

nëntor 2024

Raporti monitorues i keqinformimit për muajin tetor

2024

Action for
Democratic Society
hibrid.info



Raporti monitorues i keqinformimit për muajin tetor

Publikues: ADS/hibrid.info

Prishtinë, nëntor 2024

© Të gjitha të drejtat janë të rezervuara nga ADS/hibrid.info. Të drejtat e pronës intelektuale mbrohen me Ligjin Nr. 04/L-065 për të Drejtat e Autorit dhe të Drejtat e Përafërta dhe me Ligjin Nr. 05/L-047 për Ndryshimin dhe Plotësimin e Ligjit Nr.04/L-065 për të Drejtat e Autorit dhe të Drejtat e Përafërta.

Asnjë pjesë e këtij botimi nuk mund të riprodhohet, të ruhet në sisteme elektronike apo të bartet, në çfarëdo forme apo me çfarëdo mjeti, qoftë mekanik, me fotokopje, incizim apo në mënyra të tjera, pa lejen paraprake me shkrim të botuesit

Ky raport është publikuar nga Action for Democratic Society (ADS) në kuadër të projektit “Promovimi i gazetarisë objektive dhe lufta kundër dezinformimit”, që mbështetet nga National Endowment for Democracy (NED).

Përmbajtja e dokumentit është përgjegjësi e ADS-së dhe në asnjë mënyrë nuk mund të konsiderohet se pasqyron qëndrimin e NED-it.

Projekti financohet nga:



Projekti realizohet nga:



Përmbajtja

01.

Publikimet në gjuhën shqipe

Kategoritë vlerësuese të çrregullimit informativ

Temat e përdorura për krijimin dhe

shpërndarjen e përmbajtjeve keqinformuese

Llojet e fushave tematike

Llojet e publikuesve

Klasifikimi i publikimeve të mediave në gjuhën

shqipe dhe serbe

Llojet e mediave sociale

Figurat dhe Institucionet më të përfolura

02.

Publikimet në gjuhën serbe

Kategoritë vlerësuese të çrregullimit informativ

Temat e përdorura për krijimin dhe

shpërndarjen e përmbajtjeve keqinformuese

Llojet e fushave tematike

Llojet e publikuesve

Klasifikimi i publikimeve të mediave në gjuhën

shqipe dhe serbe

Llojet e mediave sociale

Figurat dhe Institucionet më të përfolura

03.

Kontrulli dhe vlerësimi i deklaratave

Hyrje

Ky raport përmbledhës dhe përshkrues pasqyron gjendjen e informimit (keqinformimit) gjatë tetorit 2024, bazuar në të dhënat e siguruara nga platforma për kontroll të fakteve – hibrid.info. Formati i këtij raporti është i pari dhe i vetmi i llojit. Është monitorues dhe paraqet gjendjen për një periudhë njëmuajore, ndërsa ky është raporti i 28-të mujor i publikuar deri më tash.

Ky raport është i ideuar nga platforma hibrid.info e specializuar në kontroll të fakteve, edukim digjital dhe medial, pjesë e OJQ-së kosovare “Action for Democratic Society” (ADS) dhe mbështetet nga fondacioni amerikan “National Endowment for Democracy” (NED) në kuadër të projektit “Promovimi i Gazetarisë Objektive dhe Luftimit të Dezinformatës”.

Në këtë raport monitorues jepet një pasqyrë për formën e përmbajtjeve me karakter informues për dhe rreth ngjarjeve në Kosovë. Në vazhden e këtij raporti paraqiten disa figura (grafika) të dala nga baza e të dhënave të hibrid.info e ndarë përmes disa kategorive të vlerësimit që janë pjesë e metodologjisë për kontroll të fakteve të kësaj platforme.

Raporti trajton 8 kategori krahasuese të të dhënave, duke synuar të japë një sqarim më objektiv të gjendjes së informimit dhe për të shpjeguar tendencat e keqinformimit për këtë periudhë monitoruese.

Kategoritë monitoruese janë:

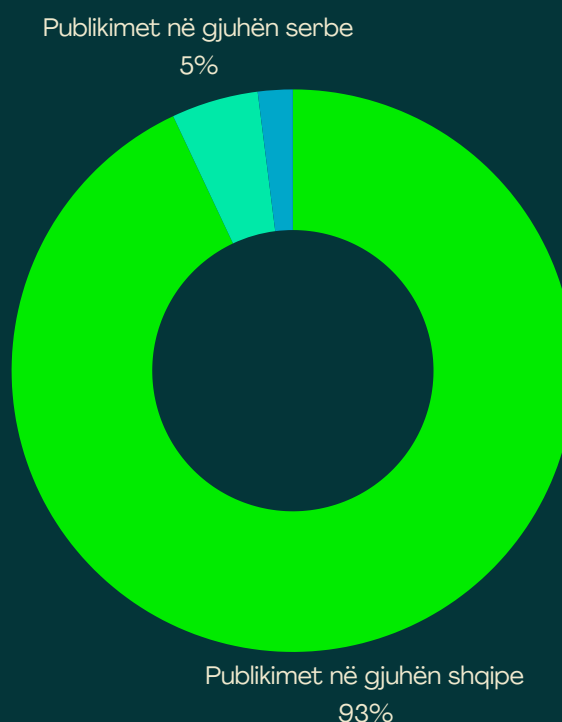
- Vlerësimet e artikujve keqinformues;
- Temat e përdorura për krijimin dhe shpërndarjen e përmbajtjeve keqinformuese;
- Fushat mbi të cilat janë krijuar dhe shpërndarë artikujt keqinformues;
- Llojet e mediave që kanë krijuar e shpërndarë përmbajtje keqinformuese;
- Kategorizimi i mediave në gjuhën shqipe dhe serbe që kanë krijuar e shpërndarë përmbajtje keqinformuese;
- Llojet e mediave sociale që kanë krijuar e shpërndarë përmbajtje keqinformuese;
- Llojet e publikuesve në mediat sociale që kanë krijuar e shpërndarë përmbajtje keqinformuese;
- Institucionet dhe personat e përfolur në artikujt keqinformues;
- Kontrolli dhe vlerësimi i deklaratave.

Përmbajtja e trajtuar nga hulumtuesit e hibrid.info, e që ka shërbyer për ndërtimin e këtij raporti, është kryesisht ajo e publikuar në gjuhën shqipe dhe serbe.

Klasifikimi i publikimeve në gjuhën shqipe dhe serbe (të tjera)

Kjo matje tregon se në cilën gjuhë janë publikuar artikujt keqinformues të monitoruar gjatë periudhës njëmuajore, duke i kategorizuar mediat në gjuhën shqipe, serbe dhe gjuhë të tjera në lidhje me raportimet e tyre për dhe rreth zhvillimeve në Kosovë.

PËRQINDJA E PUBLIKIMEVE NË GJUHËN SHQIPE DHE SERBE



Mostra e monitorimit dhe trajtimit të përmbajtjeve keqinformuese nga platforma “hibrid.info” fokusohet në keqinformimet në gjuhën shqipe, të publikuara në media, portale të dyshimta, si dhe faqe dhe llogari në mediat sociale.

Gjatë muajit tetor, në kuadër të monitorimit, janë trajtuar 55 përmbajtje, ku 51 (93%) prej tyre ishin në gjuhën shqipe ndërsa 3 (5%) në gjuhën serbe dhe angleze 1 (2%).

1

Publikimet në gjuhën shqipe

Gjatë muajit tetor 2024, analiza e 55 përmbajtjeve keqinformuese tregoi se 93% e tyre ishin në gjuhën shqipe. Lajmet e rreme ishin forma më e përhapur e keqinformimit, duke përbërë 24% të rasteve, pasuar nga mashtrimet me 16%, dhe dezinformatat dhe clickbait-i me 13%. Kategoritë e tjera përfshinin dezinformatat e tjera (11%) dhe përmbajtjet e paverifikuara dhe gabimet, secila me 7%. Temat kryesore të trajtuara përfshinin sondazhet zgjedhore (13%), situatën në veri (7%), zgjedhjet në Kosovë (5%), dialogun Kosovë-Serbi (4%), rritjen e pagave (4%) dhe konkurset për punësim (4%). Kombinimi i sondazheve zgjedhore dhe zgjedhjeve në Kosovë përbënte 18% të përmbajtjeve keqinformuese të shpërndara gjatë këtij muaji.

