

nëntor 2025

Raporti monitorues i keqinformimit për muajin tetor

2025

Action for
Democratic Society
hibrid.info



Raporti monitorues i keqinformimit për muajin tetor

Publikues: ADS/hibrid.info

Prishtinë, nëntor 2025

© 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 “Enhancing the Digital Infosphere”, që mbështetet nga European Endowment for Democracy (EED).

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

Mbështetur nga:

EUROPEAN
ENDOWMENT
FOR
DEMOCRACY

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.

Narrativat serbe dhe ruse

Hyrje

Ky raport përmbledhës dhe përshkrues pasqyron gjendjen e informimit (keqinformimit) gjatë tetorit 2025, bazuar në të dhënat e siguruar 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 40-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).

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:

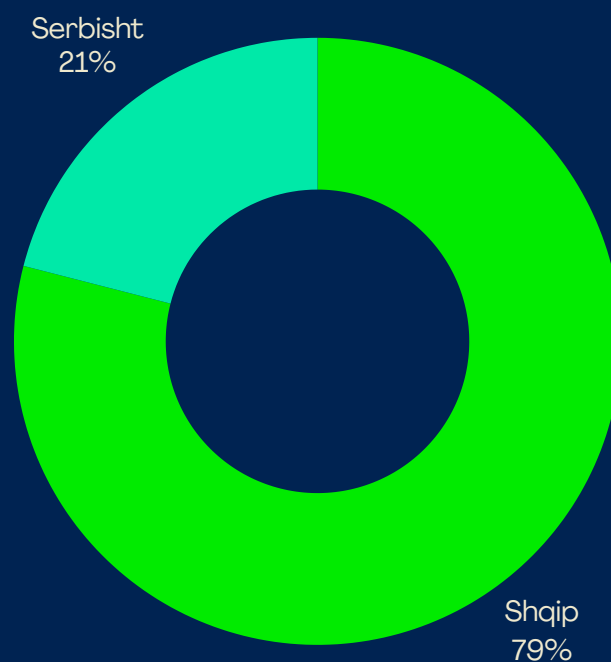
- Vlerësimet e artikujve keqinformues;
- Temat e përdorura për krijimin dhe shpërndarjen e përmbajtjeve keqinformuese;
- Fushat mbi të cilat janë krijuar dhe shpërndarë artikujt keqinformues;
- Llojet e mediave që kanë krijuar e shpërndarë përmbajtje keqinformuese;
- Kategorizimi i mediave në gjuhën 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 një mujore, 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 tradicionale, portale të dyshimta, si dhe në faqe apo llogari në rrjetet sociale. Ajo përfshin gjithashtu klasifikimin e publikimeve edhe në gjuhë të tjera (si serbisht dhe anglisht).

Gjatë monitorimit në tetor, u identifikuan gjithsej 48 përmbajtje keqinformuese, prej të cilave 38 (79%) ishin në gjuhën shqipe dhe 10 (21%) në gjuhën serbe.

1

Publikimet në gjuhën shqipe

Analiza e përmbajtjeve keqinformuese për tetor 2025 tregoi se nga gjithsej 48 raste të identifikuara, 38 (79%) ishin në gjuhën shqipe.

Gjatë tetorit, keqinformimi ishte i përqendruar kryesisht në lajmet e rreme, të cilat përbënin mbi gjysmën e rasteve, ndërsa kategoritë si gabimet, përmbajtjet e paverifikuara dhe clickbait-i kishin përhapje më të ulët. Pjesa më e madhe e këtyre përmbajtjeve lidhej drejtpërdrejt me zgjedhjet lokale, duke e bërë politikën temën dominante të keqinformimit, me 82% të rasteve. Çështjet e sigurisë, ekonomisë dhe ambientit u prekën dukshëm më pak, duke treguar një fokus të qartë të aktorëve të keqinformimit tek proceset zgjedhore dhe debatet politike.

Sa i përket kanaleve të shpërndarjes, rrjetet sociale dominuan ndjeshëm, duke përbërë 66% të rasteve të identifikuara, me Facebook-un që zinte pothuajse të gjithë trafikun e përmbajtjeve të rreme. Mediat tradicionale, ndonëse më pak të përfshira, kontribuuan me një të tretën e rasteve, çka tregon se keqinformimi nuk kufizohet vetëm në platformat digjitale, por qarkullon edhe në media të tjera, megjithëse me intensitet më të ulët.

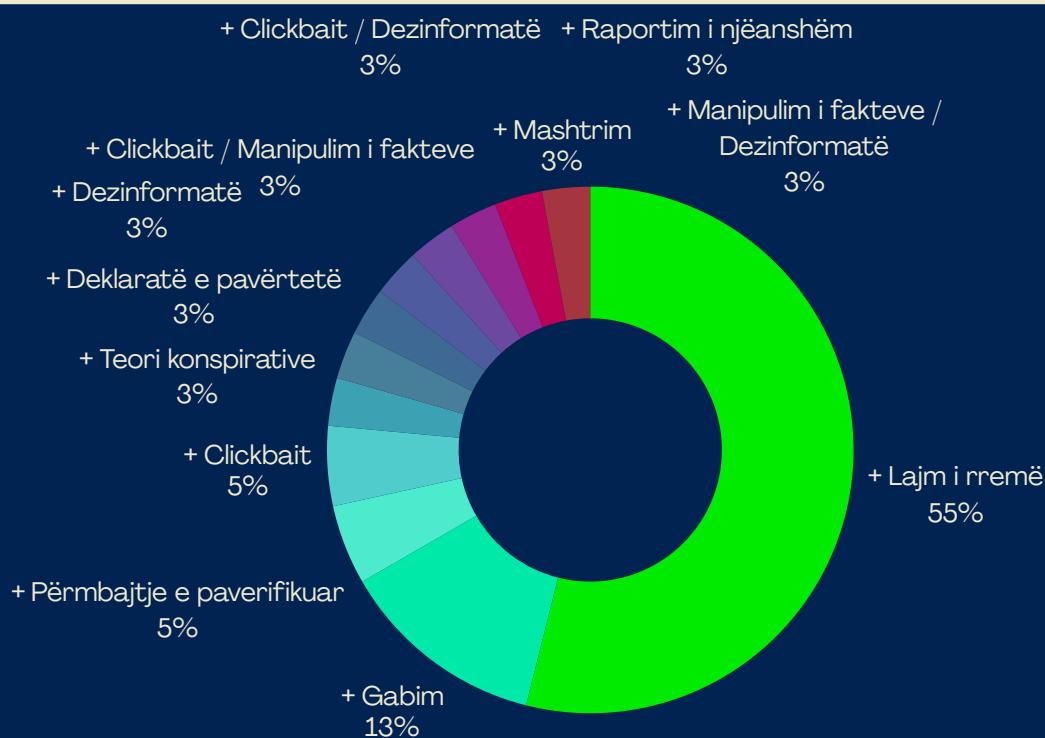
Përqindja e përmbajtjeve në
gjuhën shqipe



