përvojave të tyre, vështirësive që hasin, si dhe sugjerimeve që japin për përmirësimin e situatës.

Raporti kërkimor vijon me paraqitjen e metodologjisë së studimit. Më tej, prezantohen rezultatet, të organizuara sipas metodave të përdorura për grumbullimin dhe analizimin e të dhënave. Në pjesën përmblyëse paraqiten konkluzionet kryesore të studimit, si dhe sugjerimet e formuluar nga vetë këshilltarët.

2. METODOLOGJIA

Studimi kombinon tri metoda plotësuese: monitorimin e mediave, intervista gjysmë të strukturuar me këshilltarë bashkiakë dhe kërkesa për informacion të dërguara në të gjitha këshillat bashkiakë në vend. Secila metodë përshkruhet më poshtë.

2.1. Monitorimi i medias

Komponenti i monitorimit të medias u konceptua për të hartografuar natyrën, vëllimin dhe kornizimin e mbulimit mediatik të këshillave bashkiakë në të gjithë Shqipërinë gjatë gjithë vitit kalendarik 2025. Një supozim qendror pune—i mbështetur nga vëzhgimi paraprak—është se media shqiptare priret të përqendrohet te politika në nivel kombëtar, duke i lënë institucionet e qeverisjes vendore, dhe veçanërisht këshillat bashkiakë, kryesisht në margjinat e diskursit publik. Kjo analizë synon ta testojë dhe ta vërtetojë këtë supozim me dëshmi sistematike, ndërkohë që identifikon edhe temat, aktorët dhe kornizat specifike që gjenerojnë vëmendje mediatike kur këshillat mbulohen.

Monitorimi i medias u krye duke përdorur SentiOne, një platformë inteligjence mediatike që ndjek vazhdimisht botimet online, përfshirë edhe edicionet online të gazetave të shtypit, mediat online të lindura digjitale, dhe stacionet televizive. U zbatua një strategji kërkimi e bazuar në fjalë kyçe në një panel të kuruar prej 41 mediash shqiptare, duke synuar përmbajtjen që i referohej këshillave bashkiakë ose këshilltarëve, të publikuar midis 1 janarit dhe 31 dhjetorit 2025.

Duke pasur parasysh vëllimin e madh të përmbajtjes së identifikuar përmes përputhjes së automatizuar me fjalë kyçe, u përdor një strategji kampionimi gjysmë të rastësishëm: SentiOne nxori rreth 20% të të gjithë artikujve të përputhur, duke siguruar përfaqësim proporcional ndërmjet mediave dhe kategorive të fjalëve kyçe. Kjo qasje kampionimi lejon që gjetjet të trajtohen si përfaqësuese të popullatës së përgjithshme të mbulimit lidhur me këshillat dhe të gjitha statistikat në këtë raport paraqiten si përqindje të kampionit të koduar për të mbështetur përgjithësimin.

Të gjithë artikujt e nxjerrë nga tre kanalet e monitorimit—gazetat e shtypit, media online dhe televizioni—u bashkuan më pas në një grup të vetëm të konsoliduar të dhënash. Gjatë këtij procesi, tre media më pak se gjashtë artikuj në kampion (Tirana Post, Shekulli dhe 55 News) u përjashtuan, pasi mbulimi i tyre ishte tepër i kufizuar për të kontribuar në mënyrë domethënëse në analizë. Përveç kësaj, dy media të klasifikuara fillimisht si shtyp—Koha Jone dhe Standard—u riklasifikuan si media online, duke pasqyruar karakterin e tyre kryesisht digjital. Pas këtyre rregullimeve, paneli përfundimtar i monitorimit përbëhet nga 41 media të grupuara në tri kategori mediatike.

Grupi përfundimtar i bashkuar dhe i koduar i të dhënave përbëhet nga 1,624 artikuj. 340 artikuj të tjerë të nxjerrë nga SentiOne u vlerësuan nga koduesit se nuk përmbanin asnjë referencë domethënëse ose thelbësore ndaj këshillave bashkiakë dhe u përjashtuan nga analiza. Tabela 1 përmbledh përbërjen e kampionit përfundimtar të koduar sipas llojit të medias.

Tabela 1: Përbërja e kampionit të koduar mediatik sipas llojit të medias

Lloji i medias	Media të monitoruara	Artikuj në kampion	Artikuj të koduar	% e kampionit të koduar
Shtypi i shkruar	7	348	256	15.8%
Media online/digjitale	24	1,112	965	59.4%
Televizion (edicione online)	10	504	403	24.8%
Totali	41	1,964	1,624	100%

Shtatë gazetat e shtypura të monitoruara janë të përditshmet kryesore kombëtare: *Sot*, *Gazeta Tema*, *Panorama*, *Fjala*, *Telegraf*, *Gazeta Dita* dhe *Monitor*. 24 mediat online përfshijnë portale lajmesh digjitale dhe edicione digjitale të mediave të konsoliduara, përfshirë *Shqiptarja*, *Balkanweb*, *Boldnews*, *CNA*, *Pamfleti*, *Politiko*, *Dosja*, *Koha Jone*, *Standard*, dhe të tjera. Mbulimi televiziv u kap përmes edicioneve online të dhjetë transmetuesve kombëtarë: *RTSH* (transmetuesi publik), *Ora News*, *Top Channel*, *A2 CNN*, *Syri TV*, *Euronews Albania*, *Vizion Plus*, *ABC News Albania*, *Fax News* dhe *Scan TV*. Një listë e plotë e mediave të monitoruara me numrin e artikujve për secilën jepet në Shtojcën 1.

2.1.1. Korniza e kodimit

Çdo artikull në kampion u shqyrtua dhe u kodua nga një ekip koduesish të trajnuar sipas një kornize të standardizuar të zhvilluar për këtë studim, duke përdorur ndërfaqen e etiketimit të SentiOne. Korniza mbulon dimensionet e mëposhtme:

- **Rëndësia:** Çdo artikull u klasifikua si Parësor (këshilli bashkiak ose anëtarët e tij janë në fokus kryesor të përmbajtjes) ose Dytësor (këshilli përmendet vetëm rastësisht ose kalimthi). Nga 1,624 artikujt e koduar, 1,398 (86,1%) u klasifikuan si parësorë dhe 226 (13,9%) si dytësorë. Përveçse kur thuhet ndryshe, analizat tematike dhe ato në nivel aktori të paraqitura në këtë raport bazohen vetëm tek artikujt me rëndësi parësore.
- **Tema:** Subjekti kryesor i çdo artikulli u caktua në një nga katërmbëdhjetë kategoritë tematike: buxheti dhe projektbuxheti; angazhimi zgjedhor dhe qëndrimet politike të këshilltarëve; qëndrimet e banorëve ndaj vendimeve të këshillit; debati politik midis shumicës dhe opozitës në këshill; autonomia e këshillit dhe marrëdhëniet me qeverinë qendrore; shqetësimet për qeverisjen dhe llogaridhënia; drejtësia dhe procedurat ligjore; çështjet sociale; fatkeqësitë dhe emergjencat; aksesimi publik në shërbimet vendore; gjinia dhe barazia gjinore; konsultimet publike me banorët; procedurat e brendshme të këshillit; dhe tema të tjera. Kategoria mbi angazhimin zgjedhor mbulon artikujt në të cilët këshilltarët mbajtën qëndrime publike ose ishin të përfshirë aktivisht në dy procese të dallueshme zgjedhore gjatë vitit 2025: zgjedhjet parlamentare të 11 majit 2025 dhe zgjedhjet e pjesshme vendore të 9 nëntorit 2025 të mbajtura në pesë bashki (Berat, Cërrik, Mat, Tepelenë dhe Vlorë), si dhe zgjedhjet e mundshme të pjesshme në Tiranë që u pezulluan më pas nga Gjykata Kushtetuese.
- **Autorësia:** Artikujt u klasifikuan si të shkruar nga një gazetar, të autorësuar nga një këshilltar, me autorësi të paqartë, ose të atribuuar një kategorie tjetër (p.sh. analist, deputet, njoftim për shtyp). Aty ku autori identifikohet si këshilltar, regjistrohet gjinia e tij ose e saj.
- **Aktorët e cituar:** Aktori kryesor i cituar ose i paraqitur në artikull u kodua si: këshilltar, kryebashkiak, zyrtar bashkie, deputet, banor, organizatë e shoqërisë civile, ose pa burim të identifikueshëm. Aty ku aktori i cituar ishte këshilltar, regjistrohet gjithashtu gjinia dhe përkatësia partiake e tij ose e saj.

- **Emri i këshillit:** Këshilli bashkiak specifik i paraqitur identifikohet nga lista e plotë e 61 bashkive të Shqipërisë.
- **Partia politike:** Aty ku një parti politike paraqitet në mënyrë të dukshme, ajo kodohej si: Partia Socialiste (PS), Partia Demokratike (PD), shumica në pushtet (në përgjithësi), opozita (në përgjithësi), parti të tjera, disa parti njëkohësisht, ose asnjë parti.

2.1.2. Kufizimet

Disa kufizime të grupit të të dhënave duhen pasur parasysh gjatë interpretimit të gjetjeve.

Atribuimi i autorësisë: Mediat shqiptare shpesh botojnë artikuj pa emrin e autorit ose me informacion të pamjaftueshëm për autorin, një tipar strukturor i sektorit dhe jo një problem i cilësisë së të dhënave. Si rrjedhojë, autorësia mund të identifikohet si një gazetar i emërtuar vetëm në një pakicë rastesh (124 nga 1,624 artikuj të koduar). Veçanërisht në nënkampionet e shtypit dhe të televizionit, kategoritë mbizotëruese të autorësisë janë “të tjera” (burim institucional ose agjencie) dhe “të paqarta”. Kjo i kufizon konkluzionet rreth shtrirjes së raportimit origjinal kundrejt përmbajtjes së grumbulluar nga agjencitë e lajmeve apo njoftimet për shtyp.

Dyfishimi i përmbajtjes: Një tipar i dukshëm i peizazhit mediatik shqiptar është ribotimi i përhapur i përmbajtjes identike ose pothuajse identike në media të ndryshme. Në kampionin e monitoruar, 46 tituj të dallueshëm artikujsh u shfaqën në dy ose më shumë media, duke gjeneruar 93 raste dyfishimi në të gjithë grupin e të dhënave. Ky fenomen kopjo-ripubliko do të thotë se disa ngjarje apo deklarata duket se marrin mbulim më të gjerë nga sa pasqyron në të vërtetë prodhimi i pavarur gazetaresk. Aty ku është e rëndësishme, kjo dinamikë theksohet në analizë.

Mbulimi i kampionimit: Kampioni gjysmë i rastësishëm prej 20.0% është, nga vetë konceptimi, përfaqësues, por jo shterues. Ngjarjet e rralla ose mbulimi në mediat me vëllim të ulët mund të jenë të nënpërfaqësuar. Gjetjet për bashkitë më pak të mbuluara duhen interpretuar me kujdes të veçantë.

Ndjeshmëria ndaj fjalëve kyçe: Nxjerrja e bazuar në fjalë kyçe e SentiOne mund të ketë lënë jashtë artikuj që diskutojnë këshillat në terma thelbësorë pa përdorur termat e caktuar të kërkimit, ose mund të ketë nxjerrë fillimisht artikuj tangencialë që u përjashtuan më pas gjatë kodimit. Përjashtimi i 340 artikujve të nxjerrë gjatë fazës së kodimit pasqyron, pjesërisht, këtë kufizim.

Boshllëqe në të dhënat gjinore: Gjinia e autorëve dhe e aktorëve u regjistrua në mënyrë sistematike vetëm aty ku lloji i autorësisë ose i aktorit identifikohet posaçërisht si këshilltar. Për kategoritë e tjera të aktorëve (banorë, analistë, etj.) gjinia nuk u kodua, përfshirë shumë raste kur autorët ose aktorët nuk identifikoheshin në artikujt e analizuar.

2.2. Intervista gjysmë të strukturuar me këshilltarë bashkiakë

Qëllimi i intervistave ishte njohja e eksperiencave të këshilltarëve me median, duke përfshirë angazhimin e tyre në media, vlerësimin e marrëdhënies ndërmjet këshillit bashkiak dhe medias, vështirësitë që hasin, si dhe sugjerimet e tyre për përmirësimin e situatës. Për këtë qëllim, u synua përfshirja e një grupi të larmishëm këshilltarësh dhe nga këshilla të madhësive të ndryshme në vend. Përzgjedhja e këshilltarëve u mbështet në informacionin e publikuar në faqet zyrtare të bashkive. Identifikimi i këshilltarëve u bë përmes shqyrtimit të profileve të tyre profesionale, duke synuar edhe përfshirjen e këshilltarëve me eksperiencë të mëparshme në media.

Procesi i përzgjedhjes dhe komunikimit me këshilltarët u shoqërua me disa vështirësi. Në disa raste, kontaktet e këshilltarëve mungonin në faqet zyrtare të bashkive ose nuk ishin të përditësuar.

Në raste të tjera, këshilltarët e kontaktuar nuk iu përgjigjën kërkesës për intervistë. Në total u kontaktuan 20 këshilltarë, nga të cilët 9 u përgjigjën. Nga nëntë të intervistuarit, pesë ishin gra dhe katër burra. Mosha e tyre varionte nga 32 deri në 67 vjeç. Të intervistuarit ishin anëtarë të këshillave bashkiakë të Sarandës, Fierit, Korçës, Dropullit, Kukësit, Kurbinit, Tiranës dhe Shkodrës dhe përfaqësonin Partinë Socialiste, Partinë Demokratike, Partinë Socialdemokrate, si dhe një këshilltar ishte i pavarur. Shtatë prej tyre po ushtronin mandatin e dytë në këshillin bashkiak, ndërsa dy ishin në mandatin e parë. Këshilltarët vinin nga profesione të ndryshme, përfshirë ekonominë, shkencat politike, drejtësinë, arsimin, shëndetësinë, akademinë dhe sektorin e energjisë. Dy prej tyre kishin gjithashtu eksperiencë të drejtpërdrejtë në media, njëri si gazetar dhe tjetri si themelues dhe drejtues i një mediaje. Të intervistuarit ishin të angazhuar në komisione të ndryshme të këshillave bashkiakë, duke përfshirë komisionet e ekonomisë, ligjeve, çështjeve sociale, barazisë gjinore, strehimit, arsimit dhe sportit, si dhe kulturës.

Intervistat u fokusuan në eksperiencat e këshilltarëve me median gjatë ushtrimit të mandatit të tyre. Konkretisht, këshilltarët u pyetën në lidhje me format e angazhimit të tyre në media, vështirësitë që hasin për t'u angazhuar, si dhe vlerësimet e tyre për mënyrën se si media mbulon veprimtarinë e këshillave bashkiakë. Intervistat eksploruan gjithashtu nëse ekzistojnë dallime gjinore sa i përket angazhimit me median, nëse komunikimi me median është pjesë e diskutimeve formale ose joformale në këshillin bashkiak, si dhe nëse këshilltarëve u janë ofruar mundësi trajnimi në këtë fushë. Në përfundim, të intervistuarit u ftuan të ndajnë sugjerime konkrete për përmirësimin e komunikimit ndërmjet këshilltarëve bashkiakë dhe medias, si dhe për zhvillimin e programeve të trajnimit dhe mentorimit në këtë fushë. Intervistat u zhvilluan përmes telefonit dhe zgjatën mesatarisht 30 minuta.

Duke marrë parasysh numrin e kufizuar të intervistave dhe natyrën e tyre cilësore, analiza fokusohet në identifikimin e temave të përbashkëta që dalin nga intervistat, dhe jo në një krahasim sistematik sipas madhësisë së bashkive apo përkatësisë politike. Kur vetë të intervistuarit kanë theksuar dallime—përfshirë ato që lidhen me gjininë—këto paraqiten në nënseksionet përkatëse.

2.3. Kërkesat për informim të dërguara këshillave bashkiakë

BIRN u dërgoi një kërkesë për informim të gjitha këshillave bashkiakë në vend për të verifikuar nëse kishin miratuar një rregullore për marrëdhëniet me publikun dhe median. Në rastet kur një rregullore e tillë ishte miratuar, këshillave iu kërkua të vinin në dispozicion dokumentin përkatës, së bashku me numrin dhe datën e vendimit të miratimit. Nga 61 këshilla bashkiakë, 54 (88.5%) iu përgjigjën kërkesës për informim.

