

Raporti monitorues i keqinformimit për muajin shkurt

2026

mars 2026

Action for
Democratic Society
hibrid.info



Raporti monitorues i keqinformimit për muajin shkurt

Publikues: ADS/hibrid.info

Prishtinë, mars 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 shkurtit 2026, bazuar në të dhënat e siguruar nga platforma për kontroll të fakteve – hibrid.info. Format 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 44-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:

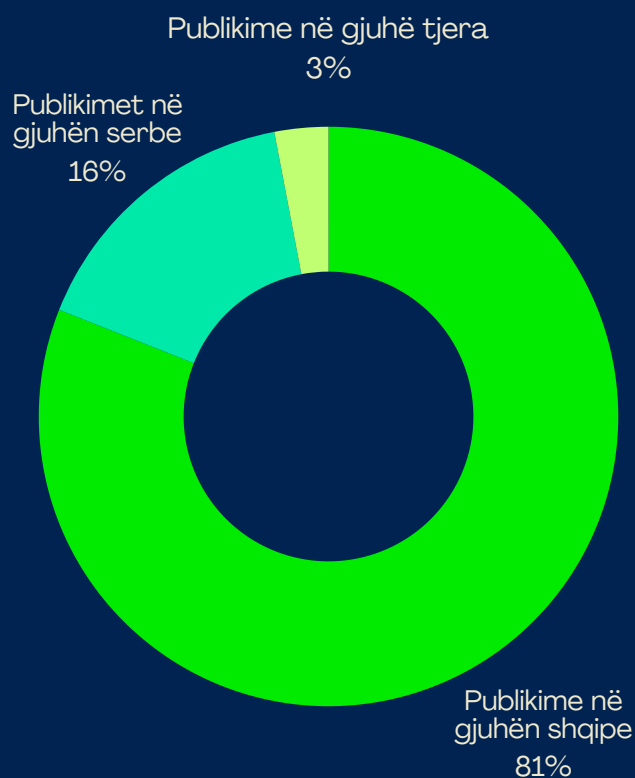
- Vlerësimet e artikujve keqinformues;
- Temat e përdorura për krijimin dhe shpërndarjen e përmbajtjeve keqinformuese;
- Fushat mbi të cilat janë krijuar dhe shpërndarë artikujt keqinformues;
- Llojet e mediave që kanë krijuar e shpërndarë përmbajtje keqinformuese;
- Kategorizimi i mediave në gjuhën 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 shkurt 2026, procesi i monitorimit evidentoi gjithsej 32 raste të përmbajtjeve keqinformuese. Prej tyre, shumica dërrmuese – 26 raste (81%) – u publikuan në gjuhën shqipe. Në gjuhën serbe u identifikuan 5 raste (16%), ndërsa 1 rast (3%) u regjistrua në një gjuhë tjetër.

1

Publikimet në gjuhën shqipe

Në shkurt 2026, nga procesi i monitorimit u evidentuan gjithsej 32 raste të përmbajtjeve keqinformuese. Nga këto, 26 raste (81%) i përkisnin përmbajtjeve të publikuara në gjuhën shqipe, të shpërndara si në media tradicionale ashtu edhe në media sociale.

Gjatë muajit shkurt 2026 u evidentuan 32 raste keqinformimi, prej të cilave 26 (81%) ishin në gjuhën shqipe. Kategoritë kryesore ishin clickbait dhe lajm i rremë (23% secila), ndjekur nga manipulim i fakteve (15%) dhe mashtrimi (12%). Temat më të përhapura lidhen me çështje politike dhe institucionale, duke përfshirë postin e presidentit (23%), Gjykatën Speciale (12%), armatosjen e FSK-së (8%) dhe Kabinetin e Qeverisë (8%), ndërsa temat e tjera si shtesat për fëmijë, Dosja Epstein dhe çmimi i rrymës përbënin nga 4% secila.

Shpërndarja ka ndodhur kryesisht në media sociale (62%), pasuar nga mediat tradicionale (31%), ndërsa SMS-të dhe mediat e dyshimta përbënin nga 4% secila. Brenda medias sociale, Facebook dominon me 88%, ndërsa TikTok ka 13%. Presidentja Vjosa Osmani ishte figura më e përfolur, me pretendime të pabazuara dhe imazhe të gjeneruara me inteligjencë artificiale, ndërsa Hashim Thaçi u përfshi në pretendime të rreme mbi veprimtarinë e tij në Gjykatën e Hagës dhe rolin në UÇK. Figura të tjera politike u përmendën kryesisht në mënyrë të izoluar, duke synuar manipulimin e opinionit publik.

Përqindja e përmbajtjeve në
gjuhën shqipe

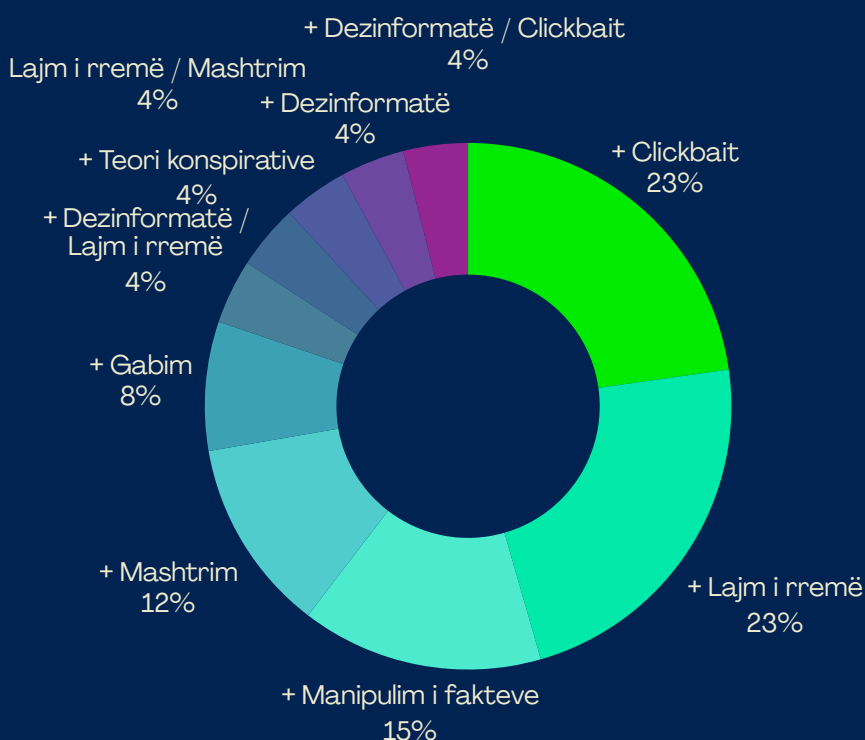


Kategoritë vlerësuese të çrregullimit informativ

1.1.

