

Raporti monitorues i keqinformimit për muajin mars

2026

prill 2026

Action for
Democratic Society
hibrid.info



Raporti monitorues i keqinformimit për muajin mars

Publikues: ADS/hibrid.info

Prishtinë, prill 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 mars 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 45-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:

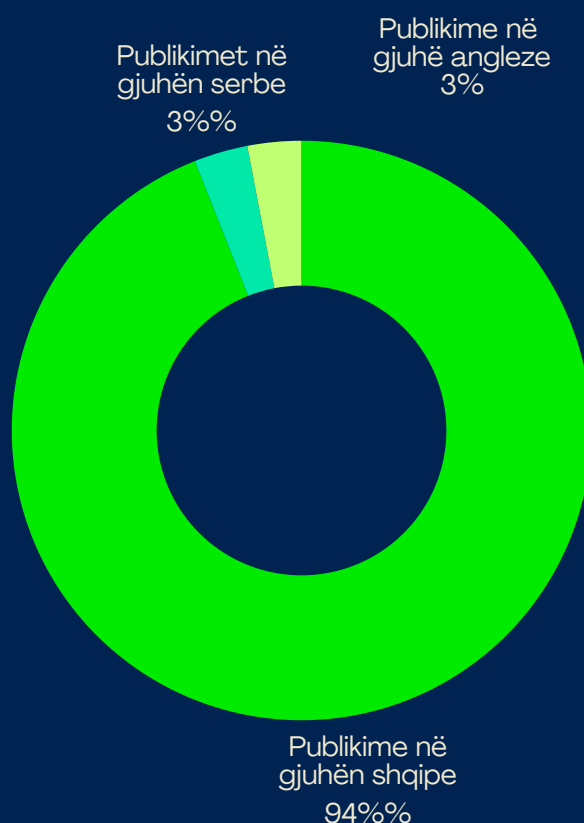
- Vlerësimet e artikujve keqinformues;
- Temat e përdorura për krijimin dhe shpërndarjen e përmbajtjeve keqinformuese;
- Fushat mbi të cilat janë krijuar dhe shpërndarë artikujt keqinformues;
- Llojet e mediave që kanë krijuar e shpërndarë përmbajtje keqinformuese;
- Kategorizimi i mediave në gjuhën 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 mars 2026, procesi i monitorimit ka evidentuar gjithsej 35 raste të përmbajtjeve keqinformuese. Prej tyre, shumica dërrmuese – 33 raste (94%) – janë publikuar në gjuhën shqipe. Në gjuhën serbe është identifikuar 1 rast (3%), ndërsa 1 rast tjetër (3%) është regjistruar në gjuhën angleze.

1

Publikimet në gjuhën shqipe

Gjatë muajit mars 2026, monitorimi ka identifikuar gjithsej 35 raste të përmbajtjeve keqinformuese, ku pjesa dërrmuese – 33 raste (94%) – janë publikuar në gjuhën shqipe.

Gjatë muajit mars 2026, monitorimi ka evidentuar gjithsej 35 raste të keqinformimit, ku pjesa dërrmuese – 94% – është publikuar në gjuhën shqipe. Struktura e këtyre rasteve tregon se format më të shpeshta janë “lajm i rremë” (24%), “mashttrim” (18%), “dezinformatë” (15%) dhe “përmbajtje e paverifikuar” (12%), ndërsa pjesa e mbetur përbëhet nga kategori të kombinuara dhe forma hibride si clickbait dhe manipulimi i fakteve. Në aspektin tematik, dominon qartë lufta SHBA/Izrael–Iran (24%), e ndjekur nga deklaratat mbështetëse për politikanët (18%), ndërsa temat e tjera shpërndahen në mënyrë më të fragmentuar në fusha politike, ekonomike, sportive dhe çështje me ndjeshmëri historike e ndërkombëtare.