Kategoritë vlerësuese të çrregullimit informativ

1.1

KATEGORITË KRYESORE
Këtu janë renditur kategoritë kryesore sipas kategorive vlerësuese



Gjatë tetorit, përmbajtjet keqinformuese të identifikuara u ndanë në disa kategori, ku më e përhapura ishte “Lajm i rremë” me 55% të rasteve. Pas saj, “Gabim” zë 13%, ndërsa përmbajtjet e paverifikuara dhe clickbait përbënin secila nga 5% e rasteve. Kategoritë e tjera, si teoria konspirative, deklarata e pavërtetë, dezinformatë, raportim i njëanshëm, mashtrim, si dhe kombinime të clickbait-it me manipulimin e fakteve ose dezinformatën, secila përbënte nga 3% të rasteve, duke treguar një shpërndarje të larmishme të formave të keqinformimit gjatë muajit.

Krahasuar me shtatorin, ku “Lajmi i rremë” përbënte 37% të rasteve, tetori shënoi një rritje të dukshme në këtë kategori, duke arritur 55%. Ndërkohë, clickbait-i ra nga 17% në 5%, dhe dezinformatat individuale nga 11% në 3%, edhe pse disa forma të dezinformatës u kombinuan me manipulimin e fakteve ose clickbait-in, secila me 3%. Përmbajtjet e paverifikuara gjithashtu u ulën pak, nga 9% në 5%. Kategoria “Gabim” u rrit nga 3% në 13%, ndërsa në shtator ishin të pranishme edhe kategorizime të tjera si satira (3%) dhe kombinime përmbajtje e paverifikuar/dezinformatë (3%), të cilat nuk u evidentuan në tetor. Në përgjithësi, tetori tregoi një rritje të dominimit të lajmeve të rreme dhe një shpërndarje më të barabartë të kategorive të tjera të keqinformimit.



55% e artikujve keqinformues të trajtuar kanë marrë vlerësimin “lajm i rremë”.

1.1.1.

Analizë e llojeve të vlerësimeve

01. Lajm i rremë

Gjatë tetorit, lajmet e rreme, që përbënin 55% të përmbajtjeve keqinformuese, u publikuan kryesisht në media sociale (53%), ndërsa vetëm 3% u shfaqën në media tradicionale. Mbi gjysmën e tyre (47%) trajtonin temat e zgjedhjeve lokale, 5% ishin të lidhura me zhvillimet në veri, dhe 3% lidhen me zgjedhjet lokale në Maqedoninë e Veriut. Sa i përket fushave, 50% përqendroheshin në politikë, ndërsa 5% kishin lidhje me sigurinë, duke treguar një fokus të qartë të keqinformimit në çështjet politike dhe zgjedhore.

03. Përmbajtje e paverifikuar

Përmbajtjet e paverifikuara, që përbënin 5% të përmbajtjeve keqinformuese në tetor, trajtonin kryesisht temat e pagës minimale dhe formimit të qeverisë, secila me 3% të rasteve. Sa i përket fushave, 3% lidhen me ekonominë dhe 3% me politikën. Në aspektin e publikimit, këto përmbajtje u shfaqën në mënyrë të barabartë në media tradicionale dhe media sociale, secila me 3% të rasteve.

02. Gabim

Lajmet e kategorizuara si “Gabim”, që përbënin 13% të përmbajtjeve keqinformuese në tetor, trajtonin temat të ndryshme, përfshirë tifozët e KB Bashkimit në Mal të Zi, ekonominë e Kosovës, situatën në veri, ndarjen e Kosovës dhe shkarkimin e kryetarit të Kuvendit, secila me 3% të rasteve. Sa i përket fushave, 8% lidhen me politikën dhe 5% me sigurinë. Në aspektin e publikimit, pjesa më e madhe u shfaq në media tradicionale (11%), ndërsa 3% u publikuan në media sociale.

04. Clickbait

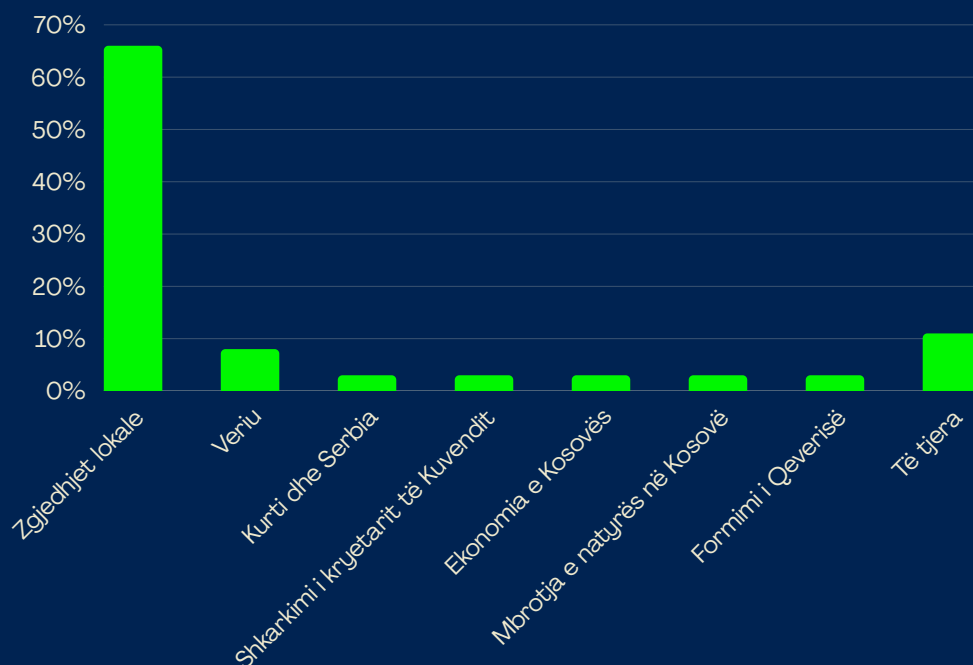
Përmbajtjet e kategorizuara si “Clickbait”, që përbënin 5% të përmbajtjeve keqinformuese në tetor, trajtonin kryesisht temat e zgjedhjeve lokale dhe marrëdhëniet Kurti–Serbia, secila me 3% të rasteve. Sa i përket fushës, të gjitha lidhen me politikën (5%), ndërsa të gjithë publikuesit e këtyre përmbajtjeve ishin në media (5%).