3. GJETJET

Ky kapitull paraqet gjetjet e studimit, të organizuara sipas metodave përmes të cilave u grumbulluan dhe u analizuan të dhënat. Ai është strukturuar në dy pjesë, duke kaluar nga prodhimi mediatik të këshillat bashkiakë dhe anëtarët e tyre. Pjesa e parë (Seksioni 3.1) shqyrton se si media shqiptare i mbuloi këshillat bashkiakë gjatë vitit 2025, duke u mbështetur në një analizë përmbajtjeje të një kampioni të madh artikujsh lajmesh. Pjesa e dytë (Seksioni 3.2) i kthehet vetë këshillave dhe këshilltarëve, duke ndërthurur kërkesat për informacion dërguar të 61 këshillave bashkiakë—të cilat dokumentojnë rregullat formale që këshillat kanë miratuar për komunikimin me publikun dhe median—me intervista gjysmë të strukturuar që pasqyrojnë se si këshilltarët e përfjetojnë dhe e shpjegojnë angazhimin e tyre me median.

Dy pjesët plotësojnë njëra-tjetrën si në fokus ashtu edhe në metodë. Gjetjet e monitorimit të medias janë kryesisht sasiore, duke përshkruar vëllimin, shpërndarjen, temat, aktorët dhe kornizimin e mbulimit gjatë vitit. Gjetjet për këshillat dhe anëtarët janë të natyrës dokumentare dhe cilësore, duke përshkruar kuadrin institucional të marrëdhënieve këshill–media dhe përvojën e jetuar të atyre që veprojnë brenda këtij kuadri. Aty ku është e rëndësishme, gjetjet e një metode lexohen përkundër atyre të një tjetre, në mënyrë që modelet e vërejtura në mbulimin mediatik të mund të krahasohen me përshkrimet dhe praktikatat e vetë këshillave që ky mbulim synon të analizojë.

3.1. Gjetjet nga monitorimi i medias

Ky seksion paraqet gjetjet e komponentit të monitorimit të medias, duke u mbështetur në grupin e konsoliduar të të dhënave prej 1,624 artikujsh të koduar të mbledhur në 41 media gjatë gjithë vitit

2025. Meqenëse ky grup të dhënash përfaqëson një kampion gjysmë të rastësishëm prej 20.0% të të gjithë përmbajtjes lidhur me këshillat të nxjerrë gjatë vitit, shifrat raportohen si përqindje të kampionit të koduar, çka lejon përgjithësimin e tyre te popullata e parashikuar e plotë e mbulimit; aty ku është e dobishme, totalët e parashikuara për gjithë vitin jepen krahas përqindjeve të kampionit. Përveçse kur thuhet ndryshe, analizat tematike, ato të aktorëve dhe të kornizimit bazohen te 1,398 artikujt (86.1%) të klasifikuar si me rëndësi parësore—pra, artikuj në të cilët një këshill bashkiak ose anëtarët e tij janë fokusi qendror dhe jo një përmendje e rastësishme.

Seksioni është organizuar në nëntë nën-seksione, secili duke trajtuar një dimension të dallueshëm të mënyrës se si media shqiptare i mbuloi këshillat bashkiakë në vitin 2025: vëllimin dhe rëndësinë e përgjithshme të mbulimit; shtrirjen e raportimit origjinal dhe dyfishimin e përmbajtjes; tendencat kohore përgjatë vitit; shpërndarjen gjeografike të mbulimit ndër bashki; temat që dominojnë; aktorët dhe zërat që shfaqen; kornizimin politik dhe përfaqësimin partiak; dimensionet gjinore të mbulimit; dhe një analizë krahasuese ndër tri llojet e medias.

3.1.1. Vëllimi dhe rëndësia e përgjithshme e mbulimit

Kampioni i koduar përbëhet nga 1,624 artikuj, prej të cilëve 86.1% (1,398 artikuj) u klasifikuan si me rëndësi parësore—që do të thotë se këshilli bashkiak ose anëtarët e tij ishin fokusi qendror i përmbajtjes. 13.9% e mbetur (226 artikuj) u klasifikuan si me rëndësi dytësore, ku këshillat shfaqeshin vetëm rastësisht, zakonisht si aktorë periferikë në një ngjarje të nxitur nga një institucion tjetër ose nga një zhvillim politik. Përveçse kur thuhet ndryshe, të gjitha analizat në këtë kapitull bazohen tek artikujt me rëndësi parësore.

Meqenëse monitorimi kapi rreth 20% të të gjithë përmbajtjes së përputhur, vëllimi total i parashikuar i mbulimit lidhur me këshillat në të 41 mediat e monitoruara për gjithë vitin 2025 është rreth 9,800 artikuj—ose afërsisht 7,000 artikuj nëse kufizohet te përmbajtja me rëndësi parësore. Kjo shifër,

ndonëse në dukje e konsiderueshme në terma absolutë, përfaqëson një shtresë dukshëm të hollë mbulimi kur vendoset përkundër gjerësisë së prodhimit të medias shqiptare për çështjet politike kombëtare, veprimtarinë qeveritare apo pushtetin ekzekutiv, ku ngjarje individuale gjenerojnë rëndom qindra artikuj në një ditë të vetme. Këshillat bashkiakë, që janë organet kryesore ligjvënëse dhe mbikëqyrëse në nivel vendor dhe ndikojnë drejtpërdrejtë në jetën e përditshme të mbi 2.8 milionë qytetarëve, marrin një mbulim që është njëkohësisht episodik dhe kryesisht reagues.

Mbulimi i parashikuar i këshillave për gjithë vitin në mediat e monitoruara: ~7,000 artikuj me rëndësi parësore. Ky vëllim, i shpërndarë në 41 media dhe një vit të plotë kalendarik, jep mesatarisht më pak se 200 artikuj për media në vit—më pak se katër në javë—dhe është i përqendruar fuqishëm në një muaj të vetëm (shtatori, shih Seksionin 3.1.3).

Mbulimi ishte i shpërndarë në mënyrë të pabarabartë ndër llojet e medias. Mediat online dhe ato digjitale zinin pjesën më të madhe të kampionit të koduar (59.4%), të ndjekura nga televizioni (24.8%) dhe shtypi i shkruar (15.8%). Megjithatë, natyra e rëndësisë ndryshonte ndjeshëm: shtypi i shkruar dhe televizioni mbartnin një përqindje shumë më të lartë artikujsh me rëndësi parësore (përkatësisht 96.1% dhe 95.8%), ndërsa mediat online shfaqnin një shkallë më të lartë të përmbajtjes me rëndësi dytësore (20.6%), çka sugjeron se media online më shpesh i përmendnin këshillat tangencialisht brenda ngjarjeve më të gjera politike ose kombëtare. Tabela 2 paraqet ndarjen sipas llojit të medias.

Tabela 2: Artikujt e koduar dhe rëndësia parësore sipas llojit të medias

Lloji i medias	Artikuj të koduar	% e kampionit	Rëndësi parësore	% parësore brenda llojit
Shtypi i shkruar	256	15.8%	246	96.1%
Media online	965	59.4%	766	79.4%
Televizion (edicione online)	403	24.8%	386	95.8%
Totali	1,624	100%	1,398	86.1%

Përqendrimi në nivel medie është gjithashtu i theksuar. Media e vetme më prodhimtare në kampion ishte RTSH-ja, transmetuesi publik, dhe vetëm ajo zinte 8.7% të të gjithë artikujve parësorë të koduar më shumë se i gjithë nënkampioni i shtypit të shkruar së bashku. Gazeta Sot vinte më pas me 7.0%, ndërsa tre mediat më të mëdha online (Shqiptarja, Boldnews dhe Pamfleti) kontribuonin secila midis 5.3% dhe 5.8%. Së bashku, pesë mediat kryesore zinin afërsisht një të tretën e të gjithë mbulimit të koduar.

Pjesa disproporcionale e RTSH-së meriton vëmendje të veçantë. Si transmetuesi publik kombëtar me një rrjet studiosh rajonale në të gjithë Shqipërinë, RTSH-ja është strukturalisht në pozitë më të mirë se mediat komerciale për të raportuar mbi këshillat përtej Tiranës. Gazetarët e saj rajonale ofrojnë mbulim të mbledhjeve të këshillave, zgjedhjeve vendore dhe vendimeve bashkiake në disa prefektura, duke gjeneruar një gjerësi mbulimi gjeografik që nuk arrihet nga asnjë media tjetër e vetme në panelin e monitorimit (shih Seksionin 3.1.4 për analizën gjeografike). Ky avantazh strukturor përkthehet në një profil mbulimi cilësisht të ndryshëm: shpërndarja tematike e artikujve kryesorë në RTSH përfshin një përqindje më të lartë të qëndrimeve politike dhe lajmeve mbi proceset e këshillave, krahasuar me mediat komerciale, të cilat priren të përqendrohen më shumë në narrativat e drejtësisë dhe konfliktit.

3.1.2. Raportimi origjinal dhe fenomeni i kopjo-ripubliko

Një karakteristikë strukturore e peizazhit mediatik shqiptar, e cila ndikon drejtpërdrejt në interpretimin e shifrave të vëllimit, është praktika e përhapur e ripublikimit të përmbajtjeve identike ose pothuajse identike nëpër media të ndryshme. Në kampionin e monitoruar, 46 tituj artikujsh të ndryshëm u shfaqën në dy ose më shumë media, duke prodhuar 93 raste duplikimi në të gjithë bazën e të dhënave. Kjo sugjeron se shtrirja në dukje e mbulimit të këshillave është, pjesërisht, rezultat i riprodhimit të përmbajtjes dhe jo domosdoshmërisht i prodhimit të pavarur gazetaresk.

Ky fenomen kopjo-ripubliko zakonisht përfshin një deklaratë, njoftim për shtyp ose ngjarje nga një media që riprodhohet fjalë për fjalë ose pothuajse fjalë për fjalë nga disa të tjera, shpesh brenda orësh nga botimi origjinal. Agjencia Telegrafike Shqiptare, ATSH, (ata.gov.al) funksionon si një kanal kyç për këtë proces: njoftimet e saj të shpërndara, që zinin drejtpërdrejtë 2.8% të kampionit të koduar, ribotohen shpesh në mediat online pa atribuim ose shtesë editoriale. Rezultati është se një ngjarje ose deklaratë e vetme e këshillit mund të duket se gjeneron mbulim në pesë a gjashtë media, ndërkohë që në praktikë pasqyron punën e një reporteri të vetëm ose të një zyre të vetme shtypi institucionale.

Të dhënat e autorësisë e përforcojnë këtë pamje. Vetëm 8.9% e artikujve me rëndësi parësore i atribuoheshin një gazetari ose reporteri të emërtuar. Kategoritë mbizotëruese të autorësisë ishin “të tjera”—që mbulojnë burimet institucionale, njoftimet e shpërndara të agjencive dhe njoftimet për shtyp—(47.4%) dhe “të paqarta” (41.3%). Më pak se 2.4% e artikujve ishin autorësuar drejtpërdrejtë nga këshilltarët, çka sugjeron se vetë këshillat gjenerojnë shumë pak përmbajtje mediatike të vetiniciuar. Këto modele janë të qëndrueshme në të tria llojet e medias, ndonëse veçanërisht të theksuara në shtyp dhe televizion, ku emrat e autorëve jepen më rrallë.

Më pak se 1 në 10 artikuj lidhur me këshillat (8.9%) mban emrin e një gazetari të nënshkruar. Pjesa mbizotëruese e përmbajtjes buron nga burime institucionale ose agjenci lajmesh, ose nuk ka fare atribuum autorësie—çka tregon një shtresë të hollë investimi editorial origjinal në raportimin mbi qeverisjen vendore.

3.1.3. Tendencat kohore: kur mbulohe këshillat

Mbulimi i këshillave bashkiake nuk ka qenë aspak i shpërndarë në mënyrë të njëtrajtshme përgjatë vitit kalendarik. Një muaj i vetëm—shtatori 2025—zuri 29.4% të të gjithë artikujve të koduar, më shumë se çdo tremujor në pjesën tjetër të vitit. Tetori dhe nëntori së bashku kontribuan me 26.9%. Ndryshe nga kjo, gjysma e parë e vitit (janar–qershor) gjeneroi vetëm 26.7% të mbulimit vjetor, ndërsa gushti ishte muaji më i qetë me vetëm 2.9%.

Rritja e mbulimit në shtator nuk u nxit nga një cikël zgjedhor i planifikuar, por nga një seri e jashtëzakonshme ngjarjesh politike dhe ligjore të përqendruara te Këshilli Bashkiak i Tiranës. Pas thirrjes publike të kryeministrit Edi Rama për shkarkimin e Veliajt në Asamblenë e PS-së në fillim të shtatorit, Këshilli Bashkiak i Tiranës u mbledh më 23 shtator dhe votoi me 50 vota—me këshilltarë si të PS-së ashtu edhe të opozitës pro—për të propozuar shkarkimin e kryebashkiakut sipas nenit 62 të Ligjit për Vetëqeverisjen Vendore, i cili lejon shkarkimin kur një kryebashkiak ka munguar në detyrë për më shumë se tre muaj. Veliaj, i cili ndodhej në paraburgim që nga shkurti 2025, kishte kërkuar të merrte pjesë në mbledhje, por kjo gjë iu refuzua. Këshilli i Ministrave e formalizoi shkarkimin më 25 shtator dhe Presidenti Barjam Begaj nxori një dekret më 1 tetor duke caktuar 9 nëntorin si datën e zgjedhjeve të pjesshme në gjashtë bashki: Tiranë, Vlorë, Berat, Mat, Tepelenë dhe Cërrik.

Ky zinxhir ngjarjesh gjeneroi një vëllim të jashtëzakonshëm mbulimi mediatik lidhur me këshillat. Nga të gjithë artikujt e shtatorit, 77.1% përmendnin procedurat e shkarkimit, dhe 78.4% i referoheshin Veliajt me emër. Dy temat mbizotëruese në shtator ishin *procedurat e brendshme të këshillit* (31.9% e artikujve të shtatorit—kryesisht vetë mbledhja e shkarkimit, baza e saj ligjore dhe legjitimiteti i saj procedural) dhe *drejtësia e procedurat ligjore* (25.6%), duke pasqyruar ndjekjen penale të vazhdueshme nga SPAK-u dhe sfidën kushtetuese të Veliajt ndaj shkarkimit të tij. Mbulimi i shtatorit ishte gjithashtu fuqishëm i përqendruar te Tirana (77.4% e artikujve të shtatorit), me Vlorën të dytën në distancë me 7.1%, kjo e fundit e nxitur nga raportimi për zgjedhjet e pjeshme që do të mbaheshin atje.

Ngjarjet që pasuan e mbajtën të lartë mbulimin mediatik deri në tremujorin e katërt. Në tetor, Gjykata Kushtetuese pezulloi zgjedhjet e pjeshme të Tiranës në pritje të ankimit të Veliajt—një zhvillim i përmendur në 64.2% të të gjithë artikujve të tetorit. Më 3 nëntor, Gjykata Kushtetuese anuloi si vendimin e shkarkimit të Këshillit të Ministrave ashtu edhe dekretin presidencial për zgjedhjet në Tiranë, duke e rikthyer formalisht Veliajn në detyrën e kryebashkiakut pavarësisht paraburgimit të tij të vazhdueshëm. Po atë muaj, më 9 nëntor, zgjedhjet e pjeshme u zhvilluan sipas planit në pesë bashkitë e mbetura (Vlorë, Berat, Tepelenë, Cërrik dhe Mat), duke regjistruar pjesëmarrjen zgjedhore më të ulët ndonjëherë në Shqipëri, 18.7%. Mbulimi i dhjetorit u dominua nga proceset e miratimit të buxhetit, ku 53.0% e artikujve të dhjetorit i referoheshin përmbajtjes lidhur me buxhetin.