Në nivel fushash, keqinformimi është përqendruar kryesisht në politikë (55%) dhe siguri (24%), ndërsa ekonomia, sporti dhe siguria kibernetike përfaqësohen me nga 6% secila, dhe drejtësia me 3%. Sa i përket kanaleve të shpërndarjes, mediat sociale mbeten burimi dominues me 70% të rasteve, të ndjekura nga mediat tradicionale me 24%, ndërsa SMS-të dhe domenet kanë një rol minimal me nga 3% secila. Në nivel platformash, Facebook spikat si burimi kryesor i keqinformimit me 96% të rasteve, ndërsa YouTube përfaqëson vetëm 4%, duke dëshmuar një përqendrim shumë të lartë të keqinformimit në një platformë të vetme.

Përqindja e përmbajtjeve në
gjuhën shqipe

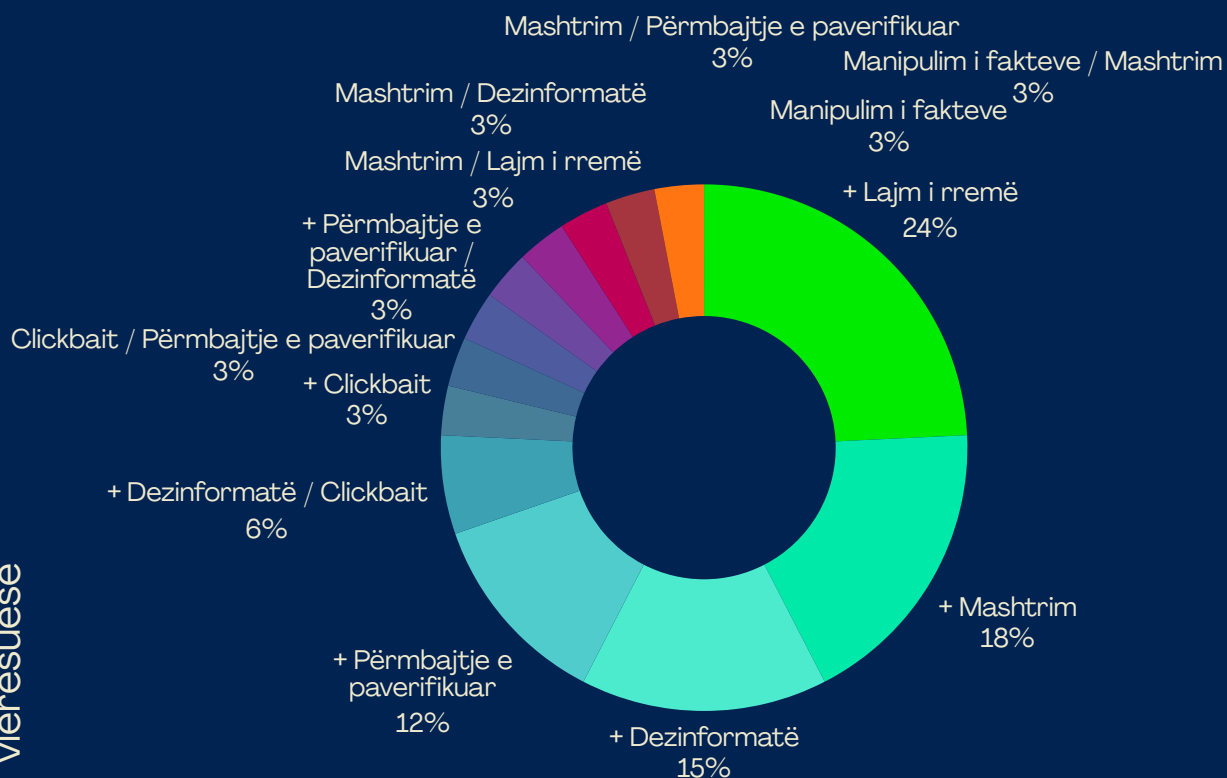


Kategoritë vlerësuese të çrregullimit informativ

1.1.