1.2

Temat e përdorura për krijimin dhe shpërndarjen e përmbajtjeve keqinformuese

KATEGORITË KRYESORE

Këtu janë renditur kategoritë kryesore sipas temave



Gjatë tetorit, shumica e përmbajtjeve keqinformuese u përqendruan në temat e zgjedhjeve lokale, që përbënin 66% të rasteve, duke treguar një fokus të qartë të keqinformimit në proceset zgjedhore. Pas tyre, 8% lidhen me zhvillimet në veri, ndërsa temat e tjera si marrëdhëniet Kurti–Serbia, shkarkimi i kryetarit të Kuvendit, ekonomia e Kosovës, mbrojtja e natyrës dhe formimi i qeverisë përbënin secila nga 3% e rasteve. Një pjesë prej 11% i përkiste temave të ndryshme. Kjo tregon se keqinformimi gjatë muajit ishte kryesisht i përqendruar në çështjet politike dhe zgjedhore, me një shpërndarje më të vogël në tema sociale dhe ekonomike.

Krahasuar me shtatorin, ku temat e zgjedhjeve lokale përbënin 43% të rasteve, tetori shënoi një rritje të dukshme të fokusit në këtë temë, duke arritur 66%. Ndërkohë, temat që kishin pasur përhapje të konsiderueshme në shtator, si raportet Kosovë–SHBA (14%) dhe temat e ndryshme jashtë politikës (25%), u reduktuan dukshëm në tetor. Temat sociale dhe ekonomike si çmimi i bukës, uji i pijshëm, turizmi apo çështja e Palestinës, që në shtator përbënin 3–6% secila, në tetor ishin pothuajse të parëndësishme, duke treguar se keqinformimi gjatë tetorit ishte përqendruar kryesisht në çështjet politike dhe zgjedhore, me shumë pak shpërndarje në tema të tjera.

Analizë e kontrolleve të fakteve sipas temave

1.2.1.

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

01. Zgjedhjet lokale

Gjatë tetorit, temat e zgjedhjeve lokale, që përbënin 66% të përmbajtjeve keqinformuese, u shfaqën kryesisht si lajme të rreme, sondazhe të fabrikuara, raportime të njëanshme dhe manipulime të fakteve. Në këtë kategori dominuan lajmet e rreme që paraqisnin sondazhe për kryetarët e komunave të ndryshme, duke favorizuar kandidatë të caktuar dhe shpesh duke përdorur grafika dhe tabela të pabazuara në të dhëna reale. Publikimi i këtyre përmbajtjeve u bë kryesisht në media sociale (47.37%), ndërsa pjesa tjetër në media tradicionale (18.42%). Rastet për veri të Kosovës përfaqësoheshin me 8% dhe trajtoheshin kryesisht në media sociale (5%) dhe media tradicionale (2.63%), ndërsa për temat Kurti–Serbia dhe shkarkimi i kryetarit të Kuvendit, përkatësisht 3% secila, përmbajtjet u publikuan kryesisht në media tradicionale dhe sociale në përqindje të ngjashme (18% media, 47% media sociale).

03. Shkarkimi i kryetarit të Kuvendit

Për temën “Shkarkimi i kryetarit të Kuvendit”, u përhap një gabim politik, ku pretendimi se kryetari i Lëvizjes Vetëvendosje, Albin Kurti, tentoi të shkarkonte Dimal Bashën përmes propozuarjes së tij për ministër të Infrastrukturës, ishte i pasaktë. Ky informacion u publikua në media tradicionale dhe lidhej me politikën.

02. Veriu

Përmbajtjet keqinformuese lidhur me veri përbënin 8% të rasteve në tetor dhe trajtonin kryesisht çështje sigurie. Më të përhapurat ishin lajme të rreme (5%) dhe gabime (3%), duke përfshirë pretendime të rreme në Facebook se Ramush Haradinaj ishte në dijeni për sulmin në Banjskë (2.63%), se sulmi në Zveçan ishte urdhëruar nga opozita kosovare (2.63%), dhe raportime të pasakta mbi lëvizjet e automjeteve të FSK-së në komunat veriore me shumicë serbe (2.63%). Këto përmbajtje u publikuan kryesisht në media sociale (5%) dhe pjesërisht në media tradicionale (3%), duke treguar një fokus të qartë të keqinformimit në temat e sigurisë në veri.