Përmbajtjet keqinformuese gjatë tetorit 2024 ishin kryesisht të përqendruara në fushat e politikës (44%), sociale (24%), sigurisë (15%) dhe shëndetësisë (4%). Shumica e këtyre përmbajtjeve janë shpërndarë në platformat e mediave sociale, me 73% të përmbajtjeve të publikuara atje. Mediat tradicionale kontribuan me 18%, ndërsa mediat e dyshimta përbënin vetëm 2%. TikTok ka dominuar si platforma kryesore, me 38% të publikimeve, pasuar nga Facebook me 24% dhe YouTube me 7%. Këto shifra tregojnë një ndikim të madh të mediave sociale në shpërndarjen e dezinformatave gjatë këtij muaji.

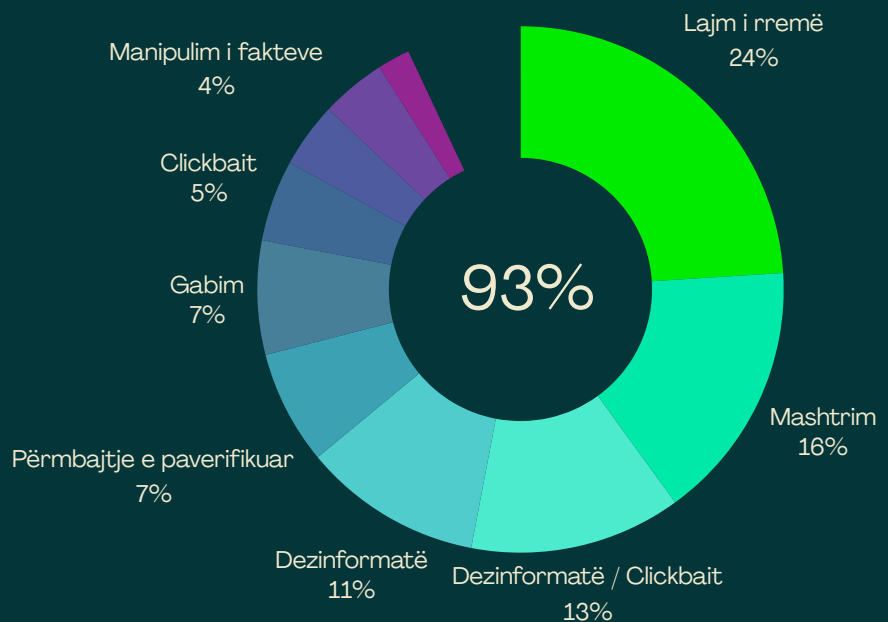
Përqindja e përmbajtjeve në
gjuhën shqipe



Kategoritë vlerësuese të çrregullimit informativ

1.1

KATEGORITË KRYESORE
Këtu janë renditur kategoritë kryesore sipas kategorive vlerësuese



Analiza e 55 përmbajtjeve keqinformuese në gjuhën shqipe për muajin tetor 2024 ka nxjerrë në pah një përqindje të konsiderueshme të kategorive të ndryshme të keqinformimit. Lajmet e rreme përbënin pjesën më të madhe, me 24% të rasteve, duke qenë forma më e shpeshtë e keqinformimit. Pas tyre vijnë mashtrimet, që zinin 16% të përmbajtjeve, dhe dezinformatat/clickbait-i me 13%. Dezinformatat e tjera përfaqësonin 11% të totalit, ndërsa përmbajtjet e paverifikuara dhe gabimet ishin të barabarta, secila me 7%.

Kur analizojmë përmbajtjet keqinformuese në gjuhën shqipe krahasuar me muajin shtator, vihet re një ndryshim në përqindjen e kategorive kryesore të keqinformimit. Në tetor 2024, lajmet e rreme përbënin 24% të rasteve, ndërsa në shtator kjo kategori ka qenë më e përhapur, duke arritur në 27%. Kjo tregon një rënie të lehtë prej 3% në përdorimin e lajmeve të rreme si mjet manipulimi.

Mashtrimet qëndruan të qëndrueshme në të dy muajt, duke zënë 16% të përmbajtjeve në shtator dhe tetor. Kjo konsistencë sugjeron se mashtrimet mbeten një praktikë e zakonshme në shpërndarjen e keqinformimit. Dezinformatat në tetor (11%) janë dukshëm më të ulëta krahasuar me shtatorin, ku përbënin 16%. Megjithatë, format clickbait kanë pësuar rënie nga 14% në shtator në 5% në tetor. Përmbajtjet e paverifikuara pësuan rënie nga 10% në shtator në 7% në tetor, duke treguar se mungesa e verifikimit vazhdon të jetë një problem. Kategoria "Mashttrim/Lajm i rremë" ishte e pranishme vetëm në shtator, me 3%, duke sugjeruar një përzjerje të këtyre dy kategorive në atë periudhë.



24% e artikujve keqinformues të trajtuar kanë marrë vlerësimin "lajm i rremë".

1.1.1.

Analizë e llojeve të vlerësimeve

01. Lajm i rremë

Të gjitha lajmet e rreme të identifikuara janë shpërndarë përmes platformës TikTok, duke e bërë atë burimin kryesor të përmbajtjeve keqinformuese për këtë periudhë. Në aspektin e fushave, temat politike kanë dominuar, duke zënë 22% të totalit të rasteve. Sa i përket tematikave, sondazhet zgjedhore kanë pasur peshën më të madhe me 11% të përmbajtjeve keqinformuese, ku janë publikuar sondazhe të rreme, të vjetra e të manipuluar.

03. Dezinformatë/ Clickbait

Dezinformatë/clickbait, që përbëjnë 13% të totalit, janë publikuar kryesisht në media sociale (9%), ndërsa një pjesë e vogël është shpërndarë në media reale (2%) dhe në portale të dyshimta (2%). Sa i përket fushave, përmbajtjet dezinformuese/clickbait kanë dominuar kryesisht në fushën e sigurisë (5%) dhe politikës (4%). Pasuar nga tema sociale (2%) dhe katastrofat natyrore (2%). Përmbajtjet dezinformuese dhe clickbait, kanë përfshirë disa tema të ndryshme, duke përfshirë armatosjen e Serbisë nga Turqia, rritjen e pagave, raketat Javelin, dhe lidhjet e Kosovës me Këshillin e Evropës. Tema të tjera kanë përfshirë veriun e Kosovës, e njohjen e Kosovës si shtet.

02. Mashtrim

Të gjitha mashtrimet janë shpërndarë përmes mediave sociale, kryesisht në Facebook, nga faqe të ndryshme. Të gjitha këto përmbajtje i përkasin fushës sociale, duke përfshirë tema si konkurset e punës, rimbursimet e faturave të energjisë elektrike, dhurimin dhe shitjen e veturave, si dhe dhënien e kredive.

04. Dezinformatë

Dezinformatat janë publikuar kryesisht në media sociale, të cilat përbëjnë 9% të rasteve, ndërsa vetëm 2% janë shpërndarë në mediat reale, duke e çuar totalin e përmbajtjeve dezinformuese në 11%. Sa i përket fushave, dezinformatat janë përqendruar kryesisht në fushën e politikës, e cila përfaqëson 7% të rasteve, ndërsa shëndetësia dhe ligji zënë nga 2% secila. Tematikat kryesore të dezinformatave përfshijnë mallrat serbe, zgjedhjet në Kosovë, ndarjen e Kosovës, dialogun Kosovë-Serbi, pandeminë Covid-19 dhe Gjykatën Speciale.