KATEGORITË KRYESORE

Këtu janë renditur kategoritë kryesore sipas kategorive vlerësuese



Gjatë muajit shkurt, kategoritë dominuese të përmbajtjeve keqinformuese ishin clickbait dhe lajm i rremë, të cilat përbënin nga 23% secila e rasteve të evidentuara. Pas tyre renditej manipulimi i fakteve me 15% dhe mashtrimi me 12%. Një pjesë më e vogël e rasteve u klasifikuan si Gabim (8%), ndërsa kategori të tjera si dezinformata / lajm i rremë, teori konspirative, lajm i rremë / mashtrim, dezinformata dhe dezinformata / clickbait përbënin nga 4% secila. Kjo shpërndarje tregon se gjatë kësaj periudhe kanë dominuar përmbajtjet clickbait, të publikuara kryesisht në media, si dhe lajmet e rreme, të cilat janë shpërndarë në masë më të madhe në media sociale.

Krahasuar me muajin janar, vërehet një ndryshim në strukturën e kategorive dominuese. Në janar, peshën kryesore e kishin lajmet e rreme (26%) dhe dezinformatat (23%), ndërsa clickbait dhe mashtrimi përbënin nga 13% secila. Po ashtu, në janar kishte një shpërndarje më të fragmentuar të kategorive të kombinuara, si lajm i rremë / manipulim i fakteve, lajm i rremë / mashtrim, dezinformata / clickbait dhe manipulim i fakteve / dezinformata (nga 3% secila), si dhe 5% përmbajtje e paverifikuara. Ndërkohë, në shkurt u vu re një rritje e theksuar e përmbajtjeve clickbait (23%) dhe një përqindje e njëjtë e Lajmeve të rreme (23%), ndërsa dezinformatat si kategori e veçantë nuk patën të njëjtin dominim si në janar. Kjo tregon një zhvendosje nga dezinformimi i drejtpërdrejtë drejt formave më sensacionaliste dhe manipuluese të përmbajtjes gjatë muajit shkurt.



Nga 23% e artikujve keqinformues të trajtuar kanë marrë vlerësimin “clickbait” dhe “lajm i rremë”.

1.1.1.

Analizë e llojeve të vlerësimeve

01. Clickbait

Artikujt clickbait gjatë muajit shkurt u publikuan kryesisht në media online, por edhe në media sociale, me dominim të qartë të fushës së politikës. Nga gjashtë rastet e evidentuara, katër i përkisnin politikës (të shpërndara si në media ashtu edhe në media sociale), një ishte në fushën e energjetikës dhe një në sport. Sa i përket temave, ato u fokusuan në çështje me interes të lartë publik dhe ndjeshmëri sociale, si çmimi i rrymës, posti i presidentit, kabineti i Qeverisë dhe shtesat për fëmijë. Në sport, përmbajtja lidhej me Kampionatin Evropian të karatesë, ndërsa në planin politik u trajtua edhe tema e anëtarësimit në NATO. Kjo tregon se përmbajtjet clickbait janë ndërtuar kryesisht mbi tema aktuale dhe të debatueshme, me potencial të lartë për të tërhequr vëmendje dhe për të nxitur reagime emocionale.

02. Lajm i rremë

Sa i përket lajmeve të rreme, ato u publikuan kryesisht në media sociale, ndërsa një rast u identifikua në një medium të dyshimtë online. Fushat dominuese ishin politika dhe drejtësia, me një rast në fushën e sigurisë. Tema më e shpeshtë ishte posti i presidentit, ku u shpërndanë pretendime të pavërteta, përfshirë lajmin se Vjosa Osmani ishte rizgjedhur presidente, si dhe deklarata të sajara që i atribuoheshin Lutfi Haziri lidhur me qëndrimet e LDK-së për postin e presidentit. Në fushën e sigurisë u përhap një imazh i dyshimtë që pretendonte se Shtetet e Bashkuara do t'i dhuronin Kosovës avionë luftarakë F-16 pas anëtarësimit eventual në NATO, por që rezultoi i gjeneruar me inteligjencë artificiale. Ndërkaq, në fushën e drejtësisë u shpërndanë pretendime të pavërteta lidhur me procesin gjyqësor në Hagë, përfshirë deklarata të sajara që i atribuoheshin avokatit Luka Mišetić dhe ish-presidentit Hashim Thaçi.

03. Manipulim i fakteve

Sa i përket rasteve të manipulimit të fakteve, ato u shpërndanë kryesisht në media sociale, ndërsa një rast u publikua në media tradicionale. Fushat më të premtuara ishin politika, shëndetësia dhe siguria. Temat kryesore përfshinin postin e presidentit, armatosjen e Forca e Sigurisë së Kosovës, dhe pagesat për përcjellësit në institucione shëndetësore. Konkretisht, në shëndetësi u raportua se QKUK ka vendosur pagesën prej 3 euro për përcjellësit e pacientëve mbi 15-vjeç, por disa media e prezantuan këtë vendim si të përgjithshëm, duke lënë përshtypjen se tarifa vlen për të gjithë. Në politikë, postime në Facebook pretendonin se deputeti Besian Mustafa kishte deklaruar që partia e tij nuk do të merrte pjesë në seancën për zgjedhjen e presidentit, ndërkohë që video të publikuara në TikTok për kryeministrin Albin Kurti paraqisnin investime tejet të ekzagjeruara në armatim. Po ashtu, një imazh i publikuar në Facebook pretendonte mbështetje të ish-deputetit Lumir Abdixhiku për Vjosa Osmani pa specifikuar se kjo lidhej me iniciativën e Bordit të Paqes, duke manipuluar kontekstin e deklaratës së tij.

04. Mashtrim

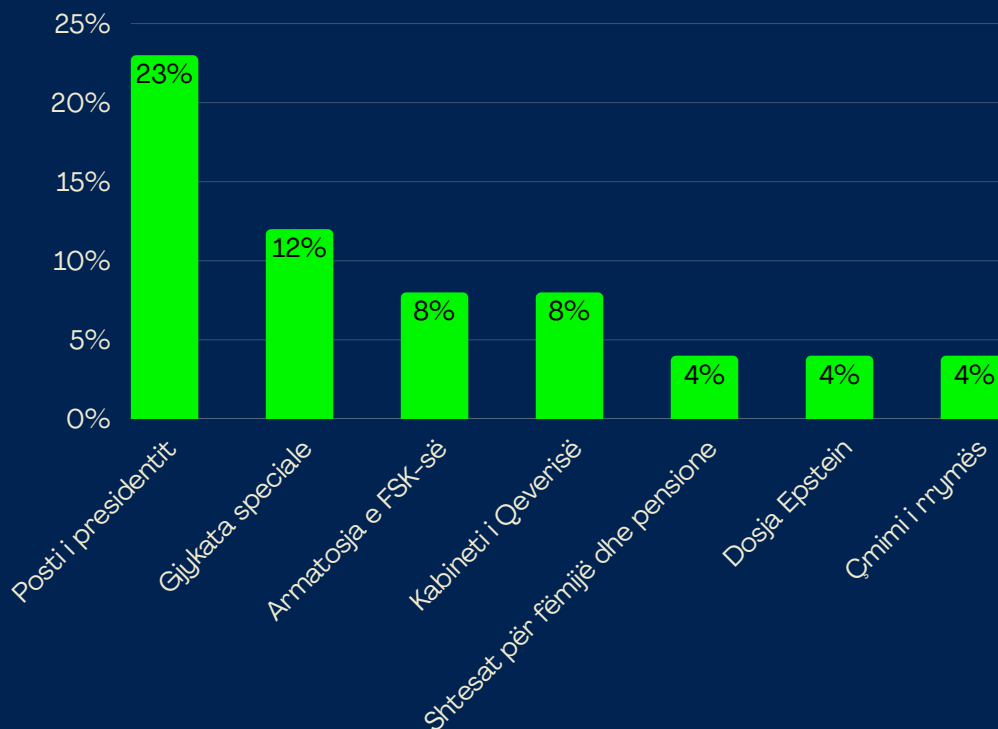
Rastet e mashtrimeve gjatë muajit shkurt u shpërndanë në fushat e sigurisë kibernetike, drejtësisë dhe politikës, me publikues kryesisht në media sociale dhe përmes SMS-ve. Në fushën e sigurisë kibernetike u identifikuan mesazhe mashtruese që pretendonin të vinin nga Posta e Kosovës, duke synuar të mashtrojnë qytetarët. Në drejtësi, u shpërndanë pretendime të rreme lidhur me proceset e Gjykata Speciale. Ndërkohë, në politikë u publikua një imazh i manipuluar i deputetes së LDK-së, Janina Ymeri, ku i ishte ndryshuar pjesa e veshjes dhe i ishte montuar një bluzë me mesazh të rremë. Po ashtu, u shpërndanë imazhe të sajuara me inteligjencë artificiale që pretendonin takime të deputetit Shaip Kamberi me Donald Trump.

