

dhjetor 2025

Raporti monitorues i keqinformimit për muajin nëntor

2025

Action for
Democratic Society
hibrid.info



Raporti monitorues i keqinformimit për muajin nëntor

Publikues: ADS/hibrid.info

Prishtinë, dhjetor 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

Hyrje

Ky raport përmbledhës dhe përshkruar pasqyron gjendjen e informimit (keqinformimit) gjatë nëntorit 2025, 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 41-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.

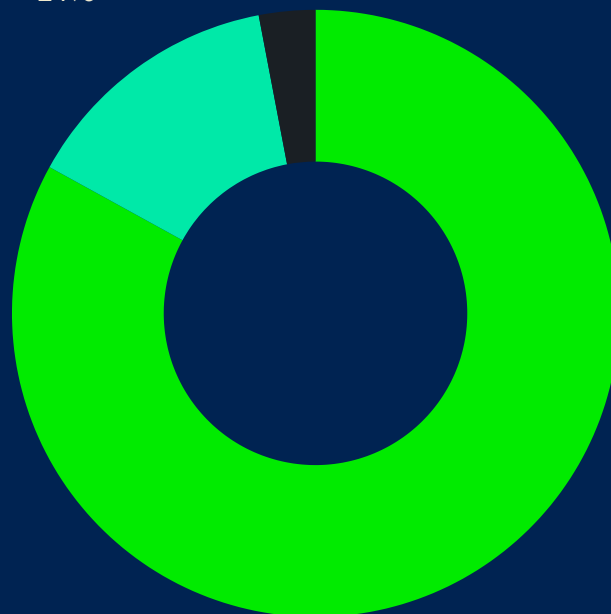
Përmbajtja e trajtuar nga hulumtuesit e hibrid.info, e që ka shërbyer për ndërtimin e këtij raporti, është kryesisht ajo e publikuar në gjuhën shqipe dhe serbe.

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

Publikimet në gjuhën serbe
14%



Publikime në gjuhëns shqipe
83%

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 muajin nëntor u identifikuan gjithsej 36 përmbajtje keqinformuese. Prej tyre, 30 përmbajtje (83%) ishin në gjuhën shqipe, 5 përmbajtje (14%) në gjuhën serbe, ndërsa 1 përmbajtje (3%) ishte në gjuhë tjetër

1

Publikimet në gjuhën shqipe

Analiza e përmbajtjeve keqinformuese për tetor 2025 tregoi se, nga gjithsej 36 raste të identifikuara, 30 raste (83%) ishin në gjuhën shqipe.

Gjatë muajit nëntor, përmbajtjet keqinformuese në gjuhën shqipe u karakterizuan kryesisht nga lajmet e rreme (47%), të ndjekura nga dezinformatat (17%), manipulimi i fakteve dhe clickbait-i (nga 10%), si dhe forma të tjera të kombinuara të keqinformimit. Tematikisht, dominuan zgjedhjet lokale (37%) dhe formimi i Qeverisë (13%), duke reflektuar fokusin e lartë në zhvillimet politike. Fusha politike mbeti më e prekura (80%), ndërsa temat sociale, drejtësia, kronika e zezë, sporti dhe siguria u shfaqën në përqindje dukshëm më të ulëta.

Sa i përket shpërndarjes, 83% e përmbajtjeve keqinformuese u publikuan në media sociale, duke e bërë këtë hapësirë kanalin kryesor të përhapjes së narrativave manipuluese, ndërsa mediat tradicionale përbënin vetëm 17%. Në kuadër të platformave sociale, Facebook dominonte me 72%, ndërsa TikTok me 28%, duke treguar se Facebook mbetet mjete kryesor për qarkullimin e keqinformimit, ndërsa TikTok po forcon gradualisht rolin e tij përmes përmbajtjeve vizuale dhe emocionale.