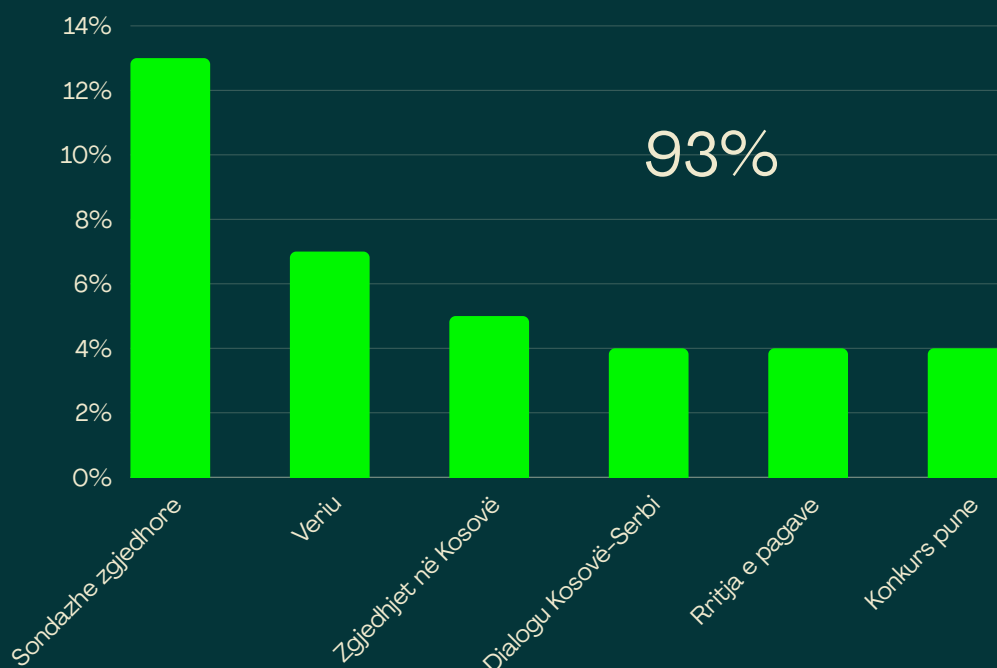
Artikuj të tjerë me përmbajtje keqinformuese janë vlerësuar në kategoritë: Përmbajtje e paverifikuar, Gabim, Clickbait, Manipulim i fakteve, Manipulim i fakteve / Dezinformatë, Clickbait / Dezinformatë

1.2

Temat e përdorura për krijimin dhe shpërndarjen e përmbajtjeve keqinformuese

KATEGORITË KRYESORE

Këtu janë renditur kategoritë kryesore sipas temave



Gjatë muajit tetor, temat kryesore të përdorura për krijimin dhe shpërndarjen e përmbajtjeve keqinformuese përfshinin sondazhet zgjedhore (13%), situatën në veri (7%), zgjedhjet në Kosovë (5%), dialogun Kosovë-Serbi (4%), rritjen e pagave (4%) dhe konkurset për punësim (4%).

Kur kombinohen temat e sondazheve zgjedhore (13%) dhe zgjedhjet në Kosovë (5%), ato arrijnë së bashku në 18% të përmbajtjeve keqinformuese të shpërndara gjatë muajit tetor, duke u renditur si tematika kryesore e keqinformimit për këtë muaj.

Krahasimi i të dhënave midis muajve shtator dhe tetor tregon një ndryshim të qartë në temat e përdorura për përmbajtjet keqinformuese. Në shtator, temat më të spikatura ishin armatosja e FSK-së me 13%, rastet tragjike me 8%, Veriu me 5%, dhe sondazhet zgjedhore gjithashtu me 5%. Ndërkohë, në tetor, kombinimi i sondazheve zgjedhore dhe zgjedhjeve në Kosovë arrin në një total prej 18%, duke përfaqësuar një rritje të ndjeshme dhe fokus të veçantë në këto tema.

Rritja e interesit për çështjet zgjedhore sugjeron një tendencë të shtuar për të keqinformuar mbi proceset politike në Kosovë, veçanërisht në prag të zhvillimeve të rëndësishme zgjedhore. Nga ana tjetër, temat e shtatorit, si armatosja e FSK-së dhe rastet tragjike, kanë humbur terren në muajin pasues, duke i lënë hapësirë çështjeve që lidhen më ngushtë me kontekstin politik dhe rajonal të tetorit. Veriu mbetet një temë e përbashkët, por me një rëndësi më të vogël krahasuar me temat zgjedhore në tetor.



25% e temave kryesore janë për sondazhe zgjedhore veriu, zgjedhjet në Kosovë

Analizë e kontrolleve të fakteve sipas temave

1.2.1.

Në vijim analizohen, në formë të përmbledhur, katër temat kryesore të trajtuara nga media dhe publikues të ndryshëm, sipas matjeve të platformës hibrid.info, përmes metodologjisë së kontrollit të fakteve.

01. Sondazhe zgjedhore

Përmbajtjet keqinformuese lidhur me sondazhet zgjedhore janë publikuar kryesisht në media sociale, me një theks të veçantë në TikTok. Keqinformatat lidhur me sondazhet zgjedhore janë nga fusha e politikës dhe janë kategorizuar kryesisht si lajme të rreme (11%), me një pjesë të vogël (2%) që përfshin manipulim të fakteve. Përmbajtjet keqinformuese të publikuara për sondazhet zgjedhore përfshijnë pretendime të rreme, si sondazhe të publikuara në TikTok, sondazhe të pasakta për partitë politike, dhe përhapjen e informacionit të gabuar për sondazhe që pretendojnë se janë kryer nga kompani të paspecifikuara si "Cygal". Për më tepër, janë raportuar parashikime të rreme për ndarjen e deputetëve në Kuvend dhe pretendime të pasakta për mbështetje të partive.

02. Veriu

Lidhur me temën e veriut, përmbajtjet keqinformuese janë publikuar kryesisht në media dhe media sociale, me një përqindje prej 2% në media dhe 5% në platformat e mediave sociale. Sa i përket fushave, përmbajtjet keqinformuese lidhur me temën e veriut kanë qenë kryesisht nga fusha e politikës (5%) dhe sigurisë (2%). Keqinformata lidhur me temën e veriut u vlerësuan si: lajme të rreme (4%), dezinformata / clickbait (2%), dhe gabime (2%). Ngjarjet e lidhura me temën e veriut që kanë shpërndarë keqinformata përfshijnë: pretendimin e rremë se opozita e ka dërguar në Kushtetuese vendosjen e flamurit në institucionet në veri, raportimin gabim për një objekt të komunës paralele të Skenderajt, pretendimin e rremë se presidenti turk, Erdogan, ka thënë se veriu i Kosovës duhet t'i takojë Serbisë, dhe pretendimin e rremë se 800 ushtarë po hyjnë në Kosovë.

03. Zgjedhjet në Kosovë

Keqinformata lidhur me temën e zgjedhjeve në Kosovë janë vlerësuar si dezinformatë (2%), përmbajtje e paverifikuar (2%), dhe lajm i rremë (2%). Këto përmbajtje nga fusha e politikës janë publikuar në media (2%) dhe media sociale (4%). Përmbajtjet keqinformuese lidhur me zgjedhjet në Kosovë përfshijnë pretendime të rreme, si ajo se Labinot Tahiri ka konfirmuar kalimin në LDK dhe kandidimin për deputet në zgjedhjet e 9 shkurtit, e cila më vonë u mohua nga ai. Gjithashtu, është shpërndarë një pretendim i rremë se LVV ka angazhuar hakerë për të sulmuar opozitën dhe Amerikën, si dhe është publikuar një fotografi e vjetër për të pretenduar se ka pasur koordinim mes Lumir Abdixhikut dhe Baton Haxhiut për të mposhtur Albin Kurtin.

03. Dialogu Kosovë-Serbi

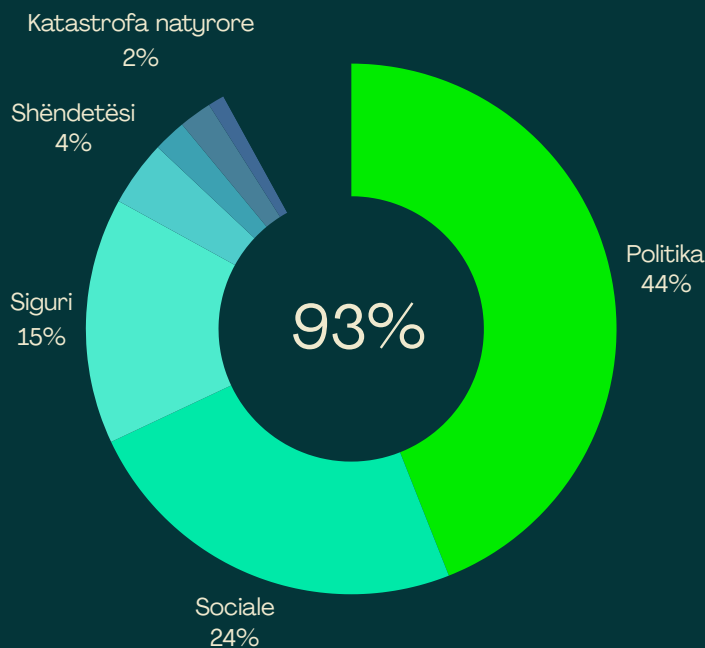
Përmbajtjet keqinformuese lidhur me temën e dialogut Kosovë-Serbi janë publikuar kryesisht në fushën e politikës dhe përfshijnë media të ndryshme. Këto keqinformata janë shpërndarë në media (2%) dhe media sociale (2%), duke përfshirë edhe pretendime që manipulojnë me të vërtetën në lidhje me këtë proces dialogu. Keqinformata lidhur me temën e dialogut Kosovë-Serbi janë vlerësuar si manipulim i fakteve dhe dezinformatë, përfshirë artikuj me pretendime se Kurti do përballje me Vuçiqin para zgjedhjeve, Po ashtu, një tjetër përmbajtje shpërndante një fotografi të rreme, ku pretendohet se kryeministri i Kosovës, Albin Kurti, kishte darkuar me presidentin serb, Aleksandar Vuçiq, dhe se në tavolinë ishin të pranishëm produkte serbe.