Rritja e mbulimit mediatik në shtator nuk u nxit nga një proces zgjedhor i planifikuar, por nga vota e vetë Këshillit Bashkiak të Tiranës për shkarkim më 23 shtator—duke e bërë këshillin protagonist të një prej ngjarjeve politike më të mbuluara në Shqipëri gjatë vitit 2025. Në mënyrë paradoksale, ky përbën një nga rastet e rralla kur vendimmarrja e këshillit gjeneroi interes të qëndrueshëm mediatik, pikërisht sepse u ndërthur me një proces penal dhe një krizë me përmasa kushtetuese.

Ky model nënvizon një gjetje qendrore: vëmendja mediatike ndaj këshillave nxitet gati tërësisht nga shkaqe të jashtëzakonshme politike dhe ligjore, dhe jo nga një interes i qëndrueshëm për performancën e këshillave apo cilësinë e qeverisjes. Të dhënat tremujore konfirmojnë se gjysma e parë e vitit 2025—që përfshin periudhën menjëherë pas arrestimit të Veliajt në shkurt, por para procedurave të shkarkimit—zuri më pak se 27% të mbulimit vjetor, pavarësisht se këshillat funksiononin normalisht në të gjithë vendin gjatë atyre muajve.

Tabela 3: Shpërndarja tremujore e artikujve të koduar dhe nxitësit kryesorë

Periudha	Artikuj të koduar	% e kampionit vjetor	Nxitësi kryesor
Janar–Mars (T1)	250	15.4%	Arrestimi i Veliajt (shkurt) dhe procedurat e SPAK-ut; veprimtari e përgjithshme e këshillave
Prill–Qershor (T2)	186	11.5%	Narrativa e vazhdueshme e drejtësisë; konteksti i zgjedhjeve parlamentare të majit
Korrik–Shtator (T3)	637	39.2%	Vota e shkarkimit nga këshilli (23 shtator), vendimi i qeverisë, dekreti presidencial
Tetor–Dhjetor (T4)	551	33.9%	Vendimi i Gjykatës Kushtetuese (3 nëntor); zgjedhjet e pjesshme (9 nëntor); sezoni i buxhetit
Totali për vitin	1,624	100%	

Modeli kohor është i qëndrueshëm në të tre llojet e mediave, ndonëse me ndryshime në intensitet. Gazetat e shtypura shfaqën përqendrimin më të theksuar, ku vetëm shtatori zuri rreth 34% të të gjithë artikujve të vitit në këtë kategori. Edhe televizioni paraqet një model të ngjashëm të përqendruar, me shtatorin që arrin në 29.5% të mbulimit total televiziv. Mediat online, megjithëse gjithashtu kulmojnë në shtator (28.1%), paraqitën një shpërndarje disi më të zgjatur përgjatë tremujorit të katërt, në përputhje me prirjen e tyre për të prodhuar përmbajtje të vazhdueshme vijuese mbi zhvillimet politike dhe ligjor. Në të tri llojet e mediave, tremujorët e tretë dhe të katërt së bashku zinin mbi 70% të mbulimit vjetor—një shpërndarje që pasqyron më shumë kalendarin e ngjarjeve të jashtëzakonshme sesa një ritëm të rregullt të raportimit mbi llogaridhënien e këshillave.

3.1.4. Mbulimi gjeografik: cilët këshilla janë të dukshëm

Një nga gjetjet më mbresëlënëse të monitorimit është përqendrimi ekstrem gjeografik i mbulimit të këshillave. Nga 61 bashkitë e Shqipërisë, vetëm 34 (55.7%) u shfaqën fare në mbulim gjatë vitit 2025. 27 bashkitë e mbetura (44.3%) nuk morën asnjë përmendje në të gjithë vitin e monitoruar, çka do të thotë se këshillat e gati gjysmës së bashkive shqiptare mungojnë plotësisht në diskursin mediatik kombëtar.

Brenda 34 bashkive që u mbuluan, përqendrimi është ekstrem. Vetëm Këshilli Bashkiak i Tiranës zuri 69.8% të të gjithë artikujve me rëndësi parësore. Megjithatë, kjo shifër kryesore kërkon interpretim të kujdesshëm. Siç u përcaktua në Seksionin 3.1.3, shumica dërrmuese e mbulimit të Tiranës u nxit nga saga e jashtëzakonshme e shkarkimit-rikthimit të Veliajt: 79.8% e artikujve parësorë të Tiranës—që përfaqësojnë 55.7% të të gjithë mbulimit parësor në nivel kombëtar—i referoheshin Veliajt, shkarkimit të tij, procedurave të Gjykatës Kushtetuese ose SPAK-ut. Mbulimi rutinë i këshillit të Tiranës—diskutimet për buxhetin, ofrimin e shërbimeve, keqqeverisjen dhe çështjet sociale—zinte vetëm 14.1% të të gjithë artikujve parësorë në nivel kombëtar. Kjo do të thotë se tabloja e dominimit të Tiranës është në thelb një pasqyrim i një rasti të jashtëzakonshëm dhe jo i një interesi të qëndrueshëm editorial për mënyrën se si funksionon këshilli i kryeqytetit.

Një paralajmërim i ngjashëm vlen për disa nga bashkitë që renditen menjëherë poshtë Tiranës. Pesë nga bashkitë e mbetura—Vlora, Berati, Mati, Cërriku dhe Tepelena—mbajtën zgjedhje të pjesshme më 9 nëntor 2025, pas vakancave të krijuara nga kryebashkiakë që dhanë dorëheqjen, u zgjodhën në parlament ose u emëruan në pozicione qeveritare. Perspektiva dhe zhvillimi i këtyre zgjedhjeve gjeneruan mbulim të fushatës dhe të rezultateve, duke rritur ndjeshëm në mënyrë artificiale dukshmërinë e këtyre bashkive.

Këta artikuj zënë pjesën më të madhe të shkrimeve që kanë pasur në fokus bashki të rëndësishme si Berati, Mati dhe Vlora. Pa këtë nxitje zgjedhore, mbulimi rutinë vjetor i këtyre këshillave zë një përqindje të ulët, kryesisht të përqendruar te banorët që kundërshtojnë vendimet e këshillit, aksesit në shërbimet publike dhe keqqeverisja.

Kur lihet mënjanë mbulimi i nxitur nga ngjarjet—duke hequr artikujt e lidhur me krizën e shkarkimit në Tiranë dhe zgjedhjet e pjesshme të nëntorit në pesë bashki—mbulimi vërtet rutinë i këshillave përfaqëson rreth 36,6% të të gjithë artikujve parësorë. Pamja strukturore gjeografike është një pamje në të cilën një grusht qendrash të mëdha urbane (Shkodra, Durrësi, Elbasani, Pogradeci, Saranda, Fieri) gjenerojnë mbulim modest, por gjatë gjithë vitit, ndërsa shumica dërrmuese e bashkive shqiptare praktikisht mungojnë në mbulimin mediatik pavarësisht kalendarit zgjedhor.

Këshillat që shfaqin praninë më të qëndrueshme të mbulimit gjatë gjithë vitit—pavarësisht zgjedhjeve apo krizave ligjore—janë Shkodra, Durrësi, Elbasani, Saranda dhe Fieri. Këto janë këshilla që gjenerojnë mbulim të rregullt përmes debateve për buxhetin, akuzave për keqqeverisje, mosmarrëveshjeve për zhvillimin urban dhe polemikave për ofrimin e shërbimeve, duke pasqyruar një nivel bazë të vëmendjes editoriale ndaj qendrave të mëdha rajonale.

Tridhjetë e tre bashkitë e tjera të mbuluara ndanë mes tyre 29.7% të artikujve parësorë. Të gjitha bashkitë e tjera të mbuluara u shfaqën në më pak se 2% të artikujve secila, dhe 22 nga 34 këshillat

e mbuluar u shfaqën në 10 ose më pak artikuj gjatë gjithë vitit—një shpeshhtësi aq e ulët saqë përbën gati-padukshmëri. Njëzet e shtatë bashkitë me zero mbulim këshilli përfshijnë një përqendrim të njësisive të vogla dhe rurale të qeverisjes vendore në jug dhe verilindje të Shqipërisë: Belsh, Delvinë, Devoll, Divjakë, Finiq, Has, Himarë, Librazhd, Maliq, Mallakastër, Malësi e Madhe, Memaliaj, Mirditë, Patos, Peqin, Prrenjas, Pustec, Selenicë, Skrapar, dhe të tjera. Mungesa e tyre pasqyron një ndërthurje të distancës gjeografike nga ekipet editoriale me bazë në Tiranë, popullsive më të vogla dhe mungesës së llojit të ngjarjeve politike apo ligjore që zakonisht nxisin mbulimin nga mediat kombëtare shqiptare.

Modelet e mbulimit gjeografik ndryshonin në mënyrë domethënëse sipas llojit të medias. Televizioni—veçanërisht RTSH-ja—shfaqti shpërndarjen më të gjerë, duke arritur një grup më të larmishëm bashkish. RTSH-ja mbuloi 19 këshilla të dallueshëm në artikuj me rëndësi parësore, përfshirë bashki më të vogla si Kukësi, Cërriku dhe Tepelena që nuk morën asnjë mbulim në shtyp. Kjo pasqyron rrjetin e korrespondentëve rajonalë të RTSH-së, i cili ofron akses strukturor në veprimtarinë e këshillave përtej kryeqytetit. Televizionet komerciale dhe media online, të përqendruara në redaksi me bazë në Tiranë, shfaqën përqendrim gjeografik më të theksuar te kryeqyteti dhe te katër-pesë qendrat më të mëdha urbane. Pogradeci dhe Kamza, për shembull, u shfaqën kryesisht në mediat online dhe kryesisht mungonin në shtypin e shkruar—një model që përputhet me prirjen e mediave digjitale për të ndjekur zhvillimet në nivel komunitar, të cilat nuk e arrijnë pragun e interesit editorial kombëtar të shtypit të shkruar.

Tabela 4: 10 këshillat më të mbuluar—artikuj parësorë, pjesa e nxitur nga ngjarjet dhe prania gjatë gjithë vitit

Këshilli	Artikuj parësorë	% e të gjithë parësorëve
Tirana	976	69.8%
Vlorë	103	7.4%
Shkodër	43	3.1%
Durrës	39	2.8%
Elbasan	34	2.4%
Pogradec	31	2.2%
Berat	22	1.6%
Sarandë	14	1.0%
Fier	14	1.0%
Kamëz	12	0.9%
27 municipalities	0	0.0%

3.1.5. Fusha e mbulimit: analiza tematike

Analiza tematike zbulon një peizazh mbulimi të dominuar nga dy korniza kryesore ë cilat së bashku e lënë në hije përmbajtjen substanciale mbi qeverisjen vendore: procedurat ligjore dhe gjyqësore,

si dhe politika procedurale apo zgjedhore. Një lexim më i thelluar i përmbajtjes së artikujve—përtej kategorive të caktuara të kodimit—zbulon më tej disa narrativa ndërsektoriale që përsëriten ndër tema të shumta përgjatë vitit, duke sugjeruar se disa dështime të qeverisjes kanë gjeneruar një interes mediatik të fragmentuar, por të vazhdueshëm. Tabela 5 paraqet ndarjen e plotë tematike të artikujve me rëndësi parësore.

Tabela 5: Ndarja tematike e artikujve me rëndësi parësore (me totale të parashikuara për gjithë vitin)

Tema	% e parësorëve	Total i parashikuar për vitin
Drejtësia dhe procedurat ligjore	34.8%	~2,430
Procedurat e brendshme të këshillit	18.0%	~1,255
Angazhimi zgjedhor dhe qëndrimet politike të këshilltarëve	12.0%	~840
Tema të tjera	9.5%	~665
Shqetësimet për qeverisjen dhe llogaridhënia	6.8%	~475
Çështjet sociale	4.1%	~285
Debati politik midis shumicës dhe opozitës në këshill	4.1%	~285
Buxheti dhe projektbuxheti	4.0%	~280
Qëndrimet e banorëve ndaj vendimeve të këshillit	2.9%	~205

Aksesi publik në shërbimet vendore	1.6%	~115
Fatkeqësitë dhe emergjencat	1.1%	~75
Konsultimet publike me banorët	0.6%	~40
Gjinia dhe barazia gjinore	0.4%	~25
Autonomia e këshillit dhe marrëdhëniet me qeverinë qendrore	0.1%	~5
Totali	100%	~6,980

Drejtësia dhe procedurat ligjore ishin tema dukshëm më dominuese, duke zënë 34.8% të të gjithë mbulimit parësor. Një analizë në nivel përmbajtjeje konfirmon se 79.6% e këtyre artikujve i referoheshin posaçërisht Erion Veliajt—duke mbuluar arrestimin e tij në shkurt 2025, paraburgimin e tij gjatë gjithë vitit, ndjekjen penale nga SPAK-u, mosmarrëveshjen kushtetuese për shkarkimin e tij dhe procedurat e mëvonshme të Gjykatës Kushtetuese. Një tjetër 4.7% i referoheshin ndjekjes penale të zëvendëskryeminstres Belinda Balluku, e cila u ndërthur me mbulimin e këshillave përmes implikimeve kushtetuese të pezullimit të saj. 13.8% e mbetur e artikujve të drejtësisë kishin të bënin me bashki të tjera, më së shumti me ndjekjen penale nga SPAK-u të kryetarit të Bashkisë së Tropojës, Rexhë Byberi, për shpërdorim detyre dhe parregullsi në prokurime, si dhe disa raste që përfshinin zyrtarë vendorë në Kamëz dhe Durrës. Ky grup dytësor tregon se shtrirja e SPAK-ut në pushtetin vendor shkon përtej kryeqytetit, edhe pse rasti i Tiranës gjeneroi mbulim dukshëm më të madh. Kur Tirana përjashtohet tërësisht, tema e drejtësisë bie në 15.7% të mbulimit të mbetur.

Procedurat e brendshme të këshillit zinin 18.0% të artikujve parësorë. Në kundërshtim me atë që mund të sugjeronte kulmi i shtatorit, kjo kategori nuk u nxit kryesisht nga mbledhjet inauguruese të këshillave të sapoformuar. Një analizë e përmbajtjes së 251 artikujve në këtë kategori tregon

se 53.0% i referoheshin drejtpërdrejtë procedurave të shkarkimit—mbledhjes së këshillit të 23 shtatorit, bazës ligjore të përdorur (neni 62 i Ligjit për Vetëqeverisjen Vendore) dhe legjitimitetit procedural të votimit të zhvilluar. Vetëm 17.9% e artikujve mbi procedurat kishin të bënin me betimin apo mbledhjet inauguruese, shumica e të cilave u shfaqën në tetor dhe nëntor pas zgjedhjeve të pjeshme në pesë bashki. Ky dallim është thelbësor: tema e procedurave nuk është kryesisht një regjistrim i veprimtarisë së rregullt të këshillit, por më tepër një efekt i një mbledhjeje të vetme të jashtëzakonshme, e cila u shndërrua në epiqendrën e një krize kushtetuese.

Angazhimi zgjedhor dhe qëndrimet politike të këshilltarëve ishin kategoria e tretë më e madhe me 12.0%. Analiza e përmbajtjes konfirmon se 89.3% e këtyre artikujve ishin të lidhur me zgjedhjet—duke mbuluar kandidaturat, qëndrimet e fushatës dhe rezultatet si nga zgjedhjet parlamentare të majit 2025 (ku disa këshilltarë garuan për parlament) ashtu edhe nga zgjedhjet e pjeshme të nëntorit 2025 në pesë bashki. 10.7% e mbetur mbulonin deklaratat politike joelektorale të këshilltarëve, kryesisht në kontekstin e rastit Veliq. Kjo kategori, pra, funksionon gati tërësisht si një mjet raportimi zgjedhor dhe jo si një regjistrim i qëndrimeve të këshilltarëve për çështjet e qeverisjes vendore.

Tre kategoritë më të mëdha tematike—drejtësia (34.8%), procedurat e brendshme (18.0%) dhe qëndrimet politike (12.0%)—së bashku zënë 64.8% të të gjithë mbulimit parësor. Analiza e përmbajtjes tregon se shumica dërrmuese e artikujve brenda secilës prej këtyre kategorive u nxit nga një sekuencë e vetme e jashtëzakonshme ngjarjesh: ndjekja penale nga SPAK-u e kryebashkiakut të Tiranës, vota e shkarkimit nga këshilli dhe kriza kushtetuese që pasoi. I zhveshur nga kjo narrativë e vetme, vëllimi i mbulimit mediatik lidhur me këshillat do të ishte ndjeshëm më i ulët dhe profili i tij tematik dukshëm i ndryshëm.

