

shkurt 2026

Raporti monitorues i keqinformimit për muajin janar

2026

Action for
Democratic Society
hibrid.info



Raporti monitorues i keqinformimit për muajin janar

Publikues: ADS/hibrid.info

Prishtinë, shkurt 2026

© 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 (e tjera)

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 ruso-serbe

Hyrje

Ky raport përmbledhës dhe përshkruar pasqyron gjendjen e informimit (keqinformimit) gjatë janarit 2026, 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 43-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:

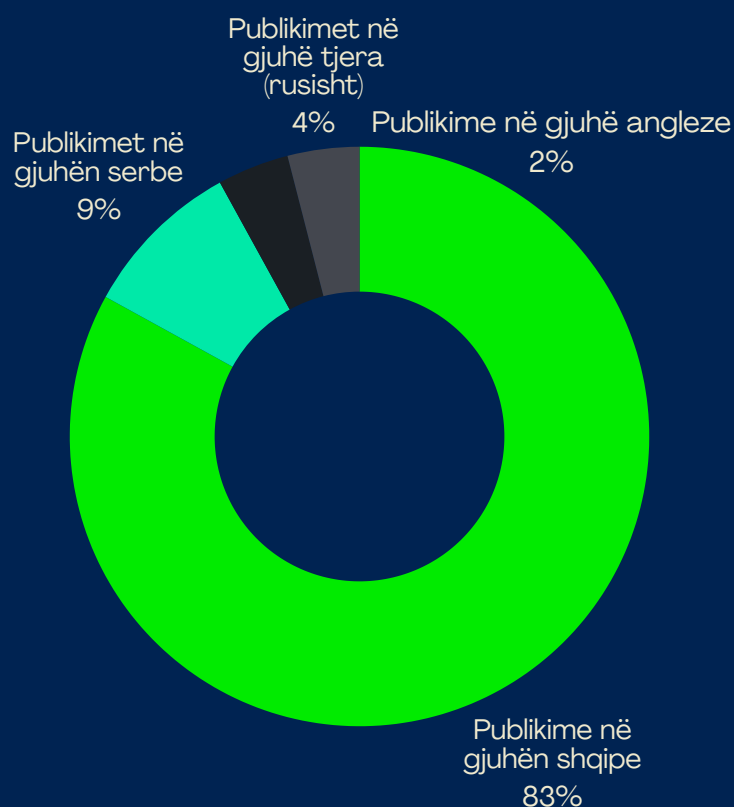
- Vlerësimet e artikujve keqinformues;
- Temat e përdorura për krijimin dhe shpërndarjen e përmbajtjeve keqinformuese;
- Fushat mbi të cilat janë krijuar dhe shpërndarë artikujt keqinformues;
- Llojet e mediave që kanë krijuar e shpërndarë përmbajtje keqinformuese;
- Kategorizimi i mediave në gjuhën 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 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 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 muajit janar 2026, procesi i monitorimit evidentoi gjithsej 47 raste të përmbajtjeve keqinformuese. Prej tyre, shumica dërrmuese – 39 raste ose 83% – u publikuan në gjuhën shqipe. Në gjuhën serbe u identifikuan 4 raste (9%), ndërsa nga 2 raste secila (4%) u regjistruan në gjuhën angleze dhe ruse.

Publikimet në gjuhën shqipe

Gjatë janarit 2026, nga 47 raste të përmbajtjeve keqinformuese të evidentuara, 39 raste, që përbëjnë 83%, rezultuan të publikuara në gjuhën shqipe.

Gjatë muajit janar, keqinformimi në gjuhën shqipe u përqendrua kryesisht në kategoritë lajm i rremë, dezinformatë, clickbait, mashtrim dhe manipulim i fakteve, përfshirë edhe kombinime të tyre si lajm i rremë / mashtrim dhe manipulim i fakteve / dezinformatë. Shpërndarja u realizua kryesisht përmes mediave sociale, ku dominuan Facebook (64%) dhe TikTok (36%), ndërsa media tradicionale përbënte 26% dhe SMS-t mashtrues 8% të përmbajtjeve të publikuara. Fushat më të prekur ishin politika (62%), e ndjekur nga sociale (10%), siguri kibernetike (8%), klima (5%), drejtësi (3%), siguri (3%), kronikë e zezë (3%), sport (3%) dhe arsim (3%), me temat kryesore që përfshinin postin e presidentit, zgjedhjet parlamentare, formimin e qeverisë, dialogun strategjik SHBA-Kosovë, takime Kurti–Osmani, takimin Osmani–Trump, shtesat për fëmijë, çmimin e bukës, SMS mashtrues, përmbytjet, armatosjen e FSK-së dhe pretendime për konvertime fetare.

Sa i përket institucioneve dhe figurave të përfolura, kryeministri Albin Kurti ishte më i përfoluri, ndjekur nga presidentja Vjosa Osmani, me shpërndarje të pretendimeve të rreme mbi vendime qeveritare, takime zyrtare dhe deklarata politike. Përveç tyre, përmendje të shpeshta morën edhe ish-deputeti Arben Gashi, Lumir Abdixhiku, Faton Peci, si dhe Ambasada Amerikane. Institucione të tjera të përfolura përfshinin PDK, LVV, Lista Guxo, Banka NLB, DHL Express dhe platformën eKosova, ku keqinformimi lidhej kryesisht me SMS mashtrues, media sociale dhe publikime të lajmeve të rreme, duke treguar një përqendrim të lartë të fushës politike dhe një ndikim të konsiderueshëm të figurave publike në shpërndarjen e përmbajtjeve mashtruese.

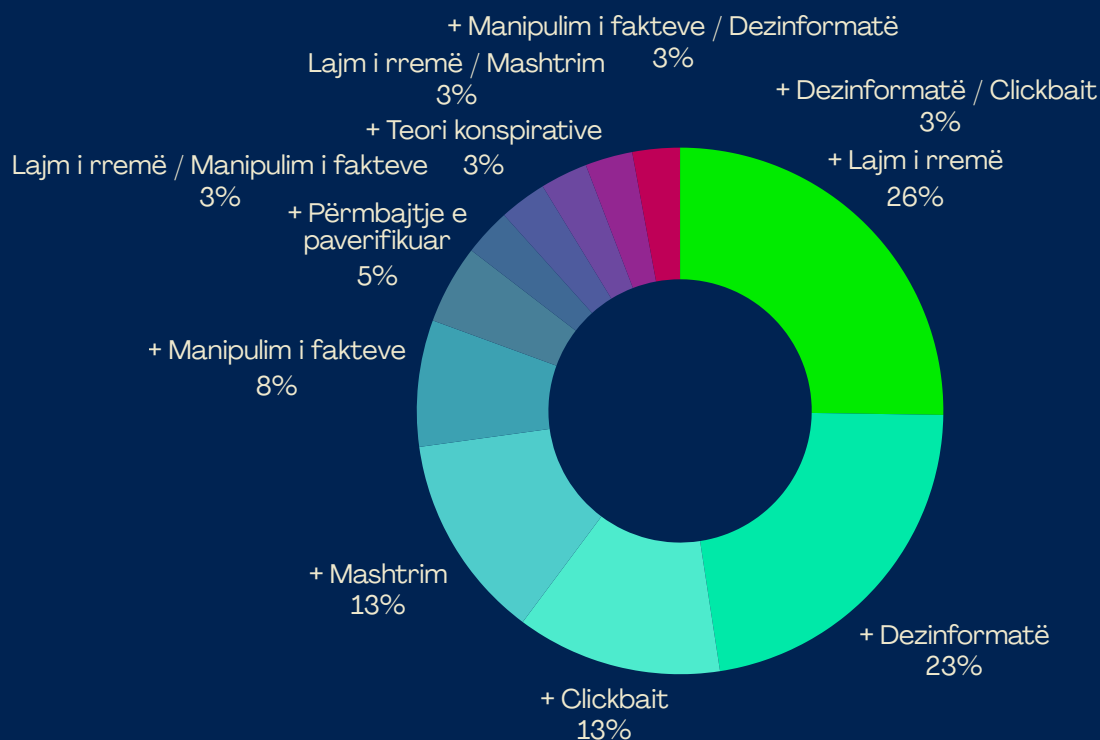
Përqindja e përmbajtjeve në
gjuhën shqipe



Kategoritë vlerësuese të çrregullimit informativ

1.1.