Përqindja e përmbajtjeve në
gjuhën shqipe

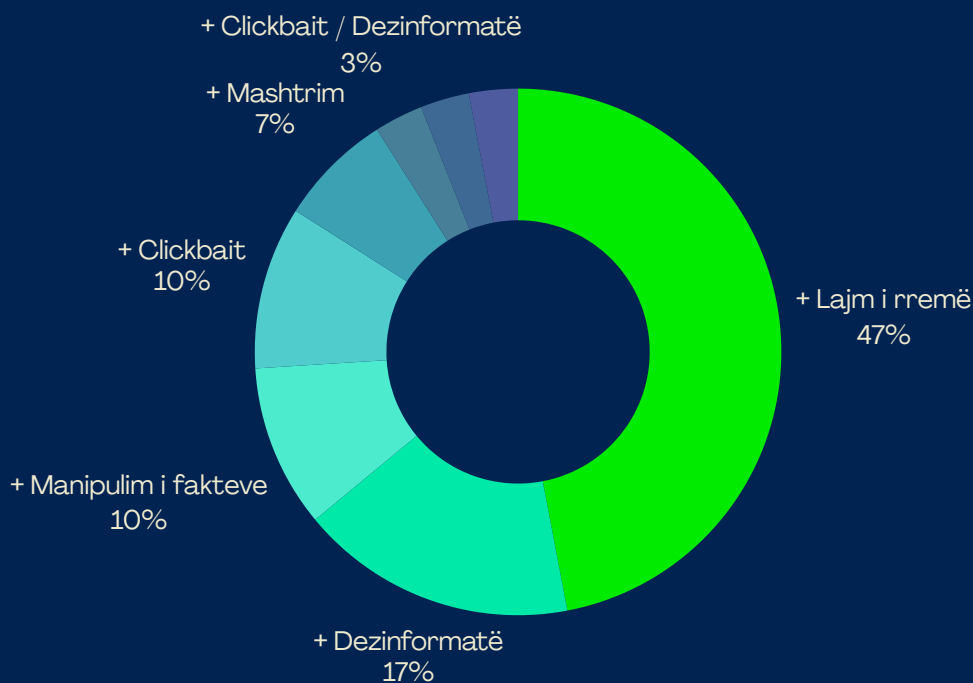


Kategoritë vlerësuese të çrregullimit informativ

1.1

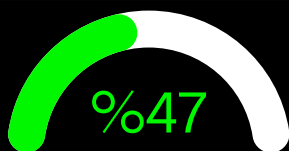
KATEGORITË KRYESORE

Këtu janë renditur kategoritë kryesore sipas kategorive vlerësuese



Gjatë muajit nëntor, në përmbajtjet keqinformuese në gjuhën shqipe dominuan disa kategori kryesore, ku lajmet e rreme zinin përqindjen më të lartë me 47%. Pas tyre vinin dezinformatat me 17%, ndërsa manipulimi i fakteve dhe clickbait-i përfaqësoheshin secili me nga 10%. Mashttrimet përbënin 7% të rasteve, ndërsa kategori të kombinuara si clickbait/dezinformatë, clickbait/manipulim i fakteve dhe manipulim i fakteve/dezinformatë kishin nga 3% secila, duke treguar një ndërthurje të formave të ndryshme të keqinformimit në këto përmbajtje.

Krahasuar me muajin tetor, përmbajtjet keqinformuese në gjuhën shqipe gjatë nëntorit tregojnë ndryshime të dukshme në strukturë dhe intensitet: lajmet e rreme mbeten kategoria dominuese, por me rënie nga 55% në tetor në 47% në nëntor, ndërsa dezinformatat shënojnë rritje të ndjeshme nga 3% në 17%, duke sinjalizuar një zhvendosje drejt përmbajtjeve më të qëllimshme dhe të strukturuar keqinformuese; në tetor u identifikua një shpërndarje më e gjerë kategorish si gabimet (13%), përmbajtjet e paverifikuara (5%), teoritë konspirative, deklaratat e pavërteta dhe raportimi i njëanshëm (secila nga 3%), të cilat nuk shfaqen si kategori të veçanta në nëntor, ndërsa ky i fundit karakterizohet nga rritja e manipulimit të fakteve (10%) dhe mashttimeve (7%), si dhe nga një prani më e theksuar e kategorive të kombinuara, duke treguar forma më komplekse të keqinformimit.



47% e artikujve keqinformues të trajtuar kanë marrë vlerësimin “lajm i rremë”.

1.1.1.

Analizë e llojeve të vlerësimeve

01. Lajm i rremë

Në kuadër të lajmeve të rreme, të cilat përbënin 47% të përmbajtjeve keqinformuese gjatë muajit nëntor, temat dominuese lidhen kryesisht me politikën (43%), ndërsa sporti (3%) kishte prani minimale; në fokus ishin veçanërisht zgjedhjet lokale (27%), pasuar nga pretendime të rreme për Qeverinë Kurti, formimin e qeverisë, koalicione politike (përfshirë Lista Serbe–LVV), si dhe deklarata të rreme për kryeministrin Albin Kurti, figura politike dhe sondazhe zgjedhore të fabrikuara në Prishtinë dhe Prizren, ndërkohë që një rast lidhej me ndeshjen Kosovë–Zvicër dhe deklarata të rreme për futbollistin Granit Xhaka; të gjitha këto përmbajtje janë publikuar në media sociale (TikTok, Facebook dhe Instagram) dhe janë shoqëruar me tituj sensacionalë, imazhe të manipuluar apo citate të fabrikuara, duke synuar ndikimin në opinionin publik dhe proceset politike.

02. Dezinformatë

Kategoria dezinformatë, e cila përbënte 17% të përmbajtjeve keqinformuese gjatë muajit nëntor, u fokusua tërësisht në tematika politike dhe u shpërnda ekskluzivisht në media sociale. Temat dominuese lidhen me zgjedhjet lokale (6.67%), pasuar nga pretendime për politikanë dhe ambasadorin amerikan (3.33%), formimin e Qeverisë (3.33%) dhe ndarjen e Kosovës (3.33%), duke përfshirë narrativa për blerje votash, rezultate të fabrikuara exit poll-esh, deklarata të shtrembëruara të përfaqësuesve politikë në Kuvend, si dhe pretendime të rreme për përfshirjen e figurave amerikane në lobim për ndarje territoriale.

03. Manipulim i fakteve

Kategoria manipulim i fakteve, e cila përbënte 10% të përmbajtjeve keqinformuese gjatë muajit nëntor, u shfaq kryesisht në temat që lidhen me diasporën (3%), zgjedhjet lokale (3%) dhe formimin e Qeverisë (3%), duke u shtrirë në fushën politike (7%) dhe atë sociale (3%). Sa i përket llojit të publikuesve, këto përmbajtje u shpërndanë kryesisht nga media (7%), por edhe nga media sociale (3%), përmes titujve dhe materialeve që shtrembëronin kuptimin real të deklaratave ose të dhënave, siç ishte formulimi i titujve që krijojnë perceptim të gabuar për migrimin e stafit shëndetësor në Gjermani, nxjerrja jashtë kontekstit e deklaratave të analistëve apo atribuimi i pasaktë i qëndrimeve politike figurave publike.