Temat më të lidhura drejtpërdrejt me cilësinë e demokracisë vendore—buxheti dhe financat publike (4.0%), konsultimet publike me banorët (0.6%), aksesin në shërbimet vendore (1.6%), barazia gjinore (0.4%) dhe autonomia e këshillit e marrëdhëniet me qeverinë qendrore (0.1%)—zinin një

total të kombinuar prej vetëm 6.7% të mbulimit parësor. Duke përfshirë qëndrimet e banorëve ndaj vendimeve të këshillit (2.9%), pjesa e temave thelbësore të qeverisjes vendore ngjitet në 9.6%—më pak se një e dhjeta e mbulimit total dhe më pak se një e treta e vetëm temës së drejtësisë.

Gjetja mbi konsultimet publike është veçanërisht e theksuar. Tetë artikujt e koduar nën këtë temë përfaqësojnë, në praktikë, vetëm gjashtë ngjarje të dallueshme: tre prej tyre janë përsëritje e të njëjtës histori mbi banesat në Kukës dhe një ka të bëjë me një mbledhje të qeverisë qendrore të mbajtur në Kuçovë, e cila kishte një lidhje vetëm të tërthortë me miratimet e këshillave bashkiakë. Vetëm një artikull—kërkesa e një këshilltari të opozitës për transparencë gjatë procesit të buxhetit 2026 në Tiranë—përfaqëson një rast të mirëfilltë të një këshilltari që thërret publikisht të drejtën e qytetarëve për të marrë pjesë në një vendim të këshillit. Në të 61 bashkitë e Shqipërisë dhe gjatë një viti të plotë kalendarik, kjo përbën një heshtje gati totale mediatike mbi qeverisjen vendore me pjesëmarrje.

Përtej kategorive tematike të koduara, një lexim i përmbajtjes së artikujve nxjerr në pah disa nën-narrativa të përsëritura që përshkojnë tema të shumta dhe meritojnë theks të veçantë.

Polemika e inceneratorëve—e përqendruar te kontratat konçensionare të menaxhimit të mbetjeve të dhëna operatorëve privatë në disa bashki—u shfaq në 6.6% të të gjithë artikujve parësorë (92 artikuj), të shpërndarë në kategoritë e drejtësisë (37), keqqeverisjes (29), fatkeqësive (7) dhe buxhetit (5). Asnjë kategori e vetme kodimi nuk e kap plotësisht këtë ngjarje, megjithatë ajo përbën një nga narrativat më të vazhdueshme të llogaridhënies së qeverisjes gjatë këtij viti, duke lidhur hetimet e SPAK-ut, akuzat e opozitës dhe vendimet buxhetore të këshillave në një linjë që shtrihet nga janari deri në dhjetor.

Zhvillimi urban, prishjet dhe ndërtimet pa leje u shfaqën si një tjetër temë ndërthurëse, duke u shfaqur në 3.9% të artikujve parësorë (55 artikuj) ndër kategoritë e drejtësisë, keqqeverisjes, buxhetit dhe kundërshtimeve të qytetarëve ndaj vendimeve. Kjo temë mbuloi prishjet e lidhura me

projektet TID në Durrës dhe Kamëz, parregullsitë në lejet e ndërtimit në Tiranë dhe Elbasan, si dhe programin e rindërtimit pas tërmetit—ky i fundit duke gjeneruar 34 artikuj (2.4%) që ndërthuren me korniza sociale, të keqqueverisjes dhe të drejtësisë. Të dyja këto nën-narrativa ilustronë një kufizim të klasifikimit tematik me një kod të vetëm: ngjarjet komplekse dhe shumëdimensionale të qeverisjes fragmentohen në mënyrë të tillë që e nënvlerësojnë peshën reale të tyre në mbulim.

Së fundi, referencat ndaj transparencës, llogaridhënies dhe të drejtës për informim u shfaqën në 6.0% të artikujve parësorë (84 artikuj), gati gjithmonë si një kornizë retorike brenda artikujve për konflikte politike dhe jo si raportim thelbësor mbi aksesin në dokumente, zbatimin e të drejtës për informim, apo mekanizmat e transparencës së këshillave. Kjo sugjeron se gjuha e llogaridhënies është e pranishme në mbulimin mediatik të këshillave në Shqipëri, por si një mjet politik dhe jo si një instrument i mirëfilltë mbikëqyrjeje.

Ekzistojnë dallime domethënëse sipas llojit të medias. Gazetat e shtypura shfaqën përqindjen më të lartë të mbulimit me qëndrime politike (21.5%), duke pasqyruar investimin editorial në mbulimin zgjedhor gjatë periudhave të fushatës. Televizioni ishte më i balancuar, ku RTSH-ja dallohej për përqindjen më të lartë të qëndrimeve politike (19.2%) dhe përqendrimin më të ulët në drejtësi (30.6%), në përputhje me shtrirjen e tij më të gjerë gjeografike dhe programacionin rajonal. Media online shfaqti përqendrimin më të lartë në temat e drejtësisë (39.3%) dhe përqindjen më të ulët të qëndrimeve politike (5.4%), duke pasqyruar prirjen e mediave digjitale për të ndjekur në mënyrë të vazhdueshme zhvillimet e fundit ligjore dhe gjyqësore, ndërkohë që investojnë më pak në ndërtimin e narrativës zgjedhore.

Jashtë Tiranës, panorama tematike ndryshon ndjeshëm. Ndër 415 artikujt kryesorë jashtë Tiranës me një këshill të identifikuar, shpërndarja është më e balancuar: tema e drejtësisë bie në 15.7% (nga 34.8% në nivel kombëtar), ndërsa qëndrimet e banorëve ndaj vendimeve të këshillit ngjiten në 9.9%, aksesin në shërbimet vendore në 4.8%, dhe konflikti politik në 4.6%. Çështjet e qeverisjes dhe llogaridhënies (8.7%) dhe çështjet sociale (5.3%) janë proporcionalisht më të dukshme jashtë

kryeqytetit sesa brenda tij. Ky profil tematik më i larmishëm sugjeron se, aty ku bashkitë më të vogla marrin mbulim, ai priret të nxitet nga shqetësime konkrete të komunitetit dhe nga dështime të qeverisjes vendore, dhe jo nga drama politike dhe gjyqësore që dominon raportimin e fokusuar te Tirana. Sfida është se ky mbulim mbetet ende i kufizuar në terma absolut dhe shumë i përqendruar në një numër të vogël bashkish që gjenerojnë prani të vazhdueshme mediatike gjatë gjithë vitit.

3.1.6. Aktorët dhe zërat e mbuluar nga media

Analiza e aktorit kryesor të cituar ose të paraqitur në çdo artikull zbulon një çekuilibër domethënës në përcaktimin e zërit që dominon mbulimin e këshillave bashkiakë. Kryebashkiakët ishin aktori kryesor i cituar në 51.1% të të gjithë artikujve me rëndësi parësore—më shumë se gjysma e mbulimit total. Këshilltarët u shfaqën si aktori kryesor në 27.5% të artikujve. Të gjitha kategoritë e tjera të aktorëve së bashku—zyrtarë bashkie, deputetë, banorë dhe organizata të shoqërisë civile—zinin 21.4% e mbetur.

Kjo shifër e përgjithshme kërkon një sqarim të rëndësishëm. Një analizë në nivel përmbajtjeje e 715 artikujve që citojnë një kryebashkiak si aktor kryesor tregon se 65.2% (466 artikuj) i referoheshin posaçërisht Erion Veliajt—që do të thotë se një individ i vetëm në paraburgim gjeneroi më shumë mbulim të atribuuar kryebashkiakëve sesa të gjithë kryebashkiakët e tjerë shqiptarë së bashku gjatë vitit 2025. 34.8% e mbetur (249 artikuj) mbulonin kryebashkiakë të tjerë, ku kryebashkiakja në detyrë e Tiranës, Anuela Ristani, shfaqej në 8 artikuj dhe kryeministri Rama—i cituar shpesh në cilësinë e tij si figurë qeveritare në vizita gjatë aktiviteteve bashkiake—shfaqej në 32 artikuj. Pa rastin Veliaj, pësia e kryetarëve të bashkive si aktorë kryesorë do të binte nga 51.1% në rreth 18% të mbulimit parësor, duke ndryshuar dramatikisht ekuilibrin e dukshëm midis zërave të ekzekutivit dhe atyre të këshillave bashkiakë.

Kjo shpërndarje është strukturalisht domethënëse pavarësisht efektit Veliqaj. Kryebashkiakët janë pjesë e pushtetit ekzekutiv të qeverisjes vendore, ndërsa këshillat bashkiakë përbëjnë pushtetin legjislativ dhe mbikëqyrës. Një profil mediatik në të cilin zëri i ekzekutivit dominon pasqyron një model më të gjerë në të cilin funksionet përfaqësuese dhe llogaridhënëse të këshillit marrin shumë më pak vëmendje mediatike sesa autoriteti dhe vendimmarrja e kryebashkiakut—një model që i paraprin dhe shkon përtej çdo individi apo rasti të vetëm.

Tabela 6: Aktori kryesor i cituar në artikujt me rëndësi parësore, në total dhe sipas llojit të medias

Aktori kryesor i cituar	% e parësorëve	Shtypi i shkruar	Media online	Televizion (edicione online)
Kryebashkiak	51.1%	73.6%	35.0%	68.9%
Këshilltar	27.5%	23.2%	30.9%	23.3%
Të tjerë (analist, institucion)	12.4%	1.2%	20.9%	2.3%
Deputet	4.0%	—	6.7%	1.3%
Zyrtar bashkie	2.6%	2.0%	2.2%	3.9%
Banor	2.1%	—	3.8%	0.3%
Organizatë e shoqërisë civile	0.3%	—	0.5%	—
Totali	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Profili i aktorëve ndryshon dukshëm ndër llojet e medias, siç tregon Tabela 6. Shtypi i shkruar dhe televizioni janë më të dominuarit nga zëri i ekzekutivit, ku kryebashkiakët citohen si aktori kryesor përkatësisht në 73.6% dhe 68.9% të artikujve—duke lënë hapësirë shumë të kufizuar për zërat e

këshilltarëve, banorëve apo shoqërisë civile. Mediat online paraqesin një profil aktorësh dukshëm më të balancuar: kryebashkiakët shfaqen në 35.0% të artikujve online dhe këshilltarët në 30.9%, duke iu afruar një raporti pothuajse të barabartë. Media online është gjithashtu i vetmi medium në të cilin banorët (3.8%), deputetët (6.7%) dhe organizatat e shoqërisë civile (0.5%) shfaqen me shpeshtësi domethënëse. Kjo diferencë ka të ngjarë të pasqyrojë vëllimin më të lartë dhe ciklin më të shpejtë të lajmeve të mediave digjitale, të cilat prodhojnë më shumë artikuj mbi debatet politike, deklaratat e opozitës dhe çështjet në nivel komuniteti, duke sjellë në mbulim një gamë më të gjerë zërash.

Kur këshilltarët shfaqen si aktorë kryesorë, konteksti është domethënës. Temat mbizotëruese në artikujt ku ata citohen janë drejtësia dhe procedurat ligjore (24.5%—pothuajse tërësisht artikuj që lidhen me seancën e shkarkimit në Tiranë ose me këshilltarët e opozitës që kundërshtojn procesin), procedurat e brendshme të këshillit (23.4%), dhe angazhimi zgjedhor e qëndrimet politike (12.8%). Vetëm 11.7% e artikujve ku këshilltarët ishin aktori kryesor kishin të bënin me shqetësimet për qeverisjen dhe llogaridhënien, dhe më pak se 5% secila me buxhetin ose ofrimin e shërbimeve—funksionet thelbësore të qeverisjes që këshillat janë konceptuar të kryejnë.

Banorët—elektorati kryesor i këshilltarëve—u shfaqën si aktori kryesor i cituar vetëm në 2.1% të artikujve (30 artikuj gjatë gjithë vitit). Nga pikëpamja gjeografike, zërat e banorëve mungonin pothuajse tërësisht në mbulimin e Tiranës: 28 nga 30 artikujt ku banorët ishin aktori kryesor trajtonin bashki jashtë kryeqytetit, të përqendruara në Vlorë, Durrës, Pogradec dhe Sarandë. Kur banorët shfaqeshin në mbulim, kjo ndodhte kryesisht në kontekstin e dështimeve të aksesit në shërbime (53.3% e artikujve ku banorët ishin aktori kryesor) dhe të kundërshtimit ndaj vendimeve specifike të këshillit (30.0%)—dhe jo në ndonjë formë të angazhimit qytetar proaktiv, konsultimit apo raportimit për qeverisjen pjesëmarrëse. Organizatat e shoqërisë civile u shfaqën si aktor kryesor vetëm në pak artikuj gjatë gjithë vitit, të gjithë në mediat online, duke konfirmuar se shoqëria civile e organizuar është praktikisht e padukshme si zë në mbulimin mediatik të çështjeve që lidhen me këshillat bashkiakë.

715 artikujt që citojnë një kryebashkiak si aktor kryesor përfshijnë 466 artikuj për një individ të vetëm në paraburgim. 30 artikujt që citojnë një banor si aktor kryesor janë të shpërndarë në 8 bashki dhe 12 muaj. Shoqëria civile shfaqet si aktor kryesor në pak artikuj gjatë gjithë vitit. Këto tri shifra së bashku ilustrojnë ngushtësinë e theksuar të peizazhit të zërave në mbulimin mediatik të këshillave bashkiakë në Shqipëri.

3.1.7. Korniza politike dhe përfaqësimi partiak

Mbulimi i këshillave bashkiakë në Shqipëri është thellësisht i politizuar, me një pjesë të konsiderueshme artikujsh të kornizuar rreth përkatësisë partiake. Në 37.8% të artikujve parësorë nuk u identifikua asnjë parti specifike, zakonisht sepse artikulli mbulonte një çështje procedurale apo komunitare jopartiake. Ndër artikujt ku përkatësia partiake ishte e identifikueshme, Partia Socialiste (PS) shfaqej më shpesh, në 26.9% të të gjithë artikujve parësorë, e ndjekur nga Partia Demokratike (PD) me 17.8%. Artikujt që i referoheshin shumicës në pushtet (pa specifikuar PS) shtuan 2.9% dhe opozitës (pa specifikuar PD) shtuan 1.4%. Partitë e tjera së bashku zinin 4.7%, dhe 7.2% e artikujve u koduan shprehimisht si jopartiakë.

Dominimi i PS-së në vëllim e përgjithshëm shpjegohet kryesisht nga përqendrimi te Tirana dhe nga natyra e rastit Veliaj: meqenëse këshilli bashkiak i kryeqytetit—ku PS-ja mban shumicën—zëgati 70% të të gjithë artikujve, dhe ndjekja penale nga SPAK-u e një kryebashkiaku të lidhur me PS-në gjeneroi mbulim të vazhdueshëm, PS-ja shfaqet në mbulim për shkak të peshës institucionale dhe ligjore, dhe jo domosdoshmërisht si rezultat i njëanshmërisë editoriale. Kjo konfirmohet edhe nga shpërndarja partiake brenda artikujve mbi drejtësinë: nga 486 artikujt e kësaj kategorie ku identifikohet një parti, PS-ja shfaqej në 176 dhe PD-ja vetëm në 64, një raport që pasqyron faktin se personi i akuzuar në narrativën dominuese ligjore është i lidhur me PS-në.