KATEGORITË KRYESORE
Këtu janë renditur kategoritë kryesore sipas kategorive vlerësuese



Gjatë muajit janar 2026, analiza e përmbajtjeve keqinformuese tregoi një shpërndarje të larmishme kategorish, ku mbizotëronin lajmet e rreme me 26% të rasteve, të ndjekura nga dezinformatat me 23%. Një pjesë e konsiderueshme e përmbajtjeve u klasifikua si clickbait dhe mashtrim, secila me nga 13%, ndërsa manipulimi i fakteve përbënte 8% të rasteve. Po ashtu, u evidentuan edhe përmbajtje të paverifikuara (5%), si dhe kategori të kombinuara të keqinformimit, përfshirë lajm i rremë / manipulim i fakteve, lajm i rremë / mashtrim, dezinformata / clickbait dhe manipulim i fakteve / dezinformata, secila me nga 3%. Përveç këtyre, teoritë konspirative përfaqësuan gjithashtu 3% të përmbajtjeve të analizuar.

Në krahasim me muajin dhjetor 2025, struktura e kategorive të keqinformimit gjatë janarit 2026 paraqet ndryshime të dukshme. Dhjetori 2025 karakterizohej nga dominimi i mashtrimit (37%) dhe lajmit të rremë (32%), duke treguar një përqendrim më të madh në përmbajtje hapur mashtruese. Ndërkaq, në janar 2026 vihet re një ulje e peshës së mashtrimit dhe një shpërndarje më e fragmentuar e kategorive, me rritje relative të dezinformates dhe clickbait-it, si dhe paraqitjen më të shpeshtë të kategorive të kombinuara të keqinformimit. Manipulimi i fakteve mbetet i pranishëm në të dy muajt, por me peshë më të lartë në dhjetor (10%), ndërsa përmbajtjet e paverifikuara dhe teoritë konspirative shfaqen në përqindje të ngjashme, por me ndikim më të kufizuar.



37% e artikujve keqinformues të trajtuar kanë marrë vlerësimin “lajm i rremë”.

1.1.1.

Analizë e llojeve të vlerësimeve

01. Lajm i rremë

Gjatë janarit 2026, temat specifike të përmbajtjeve keqinformuese të klasifikuara si lajm i rremë u përqendruan kryesisht në zhvillime politike, deklarata të sajuara të figurave publike dhe mashtrime digjitale. U evidentuan raste të titujve keqorientues që krijojnë përshtypje të rreme për dorëheqje apo ambicie presidenciale të zyrtarëve politikë, si në rastet që lidhen me drejtimin e PDK-së, kandidaturat presidenciale dhe deklarata të pretenduara nga figura si Bedri Hamza, Lumir Abdixhiku, Vjosa Osmani apo Arben Gashi. Po ashtu, u shpërndanë pretendime të pavërteta për qëndrime të aktorëve ndërkombëtarë, përfshirë Ambasaden Amerikane në Kosovë, gazetarin britanik Richard Quest dhe ish-presidentin amerikan George W. Bush. Një pjesë e përmbajtjeve lidhej edhe me interpretime të pasakta në media në gjuhën serbe, si rasti i pretendimeve për basketbollistin Deni Avdija. Krahas këtyre, u identifikuan edhe mashtrime direkte, përfshirë mesazhe SMS të rreme që abuzonin me emrin e platformës “eKosova” për të mashtruar qytetarët përmes vegëzave të dyshimta.

02. Dezinformatë

Gjatë janarit 2026, dezinformatat përbënin 23% të përmbajtjeve të identifikuara dhe ishin tërësisht të përqendruara në fushën politike. Temat kryesore përfshinin zgjedhjet parlamentare dhe postin e presidentit (nga 5%), si dhe çështje të tjera si takimi Osmani–Trump, narrativa kundër Pavarësisë, pretendimet për “Kosovën pa zot shtëpie”, dialogun strategjik SHBA–Kosovë dhe shtesat për fëmijë, secila me nga 3%. Këto përmbajtje u publikuan kryesisht në media sociale (18%), por edhe në media online (5%). Në aspektin tematik, u evidentuan narrativa me burim diplomatik rus që flasin për një “spastrim etnik të heshtur” ndaj serbëve në Kosovë, pretendime të pabazuara për krizë institucionale, deklarata të rreme për konvertime fetare të figurave shtetërore, kandidatura presidenciale të paqenë, si dhe tituj keqorientues që e paraqesin interesimin sportiv si transferim të kryer.

03. Clickbait

01.Gjatë janarit 2026, clickbait-i përbënte 13% të përmbajtjeve keqinformuese të identifikuara, duke u shtrirë në fusha të ndryshme, përfshirë politikën (5%), çështjet sociale (5%) dhe sportin (3%). Temat më të shpeshta lidhen me postin e presidentit, pretendime për dorëheqje, ujën e pijes, fëmijët pa përkujdesje dhe futbollistët shqiptarë, secila me nga 3%. Të gjitha këto përmbajtje u publikuan në media online, kryesisht përmes titujve sensacionalë dhe keqorientues. Në aspektin tematik, u evidentuan tituj që sugjeronin qëndrime zyrtare të SHBA-së pa asnjë burim apo deklaratë institucionale, përdorimi i videove të gjeneruara nga inteligjenca artificiale për të paraqitur situata të rreme, si dhe deklarata politike të nxjerra nga konteksti apo të paraqitura në mënyrë alarmuese, pa mbështetje në fakte të verifikueshme.