KATEGORITË KRYESORE

Këtu janë renditur kategoritë kryesore sipas kategorive vlerësuese



Kategoritë e keqinformimit të identifikuara gjatë monitorimit përfshijnë një gamë të gjerë formash të përmbajtjes së pasaktë dhe manipuluese. Më e shpeshta ka qenë “lajm i rremë” me 24%, e ndjekur nga “mashtrim” me 18% dhe “dezinformatë” me 15%. Gjithashtu është evidentuar një prani e konsiderueshme e “përmbajtjes së paverifikuar” me 12%. Në përmasa më të vogla janë regjistruar kategori të kombinuara dhe hibride, si “dezinformatë/clickbait” (6%), si dhe raste individuale (nga 3% secila) që përfshijnë “clickbait”, kombinime të clickbait-it me përmbajtje të paverifikuar, ndërthurje të mashtrimit me dezinformatë apo lajme të rreme, si dhe kategori të lidhura me “manipulim faktesh”, përfshirë edhe kombinimet e tij me mashtrim.

Në krahasim me muajin shkurt, gjatë marsit 2026 vërehet një ndryshim në strukturën e keqinformimit. Ndërsa në shkurt dominonin “clickbait” dhe “lajm i rremë” (nga 23% secila), në mars “lajm i rremë” mbetet kategoria kryesore (24%), por më shumë i kombinuar me forma të tjera. Po ashtu, “clickbait” bie ndjeshëm si kategori e pastër (3%) dhe zëvendësohet kryesisht nga forma hibride si dezinformatë/clickbait. Në të njëjtën kohë, rriten “mashtrimi” (18%) dhe “dezinformatë” (15%), duke treguar një zhvendosje nga përmbajtje më të thjeshta drejt formave më komplekse të keqinformimit, ndërsa kategori si “gabim” dhe “teori konspirative” që ishin në shkurt nuk shfaqen më në mars.



Nga 24% e artikujve keqinformues të trajtuar kanë marrë vlerësimin “lajm i rremë”.

1.1.1.

Analizë e llojeve të vlerësimeve

01. Lajm i rremë

Lajmet e rreme të identifikuara gjatë monitorimit kanë mbuluar një gamë temash kryesisht të lidhura me politikën dhe çështjet publike. Temat më të shpeshta kanë qenë deklaratat mbështetëse për politikanët (12%), të ndjekura nga raportet Osmani–Kurti (3%), çështjet e ligjit fetar (3%), çmimi i naftës (3%) dhe dialogu Kosovë–Serbi (3%). Në aspektin e fushave, dominon qartë politika me 18%, ndërsa në përmasa më të vogla janë përfshirë drejtësia (3%) dhe ekonomia (3%). Sa i përket burimeve të publikimit, shumica e lajmeve të rreme janë shpërndarë në media sociale (21%), ndërsa një pjesë shumë më e vogël është identifikuar në media tradicionale (3%), duke treguar se rrjetet sociale mbeten kanali kryesor i përhapjes së kësaj kategorie dezinformimi.

02. Mashtrim

Mashtrimet e identifikuara gjatë monitorimit lidhen kryesisht me çështje të sigurisë, politikës dhe komunikimeve mashtruese digjitale. Në aspektin tematik, ato dominohen nga përmbajtjet mbi luftën SHBA/Izrael–Iran (9%), të ndjekura nga deklaratat mbështetëse për politikanët (3%), SMS mashtrues (3%) dhe mashtrimet online (3%). Kjo tregon një prani të kombinuar si të narrativave gjeopolitike ashtu edhe të skemave të drejtpërdrejta të mashtrimit në hapësirën digjitale. Në nivel fushash, dominon siguria me 9%, e ndjekur nga siguria kibernetike (6%) dhe politika (3%), duke reflektuar natyrën e dyfishtë të këtij fenomeni, si në aspektin e kërcënimeve teknologjike ashtu edhe atyre politike. Sa i përket publikimit, shumica e mashtrimeve janë shpërndarë në media sociale (12%), ndërsa një pjesë më e vogël është identifikuar përmes SMS-ve (3%) dhe mediave tradicionale (3%), duke treguar se kanalet digjitale mbeten hapësira kryesore e përhapjes së këtyre përmbajtjeve.