04. Clickbait

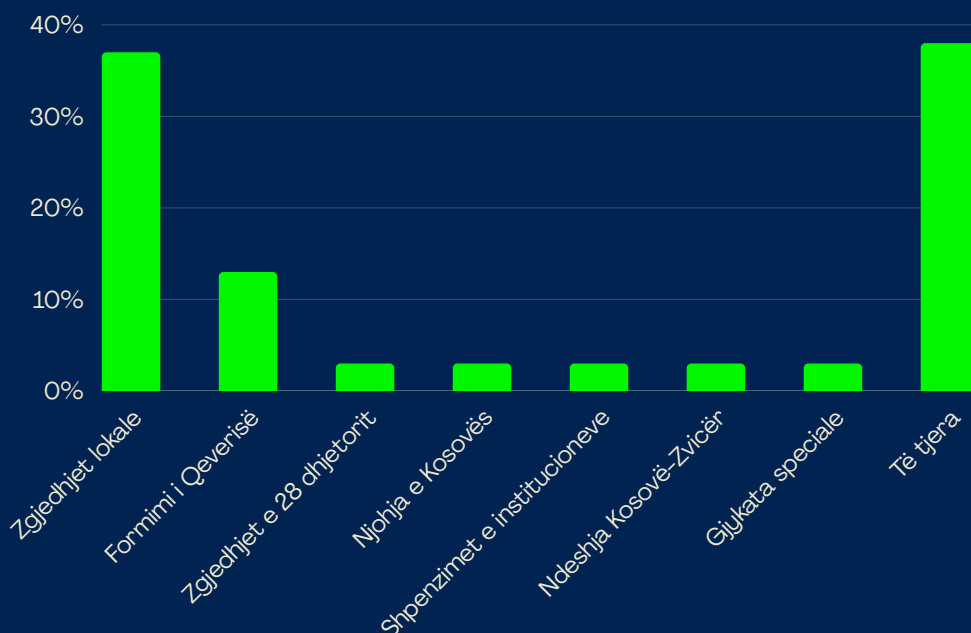
Kategoria clickbait, që përbënte 10% të përmbajtjeve keqinformuese në nëntor, trajtoi temat raportet Kosovë–Rusi (3%), Shtëpia e të moshuarve (3%) dhe shpenzimet e institucioneve (3%), në fushat politike (7%) dhe siguri (3%), kryesisht nga media (7%) dhe media sociale (3%). Titujt dhe imazhet përdorën dramatizim ose manipulim, si paralajmërimet e Rusisë ndaj Kosovës, raportimet pa lokacion të saktë për zjarrin në Shtëpinë e të Moshuarve, ose interpretimin e gabuar të shpenzimeve institucionale, duke krijuar perceptim të gabuar te lexuesi.

1.2

Temat e përdorura për krijimin dhe shpërndarjen e përmbajtjeve keqinformuese

KATEGORITË KRYESORE

Këtu janë renditur kategoritë kryesore sipas temave



Gjatë muajit nëntor, temat dominuese në përmbajtjet e monitoruara ishin kryesisht zgjedhjet lokale (37%) dhe formimi i Qeverisë (13%), duke treguar një fokus të madh tek proceset politike dhe institucionale. Tema të tjera me përfaqësim më të vogël përfshinin postën e padorëzuar, diasporën, raportet Kosovë–Rusi, Shtëpinë e të moshuarve dhe Gjykatën Speciale (secila rreth 3%), ndërsa një kategori e gjerë prej 38% përfshinte tema të ndryshme të tjera, duke reflektuar një larmi të madhe përmbajtjesh me karakter informativ dhe keqinformues.

Në krahasim të drejtpërdrejtë mes tetorit dhe nëntorit, vërehet se pjesa e përmbajtjeve mbi zgjedhjet lokale u ul nga 66% në tetor në 37% në nëntor, ndërsa temat mbi formimin e Qeverisë u rritën nga 3% në 13%, duke treguar një zhvendosje të fokusit nga proceset elektorale drejt çështjeve qeverisëse. Ndërkohë, në nëntor u shfaqën tema të reja si diaspora, raportet Kosovë–Rusi, Shtëpia e të moshuarve dhe Gjykata Speciale (secila 3%), të cilat nuk ishin të pranishme si tema të veçanta në tetor, ndërsa temat e tjera në tetor, si Veriu, Kurti dhe Serbia, ekonomia dhe mbrojtja e natyrës, u zvogëluan në përqindje ose u përfshinë në kategorinë “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

Përmbajtjet keqinformuese lidhur me zgjedhjet lokale, të cilat përbënin 37% të rasteve, u shpërndanë ekskluzivisht në media sociale dhe përfshinin kryesisht lajme të rreme (27%), dezinformata (7%) dhe manipulim të fakteve (3%). Këto përmbajtje përfshinin imazhe dhe video që paraqisnin kandidatët për kryetar në Prishtinë dhe Prizren, rezultate të pretenduara të sondazheve dhe exit poll-eve, si dhe deklarata të fabrikuara ose të nxjerra jashtë kontekstit. Mes rasteve të shënuara ishin pretendimet për hetime urgjente të Prokurorisë në Fushë Kosovë dhe Obiliq, blerje votash në Mitrovicë, rikthim të flamujve dhe simboleve shtetërore në veri pas fitores së Listës Serbe, si dhe deklarata të atribuuara figurave politike për mbështetje ose preferenca elektorale, të cilat nuk përputheshin me realitetin.

02. Formimi i Qeverisë

Përmbajtjet keqinformuese lidhur me formimin e Qeverisë, që përbënin 13% të totalit dhe ishin të gjitha nga fusha politike, përfshinin kryesisht manipulim të fakteve (3%), lajme të rreme (3%), clickbait/dezinformata (3%) dhe dezinformata (3%), të shpërndara njësoj nga media tradicionale (7%) dhe media sociale (7%). Këto përmbajtje përfshinin tituj dhe imazhe që krijojnë përshtypje të gabuara për situatën politike, si imazhi ku pretendonte se presidenti serb Aleksandar Vuçiq dhe përfaqësues të Listës Serbe synonin të rrëzonin Qeverinë Kurti, ose video-materialet në TikTok që shtrembëronin deklaratat e kryetarit të Listës Serbe dhe të mandatarit të dytë për formimin e Qeverisë, Glauk Konjufca.

03. Zgjedhjet e 28 dhjetorit

Lidhur me zgjedhjet e 28 dhjetorit, përmbajtjet keqinformuese përbënin 3% të totalit dhe ishin të gjitha mashtrime të publikuara në media sociale nga fusha politike. Më 23 dhe 24 nëntor, dy faqe në Facebook publikuan video ku shfaqej një person me mikrofon që pyeste qytetarët mërgimtarë nëse do të vijnë të votojnë në zgjedhjet e parakohshme parlamentare më 28 dhjetor, duke krijuar përshtypje të manipuluar dhe duke synuar të ndikojë perceptimin publik rreth pjesëmarrjes në procesin zgjedhor.