04. Mashtrim

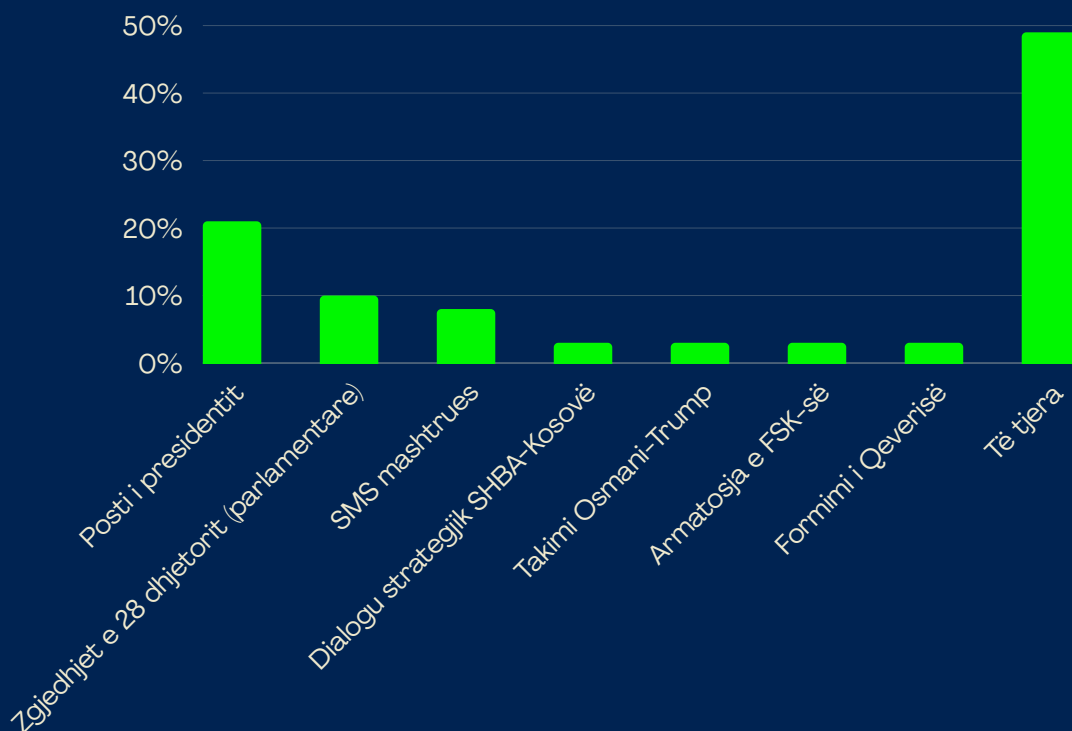
Gjatë janarit 2026, mashtrimi përbënte 13% të përmbajtjeve keqinformuese të identifikuara, me theks të veçantë në SMS-të mashtruese (8%), por edhe në pretendime të rreme që lidhen me vërshimet dhe gjetjen e arit në Kosovë (nga 3%). Sipas fushave, këto përmbajtje preknin kryesisht sigurinë kibernetike (8%), si dhe çështje që lidhen me klimën (3%). Në aspektin e publikuesve, një pjesë e konsiderueshme e mashtrimeve u shpërndanë përmes SMS-ve (8%), ndërsa pjesa tjetër në media sociale (5%). Tematikisht, u evidentuan pretendime të pasakta në rrjete sociale për shtyrjen e fillimit të gjysmëvjetorit të dytë në shkollat e Kosovës, si dhe deklarata të paraqitura në mënyrë mashtruese si fakte të kryera, përfshirë pretendimin për një marrëveshje të supozuar politike lidhur me kandidaturën presidenciale të Vjosa Osmanit.

1.2.

Temat e përdorura për krijimin dhe shpërndarjen e përmbajtjeve keqinformuese

KATEGORITË KRYESORE

Këtu janë renditur kategoritë kryesore sipas temave



Gjatë janarit 2026, temat që dominuan përmbajtjet keqinformuese lidhen kryesisht me postin e presidentit (21%) dhe zgjedhjet e 28 dhjetorit (parlamentare) (10%), duke treguar fokusin e madh në zhvillimet politike. Një pjesë e konsiderueshme e përmbajtjeve (8%) lidhet me SMS-të mashtruese, ndërsa temat e tjera të veçanta përfshinin dialogun strategjik SHBA–Kosovë, takimin Osmani–Trump, armatimin e FSK-së dhe formimin e Qeverisë, secila me nga 3%. Një përqindje e konsiderueshme, 49%, përbëhet nga tema të ndryshme të shpërndara në fusha të ndryshme, duke treguar një gamë të gjerë të përmbajtjeve keqinformuese jashtë fokusit kryesor politik.

Në krahasim me muajin dhjetor 2025, ku zgjedhjet e 28 dhjetorit (parlamentare) dominonin thellësisht me 56% të rasteve të përmbajtjeve keqinformuese, gjatë janarit 2026 ky fokus politik u zvogëlua ndjeshëm, duke përbërë vetëm 10% të temave. Ndërkohë, temat që lidhen me postin e presidentit u rritën ndjeshëm, duke përbërë 21% të përmbajtjeve të identifikuara, ndërsa SMS-të mashtruese u bënë më të pranishme (8%), dhe temat e tjera politike si dialogu SHBA–Kosovë, takimi Osmani–Trump, armatimi i FSK-së dhe formimi i Qeverisë dolën me peshë më të vogël (3% secila). Ky ndryshim tregon një zhvendosje nga një përqendrim i lartë te zgjedhjet parlamentare drejt një shpërndarjeje më të larmishme tematike, ku çështjet institucionale dhe mashtrimet dixhitale fituan rëndësi më të madhe.

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. Posti i presidentit

0.1. Gjatë janarit 2026, çështja e postit të presidentit përbënte 21% të përmbajtjeve keqinformuese të identifikuara, të gjitha nga fusha politike. Këto përmbajtje shpërndaheshin kryesisht përmes media sociale (15%) dhe në një masë më të vogël përmes mediave tradicionale (5%). Sipas kategorive të keqinformimit, dominonte lajmi i rremë me 8%, i ndjekur nga dezinformatat (5%), manipulimi i fakteve (3%), kombinimi manipulim i fakteve / dezinformatë (3%) dhe clickbait (3%). Temat specifike përfshinin pretendime të pavërteta për deklarata dhe veprime të figurave politike, si ish-deputeti Arben Gashi që supozohet të ketë komentuar mbi kandidaturën presidenciale të Ramush Haradinajt, pretendime të rreme për deklarata të ish-presidentit amerikan George W. Bush, si dhe pretendime të paqena për ambiciet presidenciale të Lumir Abdixhikut. Në disa raste, situata reale u manipuluar me mjete teknologjike, për shembull një video e përmbajtjeve në Prishtinë e gjeneruar nga inteligjenca artificiale.

02. Zgjedhjet e 28 dhjetorit

Gjatë janarit 2026, zgjedhjet e 28 dhjetorit përbënin 10% të përmbajtjeve keqinformuese të identifikuara, të gjitha të publikuara në media sociale dhe të lidhura me fushën politike. Kategoritë kryesore të keqinformimit ishin lajmi i rremë (5%) dhe dezinformatat (5%). Temat specifike përfshinin pretendime të pabazuara për deklarata të figurave ndërkombëtare dhe vendore, përfshirë raportimet e Ambasadorit rus në Serbi, Aleksandar Bocan-Kharçenko, për një “spastrim etnik të heshtur” ndaj serbëve në Kosovë dhe dështimin e Bashkimit Evropian si ndërmjetës, si dhe pretendime të rreme për komente të gazetarit britanik Richard Quest mbi zgjedhjet e parakohshme dhe për qëndrime të pavërteta të Vjosa Osmanit lidhur me fitoren e LVV-së.

03. SMS mashtrues

Gjatë janarit 2026, SMS-të mashtruese përbënin 8% të përmbajtjeve keqinformuese të identifikuara, të gjitha të klasifikuara si mashtrim dhe të lidhura me sigurinë kibernetike. Këto mesazhe u shpërndanë përmes SMS-ve (8%) dhe përfshinin raste të shumta, si imitimi i postës private në Kosovë, mesazhe mashtruese në emër të një banke, dhe SMS-të që pretendonin të vinin nga platforma “eKosova”, duke mashtruar qytetarët përmes informacioneve të rreme dhe vegëzave të dyshimta.

04. Dialogu strategjik SHBA-Kosovë

Gjatë janarit 2026, Dialogu strategjik SHBA-Kosovë u shënuar me një rast të veçantë keqinformimi, ku një përmbajtje u klasifikua si dezinformatë. Pretendimi i rremë lidhej me rifillimin e dialogut të planifikuar strategjik midis SHBA-së dhe Kosovës. Kjo përmbajtje i përkiste fushës së politikës dhe u shpërnda në media sociale, duke kontribuar në krijimin e një perceptimi të pasaktë për zhvillimet diplomatike.