03. Dezinformatë

Dezinformatat e identifikuar gjatë monitorimit kanë prekur kryesisht tema me ndjeshmëri politike dhe socio-ekonomike. Në aspektin tematik, ato përfshijnë poste lidhur me zgjedhjen e presidentit (3%), çmimin e naftës (3%), proceset zgjedhore (3%), luftën SHBA/Izrael–Iran (3%) dhe Masakrën e Reçakut (3%), duke treguar një shpërndarje të gjerë nga çështjet aktuale politike deri te narrativat historike dhe ndërkombëtare. Në nivel të fushave, dominon politika me 9%, ndërsa drejtësia dhe ekonomia përfaqësohen me nga 3% secila, duke reflektuar orientimin e dezinformatave drejt çështjeve institucionale dhe socio-ekonomike. Sa i përket burimeve të publikimit, dezinformatat janë shpërndarë kryesisht përmes mediave sociale (6%), ndërsa një pjesë e barabartë është identifikuar në media tradicionale (6%) dhe një përqindje më e vogël në domene (3%), duke dëshmuar një shpërndarje të kombinuar mes platformave digjitale dhe burimeve më të strukturuar online.

04. Përmbajtjet e paverifikuara

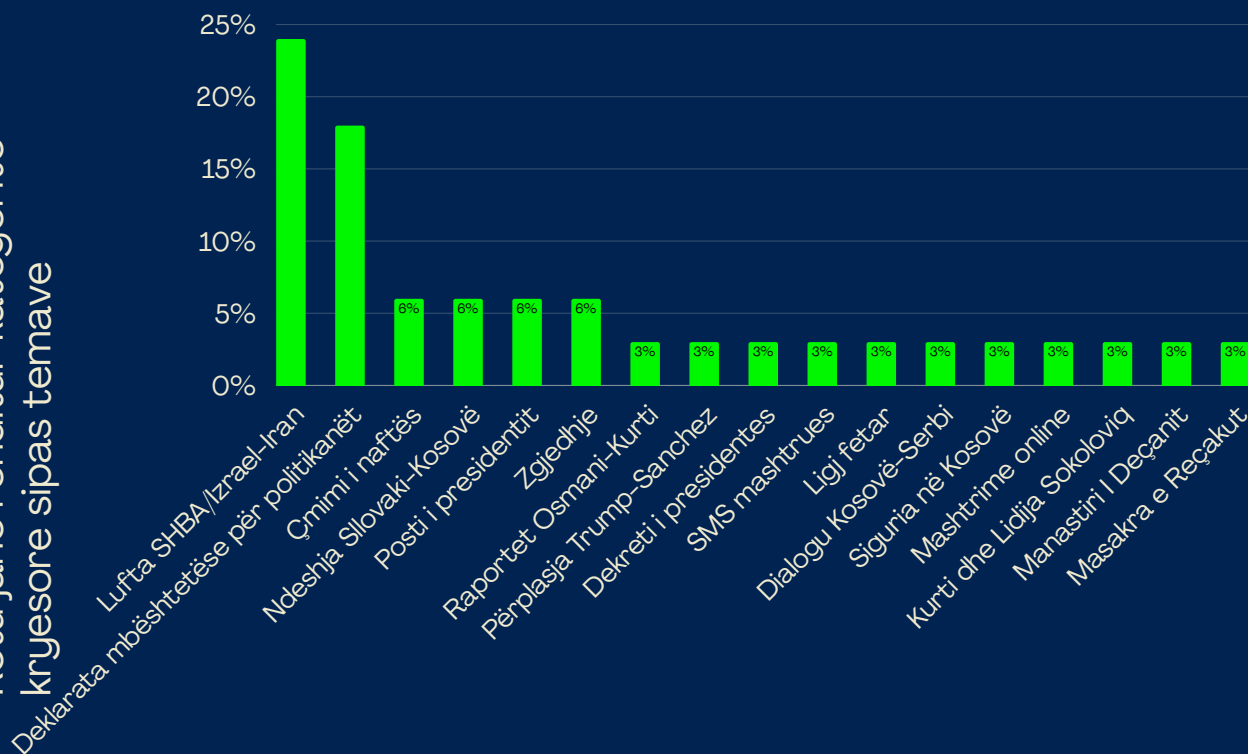
Përmbajtjet e paverifikuara të identifikuar gjatë monitorimit lidhen kryesisht me çështje të sigurisë dhe zhvillimeve politike ndërkombëtare. Në aspektin tematik, ato përfshijnë luftën SHBA/Izrael–Iran (6%), sigurinë në Kosovë (3%) dhe përplasjen Trump–Sánchez (3%), duke reflektuar një fokus si në tensionet globale ashtu edhe në çështje rajonale dhe politike. Në nivel fushash, dominon siguria me 9%, e ndjekur nga politika me 3%, çka tregon se përmbajtjet e paverifikuara shpesh lidhen me narrativat që prekin stabilitetin dhe zhvillimet institucionale. Sa i përket publikimit, këto përmbajtje janë shpërndarë në mënyrë të barabartë përmes mediave sociale (6%) dhe mediave tradicionale (6%), duke treguar një prani të ngjashme të këtij lloji informacioni në të dy kanalet kryesore të informimit.