04. Ndarja e Kosovës

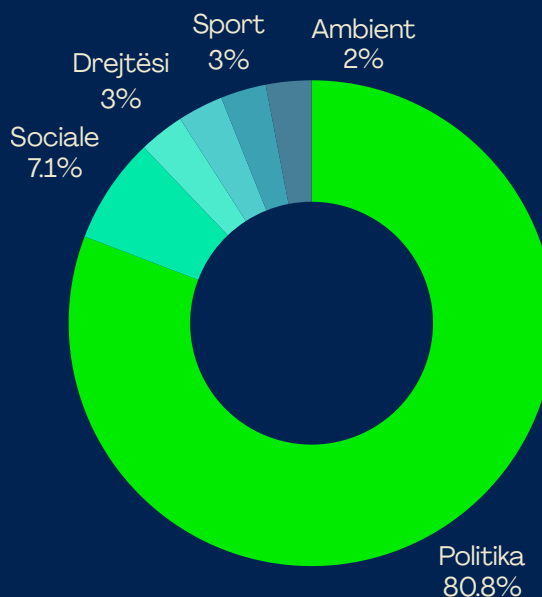
Lidhur me temën e ndarjes së Kosovës, përmbajtja keqinformuese u vlerësua dezinformative e publikuar në media sociale nga fusha politike. Ky rast përfshinte publikimin e një fotografie me mbishkrimin që pretendonte se James Rubin, ish-ndihmës i sekretarit amerikan të Shtetit, gjatë dëshmisë në Hagë për ish-krerët e UÇK-së, kishte marrë 52 mijë dollarë në muaj për dy vjet, me para të buxhetit të Kosovës, për të lobiur për ndarjen e Kosovës—një pretendim i pavërtetë që synonte të krijonte perceptim të rremë mbi ndërhyrjen e aktorëve të huaj dhe situatën politike në vend.

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 lidhet kryesisht me zgjedhjet lokale, të cilat dominuan peizazhin e dezinformatave gjatë kësaj periudhe.

FUSHAT KRYESORE
Këtu janë renditur 6-të fushat kryesore



Gjatë muajit nëntor, përmbajtjet keqinformuese ishin kryesisht të përqendruara në fushën e politikës (80%), duke reflektuar interesin e madh për zhvillimet dhe ngjarjet institucionale dhe zgjedhore. Fushat e tjera kishin pjesëmarrje më të vogël, ku sociale përbënin 7%, ndërsa drejtësia, kronika e zezë, sporti dhe siguria secila përfaqësonte 3%, duke treguar një fokus të dominueshëm politik krahasuar me temat e tjera.

Në krahasim të drejtpërdrejtë me muajin tetor, vërehet se përmbajtjet keqinformuese mbeten kryesisht të përqendruara në fushën e politikës, por me një ulje të lehtë nga 82% në tetor në 80% në nëntor. Ndërkohë, temat që lidhen me sigurinë ranë ndjeshëm nga 13% në tetor në vetëm 3% në nëntor, ndërsa fushat e tjera si ekonomia, ambienti, sociale, drejtësia, kronika e zezë dhe sporti u shpërndanë më gjerë në nëntor, duke reflektuar një diversifikim të lehtë të fokusit tematik krahasuar me tetorin.



80% e përmbajtjeve keqinformuese të trajtuara janë nga fusha e politikës.

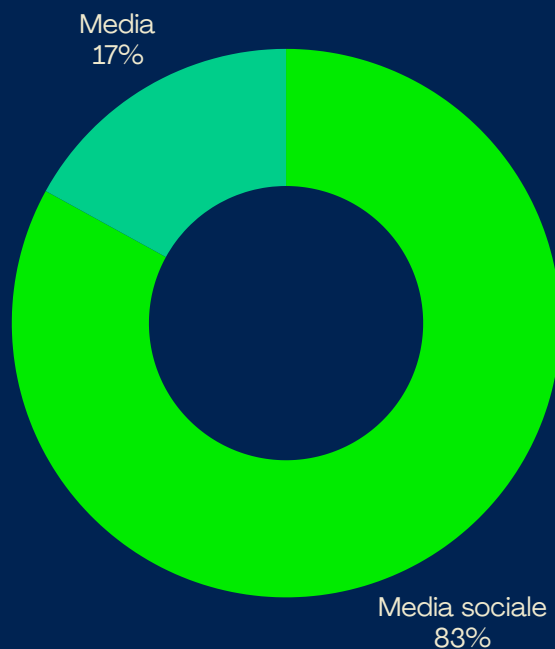
Llojet e publikuesve

1.4

Gjatë muajit nëntor, shumica dërrmuese e përmbajtjeve keqinformuese u publikuan në media sociale (83%). Media sociale shërbyen si mjet kryesor për shpërndarjen e lajmeve të rreme, dezinformatave, manipulimeve të fakteve duke synuar të ndikojnë opinionin publik dhe perceptimet rreth ngjarjeve politike. Nga ana tjetër, media tradicionale përbënte vetëm 17% të rasteve, duke treguar se pavarësisht rolin të vazhdueshëm të saj, ajo luante një pjesë më të vogël në shpërndarjen e keqinformimit krahasuar me fuqinë dhe shpejtësinë e mediave sociale.

Në krahasim të drejtpërdrejtë me muajin tetor, vërehet një rritje të dukshme të pjesës së përmbajtjeve keqinformuese të shpërndara përmes medias sociale, nga 66% në tetor në 83% në nëntor, ndërsa pjesa e medias tradicionale u ul nga 34% në tetor në vetëm 17% në nëntor. Kjo tregon një zhvendosje më të theksuar drejt platformave sociale si kanali kryesor për shpërndarjen e keqinformimit, duke reflektuar rëndësinë e rrjeteve sociale në përhapjen e lajmeve të rreme, dezinformatave dhe manipulimeve të fakteve krahasuar me tetorin.