1.3

Llojet e fushave

Si rezultat i gjetjeve të përmbajtjeve keqinformuese të trajtuara gjatë muajit tetor del se publikues të ndryshëm (media reale dhe mediat sociale) kanë prodhuar dhe shpërndarë më së shumti përmbajtje keqinformuese në fushën e politikës.

FUSHAT KRYESORE
Këtu janë renditur 6-të fushat kryesore



Si rezultat i gjetjeve lidhur me përmbajtjet keqinformuese të trajtuara gjatë muajit tetor, fushat ku janë publikuar keqinformatat janë: Politika me 44%, Sociale me 24%, Siguri me 15%, dhe Shëndetësi me 4%. Këto kategori kanë dominuar si burime të informacionit të pasaktë, duke reflektuar një ndikim të lartë të dezinformatave në fushat e përmendura.

Në krahasim me muajin shtator, përmbajtjet keqinformuese gjatë muajit tetor kanë pasur një shpërndarje të ndryshuar në fusha të ndryshme. Gjatë muajit shtator, përmbajtjet keqinformuese ishin të fokusuara kryesisht në fushat e Sigurisë (30%) dhe Politikës (37%), me një përqindje më të vogël në Sociale (13%) dhe Kronikën e zezë (8%). Në tetor, është vënë re një ndryshim në shpërndarjen e përmbajtjeve keqinformuese, me Politikën që ka pësuar një rritje të konsiderueshme, duke arritur në 44%, dhe Socialja, e cila gjithashtu ka shënuar një rritje të theksuar, duke arritur në 24%. Siguria ka rënë ndjeshëm në 15%, ndërsa fushën e Shëndetësisë, që ishte pothuajse e pa pranishme në shtator, e ka dominuar një përqindje e vogël prej 4%. Ky ndryshim tregon një shmangie të theksuar nga temat e Sigurisë, që dominonin në shtator, në drejtim të Politikës dhe Sociales, që janë bërë më të prekura nga përmbajtjet keqinformuese gjatë tetorit.



83% e përmbajtjeve keqinformuese të trajtuara janë nga fusha e politikës, sigurisë dhe sociales.

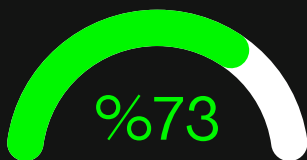
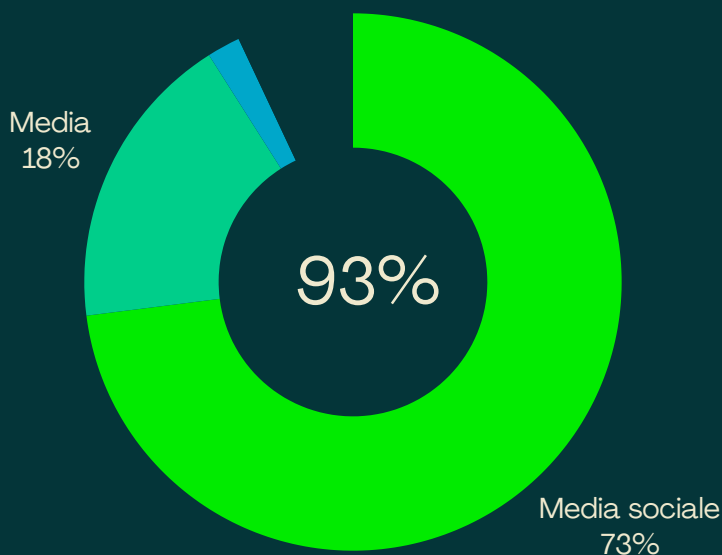
Llojet e publikuesve

1.4

Në bazë të monitorimit të realizuar gjatë muajit tetor, është vënë re se përmbajtjet keqinformuese në gjuhën shqipe janë shpërndarë kryesisht në platformat e mediave sociale, me një përqindje të lartë prej 73%. Pjesa tjetër e shpërndarjes ka ardhur nga mediat reale, që kanë kontribuar me 18%, ndërsa mediat e dyshimta kanë luajtur një rol të vogël, duke përbërë vetëm 2% të shpërndarjes totale të përmbajtjeve keqinformuese. Ky rezultat tregon se platformat digjitale dhe mediat sociale janë kanalet kryesore për shpërndarjen e keqinformatave në gjuhën shqipe, duke theksuar rëndësinë e monitorimit dhe kontrollit të këtyre burimeve.

Në krahasim me muajin shtator, shpërndarja e përmbajtjeve keqinformuese në gjuhën shqipe ka pësuar një ndryshim të vogël. Përdorimi i mediave sociale ka mbetur ende dominues, me 73% në tetor, duke u rritur krahasuar me 70% të regjistruar në shtator. Po ashtu, shpërndarja përmes mediave reale ka pësuar rënie të lehtë në 18% në tetor, nga 21% në shtator.

DALLIMI NË PËRQINDJE NË MES
TË PUBLIKUESVE ME
PËRMBAJTJE KEQINFORMUESE



73% e artikujve me përmbajtje keqinformuese janë publikuar nga publikuesit në media sociale

Llojet e mediave sociale

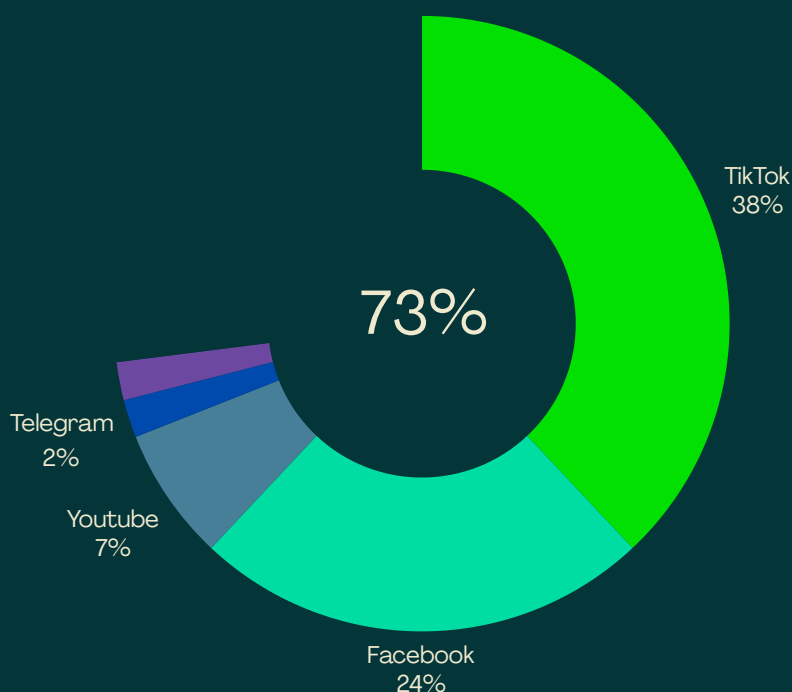
1.5

Në këtë seksion analizohen vetëm artikujt keqinformues të publikuar dhe shpërndarë nga publikuesit në mediat sociale dhe në këtë rast nuk përfshihen publikimet në mediat tjera (mediat reale dhe portalet e dyshimta).