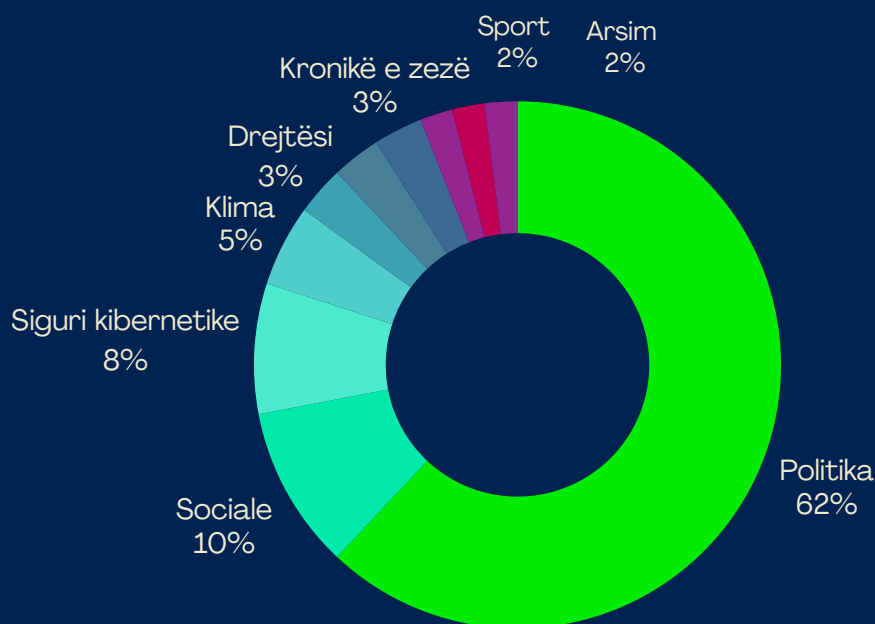
1.3.

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.

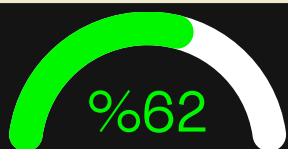
FUSHAT KRYESORE

Këtu janë renditur 6-të fushat kryesore



Gjatë janarit 2026, përmbajtjet keqinformuese u përqendruan kryesisht në fushën e politikës, e cila përbënte 62% të rasteve të identifikuara. Pas saj, fusha sociale përbënte 10%, ndërsa siguria kibernetike zinte 8% të rasteve, kryesisht për shkak të SMS-ve dhe mashtrimeve digjitale. Përqindje më të vogla shënuan fusha të ndryshme si klima (5%), drejtësia, siguria, kronika e zezë, sporti, NA dhe arsimi, secila me nga 3%, duke treguar se keqinformimi gjatë muajit ishte më i përqendruar tek çështjet politike, por nuk mungonte as në fusha të tjera të jetës publike.

Në krahasim me muajin dhjetor 2025, kur fusha e politikës dominonte thellësisht me 88% të përmbajtjeve keqinformuese, gjatë janarit 2026 kjo përqendrim u ul ndjeshëm në 62%, duke treguar një shpërndarje më të larmishme tematike. Ndërkohë, temat që lidhen me sigurinë kibernetike, socialen dhe klimën u rritën në peshë, duke treguar se keqinformimi gjatë janarit nuk ishte më i përqendruar ekskluzivisht në politikë, por përfshinte edhe çështje të tjera publike, ndërsa fusha si energjetika, që shfaqej në dhjetor (2%), nuk u evidentua në mënyrë të veçantë gjatë janarit. Kjo tregon një zhvendosje nga një dominim i fortë politik drejt një shpërndarjeje më të balancuar të temave të keqinformimit.



62% e përmbajtjeve keqinformuese të trajtuara janë nga fusha e politikës.

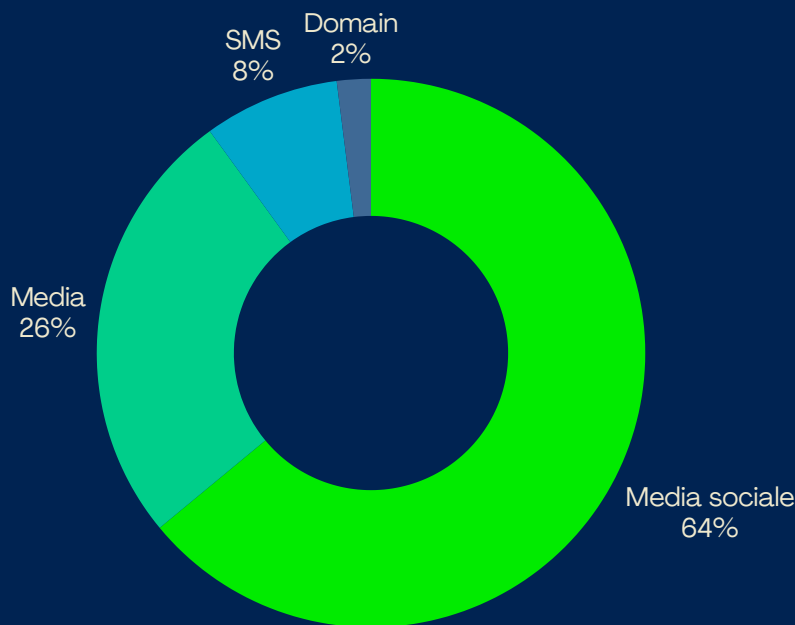
Llojet e publikuesve

1.4.

Gjatë janarit 2026, shumica e përmbajtjeve keqinformuese u shpërndanë përmes mediave sociale, që përbënin 64% të rasteve të identifikuara. Një pjesë e konsiderueshme u publikua edhe nga media tradicionale (26%), ndërsa SMS-të mashtruese përbënin 8% dhe përmbajtjet nga domaine të ndryshme online përbënin 3%. Kjo tregon se mediat sociale mbeten kanali kryesor i përhapjes së keqinformimit, por një pjesë e rasteve vazhdojnë të shfaqen edhe përmes mediave më tradicionale dhe komunikimeve direkte digjitale.

Në krahasim me muajin dhjetor 2025, ku media sociale dominonte me 88% të përmbajtjeve keqinformuese dhe media tradicionale përbënte vetëm 12%, gjatë janarit 2026 u shfaq një shpërndarje më e balancuar. Pësja e mediave sociale u ul në 64%, ndërsa ajo e mediave tradicionale u rrit në 26%, duke treguar se një pjesë më e madhe e keqinformimit filloi të publikoheshin edhe përmes kanaleve më tradicionale, ndërsa u shfaqën edhe forma të tjera shpërndarjeje, si SMS-të (8%) dhe domainet online (3%).