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

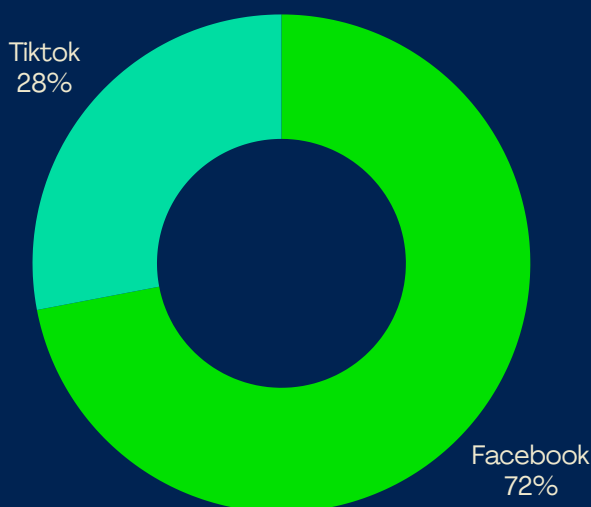
1.5

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).

Sa i përket platformave të mediave sociale, gjatë muajit nëntor shumica e përmbajtjeve keqinformuese u shpërndanë në Facebook (72%), ndërsa TikTok përbënte 28% të rasteve. Kjo tregon se Facebook mbeti kanali dominues për përhapjen e lajmeve të rreme dhe dezinformative, megjithëse TikTok ka një prezencë të konsiderueshme, veçanërisht për përmbajtjet vizuale dhe video që synojnë të tërheqin vëmendjen e përdoruesve.

Në krahasim të drejtpërdrejtë me muajin tetor, shihet një ndryshim i dukshëm në shpërndarjen e përmbajtjeve keqinformuese në platformat sociale. Në tetor, të gjitha rastet (100%) u publikuan në Facebook, ndërsa në nëntor pati një diversifikim, me Facebook që mbante 72% të shpërndarjes dhe TikTok që përbënte 28% të rasteve. Kjo tregon një zgjerim të përdorimit të platformave alternative, veçanërisht TikTok, për shpërndarjen e lajmeve të rreme dhe dezinformative gjatë nëntorit.

PËRQINDJA E PUBLIKIMEVE NË
MEDIAT SOCIALE

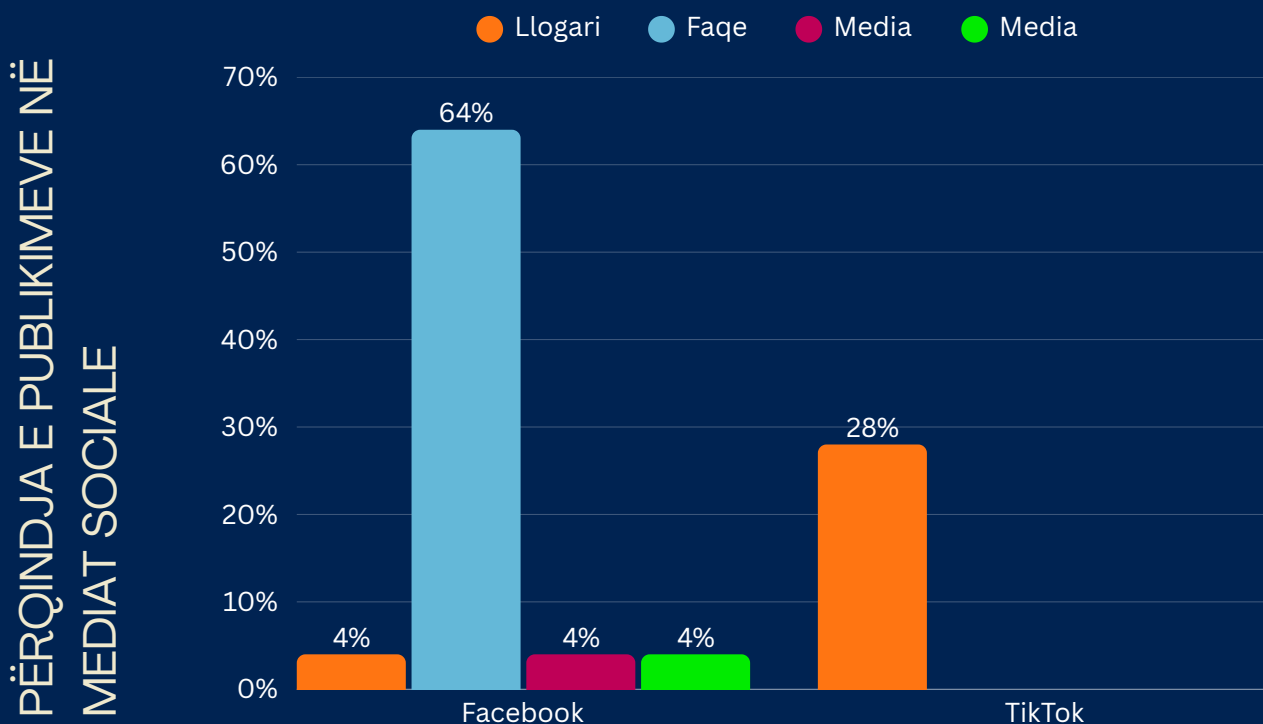


Llojet e publikuesve në mediat sociale

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.