Një gjetje më domethënëse del në pah kur analizohet përkatësia partiake e artikujve ku aktori kryesor i cituar janë posaçërisht këshilltarët bashkiakë. Nga 384 artikuj ku aktori kryesor ishte një këshilltar bashkiak, ata që përfshinin këshilltarë të lidhur me PD-në ishin më shumë se trefishi i atyre që përfshinin këshilltarë të lidhur me PS-në: këshilltarët e PD-së ose të opozitës shfaqen si zëri kryesor në 207 artikuj, krahasuar me 63 artikuj për këshilltarët e PS-së ose të shumicës qeverisëse. Kjo është një gjetje strukturalisht domethënëse: pavarësisht se PS-ja mban shumicën qeverisëse në shumicën e këshillave bashkiakë në Shqipëri, janë këshilltarët e opozitës ata që gjenerojnë pjesën më të madhe të mbulimit mediatik të atribuuar këshilltarëve. Modeli pasqyron logjikën strukturore të prodhimit të lajmeve në një mjedis mediatik të politizuar: zërat e opozitës gjenerojnë mbulim përmes sfidimit, kritikës, protestës dhe kundërshtimit, ndërsa këshilltarët e shumicës, të cilët zakonisht votojnë në përputhje me qëndrimet e kryetarit të bashkisë, rrallë kanë nxitje mediatike të pavarura për të dalë në pah ose për t'u diferencuar. Rezultati është një peizazh mediatik ku shumica qeverisëse është kryesisht e dukshme përmes zërit të kryetarit të bashkisë, ndërsa opozita bëhet e dukshme kryesisht përmes zërave të këshilltarëve bashkiakë—duke përforcuar një kuptim të personalizuar dhe të përqendruar tek ekzekutivi të qeverisjes vendore.

Jashtë Tiranës, tabloja e përkatësisë partiake. Në artikujt parësorë që trajtojnë bashki jashtë Tiranës, dominimi PS/PD ngushtohet: PS-ja shfaqet në 87 artikuj dhe PD-ja në 39, ndërsa “asnjë parti e identifikuar” zë 180 artikuj (43.4% e mbulimit jashtë Tiranës) dhe partitë e tjera shfaqen në 28 artikuj. Ky model më i shpërndarë sugjeron se përtej kryeqytetit, mbulimi i këshillave bashkiakë është më pak i ankoruar sistematikisht te binomi kombëtar PS/PD—duke pasqyruar si larminë më të madhe të konfigurimeve politike vendore, ashtu edhe prirjen e bashkive më të vogla për të gjeneruar mbulim mediatik përmes çështjeve komunitare dhe jo përmes konfliktit politik të nxitur nga partitë.

Ka gjithashtu diferenca të dukshme sipas llojit të medias në mënyrën se si përdoret kornizimi partiak. Mediat online shfaqën një shkallë shumë më të lartë të identifikimit partiak në artikuj (72.6% e artikujve online specifikonin një parti ose kategorinë e përgjithshme shumicë/opozitë), ndërsa shtypi i shkruar dhe televizioni shfaqën shkallë shumë më të ulëta të atribuimit të qartë partiak (përkatësisht 22.4% dhe 21.7%). Kjo pasqyron konventa të ndryshme editoriale: shtypi

i shkruar dhe televizioni më shpesh i raportojnë ngjarjet e këshillave në terma proceduralë ose institucionalë, ndërsa mediat online priren t'i kontekstualizojnë zhvillimet brenda kornizave partiake që në fillim—një praktikë që mund të përforcojë perceptimin e këshillave bashkiakë si arena të konkurrencës politike mes partive dhe jo si institucione të pavarura të qeverisjes vendore.

3.1.8. Dimensionet gjinore të mbulimit mediatik

Kodimi gjinor u aplikua në mënyrë specifike për këshilltarët bashkiakë—si aktorë të cituar në artikuj ashtu edhe si autorë artikujsh—dhe jo për popullatën më të gjerë të aktorëve (e cila përfshin kryebashkiakë, deputetë dhe banorë, gjinia e të cilëve nuk u regjistrua sistematikisht). Kjo kufizon shtrirjen e analizës, por megjithatë ofron një dritare domethënëse mbi përfaqësimin gjinor të këshilltarëve bashkiakë në media.

Ndër 384 artikujt parësorë ku aktori kryesor i cituar ishte një këshilltar bashkiak, gjinia ishte e identifikueshme në 342 raste. Nga këto, 76.0% kishin një këshilltar burrë si zërin kryesor dhe 13.0% kishin një këshilltare grua. Në 11.0% të rasteve të mbetura, gjinia nuk ishte e identifikueshme. Raporti burra-gra ndërmjet këshilltarëve që shfaqeshin si aktorë kryesorë është 5.8:1—një shifër që nënvlerëson ndjeshëm përfaqësimin e grave krahasuar me praninë e tyre reale në këshillat bashkiakë shqiptarë, ku gratë mbajnë rreth 42% të vendeve, në këshilla pas zbatimit të kuotës gjinore në zgjedhjet vendore të vitit 2025. Hendeku ndërmjet përqindjes së vendeve që gratë zënë në këshilla dhe përqindjes së citimeve të tyre në media si aktore të këshillit (13.0%) tregon për një deficit strukturor të dukshmërisë, të cilin mbulimi mediatik njëkohësisht e pasqyron dhe e përforcon.

Përtej hendekut sasior, një analizë tematike e artikujve me këshilltare gra kundrejt këshilltarëve burra si aktorë kryesorë zbulon diferenca domethënëse në llojin e mbulimit që merr secili. Tabela 7 paraqet ndarjen tematike.

Tabela 7: Profili tematik i artikujve me aktorë këshilltarë sipas gjinisë

Tema	Këshilltare gra	Këshilltarë burra
Procedurat e brendshme të këshillit	38.0%	20.2%
Shqetësimet për qeverisjen dhe llogaridhënia	18.0%	11.6%
Drejtësia dhe procedurat ligjore	12.0%	27.4%
Angazhimi zgjedhor dhe qëndrimet politike	10.0%	12.3%
Çështjet sociale	8.0%	4.5%
Tema të tjera	8.0%	5.8%
Debati politik midis shumicës dhe opozitës	2.0%	9.6%
Buxheti dhe projektbuxheti	0.0%	5.1%
Barazia gjinore	2.0%	0.0%
Të tjera	2.0%	3.5%

Disa modele dalin në pah. Këshilltarët bashkiakë gra shfaqen në mënyrë disproporcionale në artikujt për procedurat e brendshme (38.0%) krahasuar me këshilltarët bashkiakë burra (20.2%), çka sugjeron se dukshmëria mediatike e grave është veçanërisht e përqendruar në momente formale e institucionale—hapje mbledhjesh, votime, zgjedhje të drejtuesve të këshillit—dhe jo në debate thelbësore. Hendeku më i theksuar shfaqet në mbulimin e buxhetit: asnjë artikull ku një këshilltare bashkiakë ishte aktorja kryesore nuk u kodua nën temën e buxhetit, krahasuar me 5.1% për këshilltarët burra. Megjithëse buxheti është ndoshta vendimi më i rëndësishëm vjetor që

merr një këshill bashkiak, zërat e grave mungojnë plotësisht në mbulimin e tij si aktore të këshillit. Këshilltarët burra shfaqen gjithashtu dukshëm më shpesh në artikujt mbi drejtësinë (27.4% kundrejt 12.0%) dhe konfliktin politik (9.6% kundrejt 2.0%), duke konfirmuar se kornizat më të dukshme dhe politikisht më të ngarkuara të mbulimit mediatik mbeten kryesisht hapësira të dominuara nga burrat.

Ndryshe nga kjo, këshilltarët gra shfaqen proporcionalisht më shpesh në artikujt për keqqeverisjen (18.0% kundrejt 11.6%) dhe çështjet sociale (8.0% kundrejt 4.5%). Një lexim i përmbajtjes së artikujve sugjeron se kjo pjesërisht pasqyron punën thelbësore të një numri të vogël këshilltarësh gra aktive—veçanërisht atyre që ngritën akuzat për inceneratorët dhe dështimet e rindërtimit pas tërmetit—dhe pjesërisht pasqyron një prirje të medias për t'i kornizuar kontributet e grave në këshill përmes lenteve të mirëqenies komunitare dhe llogaridhënies, më shumë sesa përmes lenteve të pushtetit dhe politikës. I vetmi artikull i koduar nën temën e barazisë gjinore me një këshilltare grua si aktore kryesore trajtonte arsytet pse gratë heqin dorë nga mandatet e tyre në këshillat bashkiakë—një çështje që, në vetvete, ilustron sfidat strukturore që evidentohen nga të dhënat e këtij studimi.

Një analizë e përmbajtjes së artikujve me këshilltare gra të identifikueshme zbulon se dukshmëria mediatike është e përqendruar brenda një grupi shumë të ngushtë: një numër i vogël këshilltarësh të opozitës në qendrat e mëdha urbane, kryesisht në Tiranë, të cilat gjeneruan mbulim përmes sfidave thelbësore politike—amendamente buxhetore, akuza për keqqeverisje, polemika për inceneratorët dhe kërkesa për transparencë. Aty ku këshilltarët gra shfaqeshin me veprueshmëri dhe zë, kjo ndodhte kryesisht në këtë rol opozitar, kërkues llogaridhënieje, dhe jo në ndonjë rol qeverisës apo iniciues politikash. Një pjesë më e vogël e mbulimit mediatik i paraqiste gratë në role të shumicës ose institucionale, gati tërësisht të kufizuara në momente formale procedurale, si zgjedhjet e drejtuesve të këshillit apo mbledhja e shkarkimit, ku prania e tyre ishte e lidhur me pozicionin institucional dhe jo me iniciativë politike të pavarur.

Jashtë kryeqytetit, këshilltaret gra të identifikueshme ishin jashtëzakonisht të rralla. Një numër i vogël grash nga qytete si Shkodra dhe Durrësi u shfaqën në një numër të vogël artikujsh mbi buxhetin, keqqeverisjen dhe rindërtimin pas tërmetit, por asnjë këshilltare grua nga ndonjë bashki tjetër nuk ishte e identifikueshme si aktore kryesore përgjatë gjithë mbulimit vjetor. Ky përqendrim gjeografik—ku Tirana zë rreth 64% të të gjithë artikujve me aktore këshilltare gra—pasqyron modelin më të gjerë “të padukshmërisë” së bashkive jashtë kryeqytetit të dokumentuar në Seksionin 3.1.4 dhe sugjeron se barrierat strukturore ndaj dukshmërisë mediatike të grave si këshilltare përforcohen në vend që të zbuten sa më shumë largohemi nga kryeqyteti.

Gratë shfaqen gjithashtu në mbulimin e këshillave bashkiakë si subjekte të politikave dhe jo si aktore të tyre. Referencat gjinore në artikujt për buxhetin—si propozimet për uljen e taksave vendore me 50% për gratë kryefamiljare me tre ose më shumë fëmijë, ose skemat e bonusit të qirasë për familjet me një prind—u shfaqën në 29 nga 56 artikujt për buxhetin, duke i bërë gratë një kategori përfituese relativisht të dukshme në raportimin për buxhetin. Megjithatë, në këto artikujt gratë paraqiten si përfituese marrëse pasive të vendimeve të marra kryesisht nga institucione të koduara si mashkullore. Vetë kuota gjinore u përmend vetëm në 10 artikujt gjatë gjithë vitit dhe në shumicën e rasteve si një referencë statistikore dhe jo si një diskutim thelbësor i pjesëmarrjes së grave apo i konceptimit institucional.

Të dhënat mbi autorësinë e artikujve përforcojnë tablonë gjinore, ndonëse me kufizime të rëndësishme rreth disponueshmërisë së të dhënave. Gjinia e autorit regjistrohet sistematikisht vetëm në nënkampionin online: artikujt e shtypit të shkruar dhe të televizionit nuk mbartin asnjë të dhënë autorësie. Ndër artikujt online ku gjinia e autorit ishte e identifikueshme (77 artikuj, ose 10.1% e nënkampionit online), 55 (71.4%) i atribuoheshin gazetarëve burra dhe 22 (28.6%) gazetarëve gra. Mungesa pothuajse e plotë e emrave të autorëve në shtyp dhe televizion do të thotë se dimensionin gjinor i prodhimit editorial nuk mund të vlerësohet për gati 60% të kampionit të koduar, duke treguar një hendek strukturor në praktikën e transparencës së medias shqiptare që kufizon çdo analizë domethënëse se kush e prodhon gazetarinë lidhur me këshillat bashkiakë.

Të dhënat gjinore përshkruajnë një model të qëndrueshëm: gratë mbajnë 42% të vendeve në këshillat bashkiakë në Shqipëri, por gjenerojnë një të shtatën e citimeve mediatike të këshilltarëve; këto citime janë të përqendruara te një grusht individësh dhe te një qytet i vetëm; kornizat tematike në të cilat shfaqen gratë i japin përparësi procedurave dhe mirëqenies kundrejt pushtetit dhe buxhetit; dhe i vetmi artikull që trajton shprehimisht pjesëmarrjen e grave në këshilla ngre pyetjen pse gratë heqin dorë nga mandatet e tyre—një pyetje të cilës vetë peizazhi i mbulimit i jep një pjesë të përgjigjes.

3.1.9. Analizë krahasuese sipas llojeve të medias

Tre kategoritë e medias—shtypi i shkruar, media online dhe televizioni— paraqesin profile të dallueshme në mënyrën se si i mbulojnë këshillat bashkiakë, duke u diferencuar në shtrirjen gjeografike, përzierjen tematike, mbështetjen te burimet dhe kornizimin politik. Tabela 8 përmbledh treguesit kryesorë krahasues.

Tabela 8: Tregues krahasues sipas llojit të medias

Treguesi	Shtypi i shkruar	Media online	Televizion (edicione online)
Pjesa e kampionit të koduar	15.8%	59.4%	24.8%
Shkalla e rëndësisë parësore	96.1%	79.4%	95.8%

Tema kryesore	Drejtësia (27.2%)	Drejtësia (39.3%)	Drejtësia (30.6%)
Tema e dytë	Procedurat e brendshme (24.4%)	Të tjera (14.5%)	Procedurat e brendshme (21.2%)
Tema e tretë	Angazhimi zgjedhor dhe qëndrimet politike (21.5%)	Procedurat e brendshme (14.2%)	Qëndrimet politike (19.2%)
Kryebashkiaku si aktor kryesor	56.9%	49.7%	50.6%
Këshilltari si aktor kryesor	32.9%	25.1%	29.3%
Artikuj me gazetar të emërtuar	I ulët	Mesatar	I ulët
Përqindja e Tiranës në artikujt parësorë	73.6%	71.1%	64.8%
Larmia gjeografike (këshilla të mbuluar)	11	23	20

Të dhënat e monitorimit nxjerrin në pah disa modele. Së pari, pavarësisht pjesës më të vogël të kampionit, mbulimi nga shtypi i shkruar ishte më i kontekstualizuar politikisht, me përqindjen më të lartë të mbulimit të çështjeve zgjedhore e të qëndrimeve politike dhe me përqindjen më të lartë të rëndësisë parësore—çka sugjeron se gazetatat, kur mbulojnë këshillat bashkiakë, e bëjnë këtë me një qëllim më të qartë editorial. Së dyti, media online shfaqti përqendrimin më të lartë në narrativat

e drejtësisë (39.3%) dhe shkallën më të ulët të rëndësisë parësore, duke treguar se mediat digjitale i përfshijnë më shpesh referencat ndaj këshillave brenda ngjarjeve më të gjera politike kombëtare, në vend që t'i trajtojnë këshillat si subjekte në vetvete. Së treti, televizioni ofroi mbulimin më të gjerë gjeografik (20 këshilla), të nxitur ndjeshëm nga infrastruktura rajonale e RTSH-së.

Profili i veçantë i RTSH-së brenda nënkampionit televiziv meriton vërejtje më vete. Duke përfaqësua 35.0% të të gjithë artikujve parësorë televizivë, RTSH-ja shfaq një përqindje më të lartë të mbulimit të qëndrimeve politike dhe zgjedhore (30.6% të artikujve të saj parësorë) dhe një shpërndarje më të gjerë gjeografike të mbulimit të këshillave se çdo transmetues komercial. RTSH-ja mbuloi 19 këshilla bashkiakë të ndryshëm në artikuj parësorë—përfshirë disa (Kukës, Cërrik, Tepelenë) që nuk u shfaqën në asnjë media tjetër në panelin e monitorimit. Kjo pasqyron si mandatin ashtu edhe kapacitetin strukturor të transmetuesit publik dhe përfaqëson një kundërpeshë domethënëse—ndonëse të pjesshme—ndaj prirjes së mediave komerciale për t'u përqendruar te kryeqyteti.