1.2.

Temat e përdorura për krijimin dhe shpërndarjen e përmbajtjeve keqinformuese

KATEGORITË KRYESORE

Këtu janë renditur kategoritë kryesore sipas temave



Gjatë muajit shkurt, temat që dominuan përmbajtjet keqinformuese lidhen kryesisht me postin e presidentit, i cili përbënte 23% të rasteve, duke reflektuar interesin e lartë publik dhe debatet politike rreth këtij çështjeje. Pas tij, më të përhapurat ishin çështjet e Gjykatës Speciale (12%), armatimi i Forca e Sigurisë së Kosovës (8%) dhe Kabineti i Qeverisë (8%). Tema të tjera më të vogla, por gjithsesi të evidentuara, përfshijnë shtesat për fëmijë dhe pensione, Dosjen Epstein dhe çmimin e rrymës, secila duke përbërë nga 4% e rasteve. Kjo shpërndarje tregon se përmbajtjet keqinformuese janë fokusuar kryesisht në politika dhe çështje institucionale, por nuk kanë lënë jashtë edhe temat sociale dhe ekonomike me interes publik.

Krahasuar me muajin janar, vërehet se gjatë shkurtit fokusi i përmbajtjeve keqinformuese është ngushtuar kryesisht rreth çështjeve të postit të presidentit, i cili ka rritur peshën e tij në 23% krahasuar me 21% në janar. Ndërkohë, temat që dominuan në janar si Zgjedhjet e 28 dhjetorit (10%), SMS-të mashtruese (8%), Dialogu strategjik SHBA-Kosovë (3%) dhe Takimi Osmani-Trump (3%) kanë humbur pjesën më të madhe të prezencës, ndërsa në shkurt ato janë zëvendësuar nga fokusimi në çështje si Gjykata Speciale, Armatosja e FSK-së dhe Kabineti i Qeverisë. Kjo tregon një zhvendosje nga temat më të përgjithshme dhe diversifikuara të janarit drejt çështjeve institucionale dhe politike me interes të lartë publik gjatë muajit shkurt.

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

Gjatë muajit shkurt, posti i presidentit ishte një nga temat më të shpërndara të keqinformimit, me publikues kryesisht në media sociale, por edhe në media tradicionale dhe media të dyshimta. Përmbajtjet kryesore përfshinin pretendime të pavërteta ose të paplota që lidhen me zgjedhjen e presidentit të Kosovës, duke manipuluar informacionin dhe duke krijuar perceptime të gabuara te publiku. Mes rasteve më të shpeshta ishin: pretendimi i “lajminews.info” se Vjosa Osmani ishte rizgjedhur presidente, paraqitja e një burimi anonim nga FAZ si deklaratë direkte e Osmanit, si dhe sondazhe jokredibile për mbështetjen popullore të saj. Po ashtu, u shpërndanë deklaratatë të paplota ose të deformuara të deputetëve të LDK-së, si Besian Mustafa dhe Lutfi Haziri, ku pretendimet e publikuara në Facebook dhe media sociale linin të kuptohej se LDK-ja kishte pretendime për postin e presidentit. Në një rast tjetër, një imazh i publikuar për Lumir Abdixhiku paraqiste mbështetje ndaj Osmanit pa specifikuar se kjo lidhej me iniciativën e Bordit të Paqes, duke krijuar përshtypje të gabuara për qëndrimet politike reale. K

02. Gjykata speciale

Gjatë muajit shkurt, temat që lidhen me Gjykatën Speciale u shpërndanë kryesisht në media sociale, duke përfshirë raste të kategorive Mashtrim dhe Lajm i rremë. Rastet përfshinin manipulime vizuale dhe deklaratatë të sajura. Një rast përfshinte fotografinë e deputetes Janina Ymeri, ku i ishte ndryshuar pjesa e veshjes dhe i ishte montuar një mesazh, siç konfirmoi edhe analiza digjitale. Po ashtu, u shpërndanë pretendime të pakonfirmuara lidhur me ish-presidentin Hashim Thaçi, duke sugjeruar se ai kishte bërë deklaratatë të caktuara në gjykatë, që nuk u vërtetuan nga burimet zyrtare. Një tjetër rast përfshinte një deklaratë të sajuar të Thaçit për procesin në Hagë, e publikuar në Facebook, pa asnjë mbështetje nga dokumente ose raportime kredibile. Këto përmbajtje tregojnë përdorimin e mashtrimeve dhe lajmeve të rreme për të deformuar informacionin mbi procesin gjyqësor dhe për të manipuluar opinionin publik mbi rastet e Gjykatës Speciale.

03. Armatosja e FSK-së

Gjatë muajit shkurt, në media sociale janë përhapur keqinformata rreth armatosjes së Forcës së Sigurisë së Kosovës (FSK). Këto përmbajtje janë kryesisht të klasifikuara si lajm i rremë dhe manipulim i fakteve. Një nga pretendimet e shpërndara është se Shtetet e Bashkuara të Amerikës i kanë premtuar Kosovës dhjetë avionë F-16 pas anëtarësimit në NATO, për të cilin është përdorur një imazh që analizat tregojnë se mund të jetë gjeneruar nga inteligjenca artificiale dhe nuk është i besueshëm. Një tjetër publikim, në formë videoje në TikTok, paraqet kryeministrin Albin Kurti pranë automjeteve ushtarake dhe aktiviteteve të FSK-së, duke pretenduar se gjatë qeverisjes “Kurti 2” janë investuar 1 miliard euro në armatim, duke shënuar një rritje prej 400% krahasuar me qeveritë e mëparshme, një pretendim gjithashtu tërësisht i pasaktë. Këto raste tregojnë përdorimin e vizualizimeve dhe mbishkrimeve të manipuluar për të krijuar një perceptim të rremë rreth investimeve dhe përforcimit të kapaciteteve ushtarake të Kosovës.