DALLIMI NË PËRQINDJE NË MES
TË PUBLIKUESVE ME
PËRMBAJTJE KEQINFORMUESE



64% e artikujve me përmbajtje keqinformuese janë publikuar nga publikuesit në media sociale

Llojet e mediave sociale

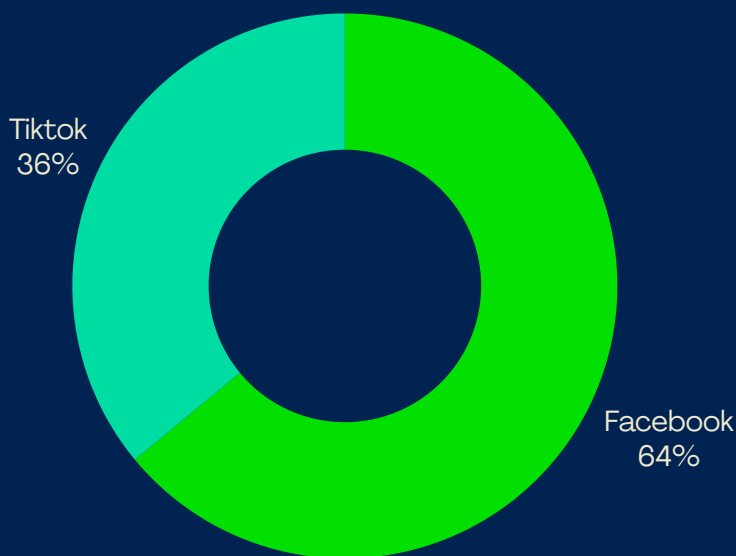
1.5.

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 janarit 2026, nga gjithsej përmbajtjet e shpërndara në media sociale, Facebook-u dominonte me 64% të rasteve, ndërsa TikTok-u përbënte 36%. Kjo tregon se edhe pse Facebook mbetet platforma kryesore për përhapjen e keqinformimit, TikTok ka një rol të konsiderueshëm në shpërndarjen e përmbajtjeve mashtruese dhe sensacionale.

Në krahasim me dhjetorin 2025, kur Facebook-u dominonte me 69% dhe TikTok-u përbënte 31% të përmbajtjeve të shpërndara në media sociale, gjatë janarit 2026 u vu re një ulje e lehtë e peshës së Facebook-ut në 64% dhe një rritje e TikTok-ut në 36%. Ky ndryshim tregon një zhvendosje graduale drejt TikTok-ut si kanal më të rëndësishëm për përhapjen e keqinformimit, veçanërisht ndër audiencën më të re, ndërkohë që Facebook mbetet ende platforma kryesore për shpërndarje të përmbajtjeve mashtruese.

PËRQINDJA E PUBLIKIMEVE NË
MEDIAT SOCIALE

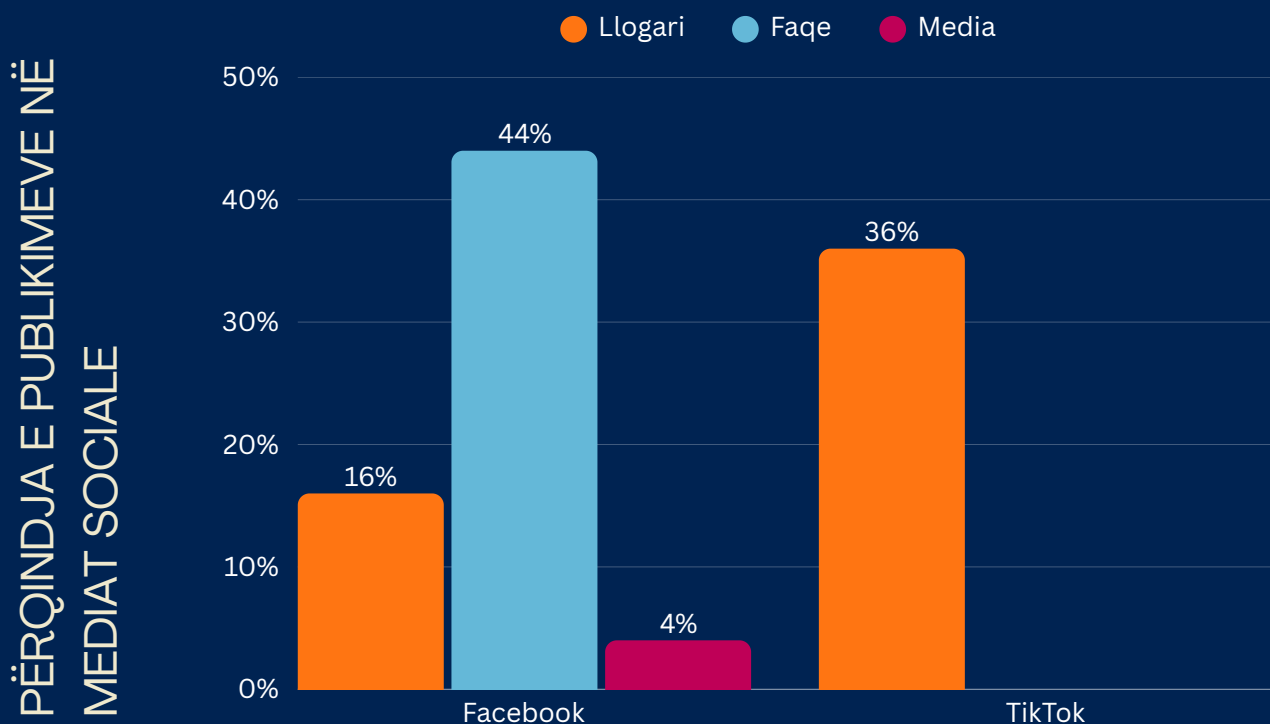


Llojet e publikuesve në mediat sociale

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.

Gjatë muajit janar, shpërndarja e keqinformimit përmes mediave sociale u përqendrua kryesisht në Facebook dhe TikTok. Në Facebook, përmbajtjet u shpërndanë kryesisht përmes faqeve (44%), llogarive individuale (16%) dhe media (4%) ndërsa në TikTok dominuan llogaritë individuale (36%). Nga ana tjetër, media tradicionale pati një prezencë më të kufizuar në këtë shpërndarje, me vetëm 4 raste të identifikuara. Kjo tregon se Facebook mbetet platforma kryesore për publikime të organizuara, ndërsa TikTok ka një rol të konsiderueshëm në shpërndarjen e përmbajtjeve nga përdoruesit individualë.



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 janarit 2026, Facebook-u ishte platforma kryesore për shpërndarjen e keqinformimit, duke përbërë 64% të rasteve të identifikuara në media sociale. Këto përmbajtje përfshinin kryesisht lajme të rreme (24%) dhe dezinformata (20%), të ndjekura nga manipulimi i fakteve (8%) dhe kategori të kombinuara si dezinformata / clickbait, lajm i rremë / mashtrim dhe manipulim i fakteve / dezinformata (nga 4% secila). Temat dominuese lidhen kryesisht me postin e presidentit (24%) dhe zgjedhjet parlamentare (12%), si dhe me çështje të tjera politike dhe institucionale, përfshirë dialogun strategjik SHBA–Kosovë, Gjykatën Speciale, takimet Kurti–Osmani, takimin Osmani–Trump, kundër Pavarësisë, mbledhjen e LDK-së dhe çështje sociale si çmimi i bukës (nga 4% secila). Sipas fushave, keqinformimi i shpërndarë në Facebook dominohej nga politika (56%), ndërsa fusha sociale dhe drejtësia përbënin nga 4% secila, duke konfirmuar rolin e kësaj platforme si kanal kryesor për narrativat politike keqinformuese.