1.2.

Temat e përdorura për krijimin dhe shpërndarjen e përmbajtjeve keqinformuese

KATEGORITË KRYESORE

Këtu janë renditur kategoritë kryesore sipas temave



Gjatë muajit mars, temat e përmbajtjeve të monitoruara kanë qenë të larmishme, me dominim të qartë të çështjeve ndërkombëtare dhe politike. Më së shumti është trajtuar lufta SHBA/Izrael-Iran (24%), e ndjekur nga deklaratat mbështetëse për politikanët (18%), duke reflektuar një fokus të madh në narrativat gjeopolitike dhe politike vendore. Në nivele më të ulëta përfaqësimi janë çështje si çmimi i naftës, ndeshja Sllovaki-Kosovë, posti i presidentit dhe zgjedhjet (nga 6% secila), si dhe një sërë temash me 3% secila, përfshirë raportet Osmani-Kurti, përplasjen Trump-Sánchez, dekretin e presidentes, SMS mashtruese, ligjin fetar, dialogun Kosovë-Serbi, sigurinë në Kosovë, mashtrimet online, rastin Kurti dhe Lidija Sokoloviq, Manastirin e Deçanit dhe Masakrën e Reçakut. Kjo shpërndarje tregon një ndërthurje të fortë mes zhvillimeve ndërkombëtare, çështjeve politike vendore dhe rasteve të dezinformimit e narrativave të ndjeshme historike e institucionale.

Në krahasim me muajin shkurt, në mars vërehet një zhvendosje nga temat e brendshme institucionale drejt çështjeve ndërkombëtare dhe gjeopolitike. Në shkurt dominonte “postin e presidentit” (23%), si dhe tema të tjera të brendshme si Gjykata Speciale, FSK-ja dhe kabineti qeveritar, ndërsa në mars dominon “lufta SHBA/Izrael-Iran” (24%). Po ashtu, temat socio-ekonomike të shkurtit zëvendësohen me një gamë më të gjerë çështjesh të fragmentuara politike dhe ndërkombëtare, duke treguar një kalim të qartë nga agjenda e brendshme në një fokus më global dhe të diversifikuar.