04. Kabineti i Qeverisë

Gjatë muajit të fundit, në media dhe media sociale janë përhapur keqinformata rreth kabinetit të qeverisë “Kurti 3”, të klasifikuara kryesisht si gabim dhe clickbait. Disa raportime kanë pasur informacione të pasakta për numrin e ministrive dhe për ndarjet gjinore në kabinet, duke krijuar një perceptim të gabuar tek publiku. Për më tepër, disa artikuj kanë sugjeruar se kryeministri Albin Kurti ka dhënë emra specifike për kabinetin e ri, ndërkohë që në fakt nuk ka përmendur asnjë emër të tillë. Këto raste ilustrojnë si informacioni i papërpunuar dhe titujt provokues mund të përdoren për të tërhequr klikime, por duke shpërndarë të dhëna të pasakta mbi strukturën e qeverisë.

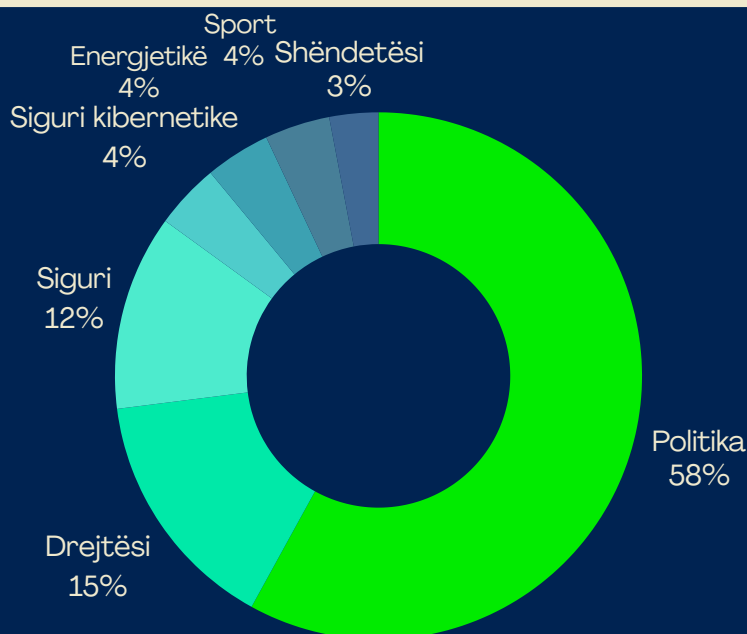
1.3.

Llojet e fushave

Në shkurt, politika qëndroi si tema kryesore e keqinformimit, duke përbërë 58% të të gjitha rasteve të analizuara. Kjo rritje lidhej kryesisht me zhvillimet politike si posti i presidentit, të cilat dominuan peizazhin e dezinformatave gjatë kësaj periudhe.

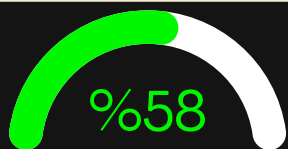
FUSHAT KRYESORE

Këtu janë renditur 6-të fushat kryesore



Gjatë periudhës së monitorimit, temat që kanë qenë më të prekura nga keqinformimi tregojnë një fokus të madh tek çështjet politike, të cilat përbëjnë 58% të përmbajtjeve të identifikuara si të pasakta ose manipuluese. Pas tyre renditen temat e drejtësisë me 15%, dhe sigurisë me 12%, duke reflektuar interesin e lartë publik për qeverisjen, ligjin dhe rendin. Përmbajtje më të vogla, por gjithsesi të konsiderueshme, janë shfaqur edhe në fushat e sigurisë kibernetike, sportit, energjetikës dhe shëndetësisë, secila duke përbërë rreth 4% të totalit. Kjo tregon se, përveç politikës dhe drejtësisë, edhe sektorë të tjerë me ndikim në jetën publike nuk kanë mbetur pa u prekur nga përhapja e informacionit të pasaktë.

Në krahasim me muajin janar, shkalla dhe shpërndarja e keqinformimit për temat ndryshojnë dukshëm. Në janar, temat politike dominonin me 62%, pak më shumë se në shkurt (58%), duke treguar një lehtësim të vogël të përqendrimit mbi politikën. Temat sociale që përbënin 10% në janar nuk shfaqen si kategori e veçantë në shkurt, ndërsa temat e drejtësisë dhe sigurisë rritën përqindjen në shkurt (15% dhe 12%), duke treguar një fokus më të madh tek institucionet dhe rendi. Ndërkohë, fushat si siguria kibernetike, sporti, energjetika dhe shëndetësia, secila me 4% në shkurt, kanë ndryshime të vogla krahasuar me përqindjet e janarit, ku siguria kibernetike ishte 8% dhe temat e tjera individuale ishin 3–5%.



58% e përmbajtjeve keqinformuese të trajtuara janë nga fusha e politikës.

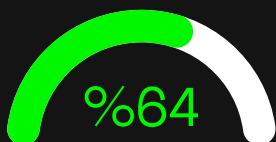
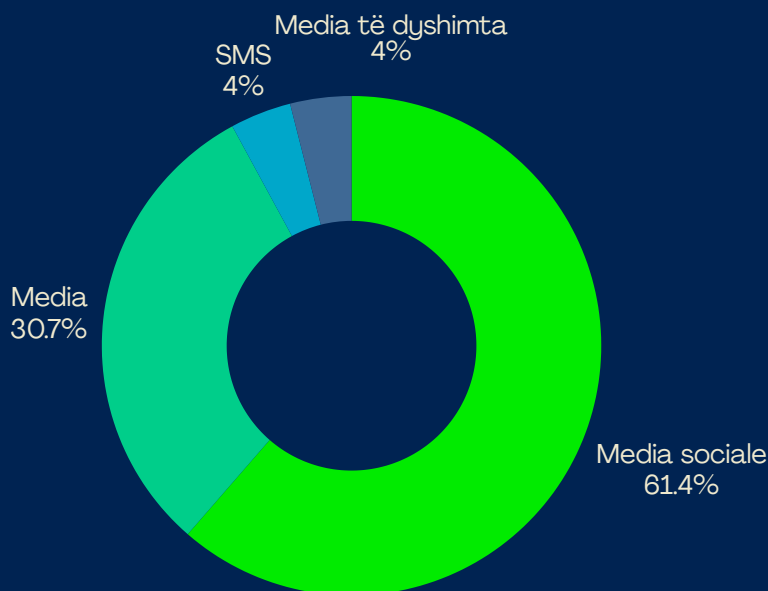
Llojet e publikuesve

1.4.

Gjatë muajit shkurt, përmbajtjet keqinformuese janë publikuar kryesisht në media sociale, të cilat përbëjnë 62% të rasteve të identifikuara, duke konfirmuar rolin dominues të këtyre platformave në shpërndarjen e informacionit të pasaktë. Pas tyre renditen mediat tradicionale me 31%, çka tregon se një pjesë e konsiderueshme e keqinformimit buron ose amplifikohet edhe nga portale dhe platforma informative. Një përqindje më e vogël është evidentuar përmes SMS-ve (4%) dhe në media të dyshimta (4%), të cilat, megjithëse me shtrirje më të kufizuar, vazhdojnë të jenë kanale të përdorura për shpërndarjen e përmbajtjeve të pasakta. Këto të dhëna tregojnë se rrjetet sociale mbeten hapësira kryesore e përhapjes së keqinformimit, por jo e vetmja.