02. Tiktok

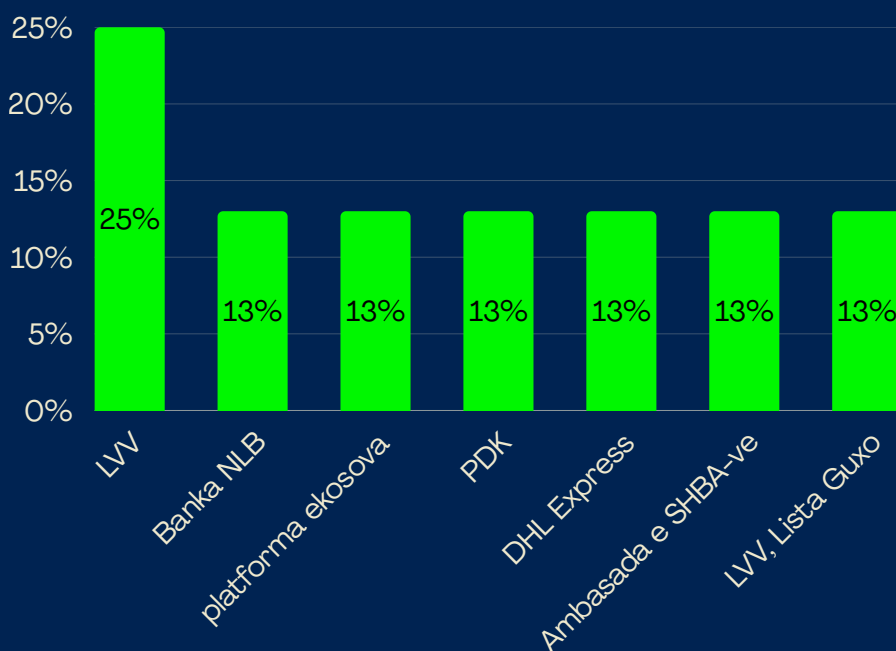
Gjatë janarit 2026, TikTok-u përbënte 36% të përmbajtjeve keqinformuese të shpërndara në media sociale. Kategoritë dominuese të keqinformimit në këtë platformë ishin lajmi i rremë (12%), mashtrimi (8%) dhe dezinformatat (8%), të pasuara nga lajm i rremë / manipulim i fakteve dhe manipulim i fakteve (nga 4% secila). Tematikisht, përmbajtjet keqinformuese në TikTok shtriheshin në një gamë më të gjerë temash krahasuar me Facebook-un, duke përfshirë vërshimet, raste tragjike, pretendime për ar në Kosovë, konvertime fetare, shtesat për fëmijë, njohjen Kosovë–Serbi, zgjedhjet parlamentare, procesin mësimor dhe punën e Qeverisë Kurti (nga 4% secila). Sipas fushave, dominonte politika (16%), por ishin të pranishme edhe fusha të tjera si socialja, klima, arsimit, kronika e zezë dhe kategori pa matje të qarta, secila me nga 4%, duke treguar se TikTok shërben si platformë për një keqinformim më të fragmentuar dhe tematikisht më të larmishëm.

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 janar, në 8 përmbajtje keqinformuese u përmendën drejtpërdrejt institucione dhe parti politike, duke synuar krijimin e perceptimeve të rreme rreth qëndrimeve, veprimeve apo deklaratave të tyre.

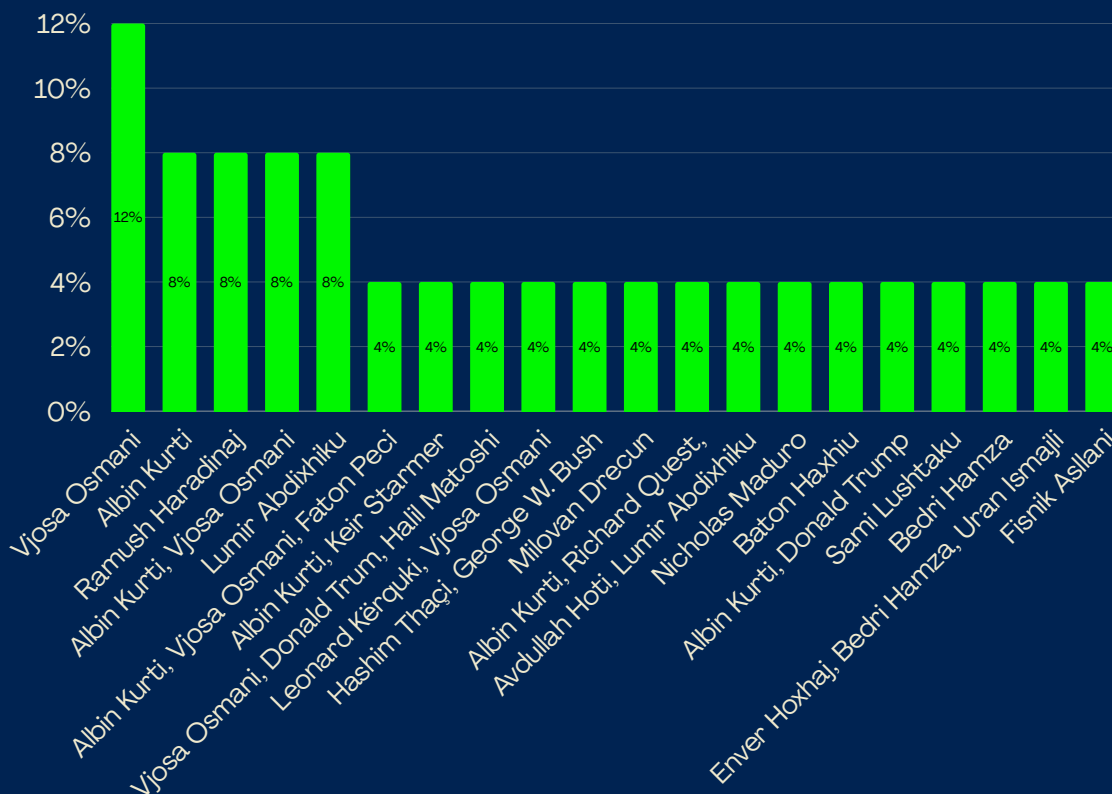
Gjatë janarit 2026, në përmbajtjet keqinformuese të analizuar, ndër institucionet dhe subjektet më të përfolura dominonte Lëvizja Vetëvendosje (LVV) me 25% të rasteve. Pas saj, me nga 13% secila, u përmendën Banka NLB, platforma eKosova, PDK, DHL Express, Ambasada e Shteteve të Bashkuara dhe koalicioni LVV – Lista Guxo. Këto të dhëna tregojnë se keqinformimi ishte i përqendruar si te aktorët politikë, ashtu edhe te institucionet financiare dhe shërbimet publike, duke reflektuar një kombinim të narrativave politike dhe mashtruese që synojnë të ndikojnë perceptimin dhe besimin e publikut.

Gjatë janarit 2026, Lëvizja Vetëvendosje (LVV) u përfshi në përmbajtje keqinformuese që lidhen me formimin e Qeverisë dhe zgjedhjet parlamentare. U evidentua një lajm i rremë ku pretendohet se Albulena Haxhiu kishte deklaruar se LVV nuk mund ta formojë qeverinë, ndonëse një deklaratë e tillë nuk ekziston. Po ashtu, u identifikua një dezinformata që i atribuonte presidentes Vjosa Osmani një deklaratë të pavërtetë për “fitoren e VV-së në të mirën e Kosovës”, e cila nuk mbështetet nga asnjë burim zyrtar apo kredibil.

Gjatë janarit 2026, Banka NLB, platforma eKosova dhe DHL Express u përfshinë në përmbajtje keqinformuese përmes SMS-ve mashtruese, ku emrat e tyre u përdorën në mënyrë të rreme për të krijuar besueshmëri dhe për të mashtruar qytetarët. Këto mesazhe synonin të nxisnin veprime të shpejta, si klikimi i vegëzave të dyshimta apo ofrimi i të dhënave personale, duke paraqitur rrezik të drejtpërdrejtë për sigurinë kibernetike.