Gjatë muajit tetor, monitorimi i realizuar ka treguar se përmbajtjet keqinformuese janë shpërndarë kryesisht në mediat sociale, me TikTok që ka dominuar me 38% të totalit të publikimeve. Pas tij, Facebook ka përbërë 24%, ndërsa YouTube ka kontribuar me 7%. Pjesa tjetër është shpërndarë në platforma si Telegram dhe WhatsApp, me nga 2% secila. Këto të dhëna theksojnë ndikimin e fortë të TikTok-ut dhe Facebook-ut si burime kryesore të dezinformatave dhe keqinformatave në gjuhën shqipe gjatë këtij muaji.

Në krahasim me muajin shtator, në tetor ka pasur një rritje të përdorimit të TikTok-ut, i cili u bë burimi kryesor i përmbajtjeve keqinformuese me 38%, duke u rritur nga 35% që ishte në shtator. Facebook ka mbajtur një pjesë të konsiderueshme, me 24% në tetor, një rënie krahasuar me 33% që kishte në shtator. YouTube ka mbajtur një përqindje të ulët, me vetëm 7% në tetor, nga 2% që kishte në shtator, duke reflektuar një rritje të dukshme të përmbajtjeve keqinformuese në këtë platformë.

PËRQINDJA E PUBLIKIMEVE NË
MEDIAT SOCIALE



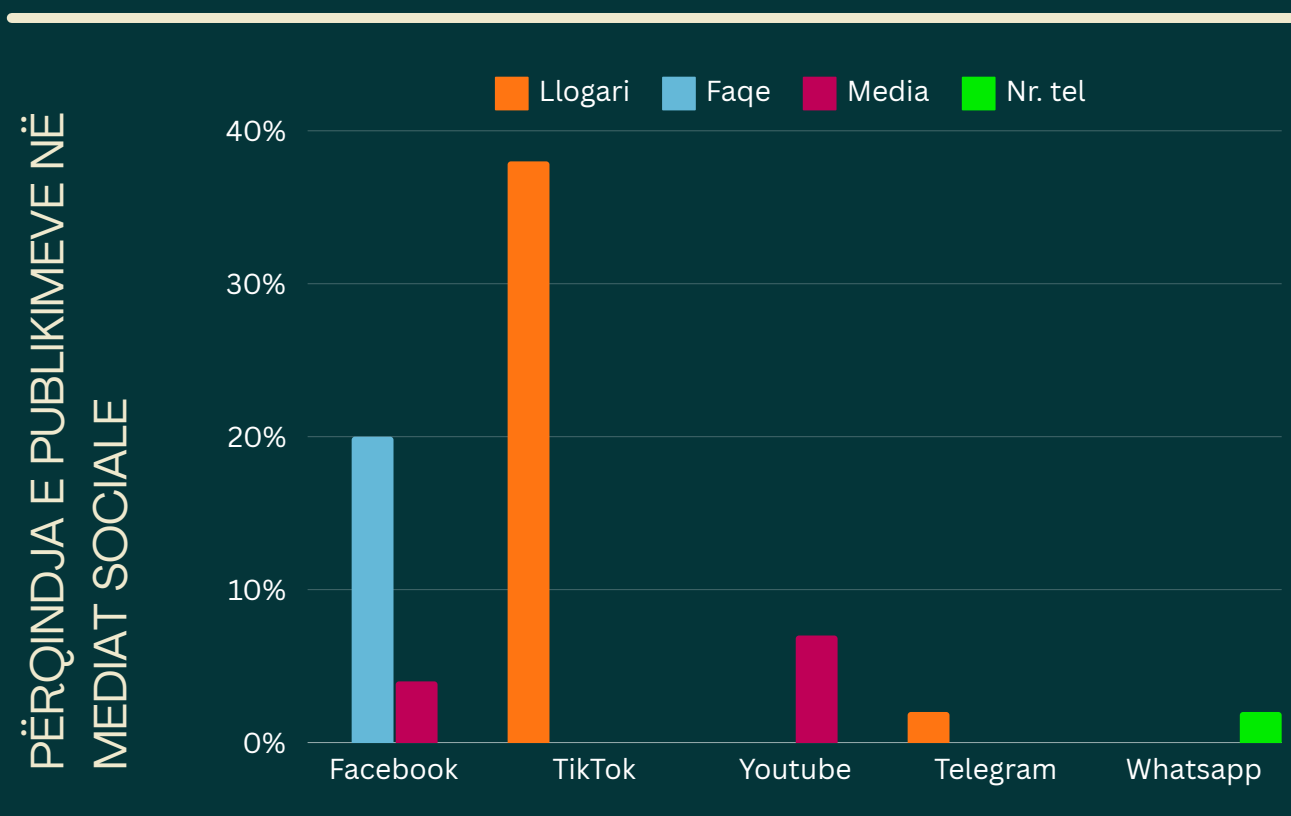
Llojet e publikuesve në mediat sociale

1.6

Kjo matje, përmes të dhënave monitoruese, analizon ndërveprimin në mediat sociale sa i përket publikimit dhe shpërndarjes së artikujve keqinformues nga publikues të ndryshëm të mediave sociale. Kjo bëhet përmes këtyre kategorive kryesore të publikuesve: faqeve, llogarive, mediave dhe kanaleve që menaxhohen nga përdorues të mediave sociale.

Në mediat sociale, llojet e publikuesve të përmbajtjeve keqinformuese janë shpërndarë në mënyra të ndryshme.

Në platformën Facebook, përmbajtjet keqinformuese janë shpërndarë kryesisht përmes faqeve publike (20%), të cilat përdoren shpesh për të shpërndarë informacion të pasaktë ose të manipuluar. Po ashtu, një pjesë e përmbajtjeve janë shpërndarë nga mediat (4%). Në TikTok, përmbajtjet keqinformuese janë shpërndarë kryesisht përmes llogarive personale, të cilat përbëjnë 38% të publikimeve. Në YouTube, përmbajtjet keqinformuese janë shpërndarë kryesisht nga mediat, të cilat përbëjnë 7% të publikimeve. Në Telegram, përmbajtjet keqinformuese janë shpërndarë kryesisht nga llogaritë, të cilat përbëjnë 2% të publikimeve. Në WhatsApp, përmbajtjet keqinformuese janë shpërndarë nga numrat e telefonit, të cilat përbëjnë 2% të publikimeve.



1.6.1.

Analiza e llojeve të publikuesve në mediat sociale

Në vijim analizohen këto kategori të mediave sociale në ndërlidhje me publikimet dhe shpërndarjen e përmbajtjeve keqinformuese

01. TikTok

Në TikTok, përmbajtjet keqinformuese janë vlerësuar në kategoritë dominuese si vijon: 24% e publikimeve janë klasifikuar si lajme të rreme, 7% si dezinformata, 4% si manipulim i fakteve/dezinformatë, 2% si dezinformatë/clickbait dhe 2% si manipulim i fakteve. Temat dominuese të përmbajtjeve keqinformuese në TikTok përfshijnë sondazhet zgjedhore me 13%, pasuar nga rritja e pagave dhe zgjedhjet në Kosovë, secila me 4%, si dhe veriu gjithashtu me 4%. Përmbajtjet keqinformuese në TikTok janë kryesisht të lidhura me politikën me 31%, duke përfshirë tema të tilla si sondazhet zgjedhore dhe zgjedhjet në Kosovë.