Në krahasim me muajin janar, ku 64% e përmbajtjeve keqinformuese u publikuan në media sociale, shkurtin e këtij viti kjo përqindje ka rënë lehtë në 62%, duke treguar një zvogëlim të vogël të dominimit të rrjeteve sociale si kanal i shpërndarjes së keqinformimit. Pjesa e mediave tradicionale është rritur nga 26% në 31%, duke reflektuar një rol më të madh të tyre në amplifikimin ose prodhimin e përmbajtjeve të pasakta. Ndërkohë, përhapja përmes SMS-ve ka rënë nga 8% në 4%, ndërsa përdorimi i domain-eve të dyshimta/media të dyshimta është pak a shumë konstante (3–4%).

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

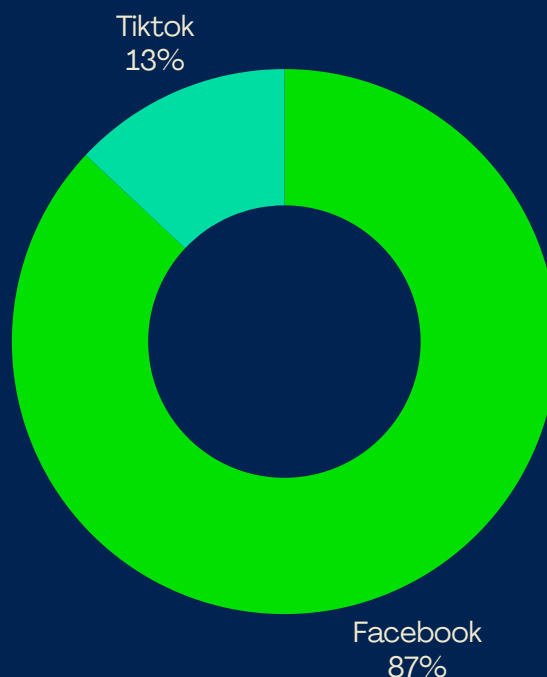
1.5.

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).

Në kuadër të medias sociale, Facebook ka dominuar shpërndarjen e përmbajtjeve keqinformuese gjatë muajit shkurt, duke përbërë 88% të rasteve, ndërsa TikTok ka pasur një rol më të kufizuar me 13%. Kjo tregon se, megjithëse platforma të reja si TikTok po përdoren gjithnjë e më shumë për shpërndarjen e informacionit, rrjeti social më tradicional mbetet kanali kryesor për përhapjen e lajmeve të rreme dhe manipulimeve vizuale, duke influencuar në mënyrë të konsiderueshme perceptimin e publikut.

Në krahasim me muajin janar, ku Facebook përbënte 64% dhe TikTok 36% të përmbajtjeve keqinformuese në media sociale, gjatë shkurtit dominimi i Facebook-ut është rritur ndjeshëm në 88%, ndërsa pjesa e TikTok-ut ka rënë në 13%. Kjo tregon një rikthim të përqendrimit të keqinformimit tek rrjetet më tradicionale sociale, ndërsa platforma më të reja dhe më vizuale si TikTok kanë pasur një ndikim më të kufizuar gjatë këtij muaji.

PËRQINDJA E PUBLIKIMEVE NË
MEDIAT SOCIALE

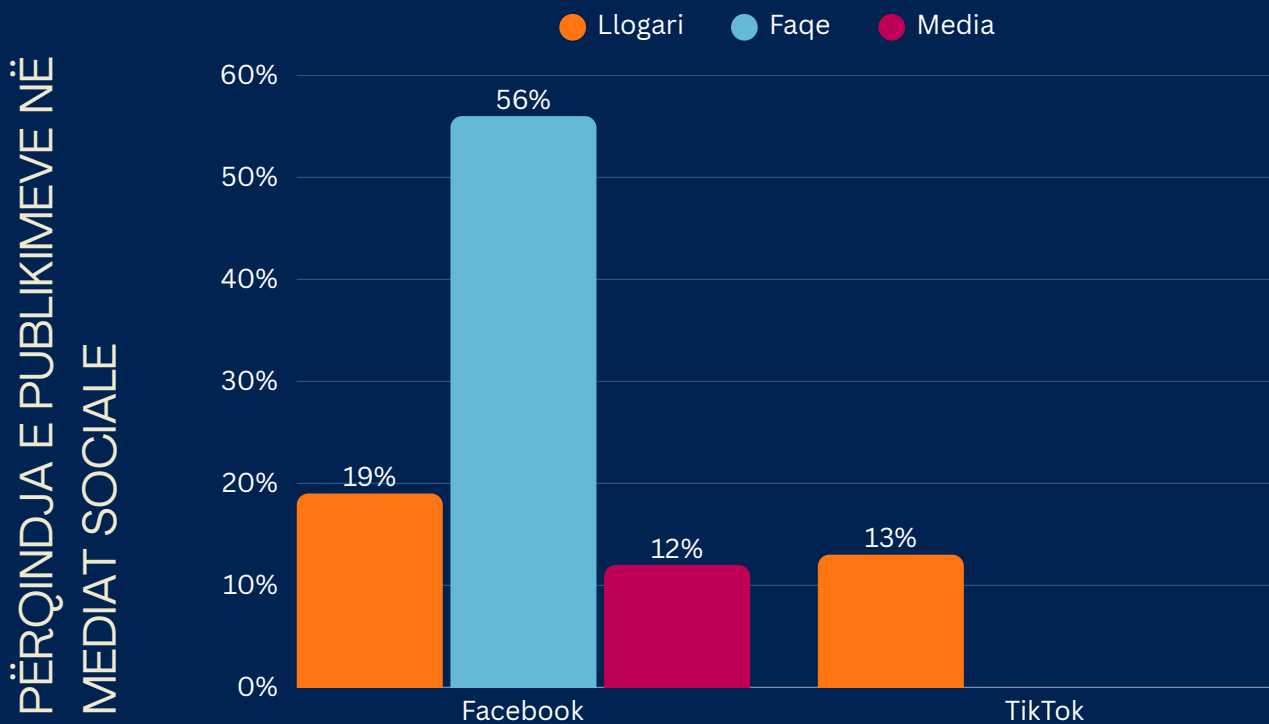


Llojet e publikuesve në mediat sociale

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 shkurt, shpërndarja e përmbajtjeve keqinformuese në Facebook dhe TikTok tregon një dallim të qartë në llojet e publikuesve. Në Facebook, shumica e përmbajtjeve janë publikuar nga faqe (56%), ndërsa llogaritë individuale kontribuuan me 19%, dhe mediat me 13%. Ndërkohë, në TikTok, të gjitha përmbajtjet e identifikuara janë publikuar nga llogari individuale (13%), dhe nuk është evidentuar pjesëmarrje e faqeve apo mediave. Kjo tregon se në Facebook, keqinformimi shpesh amplifikohet nga faqet dhe mediat me audiencë më të gjerë, ndërsa në TikTok dominon veprimtaria individuale e përdoruesve.