Ndërkohë, Ambasada e Shteteve të Bashkuara u përfshi në një lajm të rremë, ku u ripublikua pretendimi i pavërtetë se ajo kishte vlerësuar Qeverinë Kurti për situatën në veri të Kosovës. Ky pretendim nuk mbështetet nga asnjë deklaratë apo burim zyrtar i Ambasadës dhe lidhet me keqinformim në fushën e punës së Qeverisë Kurti.

RENDITJA E PERSONAVE MË TË PËRFOLUR SIPAS PËRQINDJES



Gjatë muajit janar, në 26 përmbajtje keqinformuese u përmendën personalitete të ndryshme publike, kryesisht figura politike, duke i atribuar atyre deklarata ose qëndrime të pavërteta apo të shtrembëruara.

Gjatë janarit 2026, figura më e përfolur në përmbajtjet keqinformuese, shpesh në ndërthurje me personalitete të tjera publike, ishte kryeministri në detyrë Albin Kurti. Ai u përmend në raste të dezinformative lidhur me shtesat për fëmijë, ku u pretendua gabimisht se rritja në 90 euro vlente për të gjithë fëmijët, si dhe në një lajm të rremë që ripublikonte pretendimin se Ambasada Amerikane kishte vlerësuar Qeverinë Kurti për situatën në veri. Në përmbajtje të tjera, Kurti u përfshi së bashku me presidenten Vjosa Osmani në narrativa dezinformuese për një Kosovë pa “zot shtëpie” gjatë udhëtimeve të tyre jashtë vendit, si dhe në një lajm të rremë/mashtrim të ndërtuar mbi imazhe të gjeneruara nga inteligjenca artificiale, që

pretendonin rrejshëm për një takim Kurti–Osmani. Po ashtu, në përmbajtje të tjera u përfshinë edhe personalitete të tjera publike, si Richard Quest, të cilit iu atribuua pa baza komentimi i zgjedhjeve në Kosovë, dhe Donald Trump, përmes një pretendimi të rremë mbi rifillimin e Dialogut Strategjik SHBA–Kosovë.

Edhe presidentja Vjosa Osmani ishte ndër figurat më të përfolura në përmbajtjet keqinformuese gjatë muajit janar, duke u shënjestruar kryesisht përmes lajmeve të rreme dhe dezinformatave. Në disa raste u përhap pretendimi i rremë se ajo ka ndërruar fe, ndërsa në raste të tjera një citim i sajuar në titull paraqiti opinionin e një publicisti si një mesazh zyrtar nga SHBA drejtuar Osmanit, duke krijuar perceptim të gabuar për qëndrime ndërkombëtare ndaj saj. Po ashtu, u shpërndanë dezinformata sipas të cilave Osmani kinse ka deklaruar se “fitorja e VV-së është në të mirën e Kosovës”, pretendim që nuk mbështetet në asnjë burim zyrtar. Në përmbajtje të tjera, Osmani u përfshi edhe së bashku me Albin Kurtin dhe Faton Pecin, në narrativa të ngjashme keqinformuese të përmendura më herët, veçanërisht rreth postit të presidentit, proceseve politike dhe punës së qeverisë. Ndërkohë, në një rast tjetër, deklarata e gazetarit Leonard Kërquki u paraqit në mënyrë clickbait si një marrëveshje e konfirmuar për çështje presidenciale, duke kontribuar më tej në shtrembërimin e debatit publik.

2.

Publikimet në gjuhën serbe dhe të tjera

Gjatë muajit janar 2026, keqinformimi në gjuhën serbe u përqendrua kryesisht në disa kategori të veçanta. Dezinformatat dominuan, si në rastin e deklaratës së Ambasadorit rus në Serbi, Aleksandar Bocan-Kharçenko, i cili pretendoi pa prova se në Kosovë po ndodh një “spastrim etnik i heshtur” ndaj serbëve. Po ashtu, teoritë konspirative ishin të pranishme në përmbajtjet që lidhnin incidentin e Deçanit me motive etnike ose pretendimet e Fatmir Vullinit se armatosja e FSK-së ishte për të luftuar serbët. Një tjetër kategori e rëndësishme ishte manipulimi i fakteve dhe clickbait, ku u përfshi rastin e basketbollistit Deni Avdija, të cilit iu atribuan deklarata lidhur me Kosovën, ndonëse ato lidhnin me Izraelin. Këto përmbajtje shpesh kombinoreshin, duke shtrembëruar fakte dhe duke i dhënë lexuesit një perceptim të rremë.

Shumica e këtyre përmbajtjeve u publikuan kryesisht në media sociale dhe portale serbe online. Tituj sensacionalë, pamje të manipuluara dhe imazhe të gjeneruara artificialisht përdoren si mjete për të tërhequr klikime dhe për të rritur ndikimin e mesazhit keqinformues. Facebook dhe TikTok ishin platforma kryesore, ndërsa disa portale online shërbyen për ripublikimin e materialeve, duke i dhënë çarkullim më të gjerë narrativave të pavërteta.

Në aspektin e fushave, përmbajtjet lidhen kryesisht me politikën dhe sigurinë, duke synuar të ndikojnë në perceptimet për tensionet etnike dhe aktivitetet e institucioneve kosovare. Për shembull, pretendimet për armatosjen e FSK-së dhe motivet e incidentit të Deçanit krijuan një klimë pasigurie dhe frike mes komunitetit serb, ndërsa rastet e dezinformatave mbi deklaratat e Deni Avdijës ose Bocan-Kharçenkos synonin të forconin narrativat politike që kritikojnë institucionet kosovare.

Temat kryesore që dominuan përmbajtjet ishin: trajtimi i komunitetit serb në Kosovë, incidenti i Deçanit, deklaratat e pavërteta të Deni Avdijës, pretendimet e Aleksandar Vullinit për armatosjen e FSK-së, si dhe pretendime të tjera politike dhe diplomatike që lidhen me ndërkombëtarët dhe institucionet kosovare. Ky fokus tregoi përdorimin strategjik të keqinformimit për të krijuar perceptime të shtrembëruara mbi situatën etnike dhe politike, duke theksuar tensionet dhe duke rritur polarizimin brenda publikut.

Në përmbajtjet në anglisht, të shpërndara kryesisht nga llogaria “X”, u përdorën narrativa të afërta me ato serbe, duke përfshirë edhe keqpërdorimin e logos së CNN për të rritur besueshmërinë e mesazhit. Një nga rastet kryesore ishte lajmi i rremë se Danimarka kishte tërhequr njohjen e Kosovës, i cili lidhej me fushën politike dhe çështjen e çnjohjeve të Kosovës. Po ashtu, u shpërnda një dezinformatë që pretendonte në mënyrë të pavërtetë se serbët ishin arrestuar gjatë Krishtlindjeve Ortodokse në Graçanicë, duke prekur temën e sigurisë dhe vendbanimeve me shumicë serbe. Këto përmbajtje synonin të krijonin një perceptim të rremë për tensionet etnike dhe situatën ndërkombëtare për Kosovën, duke shfrytëzuar audiencën anglishtfolëse dhe autoritetin e një mediumi ndërkombëtar të imituar.