Sa i përket publikuesve në media sociale gjatë muajit nëntor, shumica e përmbajtjeve u shpërndanë përmes Facebook (72%), ku faqet përbënin 64% dhe llogaritë individuale 4%, ndërsa media në Facebook kontribuoi gjithashtu me 4%. Nga ana tjetër, në TikTok (28%), të gjitha rastet u shpërndanë përmes llogarive individuale (28%), duke treguar një ndryshim në mënyrën e shpërndarjes: Facebook mbetet kryesisht platforma e faqeve, ndërsa TikTok përdor kryesisht llogari personale për publikimin 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

Gjatë muajit nëntor, në Facebook përmbajtjet keqinformuese u përqendruan kryesisht tek zgjedhjet lokale (36%), ndjekur nga temat mbi politikanët dhe ambasadorin amerikan, raportet Kosovë–Rusi, Gjykatën Speciale, postën e padorëzuar, ndarjen e Kosovës, zgjedhjet e 28 dhjetorit, ndeshjen Kosovë–Zvicër, deklaratat e rreme dhe përplasjet në debate televizive (secila rreth 4%). Kategoritë kryesore përfshinin lajme të rreme (36%), dezinformata (16%), mashtrime (8%), si dhe përzierje të clickbait-it me dezinformatë ose manipulim të fakteve (4%). Përmbajtjet ishin kryesisht nga fusha e politikës (56%), ndërsa sporti, temat sociale, kronika e zezë dhe drejtësia përfaqësonin secila 4%. Mes rasteve të shënuara ishin publikime që paraqisnin kandidatët për kryetar në Prishtinë dhe Prizren me rezultate të pretenduara të sondazheve dhe exit poll-eve, pretendime për hetime urgjente nga Prokuroria në Fushë Kosovë dhe Obiliq, blerje votash në Mitrovicë, rikthim të flamujve dhe simboleve shtetërore në veri pas fitores së Listës Serbe, si dhe pretendime të pabazuara mbi Albin Kurtin dhe përkrahjen e tij politike. Përveç kësaj, u shpërndanë mbishkrime alarmante si paralajmërimet ruse ndaj Kosovës dhe pretendime për aktivitetet e James Rubin lidhur me ndarjen e Kosovës.

02. Tiktok

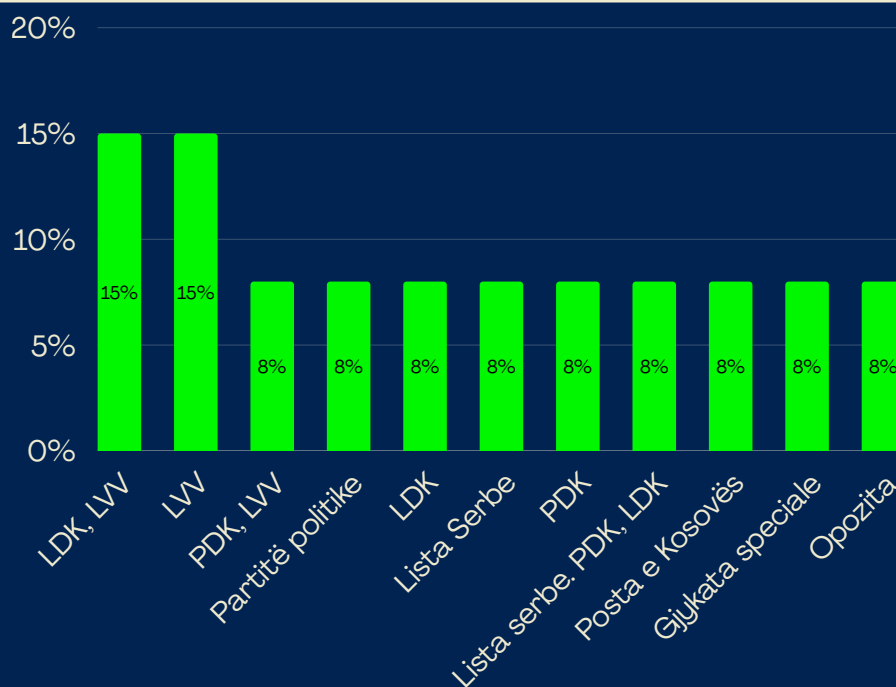
Në TikTok, përmbajtjet keqinformuese përbënin 28% të totalit dhe të gjitha ishin nga fusha e politikës (28%). Kategoritë kryesore përfshinin lajme të rreme (20%), manipulim të fakteve (4%) dhe dezinformata (4%), ndërsa temat dominues ishin zgjedhjet lokale (8%), formimi i qeverisë (8%), Qeveria Kurti (4%), deklarata për Kurtin (4%) dhe koalicioni Lista Serbe–LVV (4%). Mes rasteve të evidentuara ishin mbishkrime si “Raporti i SHBA: Qeveria Kurti më e korruptuara në histori të Kosovës” nga llogaria “newsilir”, pretendime mbi përfaqësimin e LVV, PDK, LDK dhe AAK në sondazhe, si dhe video dhe postime që falsifikonin deklarata të Albin Kurtit, David Kanin dhe liderëve të Listës Serbe për të sugjeruar manipulim të votave ose ndikim në formimin e qeverisë. Të gjitha këto përmbajtje shërbyen për të krijuar përshtypje të rreme mbi proceset politike dhe zgjedhore në vend.