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 shkurt, në Facebook janë përhapur kryesisht përmbajtje keqinformuese të kategorive lajm i rremë, dezinformatë, mashtrim, clickbait, manipulim i fakteve dhe teori konspirative, duke u fokusuar kryesisht tek temat politike dhe drejtësore. Përmbajtjet përfshinin pretendime të pabazuara si ndryshimi i deklaratës së Kurtit për zgjedhjet, mungesa e seancës për postin e presidentit, premtimi i rremë i SHBA-së për dhjetë avionë F-16, pretendimet e pabazuara për përfshirjen e Nënë Terezës në çështjen Epstein, imazhet e gjeneruara nga inteligjenca artificiale për takimet Kamberi-Trump dhe Osmani-Musk, deklarata selektive për qëndrimin e LDK-së dhe Besian Mustafës në zgjedhjen e presidentit, si dhe manipulime me fotografi dhe deklarata të deputetes Janina Ymeri, Thaçit, Rozeta Hajdarit dhe Lutfi Hazirit lidhur me Gjykatën Speciale dhe rezervat shtetërore.

02. Tiktok

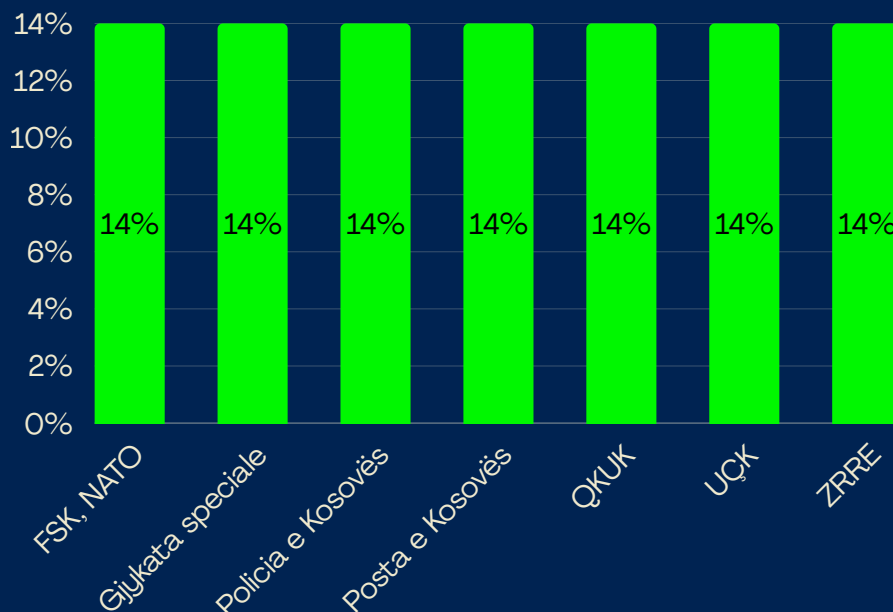
Gjatë muajit shkurt, në TikTok janë identifikuar përmbajtje keqinformuese kryesisht në temat armatimi i FSK-së dhe kabineti i qeverisë, me kategoritë kryesore të keqinformimit të cilat përfshijnë manipulim i fakteve dhe clickbait. Një nga rastet më të shpeshta ishte një video që paraqet kryeministrin Albin Kurti pranë automjeteve ushtarake dhe aktiviteteve të Forcës së Sigurisë së Kosovës, ku mbishkrimi pretendonte në mënyrë të pasaktë se gjatë qeverisjes “Kurti 2” ishin investuar 1 miliard euro në armatim, duke shënuar një rritje prej 400% krahasuar me qeveritë e kaluara. Gjithashtu, janë shpërndarë pretendime të rreme se Kurti ka përmendur emra specifikë për kabinetin e ri qeveritar, duke përdorur tituj clickbait për të tërhequr vëmendje.

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

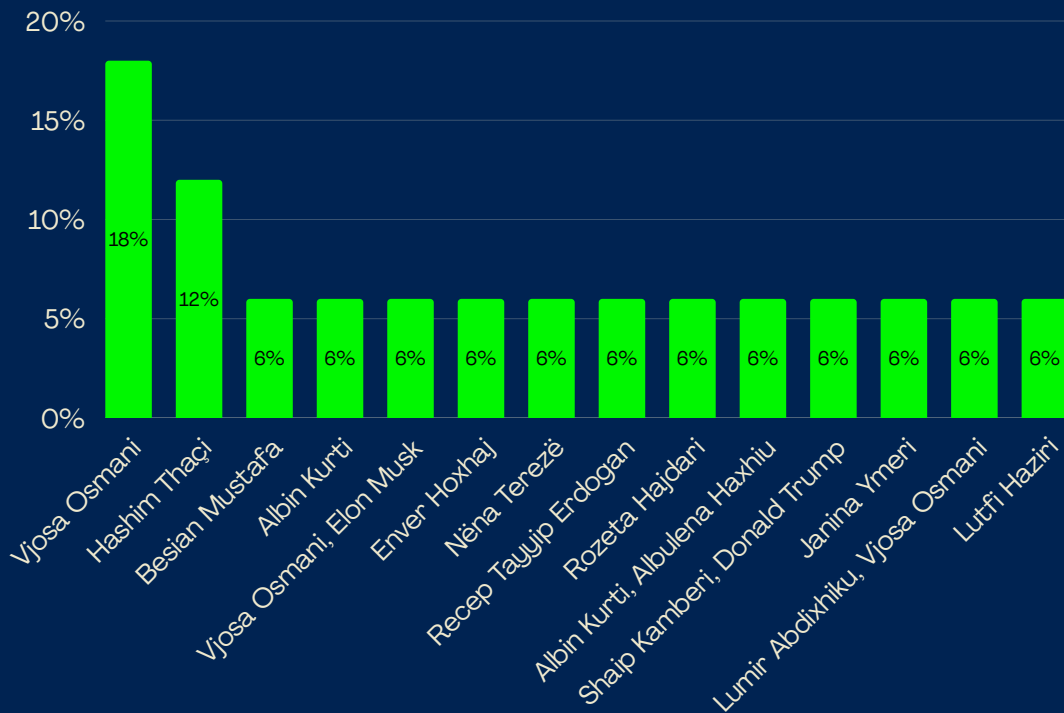


Gjatë muajit shkurt, në 7 përmbajtje keqinformuese u përmendën drejtpërdrejt institucionet, me qëllim krijimin e perceptimeve të rreme rreth funksionimit dhe vendimmarrjes së tyre, duke amplifikuar konfuzionin dhe mosbesimin tek publiku.

Gjatë muajit shkurt, keqinformimi ka përfshirë drejtpërdrejt disa institucione kryesore, duke i lidhur ato me pretendime të pasakta ose manipulime. Për shembull, një imazh në Facebook me mbishkrimin “KOSOVA NË NATO” u paraqit si lajm i madh, duke sugjeruar se anëtarësimi i Kosovës ishte një fakt i kryer. Megjithatë, nga përmbajtja e videos u vërtetua se deputeti i zgjedhur Enver Hoxhaj kishte folur vetëm për mundësitë që vendi të anëtarësohej në NATO në disa vite të ardhshme, bazuar në rrethanat politike aktuale. Po ashtu, disa faqe publikuan imazhe të ish-presidentit Hashim Thaçi me pretendime të rreme që nuk ishin deklaruar kurrë nga ai në media ose burime të besueshme, duke krijuar perceptime të pasakta mbi veprimtarinë e Gjykatës Speciale.