02. Facebook

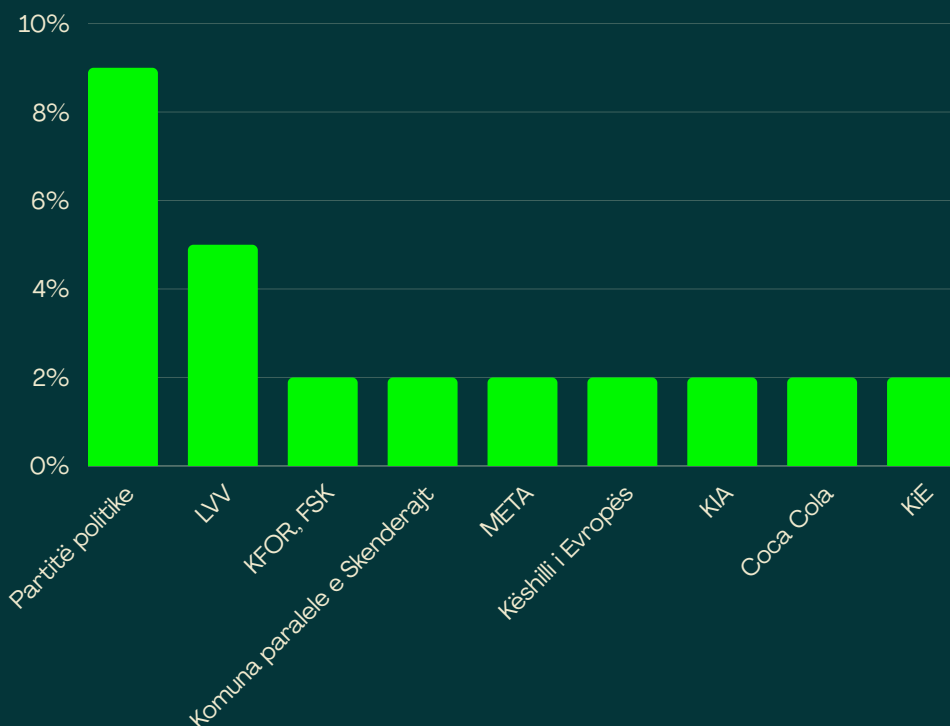
Në Facebook, përmbajtjet keqinformuese janë kryesisht të lidhura me socialen (16%), duke përfshirë tema që mund të jenë të lidhura me përmbajtje sociale dhe ngjarje të përditshme. Politika përbën një pjesë më të vogël me 4%, ndërsa fushat e sigurisë dhe shëndetësisë janë përfaqësuar minimalisht me 2% secila. Në Facebook, përmbajtjet keqinformuese janë vlerësuar në disa kategori të ndryshme, ku dominon Mashtrimi me 15%. Pjesa tjetër është e përbërë nga Gabimi dhe Manipulimi i fakteve, secila me 2%, ndërsa përmbajtjet Clickbait dhe Dezinformatë, duke përfshirë Clickbait/Dezinformatë, gjithashtu kanë marrë nga 2%. Temat e përdorura për krijimin dhe shpërndarjen e përmbajtjeve keqinformuese përfshijnë një gamë të gjerë çështjesh. Disa nga temat kryesore janë konkurset e punës, ku shpesh shfaqen mashtrime për mundësi pune; rimbursimi i faturave elektrike, që përfshin informacione të pasakta lidhur me rimbursimet e energjisë; pensionet, ku shpërndahen lajme të rreme për përfitime; dhe Covid-19, ku shpërndahen dezinformata mbi situatën e pandemisë. Tema të tjera të përfshira janë dhënia e kredive, përfitimet financiare të Kosovës, dhurimi i veturave, shitja e biçikletave elektrike dhe shitja e veturave.

Figurat dhe institucionet më të përfolura

1.7.

Kjo matje analizon të dhënat se cilat kanë qenë institucionet dhe personalitetet (figura publike e politike) më të përfolura përmes monitorimit të artikujve me përmbajtje keqinformuese.

RENDITJA E INSTITUCIONEVE MË TË PËRFOLURA SIPAS PËRQINDJES

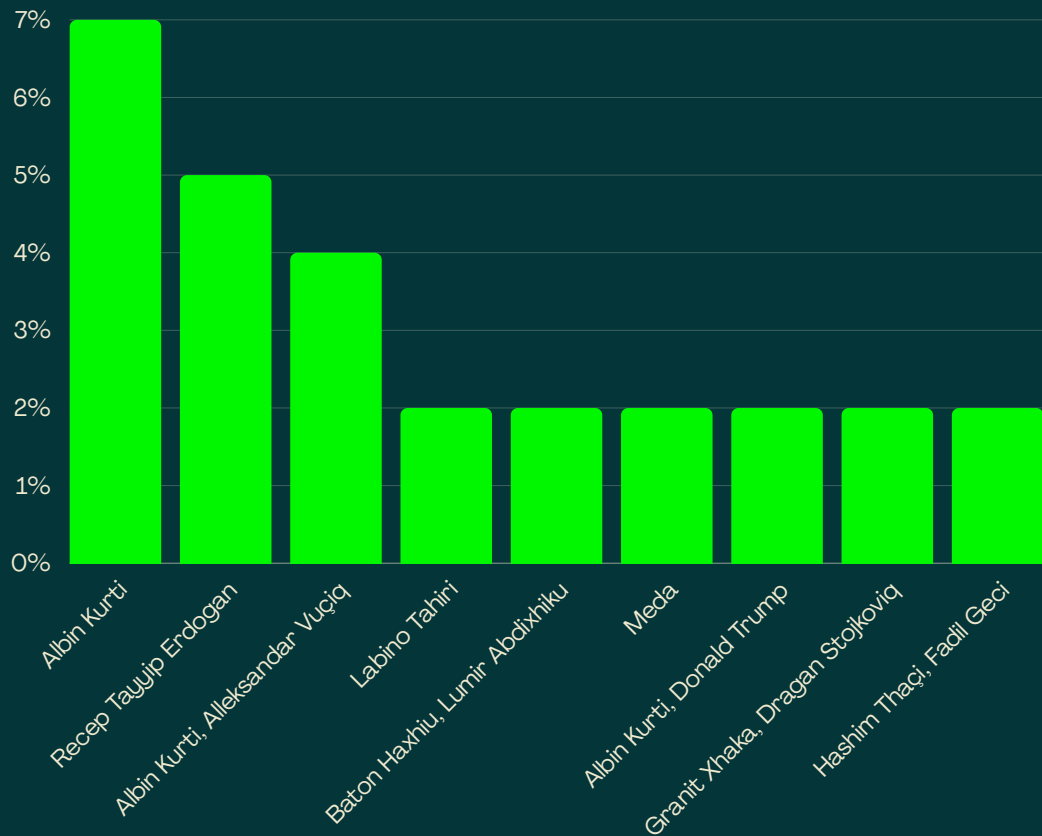


Gjatë analizës së 55 përmbajtjeve keqinformuese të identifikuar dhe trajtuara në muajin tetor 2024, është vërejtur se 15 prej tyre përmendin institucione të ndryshme. Partitë politike janë ndër institucionet më të përfolura gjatë muajit tetor në gjuhën shqipe, veçanërisht në përmbajtjet keqinformuese që lidhen me sondazhet zgjedhore.

Në temat ku u përdorën partitë politike gjatë muajit tetor, u identifikuan përmbajtje keqinformuese që shpërndanë informacione të rreme dhe të manipuluar, kryesisht lidhur me sondazhet zgjedhore. Këto përmbajtje përfshinin pretendime të rreme për sondazhe të pavërteta mbi zgjedhjet parlamentare në Kosovë, duke përfshirë pohimin për një kompani të supozuar amerikane "Cygal" që nuk ekziston, si dhe sondazhe të rreme që përpiqeshin të paraqisnin rezultate të pabazuara, siç ishte përmendja e një 67.2%-shi për Vetëvendosjen. Për më tepër, u pretendua rrejshëm se LVV kishte planifikuar të angazhojë hakerë për të sulmuar opozitën dhe Shtetet e Bashkuara, duke përdorur kështu informacion të pasaktë për të manipuluar opinionin publik.

Gjatë muajit tetor, përveç partive politike, janë përfolur edhe institucione të tjera si KFOR, FSK, komuna paralele e Skenderajt, META dhe Këshilli i Evropës, përmes përmbajtjeve keqinformuese që përfshijnë pretendime të pasakta dhe të manipuluar.

RENDITJA E PERSONAVE MË TË PËRFOLUR SIPAS PËRQINDJES



Gjatë muajit tetor 2024, Albin Kurti ka qenë figura më e përfolur në përmbajtjet keqinformuese në gjuhën shqipe, shpesh duke u ndërlidhur edhe me figura të tjera.

Albin Kurti u përmend në përmbajtjet keqinformuese gjatë muajit tetor 2024 për disa pretendime të pasakta, duke përfshirë një titull të pabazuar në fakte që sugjeronte se Kurti ia kishte rritur pagën më së shumti vetës, kur në fakt kjo rritje ishte për të gjithë njësoj. Po ashtu, një tjetër përmbajtje përfshinte një parashikim të rrejshëm për numrin e deputetëve në Kuvend si pjesë të një sondazhi zgjedhor dhe një pretendim se ishte marrë vendim për rritjen e pagave, kur në realitet, vendimi lidhej me pensionet.