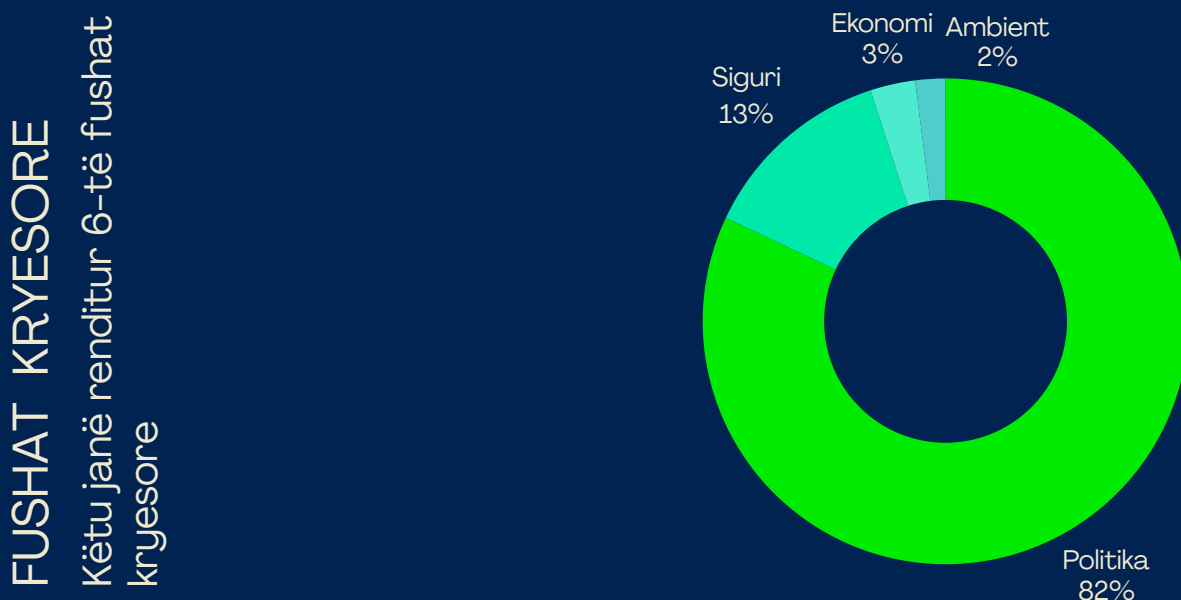
04. Ekonomia e Kosovës

Për temën “Ekonomia e Kosovës”, disa media raportuan gabimisht se ministrja në detyrë e Punëve të Jashtme, Donika Gërvalla, kishte deklaruar në OKB se Kosova ishte ndër liderët globalë për rritje ekonomike, ndërkohë që deklarata e saj i referohej vetëm rangimit në Evropë. Ky gabim politik u publikua në media tradicionale.

1.3

Llojet e fushave

Në tetor, politika qëndroi si tema kryesore e keqinformimit, duke përbërë 82% të të gjitha rasteve të analizuara. Kjo rritje lidhej kryesisht me zgjedhjet lokale, të cilat dominuan peizazhin e dezinformatave gjatë kësaj periudhe.



Gjatë muajit tetor, politika ishte tema kryesore e keqinformimit, duke zënë 82% të të gjitha rasteve të analizuara. Kjo rritje u nxit kryesisht nga temat e lidhura me zgjedhjet lokale, përfshirë lajmet e rreme, sondazhet e fabrikuara dhe raportimet e njëanshme që favorizonin kandidatët e caktuar, duke manipuluar perceptimin e publikut dhe duke theksuar rivalitetet politike në komunat kryesore. Përveç politikës, siguria ishte një tjetër fushë e ndjeshme, duke përbërë 13% të rasteve, me përmbajtje që lidhen me ngjarje dhe pretendime të diskutueshme në veri. Ekonomia dhe ambienti zënë përkatësisht 3% secila, duke treguar një fokus shumë më të ulët të keqinformimit në këto fusha. Kjo shpërndarje tregon se dezinformatat gjatë tetorit ishin kryesisht të përqendruara në çështjet politike dhe zgjedhore, ndërsa temat sociale, ekonomike dhe mjedisore mbetën dytësore në peizazhin e përmbajtjeve keqinformuese.

Krahasuar me shtatorin, ku politika përbënte 69% të rasteve të keqinformimit, tetori shënoi një rritje të dukshme në këtë fushë, duke arritur 82%, kryesisht për shkak të përqendrimit në zgjedhjet lokale dhe rivalitetet politike komunale. Siguria mbeti një fushë e ndjeshme, por me një rritje të lehtë nga 11% në 13%. Ndërkohë, temat që kishin përhapje më të dukshme në shtator, si kronika e zezë (6%), çështjet sociale (6%), turizmi (3%) dhe sporti (2%), u reduktuan ndjeshëm në tetor, duke treguar se keqinformimi u përqendrua kryesisht në politikë dhe, në masë më të vogël, në siguri, ndërsa temat jo-politike mbetën të margjinalizuara.



82% e përmbajtjeve keqinformuese të trajtuara janë nga fusha e politikës.

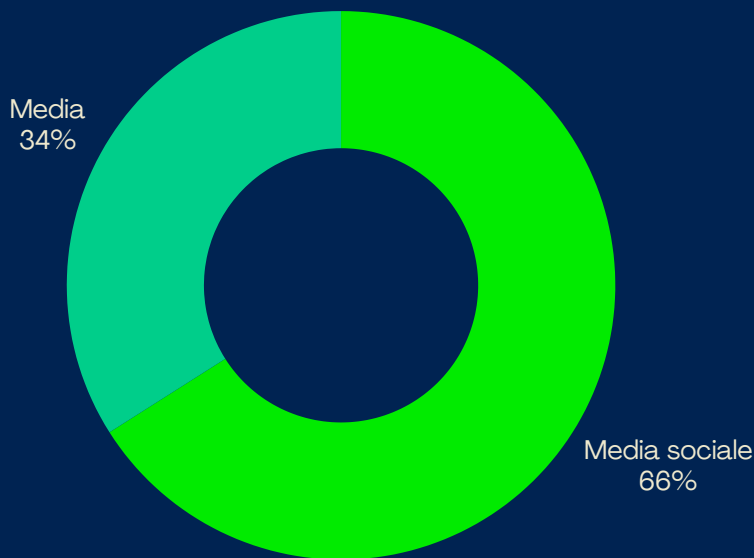
Llojet e publikuesve

1.4

Gjatë tetorit, pjesa më e madhe e përmbajtjeve keqinformuese u publikua në media sociale, që përbënin 66% të rasteve, duke treguar një dominim të qartë të platformave online në shpërndarjen e dezinformatave. Media tradicionale kontribuoi me 34% të rasteve, duke pasuruar peizazhin e keqinformimit, por në një shkallë më të ulët krahasuar me mediat sociale. Kjo tregon se audienca ishte më e ekspozuar ndaj përmbajtjeve keqinformuese përmes rrjeteve sociale, ndërsa mediat tradicionale luajtën një rol dytësor, por jo të parëndësishëm, në përhapjen e informacionit të pasaktë.

Krahasuar me shtatorin, kur mediat sociale përbënin 57% të përmbajtjeve keqinformuese, tetori shënoi një rritje të dukshme të shpërndarjes së dezinformatave në këtë kanal, duke arritur 66%. Ndërkohë, media tradicionale u ul pak nga 40% në 34%, ndërsa domain-et, që përbënin 3% të rasteve në shtator, nuk u evidentuan si burim i veçantë në tetor. Kjo tregon se përqendrimi i keqinformimit u zhvendos më shumë drejt platformave sociale, duke rritur ndikimin e tyre në audiencën publike.

DALLIMI NË PËRQINDJE NË MES
TË PUBLIKUESVE ME
PËRMBAJTJE KEQINFORMUESE



66% 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).