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. Lufta SHBA/Izrael-Iran

Tematika “Lufta SHBA/Izrael–Iran” është dominuese në përmbajtjet e analizuara, duke u shoqëruar kryesisht me çështje të sigurisë dhe formave të ndryshme të keqinformimit. Në aspektin e fushave, siguria përbën pjesën më të madhe me 21%, ndërsa politika përfaqësohet me 3%, duke reflektuar natyrën kryesisht gjeopolitike të narrativës. Sa i përket publikimit, këto përmbajtje janë shpërndarë më së shumti në media sociale (15%), ndërsa një pjesë më e vogël në media tradicionale (9%). Në aspektin e kategorive të keqinformimit, dominojnë mashtrimet (9%), të ndjekura nga përmbajtjet e paverifikuara (6%), si dhe raste më të ulëta të kombinuara si mashtrim/përmbajtje e paverifikuar (3%), dezinformatë/clickbait (3%) dhe dezinformatë e pastër (3%), duke treguar një prani të lartë të përmbajtjeve manipuluese dhe të pakonfirmuara rreth kësaj teme. Pretendimet e rreme përfshijnë përdorimin e imazheve dhe videove të gjeneruara nga inteligjenca artificiale, si dhe pamje të vjetra e të nxjerra nga konteksti, për të paraqitur në mënyrë të pasaktë ngjarje si nxjerrja e trupit të Khameneit nga rrënojat, sulme me raketa në Tel Aviv, sulme iraniane në bazat amerikane dhe në kampin “Bondsteel” në Kosovë, si dhe arrestime të supozuara të ushtarëve amerikanë, përfshirë edhe deklarata të rreme politike dhe paralajmërime të paqena nga liderë shtetërorë.

02. Deklarata mbështetëse për politikanët

Tema “Deklarata mbështetëse për politikanët” përbën një nga kategoritë kryesore të keqinformimit, e cila lidhet ekskluzivisht me fushën e politikës dhe është shpërndarë tërësisht përmes mediave sociale. Në aspektin e kategorive të keqinformimit, dominon “lajm i rremë” me 12%, i ndjekur nga “mashtrim” (3%) dhe “manipulum i fakteve” (3%), duke treguar se kjo temë karakterizohet kryesisht nga përmbajtje të pasakta dhe interpretime të shtrembëruara që synojnë ndikimin në perceptimin publik për figurat politike. Pretendimet e rreme përfshijnë manipulime dhe deklarata të sajura për Kurtin dhe Thaçin, ripublikimin e ballinave të manipuluar të gazetave, si dhe atribuimin e deklaratave të paqena ish-zyrtarëve dhe figurave si Clinton, Daniel Serwer dhe një ish-gjeneral amerikan në lidhje me Albin Kurtin, Lëvizjen Vetëvendosje dhe Hashim Thaçin.

03. Posti i presidentit

Tema “Posti i presidentit” lidhet kryesisht me fushën politike dhe është shpërndarë ekskluzivisht përmes mediave sociale. Në aspektin e kategorive të keqinformimit, ajo ndahet në mënyrë të barabartë mes “dezinformatë/clickbait” (3%) dhe “dezinformatë” (3%), duke reflektuar përdorimin e narrativave të shtrembëruara dhe titujve sensacionalë për të ndikuar perceptimin publik rreth çështjeve institucionale dhe postit të presidentit. Pretendimet e rreme përfshijnë raportime nga faqe jokredibile që paraqesin në mënyrë të pasaktë kandidaturën e Blerim Shalës për president si të kryer, si dhe tituj të shtrembëruar për presidentin e ri të Kosovës, të shoqëruar me video që nuk përmbajnë informacionin e pretenduar në përmbajtje.