3.2. Gjetjet nga këshillat bashkiakë dhe anëtarët e këshillave

Ky seksion kalon nga përmbajtja mediatike te vetë këshillat bashkiakë dhe anëtarët e tyre. Ai mbështetet në dy burime plotësuese: kërkesat për informacion të dërguara të 61 këshillave bashkiakë, të cilat dokumentojnë nëse këshillat kanë miratuar rregulla formale për komunikimin me publikun dhe median; si dhe intervistat gjysmë të strukturuar me anëtarë të këshillave, të cilat pasqyrojnë mënyrën se si ata e përjetojnë dhe e shpjegojnë angazhimin e tyre me median. Burimi i parë ofron një pasqyrë institucionale, të bazuar në dokumente, mbi kuadrin formal të marrëdhënieve ndërmjet këshillave dhe medias; ndërsa i dyti i jep zë praktikës që zhvillohet—ose nuk zhvillohet—brenda këtij kuadri. Të marra së bashku, ato ndihmojnë në shpjegimin e arsyes pse vazhdon mbulimi i kufizuar dhe i përqendruar te ngjarjet, i dokumentuar në Seksionin 3.1.

3.2.1. Rregulloret e këshillave për komunikimin me publikun dhe median

Për të përcaktuar bazën formale të marrëdhënieve ndërmjet këshillave dhe medias, BIRN u dërgoi një kërkesa për informacion të 61 këshillave bashkiakë, duke kërkuar të dinte nëse kishin miratuar një rregullore që rregullon marrëdhëniet me publikun dhe median dhe, në rastet kur kjo rregullore ekzistonte, të vihej në dispozicion dokumenti përkatës së bashku me numrin dhe datën e vendimit të miratimit. Pesëdhjetë e katër këshilla (88.5%) iu përgjigjën kërkesës, ndërsa shtatë nuk dhanë asnjë përgjigje.

Nga 54 këshillat që u përgjigjën, 47 (87.0%) raportuan se kishin miratuar një rregullore të tillë, ndërsa 7 (13.0%) jo—Belshi, Devolli, Fieri, Kavaja, Patosi, Tirana dhe Librazhdi; ky i fundit raportoi se ishte në proces hartimi të saj. Prania e kryeqytetit, Tiranës, dhe e një qendre rajonale si Fieri mes këshillave që nuk kanë një rregullore të tillë është e rëndësishme për t'u theksuar, duke qenë se këto janë ndër këshillat më aktive dhe më të mbuluara nga mediat në vend.

Dokumentacioni i vënë në dispozicion tregon se miratimi i këtyre rregulloreve ishte i përqendruar pothuajse tërësisht në një periudhë të vetme kohore. Nga 47 këshillat që raportuan se kishin një rregullore, të paktën 36 (76.6%) e kishin miratuar atë gjatë vitit 2020, çka tregon për ekzistencën e një nxitësi të përbashkët të jashtëm dhe jo të nismave të nxitura në nivel vendor. Vetëm tre këshilla e miratuan ose përditësuan rregulloren pas vitit 2020—Vora (2021), Shkodra (2022) dhe Selenica (2024)—ndërsa tre të tjerë kishin rregullore që i paraprinin kësaj vale, të miratuara në vitin 2019 (Berati, Maliqi dhe Pusteci). Ky përqendrim i miratimeve në vitin 2020, i ndjekur nga një mungesë pothuajse totale veprimi në vitet pasuese, sugjeron se për shumicën e këshillave rregullorja ka shërbyer si një kërkesë formale e njehershme dhe jo si një instrument funksional që rishikohet dhe përditësohet periodikisht.

Cilësia dhe aksesueshmëria e dokumentacionit rezultuan të pabarabarta. Vetëm 34 nga 47 këshillat që raportuan se kishin një rregullore (72.0%) ofruan referenca të plota—si numrin e vendimit, ashtu edhe datën e tij. Në 11 raste, rregullorja e publikuar nuk përmbante numrin e

vendimit: tetë prej tyre jepnin datën, por jo numrin, ndërsa tre (Himara, Kuçova dhe Pogradeci) nuk jepnin asnjërën prej tyre. Në dy raste të tjera (Fushë-Arrëzi dhe Mati), këshillat raportuan se kishin një rregullore, por faqet e tyre zyrtare të internetit nuk funksiononin, duke e bërë të pamundur gjetjen ose verifikimin e dokumentit. Këto mangësi kanë rëndësi, pasi një rregullore që nuk mund të gjendet, të datohet ose të gjurmohet përmes një vendimi formal ofron transparencë të kufizuar për qytetarët të cilëve supozohet t'u shërbejë. Të dhënat e detajuara për secilin këshill bashkiak paraqiten në Shtojcën 2.

Të marra së bashku, kërkesat për informacion përshkruajnë një kuadër formal që ekziston kryesisht në letër. Një shumicë e qartë e këshillave bashkiakë miratuan rregullore për marrëdhëniet me publikun dhe median gjatë një vale të vetme në vitin 2020 dhe nuk i kanë rishikuar ato më pas; dokumentacioni shpesh është i paplotë; dhe disa këshilla bashkiakë—përfshirë kryeqytetin—ose nuk kanë një rregullore të tillë, ose nuk mund ta vënë atë në dispozicion. Ky model i përmbushjes formale pa ndjekje të mëtejshme në praktikë është në përputhje me gjetjet e monitorimit të medias, ku këto rregulla janë përkthyer në shumë pak ndërveprim të dukshëm mes këshillave dhe medias. Njëkohësisht, ai paraprin edhe dëshmitë e anëtarëve të këshillave në intervistat e paraqitura më poshtë, ku administrata bashkiake, faqet e vjetruara të internetit të këshillave dhe mungesa e një funksioni aktiv komunikimi përmenden shpesh si faktorë kryesorë.

3.2.2. Angazhimi i këshilltarëve me median

Këshilltarët bashkiakë të intervistuar treguan se janë angazhuar në forma të ndryshme me median. Konkretisht, këshilltarët kanë kërkuar që media të jetë e pranishme gjatë mbledhjeve të këshillit bashkiak, veçanërisht gjatë diskutimit të projektbuxhetit apo ndryshimit të taksave dhe tarifave vendore. Një prej këshilltarëve kishte kërkuar që mbledhja e këshillit bashkiak të mos vazhdonte pa praninë e medias. Një tjetër këshilltar kishte ftuar gazetarët në mbledhje për shkak se kërkesat drejtuar administratës së bashkisë ishin lënë pa përgjigje. Një tjetër praktikë është dhënia e intervistave në median lokale dhe kombëtare. Intervistat kanë nxjerrë në pah probleme

që hasin fermerët në zonat rurale dhe janë shoqëruar me thirrje për ndërhyrje të qeverisë, kanë informuar banorët në lidhje me investimet e planifikuara në territorin e bashkisë si dhe rreth nismave të reja në mbështetje të grave kryefamiljare. Vetëm një prej këshilltarëve të intervistuar kishte përvojë në botimin e artikujve në media, me fokus çështjet mjedisore.

3.2.3. Shqetësimet e këshilltarëve në lidhje me median

Këshilltarët bashkiakë të intervistuar, me shumë pak përjashtime, i cilësuan mediat si indiferente ndaj punës së tyre në këshillin bashkiak. Mbledhjet e këshillave bashkiake transmetohen online dhe mediat e kufizojnë rolin e tyre në përgatitjen e reportazheve të shkurtra, të cilat zakonisht mbështeten në informacionin e marrë gjatë minutave të para të mbledhjes. Në disa raste, media lokale tregohet më e vëmendshme ndaj debateve duke i kushtuar hapësirë, përmes videove të shkurtra, diskutimeve që ndodhin rreth projektvendimeve. Kjo vëmendje u mirëprit nga këshilltarët pasi nxjerr në pah punën e tyre në këshillin bashkiak. Megjithatë, edhe kur një anëtar i këshillit vihet në fokus së bashku me kritikën që bën, përgjigjja nga administrata shpesh mungon, duke e bërë lajmin të njëanshëm. Këshilltarët e intervistuar ndanë shqetësimin e përbashkët se mediat nuk i kushtojnë vëmendje këshilltarëve, për shembull, t'u qasen dhe të njihen me punën e tyre apo t'u drejtojnë pyetje që lidhen me ekspertizën që sjellin në këshill.

Një nga shqetësimet kryesore të këshilltarëve është se media është më shumë e interesuar për konfliktet politike apo lajme që shiten shpejt. Një nga këshilltarët e intervistuar, i cili kishte drejtuar vetë një media në të kaluarën, e cilësoi kështu situatën: “Mediat shqiptare bëjnë publike apo mendojnë se do të kenë shikueshmëri nëse nxjerrin lajmin e keq.” Më tej shpjegoi se problemi kryesor i lajmeve është se ato nuk fokusohen te thelbi i problemit. Në mënyrë të ngjashme, një prej këshilltarëve të intervistuar tha se këto lloj lajmesh, të cilat nuk mbështeten në analiza, i edukojnë keq lexuesit. Një këshilltar solli shembullin e një konflikti në këshillin bashkiak të Pogradecit dhe shpjegoi se në këtë rast media ishte në këshill gjatë gjithë kohës dhe raportoi në mënyrë të vazhdueshme të njëjtën

pjesë, 10 sekonda, momentin kur ndodhi konflikti. Në mënyrë të ngjashme, një tjetër këshilltare ndau përvojën e saj duke treguar se projektvendimi që ajo propozoi në mbështetje të fëmijëve nuk pati asnjë jehonë, edhe pse media ishte e pranishme. Ajo që mori jehonë ishte një konflikt politik. “Media,” tha një prej këshilltarëve, “nuk është e interesuar të dëgjojë ër investimet që një anëtar këshilli kërkon, por për konfliktet politike. Atëherë vijnë me vrap.”

Shqetësimi i dytë, i cili lidhet ngushtësisht me të parin, është se media fokusohet shumë pak tek analizimi i çështjeve apo thelbi i problemeve që trajtohen. Një nga këshilltarët e intervistuar e cilësoi këtë si tipar të kulturës mediatike në vend dhe kjo vlen si për median lokale dhe atë kombëtare. Duke shmangur analizat e thelluara, media ushqen stereotipet që ekzistojnë në shoqëri. Një nga këshilltarët e ilustroi këtë përmes lajmeve që jepen në lidhje me aktivitetet që zhvillohen në komunitetin rom. “Media,” tha ai, “do marrë atë gjënë më të keqe ta transmetojë për ta shitur lajmin si sensacional. Mund ta transformojë të gjithë idenë.”

Një tjetër shqetësim që ndanë këshilltarët e intervistuar është se mediat kanë “të preferuarit” e tyre, të cilët shpesh nuk përzgjidhen për njohuritë që kanë, por për polemikat që shkaktojnë. Ky grup, siç shpjeguan këshilltarët, përfshin drejtues të grupeve politike apo persona që mbajnë pozicione kyçe në parti. Ndërkohë që mund të jenë më të njohur për publikun, për shkak të pozicioneve që mbajnë dhe rëndësisë që u kushton media, ata nuk kanë njohuri rreth çdo teme që diskutohet. Kjo jo vetëm që çon në diskutime të dobëta, por edhe nënvlerëson këshilltarët dhe njohuritë e tyre.

3.2.4. Shpjegimet e këshilltarëve për angazhimin e pakët me median

Disa nga të intervistuarit e lidhën angazhimin e kufizuar të këshilltarëve me median me partinë politike, duke argumentuar se këshilltarët e partisë në pushtet nuk kanë interes të angazhohen. “Këshilltarët e partisë më të madhe,” tha një prej këshilltarëve, “janë të ndrydhur, ndoshta e kanë dëshirën, por nuk u lejohet.” Megjithatë, nëse ky do të ishte shkak i vetëm i problemit, atëherë

angazhimi i kufizuar do të ishte problem vetëm për këshilltarët e partisë në pushtet, por rasti nuk duket ky. Duke vazhduar reflektimin e tij, këshilltari tha se interesat politike ndërveprojnë ngushtësisht me interesat ekonomike. Këshilltarët stepen pasi, pavarësisht partisë politike që i përkasin, kritikën në media mund ta bëjnë jetën e tyre më të vështirë, për shembull, t'u vështirësohet qasja në bashki apo të penalizohen përmes taksave dhe tarifave. "Edhe këshilltarët e opozitës," tha ai, "nuk janë të interesuar ta ngrenë fort zërin në media, pasi kanë interesat e tyre që lidhen me prona, përfitime, pasuri, biznese, plazhe."

Një tjetër arsye, e cila për disa prej këshilltarëve është edhe shkaku kryesor i situatës aktuale, është mënyra si zgjidhen këshilltarët. Në listat e partive politike përfundojnë persona që nuk vendosin të parin interesin e banorëve. Kjo ndikon drejtpërdrejtë në mungesën e përfshirjes së këshilltarëve në debate, pjesë e së cilës është edhe interesi për të komunikuar me median.

Për këshilltarët, një tjetër problem që pengon angazhimin e tyre në media lidhet me pagesën e ulët. "Pagesa e këshilltarit," tha një prej të intervistuarve, "është e vogël dhe [këshilltari/ja] nuk ka interes të bëjë një jetë të gjerë politike." Ai bëri krahasimin me deputetët dhe argumentoi se hendeuku në paga nuk është i justifikuar. Për të, reputacioni i këshilltarëve lidhet drejtpërdrejtë me pagën e tyre.

Një tjetër vështirësi lidhet me administratën. Marrëdhënia e këshilltarëve me median ndikohet drejtpërdrejtë nga bashkia, pasi shpesh është bashkia ajo që informon median dhe mban komunikimin me të. Në këndvështrimin e një prej këshilltarëve, vetë administrata "nuk është e interesuar të japë informacion." "Informacioni," tha ai, "është i pakët jo vetëm për qytetarët, por edhe për këshilltarët." Pavarësisht përpjekjeve të tij dhe kërkesave të vazhdueshme për informacion, administrata nuk e kishte vënë ujin në zjarr. Për të, arsyeja e mosreagimit ishte se "i kanë kapur të gjitha pushtetet dhe nuk kanë frikë nga pandëshkueshmëria." Situata u përshkrua në mënyrë të ngjashme edhe në këshilla të tjerë, ku përpjekjet për më shumë transparencë nuk mirëpritën nga administrata dhe drejtuesi i këshillit—kur ndajnë të njëjtat interesa politike.

Një nga pyetjet adresoi rëndësinë që i kushtohet medias gjatë mbledhjeve të këshillave bashkiake. Ajo që doli në pah gjatë intervistave ishte se media nuk është në fokus të diskutimeve gjatë mbledhjeve. Por situata ndryshon kur këshilltarët takohen dhe bisedojnë në kafene. Një nga këshilltarët tregoi se në kafene diskutohet për faqen e internetit të bashkisë—pse ka pak informacion, pse ka pak ndjekës, pse nuk promovohet, pse informacioni për dëgjesat publike nuk jepet në kohë. Një tjetër këshilltar tha se ajo që diskutohet lidhet me problemet brenda medias. Ai tha: “Ndonjëherë themi që mediat janë të kapura. Që ky lajm nuk i intereson pronarit se është sponsorizuar nga filani dhe nuk e transmeton fare.”

3.2.5. Dallimet gjinore në lidhje me angazhimin me median

Shumica e anëtarëve të këshillave të intervistuar deklaruan se nuk ekzistojnë dallime gjinore sa i përket angazhimit me median apo vështirësive me të cilat përballen anëtarët e këshillave në këtë drejtim. Disa nga përgjigjet tipike ishin: “Nuk ka dallime. Janë të gjithë të barabartë”, “Ky fenomen nuk ekziston në bashkinë tonë”, apo “Unë e shoh si çështje individuale, nuk e ndaj sipas gjinisë”. Megjithatë, dallimet gjinore u përmendën nga dy anëtare gra të këshillave, sipas të cilave ato janë të dukshme në zona të izoluara, ku përfshirja e grave në politikë mbetet një fenomen relativisht i ri dhe ku gratë kanë më pak pavarësi ekonomike. Sipas tyre, pabarazitë që ekzistojnë në komunitet pasqyrohen edhe në funksionimin e këshillit bashkiak.