Bazuar në të dhënat e paraqitura, Facebook rezultoi të ishte platforma kryesore e mediave sociale për shpërndarjen e dezinformatave gjatë tetorit, duke përbërë 100% të rasteve të identifikuara në këtë kanal. Kjo tregon se të gjitha përmbajtjet e keqinformuara të shpërndara përmes rrjeteve sociale u përqendruan ekskluzivisht në këtë platformë, duke e bërë atë mjetin më efektiv për ndikimin e opinionit publik. Përdorimi i gjerë i Facebook-ut për shpërndarjen e lajmeve të rreme, sondazheve të fabrikuara dhe pretendimeve të diskutueshme politikisht nënvizon rëndësinë e monitorimit dhe verifikimit të informacionit në këtë rrjet social, si dhe nevojën për rritjen e ndërgjegjësimit të përdoruesve për identifikimin e përmbajtjeve keqinformuese.

Krahasuar me muajin shtator, kur dezinformimi në mediat sociale u shpërnda kryesisht në TikTok (55%) dhe Facebook (45%), tetori shënoi një ndryshim të qartë, me Facebook-un që dominon plotësisht shpërndarjen e përmbajtjeve keqinformuese (100%). Kjo tregon një zhvendosje të fokusit nga platforma më të reja si TikTok drejt rrjeteve më të njohura dhe me audiencë më të gjerë, duke rritur ndikimin e dezinformatave në përdoruesit e këtij rrjeti gjatë periudhës së zgjedhjeve lokale.

PËRQINDJA E PUBLIKIMEVE NË
MEDIAT SOCIALE



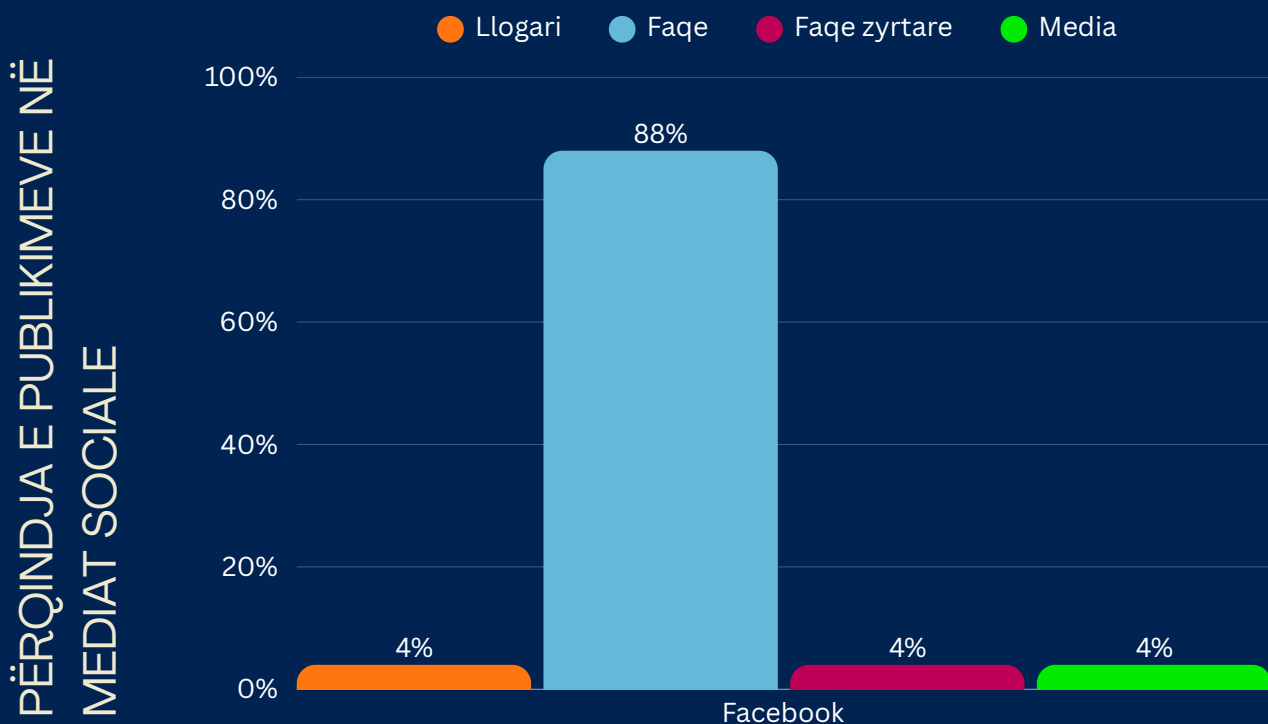
Facebook
100%

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.

Gjatë tetorit, të gjitha përmbajtjet keqinformuese të shpërndara në Facebook u publikuan kryesisht nga faqet e tifozeve ose “fun pages”, që përbënin 88% të rasteve. Përveç tyre, 4% u shpërndanë nga faqet zyrtare, 4% nga llogaritë personale dhe 4% nga media tradicionale. Kjo tregon se shumica e keqinformimit në Facebook erdhi nga burime jozyrtare dhe të komunitetit, ndërsa faqet zyrtare dhe media luajtën një rol shumë më të kufizuar në shpërndarjen e përmbajtjeve keqinformuese.