Albin Kurti u përfol në disa përmbajtje keqinformuese gjatë muajit tetor, duke përfshirë pretendime që lidhen me presidentin e Serbisë, Aleksandar Vučić, ku u sugjerua një përballje mes liderëve në një moment kyç para zgjedhjeve. Përveç kësaj, një foto e manipuluar u përdor për të pretenduar se Kurti dhe Vučić kishin darkuar së bashku dhe se tavolina ishte mbushur me produkte serbe, një pretendim që nuk kishte asnjë bazë faktike.

Albin Kurti u përfol gjithashtu në përmbajtje të tjera keqinformuese gjatë muajit tetor, përfshirë një pretendim të pabazuar që sugjeronte se ish-presidenti i SHBA-ve, Donald Trump, kishte paralajmëruar se Kurti do të përfshihej në listën e zezë të SHBA-së. Ky informacion ishte plotësisht i rremë dhe nuk kishte asnjë bazë faktike.

Presidenti i Turqisë, Recep Tayyip Erdogan, është figura e dytë më e përfolur në përmbajtjet keqinformuese të muajit tetor. Ka pasur pretendime të rreme që thonin se Erdogan kishte deklaruar se veriu i Kosovës duhet t'i takojë Serbisë. Gjithashtu, është shpërndarë një titull videoje në YouTube që pretendonte se Turqia i kishte thënë Serbisë se nuk do t'i armatoste armiqtë e Kosovës. Për më tepër, është publikuar një imazh që sugjeronte se Erdogan do të vizitonte Tiranën dhe Beogradin, duke tentuar t'i dhurojë Serbisë veriu e Kosovës.

Përveç Albin Kurtit dhe Recep Tayyip Erdogan, në përmbajtjet keqinformuese të muajit tetor janë përmendur edhe figura të tjera publike. Labinot Tahiri, Baton Haxhiu, Lumir Abdixhiku, Granit Xhaka, Dragan Stojković, Hashim Thaçi, dhe Fadil Geci janë disa nga emrat e përfshirë në temat e përhapura me informacione të pasakta.

2.

Publikimet në gjuhën serbe

Gjatë analizës së 55 përmbajtjeve keqinformuese, 3 prej tyre (5%) u identifikuan si të publikuara në gjuhën serbe. Keqinformatat janë publikuar në platformat si Telegram dhe X (ish-Twitter), dhe shpesh janë vlerësuar si manipulime të fakteve, teori konspirative, ose përmbajtje të paverifikuara.

Temat kryesore të trajtuara përfshijnë çështje sociale dhe të sigurisë, si hapja e bizneseve shqiptare në veri, pretendime për dërgimin e shqiptarëve në atë zonë për të frekuentuar bizneset lokale, si dhe incidente të paqarta që nxisin ndasi etnike. Këto tema i janë nënshtruar manipulimit dhe paraqiten si përmbajtje të dyshimta, me qëllim të krijimit të perceptimeve negative dhe të nxitura ndaj komunitetit tjetër. Kategoritë e vlerësimit përfshijnë “Manipulim i fakteve,” “Teori konspirative” dhe “Përmbajtje e paverifikuar,” duke reflektuar natyrën e dyshimtë dhe të pabazuar të këtyre postimeve. Përhapja e këtyre dezinformatave mund të ndikojë mbi opinionin publik dhe të nxisë tensionet etnike.

Fushat ku janë përhapur këto pretendime janë kryesisht sociale dhe të sigurisë, duke përfshirë çështje që prekin jetën e përditshme të komuniteteve në veri të Kosovës dhe në vendbanimet me shumicë serbe. Këto janë fusha të ndjeshme, ku çdo informacion i rremë mund të shkaktojë reagime të forta.

Në këto publikime përmenden edhe institucione e persona të caktuar, siç janë Interex Market në kontekstin e hapjes së një marketi në veri, dhe individë si Nemanja Starović dhe Aleksa Maksimović, të cilët janë përfshirë në postime ku pretendohet për incidente të pabazuara që përfshijnë komunitetet lokale.

Një llogari në gjuhën serbe në platformën Telegram, me emrin “БУНКЕР” (BUNKER), ka shpërndarë një informacion të pavërtetë lidhur me hapjen e marketit Interex në veri të Kosovës, në Leposaviq. Sipas kësaj llogarie, ditën e hapjes së marketit (9 tetor), në këtë dyqan u gjetën produkte me afat të skaduar. Ky pretendim klasifikohet si manipulim i fakteve.

Një tjetër rast keqinformimi në media sociale përfshin pretendimin se shqiptarë nga Mitrovica e Jugut po dërgohen në Mitrovicën e Veriut për të simuluar që serbët e veriut po frekuentojnë bizneset me pronarë shqiptarë në atë zonë. Ky pretendim është shpërndarë në një llogari në Telegram dhe është i pakonfirmuar, duke u klasifikuar si teori konspirative.

Një tjetër keqinformim në media sociale përfshin pretendimin se sulmuesi i një çifti të moshuar serb në Graçanicë ka qenë shqiptar. Ky pretendim është përhapur në platformën X (ish-Twitter) dhe është pa fakte të verifikuara, duke u klasifikuar si përmbajtje e paverifikuar. Në disa prej postimeve, është pretenduar etnia e sulmuesit pa prova konkrete. Ndër personat që kanë shpërndarë këtë pretendim janë Nemanja Starović dhe Aleksandar Maksimović.

Hapja e një marketi shqiptar në veri, cak i manipulimit nga një llogari në gjuhën serbe në "Telegram"	Manipulim i fakteve	Veriu	Telegram	Llogari	Llogaria në gjuhën serbe në Telegram "БУНКЕР" (BUNKER), ka pretenduar rrejtshëm se sot (9 tetor) në ditën e hapjes së marketit Interex në Leposaviq, janë vërejtur produkte me afat të skaduar.
S'ka fakte se shqiptarë nga jugu po dërgohen para bizneseve shqiptare në veri	Teori konspirative	Veriu	Telegram	Llogari	Pretendimi se shqiptarët nga Mitrovica e Jugut janë dërguar në Mitrovicën e Veriut për të pretenduar se serbët e veriut po i frekuentojnë bizneset me pronarë shqiptarë në atë pjesë, është i pa konfirmuar.
Pretendohet pa fakte se sulmuesi i çiftit serb në Graçanicë është shqiptar	Përmbajtje e paverifikuar	Vendbanimet me shumicë serbe	X (ish-Twitter)	Llogari	Është raportuar se një çift i moshuar serb është sulmuar në shtëpinë e tyre në Graçanicë. Në shumë prej këtyre postimeve, është pretenduar se sulmuesi ka qenë shqiptar.

Një tjetër rast i keqinformimit në media sociale lidhet me video të incidenteve policore që janë paraqitur si të lidhura me Policinë e Kosovës. Ky pretendim ka qarkulluar në platformën X (ish-Twitter) në gjuhën angleze, duke pretenduar se incidentet e shfaqura në video përfaqësojnë aksione të Policisë së Kosovës. Megjithatë, këto informacione janë të pasakta, pasi nuk ka prova që lidhin këto incidente specifike me Policinë e Kosovës.

3.

Kontrolli dhe vlerësimi i deklaratave

Hibrid.info, përveç kontrollit dhe analizës së artikujve mediatik, bën edhe kontrollin dhe vlerësimin e deklaratave të zyrtarëve të lartë politikë e institucionalë, si dhe figurave që kanë ndikim publik. Vlerësimi i këtyre figurave, sipas metodologjisë së hibrid.info, bëhet në kategoritë e vërtetësisë, qëndrueshmërisë dhe përmbajtjes së premtimeve.

RENDITJA E KONTROLLIT DHE VLERËSIMIT TË DEKLARATAVE

Premtim i pambajtur	Deklaratë e pavërtetë
<p>Sociale</p> <p>Aeroporti i Gjakovës</p> <p>Albin Kurti</p>	<p>Politika</p> <p>Rritja e pagave</p> <p>Hekuran Murati</p>

Në kuadër të përmbajtjes së monitoruar gjatë muajit tetor, hibrid.info ka kontrolluar dhe analizuar 1 deklaratë dhe 1 premtim.