Një nga anëtarët e intervistuar shpjegoi se gratë “janë më të rezervuara, më të kujdesshme në daljet publike”, ndërsa “burrat janë më të drejtpërdrejtë, më të pranishëm”. Një prej shqetësimeve të ngritura ishte se daljet publike shpesh shoqërohen me komente negative dhe “goditje morale”, të cilat përbëjnë një kosto të lartë jo vetëm për vetë gratë, por edhe për familjet e tyre. Një aspekt tjetër që ndikon drejtpërdrejt në angazhimin e grave me median lidhet me kohëzgjatjen e shkurtër të karrierës së tyre në këshillat bashkiakë dhe, më gjerësisht, në politikën vendore. Një nga anëtarët e këshillit theksoi gjatë intervistës se zëvendësimi i shpeshtë i grave në këshillat

bashkiakë nuk u krijon atyre mundësinë të fitojnë përvojë dhe të investojnë në një karrierë politike afatgjatë, përfshirë këtu edhe ndërtimin e marrëdhënieve me median.

Asnjë prej anëtarëve të këshillave të intervistuar nuk raportoi pjesëmarrje në trajnime që lidhen me median dhe përfaqësimin e tyre në këshillin bashkiak. Kjo tematikë, deri më tani, nuk ka qenë as në fokus të Aleancave të Grave Këshilltare, të paktën në këshillat bashkiakë të përfshirë në këtë studim.

3.2.6. Sugjerimet e anëtarëve të këshillave për ndryshimin e situatës

Sugjerimet e anëtarëve të këshillave u përqendruan në tre fusha kryesore, që lidhen me qasjen e medias ndaj këshillit bashkiak dhe anëtarëve të tij, qasjen e vetë këshillit dhe anëtarëve të këshillit ndaj medias, si dhe zhvillimin e programeve të trajnimit dhe mentorimit.

Qasja e medias ndaj këshillit bashkiak dhe anëtarëve të tij duhet të ndryshojë

Anëtarët e këshillave kërkuan që media të rishikojë marrëdhënien e saj me këshillin bashkiak dhe mënyrën se si i qaset anëtarëve të tij. Së pari, media duhet të jetë e pranishme në të gjitha mbledhjet e këshillit dhe të përgatisë raportime më të zgjeruara mbi çështjet që diskutohen në to, duke u fokusuar si te kërkesat dhe shqetësimet e ngritura nga anëtarët e këshillit, ashtu edhe te përgjigjet e administratës bashkiake. Krahas raportimeve informative, duhet të prodhohen edhe analiza që shqyrtojnë marrëdhënien ndërmjet këshillit dhe administratës vendore. Transmetimi online i mbledhjeve nuk duhet të zëvendësojë analizën dhe interpretimin gazetaresk. Një nga anëtarët e këshillit sugjeroi që media të jetë e pranishme edhe gjatë mbledhjeve të komisioneve, veçanërisht kur diskutohen çështje që lidhen me buxhetin e bashkisë.

Sugjerimi i dytë ishte që media të zhvillojë një program të posaçëm për anëtarët e këshillave, ku në mënyrë periodike të realizohen intervista mbi angazhimin e tyre në këshillin bashkiak dhe vështirësitë me të cilat përballen. Ky program mund të zgjerohet edhe me pyetje që qytetarët kanë për anëtarët e këshillit.

Sugjerimi i tretë lidhej me nevojën që media të ndryshojë qasjen e saj ndaj qeverisjes vendore, duke mos u fokusuar vetëm te kryetarët e bashkive, kryetarët e këshillave apo drejtuesit e grupeve politike, por te të gjithë anëtarët e këshillit. Media duhet t'u qaset anëtarëve bazuar në ekspertizën që ata zotërojnë. Sipas njërës prej anëtarëve të intervistuar, gazetarët duhet të kryejnë kërkime më të thelluara dhe të ftojnë për të folur ata anëtarë që kanë lidhje të drejtpërdrejta me temën që trajtohet. Për këtë arsye, këshillat bashkiakë duhet të sigurojnë që faqet e tyre të internetit të përmbajnë informacion të plotë mbi ekspertizën e anëtarëve të këshillit dhe që të dhënat e kontaktit të jenë të përditësuara. Kjo do të lehtësonte komunikimin e drejtpërdrejtë ndërmjet profesionistëve të medias dhe anëtarëve të këshillave.

Qasja e këshillit dhe anëtarëve të këshillit ndaj medias duhet të ndryshojë

Në të njëjtën mënyrë, anëtarët e këshillave kërkuan që vetë këshilli të rishikojë marrëdhënien e tij me median dhe ta konsiderojë atë si një aleat në arritjen e një qëllimi të përbashkët: përmirësimin e cilësisë së qeverisjes dhe mirëqenies në çdo bashki.

Anëtarët e këshillave sugjeruan gjithashtu alokimin e një buxheti të posaçëm për median, i cili mund të mbështesë përfshirjen sistematike të saj në mbledhjet e këshillit dhe prodhimin e analizave mbi veprimtarinë e këshillave bashkiakë. Po ashtu, u sugjerua krijimi i një buxheti të veçantë për trajnimin e anëtarëve të këshillave në fushën e komunikimit me median.

Pothuajse të gjithë të intervistuarit shprehën shqetësimin se hezitimi i anëtarëve të këshillave për t'u angazhuar me median lidhet pjesërisht me mungesën e njohurive ose aftësive të nevojshme. Kjo mund të adresohet gradualisht përmes trajnimeve (shih më poshtë), por për këtë qëllim vetë këshilli

duhet të planifikojë në buxhetin e tij aktivitete për ngritjen e kapaciteteve. Anëtarët e këshillave duhet gjithashtu të marrin më shumë nisma për t'iu drejtuar medias dhe për të sjellë në vëmendjen e publikut çështjet që diskutohen në këshillin bashkiak, si projektvendimet që lidhen me investimet, taksat vendore, planifikimin urban apo infrastrukturën.

Duhet të zhvillohen programe trajnimi dhe mentorimi

Nevoja e anëtarëve të këshillave për zhvillimin e njohurive dhe aftësive në fushën e komunikimit me median u evidentua gjatë të gjitha intervistave. Për një nga anëtarët e këshillit, tema më e rëndësishme e trajnimit lidhet me mënyrën se si anëtarët e këshillave mund të artikulojnë në media dhe të përcjellin mesazhe mbi varfërinë, padrejtësinë, korrupsionin apo çështje të tjera me rëndësi vendore dhe kombëtare. Temat e sugjeruara për trajnim duhet të kenë një komponent të fortë aktivizmi dhe të ndihmojnë anëtarët e këshillave të zhvillojnë njohuri dhe aftësi që mund t'i zbatojnë lehtësisht në praktikë. Disa nga temat që lidhen me zhvillimin e aftësive praktike përfshijnë: mënyrën e dhënies së intervistave, komunikimin me zgjedhësit përmes rrjeteve sociale, si dhe ndërtimin e një marrëdhënieje profesionale dhe transparente me gazetarët.

Në të njëjtën kohë, anëtarët e këshillave theksuan se edhe vetë gazetarët kanë nevojë për trajnime, veçanërisht lidhur me mënyrën e komunikimit profesional me anëtarët e këshillave, kontributin që mund të japin në forcimin e rolit të tyre dhe respektimin e parimeve etike gjatë ushtrimit të profesionit. Po ashtu, u sugjerua ofrimi i programeve të mentorimit, të cilat mund të vihen në dispozicion periodikisht për anëtarët e këshillave. Profesionistët e medias mund të ofrojnë mbështetje gjatë përgatitjes së artikujve apo formave të tjera të angazhimit mediatic, në varësi të nevojave konkrete të anëtarëve të këshillave.

4. PËRFUNDIME

Ky studim shqyrtoi mbulimin mediatik të këshillave bashkiakë, si dhe angazhimin e anëtarëve të këshillave me median. Studimi u mbështet në tre metoda, të cilat plotësuan njëra-tjetrën: monitorimi i medias, intervista gjysmë të strukturuar me anëtarë të këshillave bashkiakë dhe kërkesa për informacion të dërguara të gjitha bashkive në vend. Gjetjet e studimit paraqiten më poshtë në formë të përmbledhur, duke filluar me rezultatet e monitorimit të medias.

- **Vëllimi i mbulimit është i ulët, episodik dhe i dominuar nga një rast i vetëm i jashtëzakonshëm.** Vlerësimi prej rreth 7,000 artikujsh me rëndësi parësore për këshillat bashkiakë gjatë një viti, të publikuar në 41 media, mbetet i kufizuar në raport me gamën e gjerë të aktiviteteve të këshillave dhe rëndësinë e tyre për jetën e përditshme të qytetarëve. Mbulimi është kryesisht i nxitur nga ngjarje të veçanta, ku vetëm muaji shtator 2025 përbën rreth 30% të mbulimit vjetor. Ky kulm nuk u shkaktua nga zgjedhjet, por nga mbledhja e jashtëzakonshme e Këshillit Bashkiak të Tiranës më 23 shtator për shkarkimin e kryebashkiakut Veliaj, formalizimi i këtij vendimi nga Këshilli i Ministrave dhe kriza kushtetuese që pasoi. Hetimi i SPAK-ut ndaj Veliajt përshkoi mbulimin gjatë gjithë vitit, me emrin e tij që shfaqej në 51.6% të të gjithë artikujve të koduar. Pa këtë rast të vetëm, mbulimi vjetor do të ishte dukshëm më i ulët dhe me karakter krejtësisht tjetër.
- **Përqendrimi gjeografik është ekstrem dhe kryesisht i nxitur nga ngjarje të veçanta.** 44.3% e bashkive shqiptare (27 nga 61) nuk morën asnjë mbulim mediatik lidhur me këshillat e tyre gjatë vitit 2025. Vetëm Tirana gjeneroi 69.8% të të gjithë mbulimit parësor, por 79.8% e këtij mbulimi lidhej drejtpërdrejt me krizën Veliaj, çka do të thotë se raportimi rutinë mbi këshillat bashkiakë në nivel kombëtar përbën vetëm rreth 36.6% të artikujve me rëndësi parësore. Disa bashki jashtë Tiranës që shfaqen në renditje, si Berati, Mati dhe Vlora, ia detyrojnë pjesën

më të madhe të mbulimit zgjedhjeve të pjesshme të nëntorit në pesë bashki dhe jo interesit të qëndrueshëm editorial. RTSH-ja ishte i vetmi medium me kapacitete strukturore për ta adresuar pjesërisht këtë pabarazi, duke mbuluar 19 këshilla të ndryshëm përmes rrjetit të korrespondentëve rajonalë.

- **Narrativa e drejtësisë dominoi vitin në disa nivele.** Tema e drejtësisë dhe procedurave ligjore ishte kategoria më e madhe tematike, me 34.8% të mbulimit parësor, ndërsa 79.6% e këtyre artikujve i referoheshin specifikisht Veliajt. Një grup i dytë i rëndësishëm artikujsh lidhej me hetimet e SPAK-ut ndaj kryetarit të Bashkisë Tropojë dhe disa rasteve që përfshinin zyrtarë vendorë në Kamëz dhe Durrës, duke treguar se shtrirja e SPAK-ut në qeverisjen vendore shkon përtej kryeqytetit. Një tjetër narrativë ndërsektoriale—ajo e inceneratorëve—u shfaq në 6.6% të të gjithë artikujve parësorë, duke përfshirë temat e drejtësisë, keqqeverisjes, fatkeqësive dhe buxhetit, dhe përfaqësoi një nga temat më të qëndrueshme të llogaridhënies në qeverisjen vendore gjatë vitit.
- **Temat thelbësore të qeverisjes janë pothuajse të padukshme.** Temat që lidhen më drejtpërdrejt me cilësinë demokratike të punës së këshillave—buxheti (4.0%), konsultimet publike (0.6%), qasja në shërbimet vendore (1.6%), autonomia e këshillit (0.1%) dhe barazia gjinore (0.4%)—përbënin së bashku vetëm 6.7% të mbulimit parësor, ose 9.6% nëse përfshihen edhe artikujt mbi kundërshtimin e vendimeve nga banorët. Mbulimi i konsultimeve publike është treguesi më i qartë: vetëm tetë artikuj gjatë gjithë vitit, nga të cilët tre ishin përsëritje të së njëjtës histori dhe vetëm një dokumentonte një konsultim të iniciuar realisht nga këshilli. Pavarësisht një viti të plotë aktivitetesh në 61 bashki, media shqiptare prodhoi rreth 40 artikuj mbi konsultimet publike në nivel kombëtar—më pak se një artikull për çdo bashki.
- **Kategoria e procedurave të brendshme maskon ngjarjet e jashtëzakonshme si rutinë.** Me 18.0% të mbulimit parësor, procedurat e brendshme të këshillit përbënin kategorinë e dytë më të madhe tematike, por 53.0% e këtyre artikujve lidhej me procedurat për shkarkimin

e Veliajt dhe jo me mbledhjet e zakonshme, votimet apo rendet e ditës. Vetëm 17.9% e artikujve të kësaj kategorie trajtonin betimet apo seancat inauguruese, shumica e të cilave u publikuan në tetor dhe nëntor pas zgjedhjeve të pjesshme në pesë bashki. Raportimi rutinë mbi funksionimin procedural të këshillave—ai që do të dokumentonte debatet, votimet dhe rolin mbikëqyrës ndaj ekzekutivit—përbën vetëm një pjesë të vogël të kësaj kategorie.

- **Kryetarët e bashkive dominojnë; anëtarët opozitarë të këshillave janë dytësorë; anëtarët e mazhorancës dhe qytetarët mungojnë pothuajse plotësisht.** Kryetarët e bashkive shfaqeshin si aktorët kryesorë të cituar në 51.1% të artikujve, por 65.2% e këtyre rasteve lidhej specifikisht me Veliajn. Një gjetje edhe më domethënëse është se, kur anëtarët e këshillave shfaqeshin në media (27.5% e artikujve), anëtarët e PD-së dhe opozitës tejkalonin ata të PS-së dhe mazhorancës me raport 3.3 me 1 (207 kundrejt 63 artikujve). Kjo pasqyron logjikën strukturore të medias partiake: opozita prodhon lajm përmes kritikës dhe kundërshtimit, ndërsa anëtarët e mazhorancës që votojnë në linjë me kryetarin kanë pak stimul të pavarur mediatik. Si rezultat, këshillat qeverisës janë të dukshëm kryesisht përmes zërit të kryetarëve të bashkive, ndërsa zëri qytetar—banorët në 2.1% të artikujve dhe shoqëria civile në 0.3%—është pothuajse i padukshëm.
- **Raportimi origjinal mbi këshillat është i rrallë dhe dublikimi i përmbajtjes më i përhapur sesa sugjerojnë treguesit sipërfaqësorë.** Vetëm 8.9% e artikujve me rëndësi parësore mbanin emrin e një gazetari. Analiza e përmbajtjes tregoi se 16.7% e artikujve (233 artikuj) ndanin blloqe identike të tekstit hyrës në disa media, përqindje dukshëm më e lartë se 29 titujt e dublikuar (59 raste) të identifikuar përmes krahasimit të titujve. Kjo do të thotë se perceptimi për një mbulim më të gjerë është në masë të konsiderueshme rezultat i riprodhimit të së njëjtës përmbajtje. Termat që lidhen me transparencën dhe llogaridhënien u shfaqën në 6.0% të artikujve, por pothuajse gjithmonë si element retorik brenda konflikteve politike dhe jo si raportim substancial mbi të drejtën e informimit, aksesin në dokumente apo transparencën e mbledhjeve të këshillit.