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

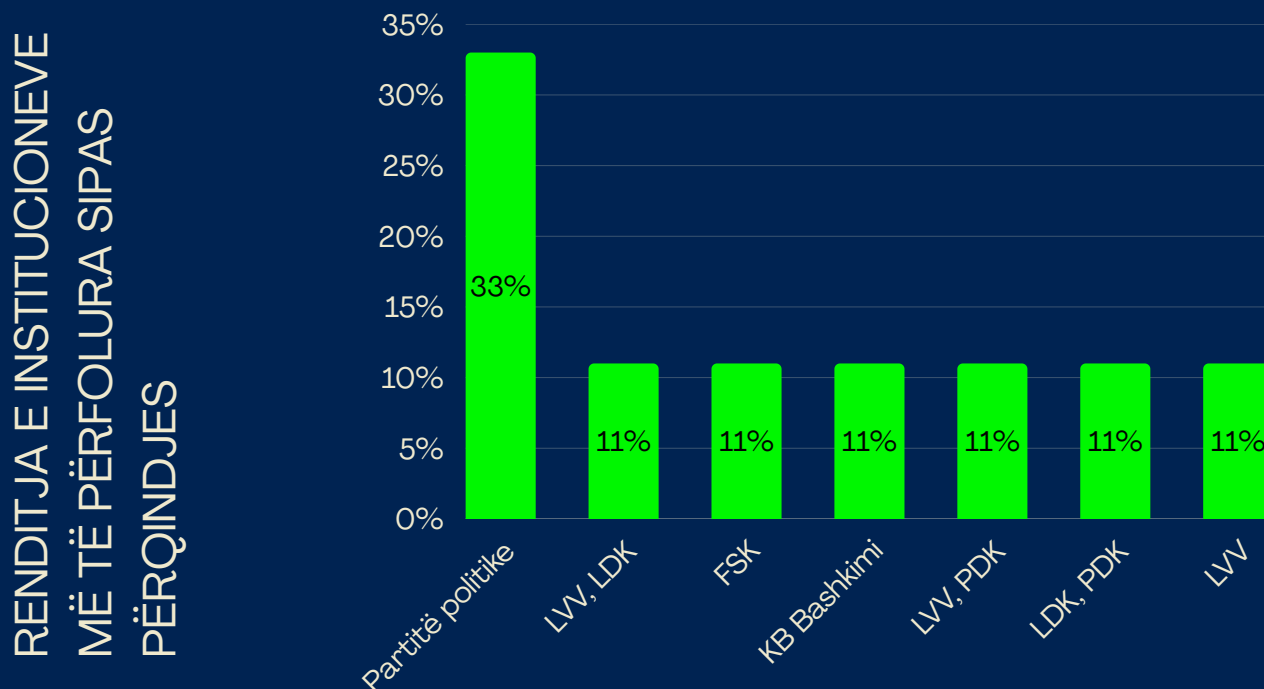
01. Facebook

Në Facebook, përmbajtjet keqinformuese gjatë tetorit përbënin 100% të rasteve të identikuara në mediat sociale dhe kryesisht ishin lajme të rreme (77%), ndërsa kategoritë e tjera përfshinin manipulim të fakteve/dezinformatë, përmbajtje të paverifikuar, mashtrim, gabim, deklaratë të pavërtetë dhe clickbait me manipulim të fakteve, secila me 4%. Temat që u trajtuan më shpesh ishin zgjedhjet lokale (73%), veriu (8%), mbrojtja e natyrës në Kosovë, ndarja e Kosovës, zgjedhjet lokale në Maqedoni, paga minimale dhe raportet Kosovë–Serbi, secila me 4%. Nga ana e fushave, politika përbënte 85% të rasteve, siguria 8%, ndërsa ambienti dhe ekonomia secila 4%, duke treguar se keqinformimi në Facebook ishte kryesisht i përqendruar në çështjet politike dhe zgjedhore.

Figurat dhe institucionet më të përfolura

1.7.

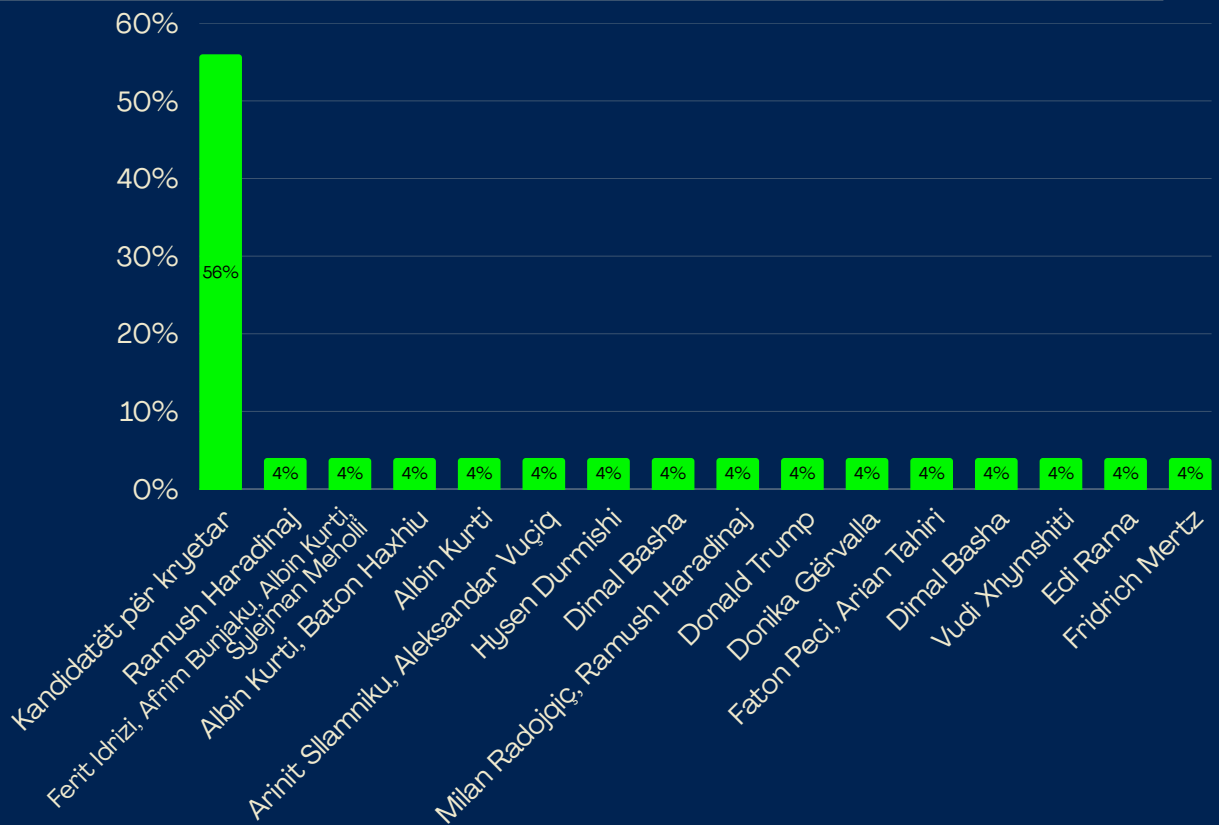
Kjo matje analizon të dhënat se cilat kanë qenë institucionet dhe personalitetet (figura publike e politike) më të përfolura përmes monitorimit të artikujve me përmbajtje keqinformuese.