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

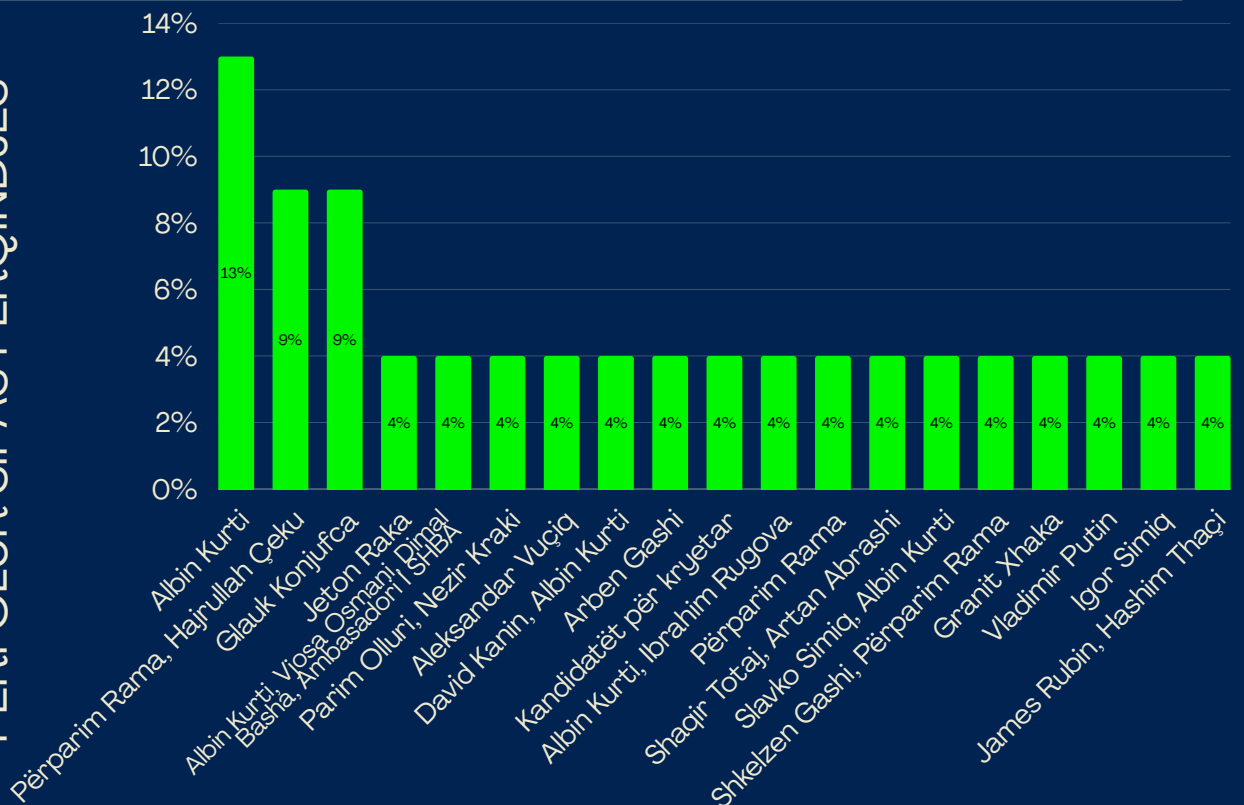


Gjatë muajit nëntor, në 13 përmbajtje keqinformuese u përmendën drejtpërdrejt institucione dhe parti politike.

Gjatë muajit nëntor, përmbajtjet keqinformuese përmendën kryesisht subjektet politike, me theks të veçantë të Lëvizja Vetëvendosje (LVV) dhe Lidhja Demokratike e Kosovës (LDK), të cilat u përfshinë secila në nga 15% të rasteve, ndërsa kombinimi PDK–LVV u shfaq në 8% të përmbajtjeve. Po ashtu, në mënyrë të barabartë me nga 8%, u përmendën edhe PDK, LDK, Lista Serbe, si dhe kombinime të tyre (Lista Serbe–PDK–LDK). Përveç partive politike, në narrativat keqinformuese u përfshinë edhe Posta e Kosovës, Gjykata Speciale dhe opozita, secila me nga 8%, çka tregon se fokusi ka qenë i shpërndarë mes aktorëve politikë dhe institucionalë, por me dominim të qartë të partive politike.

Partitë politike u përdorën kryesisht në keqinformata që lidhen me temën e zgjedhjeve lokale dhe zgjedhjeve të 28 dhjetorit, duke përfshirë edhe narrativat rreth formimit të Qeverisë. Në këto përmbajtje, subjektet politike u shfrytëzuan për të nxitur keqinterpretime, manipulime dhe narrativa të rreme me prapavijë politike. Ndërkohë, Posta e Kosovës u përmend në një rast mashtrimi, i cili lidhej me një pretendim për postë të padorëzuar, ndërsa Gjykata Speciale u përfshi në një përmbajtje ku u manipulua një deklaratë e kryeministrit Kurti, duke e paraqitur atë jashtë kontekstit për të ndërtuar një narrativë të rreme.

RENDITJA E PERSONAVE MË TË PËRFOLUR SIPAS PËRQINDJES



Gjatë muajit tetor, në 23 përmbajtje keqinformuese u përmendën personalitete të ndryshme publike, kryesisht figura politike dhe kandidatë për zgjedhjet lokale, të cilët u përdorën në narrativa manipuluese, interpretime të rreme ose pretendime të pabazuara me qëllim ndikimin e opinionit publik gjatë fushatës zgjedhore.

Figura më e përmendur në përmbajtjet keqinformuese është Albin Kurti, i cili shfaqet si aktor qendror si individualisht, ashtu edhe në kombinim me figura të tjera politike, çka tregon se ai është përdorur më shpesh për të ndërtuar narrativa me ndikim politik. Emri i tij lidhet me kontekste të ndryshme, përfshirë raportime të rreme, deklarata të manipuluar dhe skenarë që ndërlidhen me zgjedhjet dhe formimin e qeverisë. Pas tij, me përmendje të përsëritura, vijnë Përparim Rama, Hajrullah Çeku dhe Glauk Konjufca, kryesisht në kontekst të garës lokale dhe debatit publik. Figurave të tjera – si Aleksandar Vuçiq, Vjosa Osmani, Ibrahim Rugova, Hashim Thaçi, David Kanin, James Rubin apo përfaqësues të Listës Serbe – u është dhënë rol dytësor, zakonisht në narrativa që synojnë të ndërtojnë lidhje politike, tensione ndërkombëtare ose interpretime të rreme për ndikime të jashtme. Në tërësi, keqinformimi ka qenë i përqendruar te figurat politike me ndikim të drejtpërdrejtë në proceset zgjedhore dhe diskursin publik.

2.

Publikimet në gjuhën serbe dhe të tjera

Gjatë muajit nëntor, në përmbajtjet keqinformuese në serbisht janë identifikuar dhe trajtuar pesë raste kryesore, të cilat lidhen kryesisht me narrativa të prodhuara nga media në gjuhën serbe. Këto përmbajtje kanë qarkulluar në formë artikujsh mediatikë dhe janë fokusuar kryesisht në zhvillime politike, çështje sigurie dhe ngjarje sportive, duke synuar të krijojnë perceptime të rreme ose të manipuluar rreth Kosovës dhe aktorëve të saj institucionalë.