Në përmbajtjet në gjuhën ruse, të shpërndara kryesisht përmes kanalit rus në Telegram, u identifikuan dezinformata dhe teori konspirative të lidhura me sigurinë dhe komunitetin serb në Kosovë. Një rast ishte pretendimi i rremë se FSK-ja kishte prezantuar dronin “SKIFTERI K1”, i cili klasifikohet si dezinformatë dhe lidhet me fushën e sigurisë. Një tjetër përmbajtje ishte pretendimi i pabazuar për një “spastrim të heshtur etnik” ndaj serbëve, i cili u kategorizua si teori konspirative dhe gjithashtu lidhej me sigurinë dhe komunitetin serb. Të dy rastet u shpërndanë kryesisht përmes media sociale, duke përdorur Telegram si kanal, dhe synonin të krijonin perceptime të rreme për aktivitetet e FSK-së dhe situatën e komunitetit serb në Kosovë.

3. Narrativat ruso-serbe

Në narrativat serbe, presidenti Aleksandar Vuçiq ka përdorur pretendime alarmuese për armatosjen e FSK-së dhe bashkëpunimin ushtarak Kosovë–Shqipëri–Kroaci, duke i paraqitur këto zhvillime si kërcënim të drejtpërdrejtë për Serbinë. Ai e ka cilësuar situatën si një kërcënim ekzistencial dhe ka theksuar se Serbia po kalon në një fazë të re të gatishmërisë mbrojtëse. Këto pretendime janë shpërndarë kryesisht në media serbe dhe janë fokusuar në fushën e sigurisë, duke përdorur retorikën e frikës për të ndikuar perceptimet e publikut serb për aktivitetet e FSK-së dhe bashkëpunimin ushtarak të Kosovës. Narrativa shfrytëzon historinë dhe veprimet e Perëndimit në vitet 1999, 2008 dhe 2009 për të relativizuar njohjen e pavarësisë së Kosovës dhe për të legjitimuar qëndrimet kritike të Serbisë ndaj zhvillimeve ushtarake në rajon.

Në narrativat ruse, zëdhënësja e Ministrisë së Punëve të Jashtme, Maria Zakharova dhe Presidenti i Serbisë, Aleksandar Vuçiq, ka ripublikuar krahasime të pabazuara midis Grenlandës dhe Kosovës, duke interpretuar deklaratat e BE-së si qëndrim kundër pavarësisë së Kosovës. Kjo narrativë synon të krijojë perceptim të pasigurisë për sovranitetin e Kosovës dhe të përforcojë idenë se Perëndimi përdor standarde të dyfishta në të drejtën ndërkombëtare. Përmbajtjet janë shpërndarë në media ruse dhe media sociale, duke kombinuar retorikën e kritikës ndaj BE-së dhe Perëndimit me narrativën serbe, dhe duke e paraqitur Kosovën si një “precedent të rrezikshëm” për legjitimitetin e shtetësisë dhe integritetin territorial.

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 janar 2026, në të cilën janë trajtuar 47 përmbajtje keqinformuese.

Përfundime

Ky raport i shkurtër monitorues paraqet një pasqyrë të gjendjes një mujore të informimit (keqinformimit) gjatë muajit janar 2026, nga të dhënat e platformës për kontroll të fakteve – hibrid.info.

Gjatë muajit janar, kategoritë kryesore të keqinformimit në gjuhën shqipe përfshinin lajm i rremë (26%), dezinformatë (23%), clickbait (13%), mashtrim (13%), dhe manipulim i fakteve (8%), duke përfshirë edhe kombinime si lajm i rremë / mashtrim dhe manipulim i fakteve / dezinformatë. Publikimet u bënë kryesisht përmes mediave sociale (64%), me dominim të Facebook (64%) dhe TikTok (36%), ndërsa media tradicionale përbënte 26% dhe SMS-t mashtrues 8% të shpërndarjes.

Fushat më të prekura ishin politika (62%), e ndjekur nga sociale (10%), siguri kibernetike (8%), klima (5%), drejtësi (3%), siguri (3%), kronikë e zezë (3%), sport (3%), dhe arsim (3%). Temat kryesore që dominuan përfshinin: postin e presidentit, zgjedhjet parlamentare, formimin e qeverisë, dialogun strategjik SHBA-Kosovë, takime Kurti–Osmani, takimin Osmani-Trump, shtesat për fëmijë, çmimin e bukës, SMS mashtrues, përmytjet, armatosjen e FSK-së, dhe pretendime për konvertime fetare.

Në institucionet dhe figurat e përfolura, më e përfolur mbeti kryeministri Albin Kurti, i ndjekur nga presidentja Vjosa Osmani, ku u shpërndanë pretendime të rreme për vendime qeveritare, takime zyrtare dhe deklarata politike. Përveç tyre, u përmendën ish-deputeti Arben Gashi, Lumir Abdixhiku, Faton Pecin, si dhe Ambasada Amerikane. Institucione të tjera të përfolura përfshinin PDK, LVV, Lista Guxo, Banka NLB, DHL Express, dhe platformën ekosova, ku shpërndarja e keqinformimit lidhej kryesisht me SMS mashtrues, media sociale dhe lajme të rreme.

Gjatë muajit janar, në gjuhën serbe, kategoritë kryesore të keqinformimit përfshinin dezinformatë, teori konspirative, manipulim i fakteve dhe clickbait. Shpesh përmbajtjet lidhnin ngjarjet në Kosovë me pretendime të pabazuara mbi komunitetin serb, siç ishin pretendimet e Aleksandar Bocan-Kharçenkos për “spastrim etnik të heshtur” dhe pretendime të Vullinit mbi armatosjen e FSK-së. Publikimet kryesore u shpërndanë përmes medias online serbe, duke përfshirë portale informative dhe llogari në media sociale, me fokus në temat siguria, komuniteti serb, armatosja e FSK-së dhe politika e brendshme në veri të Kosovës.

Në gjuhë të tjera, përfshirë anglishten dhe rusishten, keqinformimi ishte i përqendruar kryesisht në lajm i rremë, dezinformatë dhe teori konspirative, shpesh duke përdorur kanale si Twitter, Telegram, llogari të dyshimta në TikTok. Temat përfshinin pretendime të rreme për çnjohje të Kosovës nga Danimarka, arrestime të serbëve në vendbanime me shumicë serbe, prezantimin e pajisjeve të FSK-së si kërcënim. Këto përmbajtje kishin një fokus kryesisht politik dhe sigurie.

Në janar 2026, narrativat serbe dhe ruse u përqendruan kryesisht në çështje të siguriisë dhe legjitimitetit të shtetësisë së Kosovës. Në diskursin serb, presidenti Aleksandar Vuçiq theksoi armatosjen e FSK-së dhe bashkëpunimin ushtarak të Kosovës me Shqipërinë dhe Kroacinë si një kërcënim për Serbinë, duke e prezantuar këtë situatë si një sfidë ekzistenciale për vendin e tij. Nga ana tjetër, narrativat ruse, të ndërlidhura me deklaratat e Maria Zakharovës, paraqitën krahasimin Grenlandë–Kosovë për të sugjeruar se Bashkimi Evropian zbaton standarde të dyfishta në politikën ndërkombëtare dhe shmang njohjen e pavarësisë së Kosovës, duke interpretuar jashtë kontekstit qëndrimin e BE-së ndaj sovranitetit të Danimarkës mbi Grenlandën. Të dy narrativat u përhapën gjerësisht përmes medias serbe dhe kanaleve ruse në Telegram, duke synuar audiencë kombëtare dhe ndërkombëtare për të konsoliduar perceptimin e një kërcënimi ndaj Serbisë dhe për të relativizuar njohjen e Kosovës nga Perëndimi.

HIBRIDO.INFO