Gjatë muajit tetor, në përmbajtjet keqinformuese u përmendën shpesh institucionet dhe partitë politike, duke përbërë një pjesë të konsiderueshme të rasteve. Nga 9 përmbajtje të analizuar, 33% lidhen me partitë politike në përgjithësi, ndërsa 11% përfshinin kombinime të ndryshme të partive si LVV dhe LDK, LVV dhe PDK, ose LDK dhe PDK. Një tjetër 11% lidhej vetëm me LVV, dhe 11% me FSK, ndërsa një rast tjetër (11%) lidhej me KB Bashkimin.

Kjo shpërndarje tregon se keqinformimi gjatë tetorit ishte kryesisht i përqendruar në aktorët politikë dhe institucionet e sigurisë, duke përfshirë partitë kryesore dhe trupat ushtarake, dhe sugjeron se audiencia ishte veçanërisht e ekspozuar ndaj përmbajtjeve që përfllisnin aktivitetet dhe rivalitetet midis këtyre institucioneve. Fokusimi kryesor mbi LVV, LDK dhe PDK reflekton natyrën e zgjedhjeve lokale dhe rivalitetet që dominuan peizazhin e dezinformatave gjatë këtij muaji.

RENDITJA E PERSONAVE MË TË PËRFOLUR SIPAS PËRQINDJES



Gjatë muajit tetor, në 25 përmbajtje keqinformuese u përmendën personalitete të ndryshme, përfshirë figura kryesore politike dhe kandidatë për zgjedhje lokale. Kandidatët për kryetar dominuan me 56% të rasteve, ndërsa të tjera figura përfshinin Ramush Haradinaj, Ferit Idrizi, Afrim Bunjaku, Albin Kurti, Sylejman Meholli, Baton Haxhiu, Arinit Sllamniku, Aleksandar Vuçiq, Hysen Durmishi, Dimal Basha, Milan Radojçiç, Donald Trump, Donika Gërvalla, Faton Peci dhe Arian Tahiri, secili me rreth 4% të rasteve.

Ky fokus tregon se keqinformimi ishte kryesisht i lidhur me figurat politike dhe rivalitetet e tyre në kuadër të zgjedhjeve lokale, por përfshinte edhe liderë ndërkombëtarë dhe persona të tjerë me ndikim publik. Përqendrimi mbi kandidatë dhe politikanë evidencon përdorimin e dezinformatave për të manipuluar perceptimet e votuesve dhe për të theksuar tensionet politike në komunat e ndryshme.

2.

Publikimet në gjuhën serbe dhe të tjera

Gjatë periudhës së monitorimit, një numër i konsiderueshëm artikujsh në gjuhën serbe kanë përhapur narrativa dezinformuese që lidhen me sigurinë dhe zhvillimet politike në Kosovë, duke e vendosur kryeministrin Albin Kurti në qendër të tyre. Këto përmbajtje shpesh pretendojnë se Qeveria e Kosovës po përgatit sulme ndaj komunitetit serb, duke i lidhur stërvitjet e Forcës së Sigurisë së Kosovës (FSK) me qëllime agresive. Një shembull i tillë është publikimi që pretendon se FSK ka pranuar mijëra dronë luftarakë nga Turqia për qëllime “frikësimi të serbëve”, pretendim i cilësuar i pabazë dhe pa asnjë provë mbështetëse.

Zyra për Kosovën në Qeverinë e Serbisë dhe drejtori i saj, Petar Petković, janë ndër burimet më të shpeshta të këtyre deklaratave, të cilat synojnë të krijojnë frikë dhe pasiguri te komuniteti serb. Në disa raste, Petković ka akuzuar Kurtin dhe presidenten Vjosa Osmani për “vjedhje të zgjedhjeve” dhe për nxitje të tensioneve politike, duke përfshirë edhe pretendime për “hyrje të qëllimshme” të njësive të FSK-së në veri të Kosovës. Këto deklarata përpiqen të lidhin çështjet politike me dimensionin e sigurisë, duke krijuar një narrativë të koordinuar për të portretizuar Qeverinë e Kosovës si kërcënim për paqen.

Dezinformatat janë shtrirë edhe në media të tjera serbe si “pravda.rs”, “blic.rs” dhe “Večernje Novosti”, të cilat kanë publikuar artikuj që lidhin emrin e Kurtit me ngjarje të izoluar, shpesh pa asnjë lidhje faktike. Një artikull i “Večernje Novosti” me titullin “Kurti se sprema za rat jer mu izmiče vlast?” pretendon se Kurti po përgatitet për luftë për shkak të humbjes së pushtetit, duke përdorur një gjuhë alarmiste dhe duke përhapur frikë përmes lidhjes së “armatosjes” me “projektin ideologjik të Shqipërisë së Madhe”.

Një pjesë e këtyre përmbajtjeve përfshijnë edhe narrativat e vjetra propagandistike, si rasti i të ashtuquajturës “shtëpia e verdhë”, apo pretendimet se Kosova ka kërkuar lëshime territoriale nga Serbia. Të gjitha këto raste dëshmojnë një përpjekje të qëndrueshme për të ndikuar perceptimin e publikut serb dhe ndërkombëtar, duke e paraqitur Kosovën si faktor destabilizues dhe Qeverinë e saj si agresore. Ky lloj komunikimi mediatik, i mbështetur nga burime politike në Beograd, tregon për një fushatë të mirëkoordinuar keqinformimi që synon të minojë imazhin ndërkombëtar të Kosovës dhe të justifikojë tensionet e vazhdueshme në veri.

3.

Narrativat dezinformuese serbe dhe ruse

Hibrid.info, përveç monitorimit dhe analizës së artikujve mediatikë, angazhohet gjithashtu në kontrollin dhe vlerësimin e narrativave dezinformuese serbe në lidhje me Kosovën. Këto narrative janë të karakterizuara si interpretime të pabazuara dhe pa asnjë mbështetje faktike, të cilat lidhen me zhvillimet në Kosovë dhe që ndërlidhen drejtpërdrejt me Kosovën.

Gjatë muajit tetor 2025, analizat e narrativave të mediave dhe zyrtarëve serbë e rusë lidhur me zgjedhjet lokale në Kosovë tregojnë për një fushatë të koordinuar komunikimi politik dhe propagandistik. Zgjedhjet e mbajtura më 12 tetor u paraqitën nga mediat serbe si një fitore strategjike e Listës Serbe, e cila arriti të sigurojë nëntë komuna pa balotazh, ndërsa në Kllokot mbeti në garë për raundin e dytë. Diskursi mediatik që pasoi u fokusua në ndërtimin e një narrative të “rikthimit të kontrollit serb” në veri dhe legjitimitit të kësaj force si përfaqësuese e vetme e komunitetit serb në Kosovë.