- **Gratë anëtare të këshillave janë sistematikisht të nën-përfaqësuara në media dhe përqendrohen në një gamë të ngushtë temash kur shfaqen.** Gratë përbënin zërin kryesor në vetëm 14.6% të artikujve ku përmendeshin anëtarë të këshillave sipas gjinisë, me një raport burrë-grua prej 5.8 me 1, ndonëse ato zënë rreth 42% të vendeve në këshillat bashkiakë në nivel kombëtar. Edhe më domethënëse është fakti se gratë mungonin plotësisht si aktore të këshillit në artikujt që trajtonin buxhetin (0 nga 56 artikuj), ndërsa shfaqeshin në mënyrë disproporcionale në temat që lidhen me procedurat dhe çështjet sociale. Dukshmëria mediatike e grave anëtare të këshillave përqendrohet kryesisht te pak individë, një qytet i vetëm (Tirana, 64%) dhe rolet opozitare (40% PD). Jashtë këtij grupi të ngushtë, gratë anëtare të këshillave në 60 bashkitë e tjera të vendit janë praktikisht të padukshme.
- **Lloji i medias ndikon në mbulim, por nuk e transformon atë.** Mediat online (59.4% e kampionit) paraqitën profilin më të balancuar të aktorëve—i vetmi format ku anëtarët e këshillave afrohen me kryetarët e bashkive për nga frekuenca e citimit—por edhe përqendrimin më të lartë te temat e drejtësisë (39.3%) dhe normën më të ulët të rëndësisë parësore (79.4%). Shtypi i shkruar dhe televizioni paraqitën profilet më të dominuara nga ekzekutivi, me kryetarët e bashkive që përbënin përkatësisht 73.6% dhe 68.9% të aktorëve kryesorë. RTSH-ja dallon brenda kampionit televiziv si i vetmi medium që kombinon shtrirjen gjeografike (19 këshilla), diversitetin tematik dhe kapacitetin strukturor rajonal. Asnjë media private, qoftë e shkruar, televizive apo online, nuk demonstroi një investim të ngjashëm sistematik në mbulimin e qeverisjes vendore në nivel këshillash bashkiakë.

Këto gjetje mbështesin hipotezën se media shqiptare nuk i trajton këshillat bashkiakë si institucione demokratike të rëndësishme dhe autonome, të denja për një mbulim të qëndrueshëm. Megjithatë, tabloja është më e ndërlikuar sesa një neglizhencë e thjeshtë: këshillat marrin vëmendje mediatike, por pothuajse vetëm kur ndërthuren me drama politike në nivel kombëtar, procese penale apo ngjarje zgjedhore. Rasti i jashtëzakonshëm Veliq-shkarkimi i një kryebashkiaku nga vetë këshilli ndërsa ndodhej në paraburgim, i pasuar nga një

vendim i Gjykatës Kushtetuese—e bëri paradoksalisht Këshillin Bashkiak të Tiranës këshillin më të mbuluar në historinë e vendit, ndërkohë që la në hije pothuajse çdo formë tjetër raportimi mbi qeverisjen vendore.

Gjetjet strukturore—padukshmëria gjeografike e 44.0% të bashkive, mungesa pothuajse e plotë e mbulimit të buxheteve dhe konsultimeve publike, pabarazia gjinore në raportin 5.8 me 1, fakti që vetëm 8.9% e artikujve mbajnë emrin e gazetarit, si dhe ekzistenca e vetëm një mediaje (RTSH) që ofron mbulim sistematik rajonal—sugjerojnë se problemi nuk lidhet kryesisht me zgjedhjet editoriale, por me kapacitetet sistematike, strukturat e nxitjes dhe orientimin e vazhdueshëm të medias shqiptare drejt zhvillimeve kombëtare. Këshillat bashkiakë shfaqen në media kryesisht si arena të përplasjes politike kombëtare, proceseve gjyqësore apo zhvillimeve zgjedhore: korniza të përcaktuara nga aktorë dhe dinamika që në masë të madhe shkojnë përtej kompetencave të vetë këshillave. Pasojat që kjo ka për mënyrën se si qytetarët i kuptojnë dhe angazhohen me institucionet e tyre demokratike vendore janë të rëndësishme dhe shqyrtohen më tej përmes komponentëve të intervistave dhe kërkesave për informim të këtij studimi.

Intervistat me anëtarët e këshillave bashkiakë përforcuan gjetjet e monitorimit të medias, por gjithashtu hodhën dritë mbi disa aspekte të tjera që vetë anëtarët e konsideruan veçanërisht të rëndësishme.

- Intervistat evidentuan një formë tjetër përmes së cilës anëtarët e këshillave angazhohen me median. **Për të rritur presionin ndaj administratës që nuk u përgjigjet kërkesave të tyre, anëtarët e këshillave i drejtohen drejtpërdrejt medias.** Kjo bëhet me shpresën se prania e medias do të rrisë llogaridhënien e administratës dhe, si rrjedhojë, kërkesat e tyre nuk do të mbeten pa përgjigje.
- **Anëtarët e intervistuar e përshkruan median si indiferente ndaj punës së tyre dhe ngritën tre shqetësime kryesore.** Së pari, media është më e interesuar për konfliktet politike ose lajmet që tërheqin shpejt vëmendjen e publikut. Së dyti, media fokusohet shumë pak në

analizimin e çështjeve apo thelbit të problemeve që trajtohen, duke përforcuar stereotipet në shoqëri dhe duke informuar publikun në mënyrë të gabuar. Së treti, media ka “të preferuarit” e saj, të cilët shpesh përzgjidhen jo për njohuritë që kanë, por për polemikat që shkaktojnë. Kjo jo vetëm që çon në diskutime me cilësi të ulët, por gjithashtu nënvlerëson anëtarët e këshillave dhe ekspertizën e tyre. Këto shqetësime lidhen ngushtë me gjetjet e monitorimit të medias.

- **Sipas këndvështrimit të anëtarëve të këshillave, angazhimi i kufizuar me median lidhet me përpjekjet për të mbrojtur interesa politike, të cilat shpesh janë të lidhura ngushtë me interesa ekonomike.** Kritika e hapur në media mund të ketë pasoja, si humbja e aksesit në burime dhe mundësi. Një arsye tjetër lidhet me mënyrën e përzgjedhjes së anëtarëve të këshillave, ku shpesh favorizohen individë që vendosin interesin personal mbi interesin publik. Kjo ndikon drejtpërdrejt në mungesën e përfshirjes së tyre në debate, përfshirë edhe interesin për të komunikuar me median. Pagesa e ulët e anëtarëve të këshillave u raportua gjithashtu si një faktor që ndikon drejtpërdrejt në interesin e tyre për t’u angazhuar me median.
- **Anëtarët e intervistuar kishin një sërë kritikash ndaj administratës vendore, duke e përshkruar atë si pengesë për komunikimin e hapur me median.** Pavarësisht përpjekjeve të tyre për të rritur praninë e medias në mbledhjet e këshillit bashkiak, ata ngritën shqetësimin se këto përpjekje nuk mirëpritën nga administrata, gjë që kufizon rolin e medias.
- **Sipas anëtarëve të këshillave, media nuk është objekt i diskutimeve të rregullta brenda këshillit.** Diskutimet për median zhvillohen kryesisht në mënyrë informale dhe temat e trajtuara tregojnë se administrata bashkiake konsiderohet pjesë e problemit.
- **Lidhur me dallimet gjinore, intervistat nxorën në pah dy këndvështrime të ndryshme.** Ndërsa për disa prej të intervistuarve nuk ekzistojnë dallime gjinore, për të tjerë ato janë të dukshme, veçanërisht në zona të izoluara. Këto përgjigje ndryshojnë nga rezultatet e

monitorimit të medias, por konfirmojnë gjetjet e studimeve të mëparshme mbi dallimet gjinore: gjatë intervistave, dallimet gjinore identifikohen kryesisht nga gratë. Ndërsa burrat priren të mendojnë se nuk ka dallime gjinore, janë shpesh gratë ato që, bazuar në përvojat e tyre, i evidentojnë këto pabarazi.

- **Asnjë prej anëtarëve të intervistuar të këshillave nuk raportoi pjesëmarrje në trajnime që lidhen me median dhe përfaqësimin e tyre në këshillin bashkiak.** Kjo tematikë, deri më tani, nuk ka qenë as në fokus të Aleancave të Grave Këshilltare, të paktën në këshillat bashkiakë të përfshirë në këtë studim.
- **Vetë rregulloret e këshillave mbi marrëdhëniet me publikun dhe median janë shpesh të paplota ose të paverifikueshme.** Nga 61 këshilla bashkiakë, 54 (88.5%) iu përgjigjën kërkesës për informacion, ndërsa 47 prej tyre (87.0%) raportuan se kishin miratuar një rregullore për marrëdhëniet me publikun dhe median. Megjithatë, dokumentacioni nuk ishte gjithmonë i plotë: në 11 raste mungonte numri i vendimit të miratimit ose edhe vetë data e tij.

Në të gjitha metodat e përdorura, e njëjta tablo shfaqet nga këndvështrime të ndryshme. Media u kushton pak vëmendje të qëndrueshme këshillave bashkiakë; anëtarët e këshillave, nga ana e tyre, hasin vështirësi për ta bërë zërin e tyre të dëgjohet—të kufizuar nga administrata vendore, presionet politike dhe ekonomike, si dhe nga mungesa e trajnimit dhe mbështetjes; ndërsa rregullat formale që synojnë të rregullojnë komunikimin e këshillave me publikun mbeten, në pjesën më të madhe, të pazbatuara në praktikë.

5. SHTOJCAT

Shtojca 1: Mediat e përfshira në kampionin e monitorimit

Tabela më poshtë paraqet të 41 mediat e përfshira në kampionin e monitorimit mediatik të realizuar përmes SentiOne, të organizuara sipas llojit të medias. Mediat janë klasifikuar në tre kategori: gazeta të shtypura (edicionet online), media online/digjitale dhe televizione (edicionet online). Numri i artikujve pasqyron të gjithë artikujt e mbledhur dhe të përfshirë në dataset-in përfundimtar (n = 1,964). Përqindjet paraqiten në seksionet analitike të këtij raporti.

#	Media	Artikuj në kampion	Adresa elektronike
Gazeta të shtypura—7 media			
1	Sot	139	sot.com.al
2	Gazeta Tema	79	gazetatema.net
3	Panorama	72	panorama.com.al
4	Fjala	24	fjala.al
5	Telegraf	15	telegraf.al
6	Gazeta Dita	14	gazetadita.al

7	Monitor	5	monitor.al
	Shtypi total	348	
Media online/digjitale–24 media			
1	Shqiptarja	112	shqiptarja.com
2	Boldnews	97	boldnews.al
3	Pamfleti	97	pamfleti.net
4	Balkanweb	91	balkanweb.com
5	CNA	85	cna.al
6	Politiko	80	politiko.al
7	Dosja	74	dosja.al
8	TPZ	50	tpz.al
9	ATA (State News Agency)	45	ata.gov.al
10	Java News	43	javanews.al
11	Koha Jone	42	kohajone.com
12	Albeu	37	albeu.com
13	Lexo	37	lexo.al
14	Lapsi	33	lapsi.al

15	Liberale	32	liberale.al
16	Prapaskena	24	prapaskena.com
17	Hashtag Albania	24	hashtag.al
18	Standard	24	standard.al
19	NOA	16	noa.al
20	Ekskluzive	15	ekskluzive.al
21	Dritare	14	dritare.net
22	JOQ Albania	14	joq-albania.com
23	Gazeta Shqip	13	gazeta-shqip.com
24	Opinion	13	opinion.al
	Online total	1,112	

Televizione (edicionet online)–10 media

1	RTSH (Public Broadcaster)	164	rtsh.al
2	Ora News	89	oranews.tv
3	Top Channel	62	top-channel.tv
4	Syri TV	54	syri.net
5	A2 CNN	51	a2news.com

6	Euronews Albania	33	euronews.al
7	Vizion Plus	29	vizionplus.tv
8	ABC News Albania	9	abcnews.al
9	Fax News	8	faxweb.al
10	Scan TV	5	scantv.al
	TV total	504	
	TOTALI I PËRGJITHSHËM -41 media	1,964	

Shënim: Tre media me më pak se gjashtë artikuj në kampion (Tirana Post, Shekulli dhe 55 News) u përjashtuan nga dataset-i përfundimtar, pasi mbulimi i tyre ishte tepër i kufizuar për të kontribuar në mënyrë domethënëse në analizë.

Shtojca 2: Raportimi i këshillave bashkiakë mbi rregulloret dhe vendimet

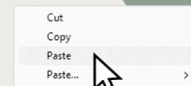
Tabela më poshtë paraqet përgjigjet e këshillave bashkiakë ndaj kërkesës për informacion lidhur me miratimin e një rregulloreje që rregullon marrëdhëniet me publikun dhe median. Ajo përfshin 54 nga 61 këshilla bashkiakë (88.5%) që iu përgjigjën kërkesës. Për secilin këshill paraqitet nëse është raportuar miratimi i një rregulloreje dhe, kur këshilli e ka vënë atë në dispozicion, numri dhe data e vendimit të miratimit.

Këshilli bashkiak	Rregullore e miratuar	Numri i vendimit
Belsh	Jo	-
Berat	Po	Pa numër vendimi, datë 12.2019
Bulqizë	Po	Vendimi nr. 151, datë 25.09.2020
Cërrik	Po	Vendimi nr. 67, datë 28.05.2020
Delvinë	Po	Vendimi nr. 15, datë 24.03.2020
Devoll	Jo	-
Dibër	Po	Vendimi nr. 56, datë 10.04.2020
Divjakë	Po	Vendimi nr. 28, datë 13.04.2020
Dropull	Po	Vendimi nr. 14, datë 28.02.2020
Durrës	Po	Vendimi nr. 90, datë 30.09.2020
Elbasan	Po	Vendimi nr. 94, datë 28.07.2020

Fier	Jo	-
Fushë-Arrëz	Po	Faqja e internetit e këshillit bashkiak nuk funksionon
Gramsh	Po	Vendimi nr. 46, datë 01.06.2020
Has	Po	Pa numër vendimi, datë 04.2020
Himarë	Po	Pa numër vendimi
Kamëz	Po	Vendimi nr. 96, datë 18.08.2020
Kavajë	Jo	-
Klos	Po	Vendimi nr. 50, datë 30.06.2020
Kolonjë	Po	Vendimi nr. 29, datë 27.02.2020
Konispol	Po	Vendimi nr. 18, datë 15.04.2020
Korçë	Po	Vendimi nr. 115, datë 01.10.2020
Kuçovë	Po	Pa numër dhe datë vendimi
Kukës	Po	Vendimi nr. 51, datë 22.04.2020
Kurbin	Po	Pa numër vendimi, datë 02.2020
Lezhë	Po	Vendimi nr. 56, datë 28.04.2020
Libohovë	Po	Vendimi nr. 24, datë 29.04.2020

Librazhd	Jo	Këshilli është në proces hartimi të rregullores
Lushnjë	Po	Vendimi nr. 36, datë 24.04.2020
Maliq	Po	Pa numër vendimi, datë 12.2019
Mallakastër	Po	Vendimi nr. 22, datë 21.05.2020
Mat	Po	Faqja e internetit e këshillit bashkiak nuk funksionon
Memaliaj	Po	Vendimi nr. 18, datë 24.04.2020
Mirditë	Po	Pa numër vendimi, datë 03.2020
Patos	Jo	-
Peqin	Po	Vendimi nr. 22, datë 21.04.2020
Përmet	Po	Vendimi nr. 16, datë 30.03.2020
Pogradec	Po	Pa numër vendimi
Poliçan	Po	Vendimi nr. 24, datë 20.05.2020
Prrenjas	Po	Vendimi nr. 47, datë 30.03.2020
Pukë	Po	Vendimi nr. 15, datë 30.06.2020
Pustec	Po	Pa numër vendimi, datë 12.2019
Roskovec	Po	Vendimi nr. 20, datë 27.03.2020

Rrogozhinë	Po	Vendimi nr. 40, datë 11.05.2020
Sarandë	Po	Vendimi nr. 50, datë 30.06.2020
Selenicë	Po	Vendimi nr. 17, datë 28.04.2024
Shkodër	Po	Vendimi nr. 42, datë 27.09.2022
Skrapar	Po	Vendimi nr. 22, datë 18.05.2020
Tepelenë	Po	Vendimi nr. 23, datë 03.04.2020
Tiranë	Jo	-
Tropojë	Po	Vendimi nr. 92, datë 27.03.2020
Vau i Dejës	Po	Vendimi nr. 24, datë 24.04.2020
Vlorë	Po	Pa numër vendimi, datë 02.04.2020
Vorë	Po	Pa numër vendimi, datë 06.2021



KËSHILLAT BASHKIAKË NË HESHTJE:

Mbulimi Mediatik dhe Angazhimi
i Këshillave Bashkiakë në Shqipëri

© Rrjeti Ballkanik i Gazetarisë Investigative në Shqipëri
(Balkan Investigative Reporting Network Albania - BIRN)
Tiranë, 2026