Premtimi për funksionalizimin e Aeroportit të Gjakovës me shërbime të kargos dhe udhëtimeve me kosto të ulët, i bërë nga Lëvizja Vetëvendosje gjatë fushatës zgjedhore të vitit 2021, nuk është përmbushur sipas pritshmërive. Në vend të kësaj, hulumtimet e Hibrid.info tregojnë se ky premtim nuk u përfshi në programin qeverisës, dhe Qeveria e udhëhequr nga LVV ka nisur procedurat për ta funksionalizuar aeroportin për qëllime të mbrojtjes, duke devijuar nga qëllimi fillestar i paraqitur në fushatë. Kjo situatë reflekton një mospërputhje mes diskursit politik dhe vendimeve qeveritare pas ardhjes në pushtet.

Pretendimi i ministrit të Financave, Hekuran Murati, se rritjet e pagave në sektorin publik janë bërë me vendime gjatë fushatave zgjedhore nuk gjen mbështetje në fakte. Hulumtimi i Hibrid.info ka konfirmuar se gjatë qeverisjeve të kaluara, vendimet për rritje pagash nuk janë ndërmarrë në periudha fushatash zgjedhore, duke e bërë këtë deklaratë të pavërtetë.

Metodologjia

Për hartimin e këtij raporti monitorues janë përdorur metodat kuantitative dhe ato kualitative.

Sa i përket metodave kuantitative, fillimisht është krijuar baza e të dhënave nga ADS/hibrid.info me qëllim të zbërthimit dhe analizimit të detajuar të trendëve të keqinformimit. Përmes kësaj baze të të dhënave, e cila mirëmbahet dhe përditësohet në baza të rregullta ditore nga stafi i ADS/hibrid.info, monitorohen rregullisht artikujt me përmbajtje keqinformuese.

Kjo nënkupton se të gjithë artikujt e publikuar në platformën hibrid.info vendosen në bazën e të dhënave dhe kjo e fundit shërben si një ndër burimet kryesore për përgatitjen e raportit monitorues. Për më tepër, metodologjia e përdorur për analizimin e të dhënave të paraqitura në raportin monitorues bën të mundur filtrimin e të dhënave në baza ditore, javore e mujore, dhe atë në formë kryesisht kuantitative, për të kuptuar më qartë fenomenin e keqinformimit të atyre artikujve të analizuar për këtë periudhë monitoruese një mujore sipas kategorive e vlerësimeve të ndryshme.

Krahas kësaj, një burim tjetër i rëndësishëm për këtë raport është metodologjia e ADS/hibrid.info (e publikuar në faqen e hibrid.info) për luftën kundër çrregullimit informativ. Metodologjia, e cila është e bazuar para së gjithash në metodat kualitative, është hartuar nga stafi profesional i ADS/hibrid.info dhe është në harmoni me standardet më të larta ndërkombëtare për kontroll të fakteve, gjegjësisht sipas udhëzimeve të Rrjetit Ndërkombëtar për Kontroll të Fakteve (IFCN). ADS/hibrid.info është anëtarë me të drejta të plota në këtë mekanizëm ndërkombëtar - IFCN.

Ky raport monitorues përfshin periudhën nga 1 deri më 31 tetor 2024, në të cilën janë trajtuar 55 përmbajtje keqinformuese.

Përfundime

Ky raport i shkurtër monitorues paraqet një pasqyrë të gjendjes një mujore të informimit (keqinformimit) gjatë muajit tetor 2024, nga të dhënat e platformës për kontroll të fakteve – hibrid.info.

Analiza e përmbajtjeve keqinformuese për tetor 2024 zbuloi se 93% e 55 përmbajtjeve të identifikuara ishin në gjuhën shqipe. Lajmet e rreme ishin më të përhapurat, duke përbërë 24% të rasteve dhe duke u klasifikuar si forma më e shpeshtë e keqinformimit. Pas tyre, mashtrimet ishin të pranishme në 16% të përmbajtjeve, ndërsa dezinformatat dhe clickbait-i përbënin 13%. Kategoritë e tjera përfshinin dezinformatat e tjera (11%), si dhe përmbajtjet e paverifikuara dhe gabimet, secila me 7%.

Në tetor 2024, përmbajtjet keqinformuese janë përqendruar në disa tema kryesore, përfshirë sondazhet zgjedhore (13%), situatën në veri (7%), zgjedhjet në Kosovë (5%), dialogun Kosovë-Serbi (4%), rritjen e pagave (4%) dhe konkurset për punësim (4%). Kur kombinohen sondazhet zgjedhore dhe zgjedhjet në Kosovë, ato përbëjnë 18% të përmbajtjeve keqinformuese të shpërndara gjatë këtij muaji, duke e bërë këtë tematikë dominuesen në shpërndarjen e dezinformatave.

Gjatë muajit tetor 2024, përmbajtjet keqinformuese janë shpërndarë kryesisht në fushat e politikës (44%), sociale (24%), sigurisë (15%) dhe shëndetësisë (4%), duke treguar një ndikim të lartë të dezinformatave në këto kategori. Monitorimi ka treguar se shumica e këtyre përmbajtjeve janë shpërndarë në platformat e mediave sociale, ku 73% e përmbajtjeve keqinformuese janë publikuar. Mediat tradicionale kanë kontribuar me 18%, ndërsa mediat e dyshimta me vetëm 2%. Në këtë kontekst, TikTok ka dominuar me 38% të publikimeve, pasuar nga Facebook me 24% dhe YouTube me 7%.

Gjatë muajit tetor 2024, në analizën e 55 përmbajtjeve keqinformuese, 15 prej tyre përmendin institucione të ndryshme. Partitë politike janë ndër institucionet më të përfolura, veçanërisht në përmbajtjet që lidhen me sondazhet zgjedhore. Gjatë këtij periudhe, Albin Kurti ka qenë figura kryesore në përmbajtjet keqinformuese në gjuhën shqipe, shpeshherë duke u lidhur edhe me figura të tjera.

Gjatë analizës së 55 përmbajtjeve keqinformuese, 3 prej tyre (5%) u identifikuan si të publikuara në gjuhën serbe. Këto përmbajtje, të shpërndara kryesisht në platformat Telegram dhe X (ish-Twitter), janë vlerësuar si manipulime të fakteve, teori konspirative, ose përmbajtje të paverifikuara. Temat kryesore të trajtuara përfshijnë çështje sociale dhe të sigurisë, si hapja e bizneseve shqiptare në veri, pretendime për dërgimin e shqiptarëve për të frekuentuar këto biznese dhe incidente të paqarta që nxisin ndasi etnike. Këto tema janë manipuluar dhe paraqiten si përmbajtje të dyshimta, me qëllim krijimin e perceptimeve negative dhe nxitjen e tensioneve ndaj komunitetit tjetër. Kategoritë e vlerësimit përfshijnë "Manipulim i fakteve," "Teori konspirative" dhe "Përmbajtje e paverifikuar," duke pasqyruar natyrën e dyshimtë dhe të pabazuar të këtyre postimeve. Përmenden gjithashtu institucione dhe individë të caktuar, siç janë Interex Market dhe personat Nemanja Staroviq dhe Alleksa Maksimoviq, të cilët janë përfshirë në postime me pretendime të pabazuara për incidente që lidhen me këto komunitete.

Gjatë muajit tetor, Hibrid.info ka analizuar dhe kontrolluar një deklaratë dhe një premtim. Premtimi i Lëvizjes Vetëvendosje për funksionalizimin e Aeroportit të Gjakovës, duke ofruar shërbime kargo dhe udhëtime me kosto të ulët, nuk është përmbushur sipas pritshmërive. Në vend të kësaj, qeveria LVV ka nisur procedurat për ta përdorur aeroportin për qëllime mbrojtjeje, duke devijuar nga objektivi fillestar i paraqitur gjatë fushatës zgjedhore. Kjo reflekton një mospërputhje mes premtimeve politike dhe vendimeve pas ardhjes në pushtet. Sa i përket deklaratës së ministrit të Financave, Hekuran Murati, i cili tha se rritjet e pagave në sektorin publik janë bërë gjatë fushatave zgjedhore, kjo nuk ka mbështetje faktike. Hulumtimi i Hibrid.info ka treguar se vendimet për rritje pagash nuk janë marrë në periudha fushatash zgjedhore, duke e bërë këtë pretendim të pavërtetë.

HIBRIDO.INFO