Keqinformimi ka përfshirë edhe institucione të tjera, si Policia e Kosovës për aksione policore, Posta e Kosovës për SMS mashtrues, QKUK lidhur me pagesat për percjellës, dhe ZRRE për çmimin e energjisë elektrike. Një rast i veçantë lidhej me UÇK-në, ku disa llogari në Facebook publikuan një imazh nga seanca gjyqësore në Hagë që pretendonte se Hashim Thaçi “nuk ishte në UÇK dhe punonte për Shërbimin Sekret francez”, një pretendim i pa verifikuar dhe i pavërtetuar nga burime zyrtare ose mediatike kredibile.

RENDITJA E PERSONAVE MË TË PËRFOLUR SIPAS PËRQINDJES



Gjatë muajit shkurt, në 17 përmbajtje keqinformuese u përmendën drejtpërdrejt personalitete të ndryshme publike, kryesisht figura politike, duke u atribuar atyre deklarata, qëndrime ose veprime të pavërteta dhe të shtrembëruara, me qëllim krijimin e perceptimeve të rreme dhe ndikuar në opinionin publik.

Gjatë muajit shkurt, Presidentja e Kosovës, Vjosa Osmani, ka qenë figura më e përfolur në përmbajtjet keqinformuese, e përfshirë në tre raste që lidhen me postin e presidentit. Shpërndarja e informacionit të pasaktë përfshinte pretendime të ndryshme, përfshirë tituj që paraqisnin deklarata të Osmanit nga burime anonime, si për shembull një pretendim i FAZ dhe raportime nga lajminews.info se Osmani ishte rizgjedhur presidente, të cilat nuk ishin të sakta. Po ashtu, u përhapën pretendime se Osmani po kërcënonte politikën në Kosovë përmes “telasheve me SHBA-në” nëse nuk rizgjedhej, një informacion që disa media në gjuhën shqipe e raportuan si deklaratë të drejtpërdrejtë të Osmanit, pa sqaruar burimin. Përveç këtyre, janë shpërndarë imazhe të gjeneruara me inteligjencë artificiale, që pretendonin se Osmani ishte takuar me Elon Musk, si dhe një imazh me Lumir Abdixhikun, me pretendimin se ai e kishte mbështetur Osmanin për postin e presidentit. Këto raste tregojnë përdorimin e titujve, imazheve dhe pretendimeve jokredibile për të krijuar perceptime të rreme dhe ngatërruese rreth qëndrimeve dhe veprimeve të presidentes.

Figura e dytë më e përfolur gjatë muajit shkurt është Hashim Thaçi, ish-presidenti i Kosovës, i cili u përfshi në përmbajtje keqinformuese kryesisht përmes pretendimeve të pabazuara mbi veprimtarinë e tij në Gjykatën e Hagës dhe rolin e tij në UÇK. Disa llogari në Facebook publikuan imazhe nga seanca gjyqësore ku shfaqej avokati Lluka Mishetiç, me mbishkrime që pretendonin se Thaçi “nuk ishte në UÇK dhe punonte për Shërbimin Sekret francez”, duke lënë të nënkuptohej se këto pretendime ishin

deklaruar në gjykatë. Në raste të tjera, disa faqe publikuan imazhe me mbishkrime që paraqisnin deklaratat të sajara të Thaçit për procesin në Hagë. Pas verifikimit në burime zyrtare dhe raportime mediatike kredibile, hibrid.info nuk gjeti asnjë dëshmi që këto deklaratat të ishin bërë nga mbrojtja, prokuroria apo palët e tjera në proces, duke konfirmuar se të gjitha këto pretendime janë të pasakta dhe të manipuluar.

Gjatë muajit shkurt, përveç Vjosa Osmanit dhe Hashim Thaçit, janë përfolur edhe figura të tjera publike, secila në një ose dy përmbajtje keqinformuese. Këto përfshijnë: Besian Mustafën, Albin Kurtin, Enver Hoxhajn, Nëna Terezë, Recep Tayyip Erdogan, Rozeta Hajdarin, Albulena Haxhiun së bashku me Albin Kurtin, Shaip Kamberin dhe Donald Trump, Janina Ymerin, dhe Lutfi Hazirin. Për secilën prej tyre, përmbajtjet kanë shpërndarë deklaratat të pavërteta, manipulime vizuale ose pretendime të pabazuara, duke synuar krijimin e perceptimeve të pasakta për qëndrimet ose veprimet e tyre. Kjo tregon se keqinformimi gjatë shkurtit nuk është fokusuar vetëm tek disa figura kyçe, por ka prekur një spektër më të gjerë të personaliteteve politike dhe publike.

2.

Publikimet në gjuhën serbe dhe të tjera

Gjatë muajit shkurt, nga 32 përmbajtje keqinformuese në total, 5 prej tyre janë në gjuhën serbe, duke treguar se një pjesë e shpërndarjes së keqinformimit ka qenë e fokusuar tek audienca serbe dhe çështjet ndërkombëtare midis Kosovës dhe Serbisë. Kjo tregon se narrativat rajonale dhe konflikti historik janë përdorur si mjet për të amplifikuar perceptime të pasakta dhe për të ushqyer tensione, duke e bërë verifikimin e informacionit një proces të domosdoshëm për publikun.

Kategoritë kryesore të keqinformimit gjatë shkurtit kanë qenë përmbajtja e pavërtetuar, teori konspirative dhe mashtrimi. Këto kategori janë përdorur për të krijuar pretendime të pa verifikuara dhe për të manipuluar perceptimin publik, duke shfrytëzuar ngjarje të ndjeshme ose teme me interes të lartë, si siguria dhe politika. Përmbajtjet shpesh prezantoheshin me tituj sensationale ose me fotografi të manipuluar, për të rritur ndikimin dhe për të tërhequr vëmendje.

Temat që kanë dominuar lidhen kryesisht me sigurinë dhe politikën, duke përfshirë Kufirin Kosovë-Serbi, vendbanimet me shumicë serbe, rastin e “Shtëpisë së verdhë” dhe propagandën serbe ndaj Kosovës. Përmbajtjet specifike përfshinin pretendime të pabazuara për sulme të shqiptarëve ndaj Policisë së Serbisë, përdhosje të varrezave në fshatin Skullan, pretendime pa fakte për shitjen e organeve nga viktimat e “Shtëpisë së verdhë” dhe sulme nga “shqiptarë të maskuar”, si dhe manipulime vizuale, si fotografia e aktorit Keanu Reeves me mbishkrimin “S’ka dorëzim”.

Shpërndarja e këtyre përmbajtjeve ka qenë kryesisht përmes mediave tradicionale, me një pjesë të konsiderueshme edhe në media sociale, duke treguar përdorimin e kanaleve të ndryshme për të arritur audiencë më të gjerë. Kjo kombinim i mediave ka amplifikuar perceptimet e pasakta, duke treguar se temat e sigurisë dhe politikës mbeten më të prekshmet nga keqinformimi dhe se publiku duhet të jetë veçanërisht i kujdesshëm ndaj burimeve dhe pretendimeve të pa verifikuara.