Sa i përket kategorive të keqinformimit, dominuan teoritë konspirative dhe dezinformatat, përfshirë edhe përmbajtje të paverifikuara. Këto u shfaqën kryesisht në temat që lidhen me “Shqipërinë e Madhe”, marrëdhëniet Kosovë–Serbi, zgjedhjet e 28 dhjetorit, si dhe në ngjarje sportive si ndeshja Kosovë–Zvicër. Në aspektin tematik, fushat më të prekura ishin politika dhe siguria, të ndjekura nga sporti, duke treguar një prirje për instrumentalizimin e çështjeve me ndjeshmëri të lartë publike.

Për sa i përket publikuesve, të gjitha përmbajtjet janë shpërndarë nga media në gjuhën serbe, përfshirë media online dhe transmetues publikë, si RTS apo portale si “Alo” dhe “sportsport.ba”. Gjuha e përdorur ishte serbishtja, ndërsa përmbajtjet synonin audiencën rajonale, duke ndërtuar narrativa që shpesh paraqesin Kosovën si faktor destabilizues ose aktor provokues në raport me Serbinë.

Në aspektin e personave dhe institucioneve të përfolura, figura më e shpeshtë ishte Albin Kurti, i përfshirë në disa narrativa konspirative që lidhen me konfliktin, zgjedhjet dhe marrëdhëniet ndëretnike. Po ashtu, u përmendën edhe institucione si Qeveria e Kosovës, Posta e Serbisë, si dhe aktorë ndërkombëtarë në mënyrë indirekte. Këto përmbajtje synuan të krijojnë pasiguri, frikë dhe mosbesim, duke manipuluar kontekstin politik dhe institucional në prag të proceseve të rëndësishme zgjedhore.

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 30 tetor 2025, në të cilën janë trajtuar 36 përmbajtje keqinformuese.

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

Gjatë muajit nëntor, përmbajtjet keqinformuese në gjuhën shqipe u karakterizuan nga dominimi i lajmeve të rreme (47%), të ndjekura nga dezinformatat (17%), manipulimi i fakteve dhe clickbait-i (nga 10%). Tematikisht, në qendër ishin zgjedhjet lokale (37%) dhe formimi i Qeverisë (13%), ndërsa politika mbeti fusha dominuese me 80% të rasteve. Fusha të tjera si sociale, drejtësia, kronika e zezë, sporti dhe siguria u shfaqën në mënyrë dukshëm më të kufizuar, duke reflektuar fokusin e qartë të keqinformimit në proceset politike dhe institucionale.

Sa i përket shpërndarjes, 83% e përmbajtjeve keqinformuese u publikuan në media sociale, duke e bërë këtë hapësirë kanal kryesor të përhapjes së narrativave manipuluese, ndërsa mediat tradicionale përbënin 17%. Brenda mediave sociale, Facebook dominoi me 72%, ndërsa TikTok përfaqësoi 28%, çka tregon se Facebook mbetet platforma kryesore për qarkullimin e keqinformimit, ndërsa TikTok po rrit ndikimin e tij përmes përmbajtjeve vizuale dhe emocionale, veçanërisht në temat politike.

Në përmbajtjet keqinformuese u përmendën kryesisht subjektet politike, me theks te Lëvizja Vetëvendosje (LVV) dhe Lidhja Demokratike e Kosovës (LDK) (nga 15% secila), si dhe kombinimi PDK–LVV (8%), ndërsa PDK, LDK, Lista Serbe dhe kombinime të tyre u shfaqën po ashtu me nga 8%. Figura më e përmendur ishte Albin Kurti, i cili u përdor si figurë qendrore në narrativa të ndryshme, shpesh të lidhura me zgjedhjet dhe formimin e qeverisë. Pas tij pasonin Përparim Rama, Hajrullah Çeku dhe Glauk Konjufca, kryesisht në kontekst të garave lokale. Figura të tjera si Aleksandar Vuçiq, Vjosa Osmani, Ibrahim Rugova, Hashim Thaçi, David Kanin dhe James Rubin u përfshinë në mënyrë dytësore, zakonisht për të ndërtuar narrativa politike, tensione ndërkombëtare ose interpretime të shtrembëruara të zhvillimeve aktuale.

Gjatë muajit nëntor, përmbajtjet keqinformuese në gjuhën serbe përqendroheshin kryesisht te narrativa të prodhuara nga media serbe, të cilat qarkulluan si artikuj mediatikë dhe raportime të ndryshme. Këto përmbajtje trajtonin zhvillime politike, çështje sigurie dhe ngjarje sportive, duke synuar të krijonin perceptime të manipuluar ose të rreme rreth Kosovës dhe aktorëve të saj institucionalë. Temat kryesore përfshinin “Shqipërinë e Madhe”, marrëdhëniet Kosovë–Serbi, zgjedhjet e 28 dhjetorit dhe ngjarje sportive si ndeshja Kosovë–Zvicër, ndërsa fushat më të prekur ishin politika dhe siguria, të ndjekura nga sporti.

Në aspektin e publikuesve, të gjitha përmbajtjet u shpërndanë nga media serbe, përfshirë transmetues publik si RTS dhe portale online si “Alo” dhe “sportsport.ba”, duke përdorur gjuhën serbisht dhe synuar audiencën rajonale. Figurë më e përmendur ishte Albin Kurti, i përfshirë në narrativa konspirative lidhur me konfliktin, zgjedhjet dhe marrëdhëniet ndëretnike. Përveç tij, u përmendën edhe institucione si Qeveria e Kosovës dhe Posta e Serbisë, si dhe disa aktorë ndërkombëtarë në mënyrë indirekte. Këto përmbajtje kishin për qëllim të krijonin pasiguri, frikë dhe mosbesim, duke manipuluar kontekstin politik dhe institucional në prag të proceseve të rëndësishme zgjedhore.

HIBRIDO.INFO