Gjatë periudhës intensive të raportimit, nga 13 shtatori deri më 15 tetor, u evidentua një mbulim i lartë nga RT Balkan (31 artikuj) dhe Sputnik Serbia (43 artikuj), të cilat përforcuan ndarjen mes protagonistëve dhe antagonistëve politikë. Në këto media, Lista Serbe u shfaq si mbrojtëse e komunitetit serb dhe si instrument i “qëndresës kombëtare”, ndërsa Albin Kurti dhe institucionet e Kosovës u përshkruan si autorë të “presionit” dhe “represionit” ndaj serbëve. Kulmi i kësaj narrative u arrit në ditët e zgjedhjeve dhe menjëherë pas shpalljes së rezultateve, ku u promovua ideja e një “fitoreje morale dhe territoriale” të Beogradit në veri të Kosovës.

Zyrtarët politikë në Beograd, përfshirë Petar Petkoviçin dhe presidentin Aleksandar Vuçiq, e paraqitën procesin zgjedhor si akt besnikërie ndaj Serbisë dhe jo si ushtrim i sovranitetit vendor të Kosovës. Përmes fjalimeve dhe daljeve publike, u përsëritën temat e “mbijetesës kombëtare”, “rrezikut nga shqiptarët” dhe “unitetit serb”, duke e zhvendosur diskursin nga dimensionin zgjedhor në atë identitar. Kështu, zgjedhjet lokale u kthyen në një mjet për të forcuar lidhjen emocionale dhe politike të serbëve të Kosovës me Beogradin, duke delegjitimuar çdo pjesëmarrje alternative përveç Listës Serbe.

Në të njëjtën linjë, zëdhënësja e Ministrisë së Jashtme të Rusisë, Maria Zakharova, më 17 tetor 2025, përforcoi mesazhet e shpërndara më parë nga mediat ruse. Ajo pretendoi se zgjedhjet në Kosovë ishin zhvilluar “nën presion dhe shkelje procedurale”, duke i përshkruar rezultatet e Listës Serbe si “fitore të popullit serb” dhe “hap drejt rikthimit të kontrollit të uzurpuar”. Ky sinkronizim midis mediave dhe diplomacisë ruse tregon një strategji të bashkërenduar për të ndërtuar legjitimitet ndërkombëtar mbi një narrativë të rreme të “çlirimit politik të veriut”, duke forcuar ndërkohë imazhin e Serbisë si mbrojtëse të interesave serbe në Kosovë.

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 njëmuajore 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 2025, në të cilën janë trajtuar 48 përmbajtje keqinformuese.

Ky raport i shkurtër monitorues paraqet një pasqyrë të gjendjes një mujore të informimit (keqinformimit) gjatë muajit tetor 2025, nga të dhënat e platformës për kontroll të fakteve – hibrid.info.

Gjatë tetorit 2025, peizazhi i keqinformimit në Kosovë u dominua nga lajmet e rreme, të cilat përbënin mbi gjysmën e të gjitha rasteve të identifikuara. Përveç tyre, gabimet faktike, përmbajtjet e paverifikuara dhe titujt clickbait u shpërndanë në shkallë të ndryshme, duke treguar një gamë të gjerë formash manipulimi medial. Kjo shpërndarje e larmishme dëshmon se keqinformimi nuk kufizohet në një model të vetëm, por shfaqet në forma të ndryshme që synojnë audiencat të ndryshme dhe momente të ndryshme politike.

Temat e këtyre përmbajtjeve ishin të përqendruara kryesisht në zgjedhjet lokale, të cilat përbënin dy të tretat e rasteve. Kjo tregon një përpjekje të qartë për të ndikuar perceptimin publik gjatë periudhës zgjedhore, sidomos përmes sondazheve të fabrikuara, deklaratave të shtrembëruara dhe raportimeve të njëanshme. Krahas zgjedhjeve, disa raste trajtuan çështje të ndjeshme si zhvillimet në veri, marrëdhëniet Kosovë–Serbi, ekonominë apo çështjet ambientale – por këto tema mbetën dukshëm më pak të shfrytëzuara për keqinformim.

Sa i përket platformave, mediat sociale dominuan bindshëm me rreth 66% të shpërndarjes së rasteve të pavërteta, ndërsa mediat tradicionale kontribuan me një të tretën. Facebook rezultoi të ishte platforma më e ekspozuar ndaj përhapjes së dezinformatave – duke përbërë 100% të rasteve të identifikuara në kanalet sociale. Kjo tregon se rrjetet sociale mbeten mjeti më i fuqishëm për manipulimin e informacionit dhe për nxitjen e narrativave politike në Kosovë.

Përmbajtjet e tetorit përfshinë edhe një listë të gjerë figurash politike, ku kandidatët për kryetar komunash ishin më të përmendurit. Krahas tyre, u përfshinë aktorë si Ramush Haradinaj, Albin Kurti, Aleksandar Vuçiq, Donika Gërvalla e të tjerë, të cilët shpesh u vendosën në narrativa të fabrikuara ose të manipuluar. Institucionet dhe partitë politike përmendeshin po ashtu shpesh, veçanërisht gjatë periudhës së fushatës, duke treguar se keqinformimi kishte si objektiv kryesor strukturat që ndikojnë opinionin publik.

Në anën tjetër, mediat dhe zyrtarët serbë e rusë u angazhuan në një fushatë të koordinuar dezinformuese gjatë gjithë procesit zgjedhor. Ato publikuan narrativa që portretizonin Qeverinë e Kosovës si kërcënim për komunitetin serb, duke e lidhur FSK-në me qëllime agresive dhe duke pretenduar manipulime zgjedhore. Media si Sputnik Serbia, RT Balkan, Večernje Novosti dhe pravda.rs, së bashku me deklaratat e Petar Petkoviqit dhe zyrtarëve të tjerë në Beograd e Moskë, përforcuan idenë e një “fitoreje serbe” në veri dhe një “kërcënim të vazhdueshëm” nga Kosova. Kjo qasje e sinkronizuar pasqyron një strategji të qëndrueshme propagandistike, e cila synon të ndikojë jo vetëm opinionin serb, por edhe perceptimin ndërkombëtar për zhvillimet në Kosovë.

HIBRIDO.INFO