3. Narrativat ruso-serbe

Gjatë muajit shkurt, dy narrativa kryesore keqinformuese kanë qarkulluar mbi zhvillimet në Kosovë dhe rajon.

E para lidhej me komentet e Maria Zakharovës, zëdhënëse e Ministrisë së Punëve të Jashtme të Rusisë, pas zgjedhjeve parlamentare të 28 dhjetorit 2025. Në një brifing më 4 shkurt 2026 në Moskë, Zakharova i paraqiti zgjedhjet dhe politikat pasuese në Kosovë si pjesë të një procesi jodemokratik dhe si një formë represioni ndaj komunitetit serb, duke ndërtuar kështu një narrativë kritike dhe të ashpër ndaj institucioneve të vendit. Kjo narrativë u shpërnda në media dhe u riprodhua në forma të ndryshme, duke ushqyer perceptime të rreme për situatën politike dhe tensionet etnike në Kosovë.

Narrativa e dytë u fokusua tek takimi i zyrtarëve të Kosovës, Shqipërisë dhe Kroacisë për bashkëpunim në fushën e mbrojtjes dhe sigurisë, i cili u paraqit në Serbi si një kërcënim për shtetin dhe popullin serb. Pretendime të pabaza u ripërsëritën nga zyrtarë të lartë serbë, përfshirë Petar Petković, Milovan Drecun, Demo Berisha dhe presidentin Aleksandar Vučić. Kjo narrativë shërbeu për të riaktivizuar frikën dhe dyshimet mbi aleancën Kosovë-Shqipëri-Kroaci, duke përdorur shpërndarjen e informacionit të manipuluar për të ndikuar opinionin publik dhe për të përforcuar tensionet rajonale.

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 28 shkurt 2026, në të cilën janë trajtuar 32 përmbajtje keqinformuese.

Përfundime

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

Gjatë muajit shkurt 2026, nga procesi i monitorimit u evidentuan gjithsej 32 raste përmbajtjesh keqinformuese, prej të cilave 26 raste (81%) ishin në gjuhën shqipe. Kategoritë kryesore të keqinformimit ishin clickbait dhe lajm i rremë (23% secila), të ndjekura nga manipulim i fakteve (15%) dhe mashtrimi (12%), ndërsa kategori të tjera si gabim, dezinformatë, teori konspirative dhe kombinime të ndryshme përbënin pjesë më të vogël të rasteve. Kjo shpërndarje tregon se përmbajtjet sensacionale dhe të pabazuara kanë qenë dominuese, kryesisht të publikuara në media dhe media sociale, me qëllim të tërheqjes së vëmendjes dhe manipulimit të perceptimit publik.

Temat më të përhapura ishin kryesisht politike dhe institucionale, me postin e presidentit në krye (23% e rasteve), ndjekur nga Gjykata Speciale (12%), armatosja e FSK-së (8%) dhe Kabineti i Qeverisë (8%). Tema të tjera përfshinin shtesat për fëmijë dhe pensione, Dosjen Epstein dhe çmimin e rrymës, secila me 4% të rasteve. Në përgjithësi, temat politike përbënin 58% të rasteve, temat e drejtësisë 15% dhe siguria 12%, ndërsa përmbajtje më të vogla ishin evidentuar edhe në sigurinë kibernetike, sport, energjetikë dhe shëndetësi (rreth 4% secila). Kjo tregon se përveç çështjeve politike dhe ligjore, edhe sektorë të tjerë me ndikim publik nuk kanë mbetur pa u prekur nga keqinformimi.

Shpërndarja e përmbajtjeve ka ndodhur kryesisht në media sociale (62%), pasuar nga mediat tradicionale (31%), ndërsa SMS-të dhe mediat e dyshimta përbënin nga 4% secila. Brenda medias sociale, Facebook ka dominuar me 88% të rasteve, ndërsa TikTok ka pasur një rol më të kufizuar me 13%. Në këtë kontekst, Presidentja Vjosa Osmani ishte figura më e përfolur, me pretendime të pabazuara mbi postin e presidentit, kërcënime të supozuara, si dhe imazhe të gjeneruara me inteligjencë artificiale me Elon Musk dhe Lumir Abdixhikun. Hashim Thaçi ishte figura e dytë më e përfolur, me pretendime të rreme mbi veprimtarinë e tij në Gjykatën e Hagës dhe rolin në UÇK.

Gjatë muajit shkurt, nga 32 përmbajtje keqinformuese, 5 prej tyre ishin në gjuhën serbe, duke treguar se një pjesë e shpërndarjes së informacionit të pavërtetë ka qenë e fokusuar tek audienca serbe dhe çështjet ndërkombëtare midis Kosovës dhe Serbisë. Kategoritë kryesore të keqinformimit kanë qenë përmbajtja e pavërtetuar, teori konspirative dhe mashtrimi, të cilat u përdorën për të krijuar pretendime të pa verifikuara dhe për të manipuluar perceptimin publik, shpesh duke shfrytëzuar ngjarje të ndjeshme dhe tema me interes të lartë, si siguria dhe politika, me tituj sensacionalë ose fotografi të manipuluar. Temat më të përhapura lidhen me Kufirin Kosovë-Serbi, vendbanimet me shumicë serbe, “Shtëpinë e verdhë” dhe propagandën serbe ndaj Kosovës, duke përfshirë pretendime të pabazuara për sulme ndaj Policisë së Serbisë, përdhosje të varrezave në fshatin Skullan, shitje të organeve dhe sulme nga “shqiptarë të maskuar”, si dhe manipulime vizuale si fotografia e aktorit Keanu Reeves me mbishkrimin “S’ka dorëzim”. Shpërndarja e këtyre përmbajtjeve ka ndodhur kryesisht përmes mediave tradicionale, por edhe në media sociale, duke amplifikuar perceptimet e pasakta dhe duke treguar se temat e sigurisë dhe politikës mbeten më të prekshmet nga keqinformimi, duke bërë të domosdoshëm verifikimin e kujdesshëm të informacionit nga publiku.

Gjatë muajit shkurt, dy narrativa kryesore keqinformuese kanë qarkulluar lidhur me zhvillimet në Kosovë dhe rajon, duke synuar të ndikojnë në perceptimin publik dhe të ushqejnë tensionet etnike dhe politike. E para lidhet me komentet e Maria Zakharovës, zëdhënëse e Ministrisë së Punëve të Jashtme të Ruisë, e cila pas zgjedhjeve parlamentare të 28 dhjetorit 2025 i paraqiti ato dhe politikat pasuese si pjesë të një procesi jodemokratik dhe represiv ndaj komunitetit serb, duke ndërtuar një narrativë kritike ndaj institucioneve të Kosovës që u shpërnda dhe riprodhua në forma të ndryshme mediatike. E dyta lidhet me takimin e zyrtarëve të Kosovës, Shqipërisë dhe Kroacisë për bashkëpunim në fushën e mbrojtjes dhe sigurisë, i cili u prezantua në Serbi si një kërcënim ndaj shtetit dhe popullit serb; pretendime të pabaza u ripërsëritën nga zyrtarë të lartë serbë, duke riaktivizuar frikën dhe dyshimet mbi aleancën Kosovë-Shqipëri-Kroaci dhe duke përdorur informacion të manipuluar për të përforcuar tensionet rajonale.

HIBRIDO.INFO