04. Çmimi i naftës

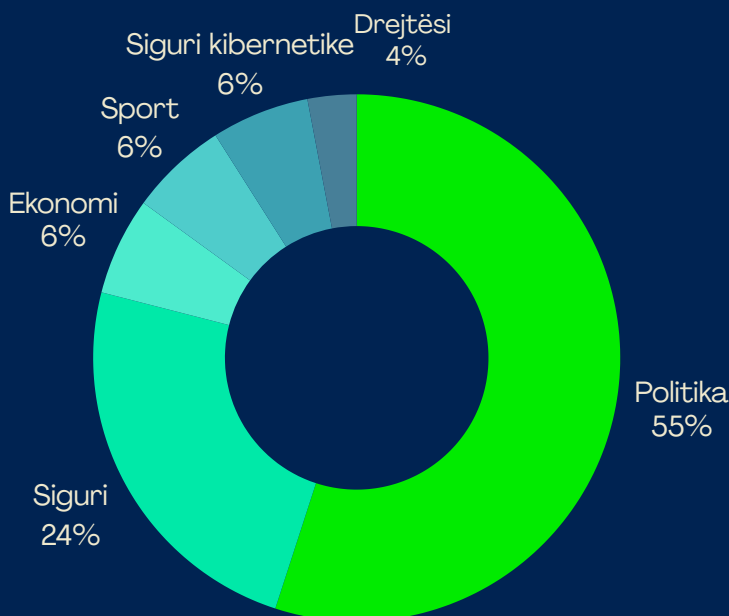
Tema “Çmimi i naftës” është trajtuar në kuadër të fushës së ekonomisë dhe është shpërndarë si përmes mediave sociale, ashtu edhe mediave tradicionale. Në aspektin e keqinformimit, ajo përfshin “lajm të rremë” (3%) dhe “dezinformatë” (3%). Ndër pretendimet kryesore të identifikuar janë narrativat e rreme se çmimi i naftës do të rritet mbi 4 euro për litër, si dhe përdorimi i fotografive të vjetra për të paraqitur në mënyrë të rreme mbingarkesa në pompat e derivateve. Këto raste tregojnë kombinim të spekulimeve ekonomike me manipulim vizual për të krijuar perceptim të pasaktë të situatës në treg.

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



Në aspektin e fushave, keqinformimi gjatë periudhës së monitoruar dominohet qartë nga politika me 55%, duke treguar përqendrimin kryesor të përmbajtjeve të pasakta në zhvillimet dhe figurat politike. Më pas vjen fusha e sigurisë me 24%, e cila përfshin narrativat që lidhen me situata gjeopolitike dhe çështje të stabilitetit. Në përmasa më të vogla përfaqësohen ekonomia (6%), sporti (6%) dhe siguria kibernetike (6%), ndërsa drejtësia ka një prani minimale prej 3%, duke reflektuar një shpërndarje të kufizuar të keqinformimit në këto fusha jo-dominante.

Në krahasim me muajin shkurt, gjatë periudhës pasuese vërehet një ulje e lehtë e dominimit të fushës së politikës nga 58% në 55%, duke mbetur megjithatë fusha kryesore e keqinformimit. Ndërkohë, drejtësia shënon një rënie të ndjeshme nga 15% në 3%, duke treguar ulje të dukshme të narrativave të lidhura me këtë sektor. Siguria paraqet një rritje të konsiderueshme nga 12% në 24%, duke u bërë fusha e dytë më e prekur në periudhën aktuale. Po ashtu, siguria kibernetike dhe sporti rriten nga 4% në 6% secila, ndërsa energjetika dhe shëndetësia, të cilat ishin të pranishme në shkurt (nga 4% secila), nuk shfaqen më si kategori të veçuara në periudhën e re. Në tërësi, krahasimi tregon një zhvendosje nga një shpërndarje më e larmishme në shkurt drejt një përqendrimi më të fortë në politikë dhe siguri në periudhën pasuese.



55% e përmbajtjeve keqinformuese të trajtuara janë nga fusha e politikës.

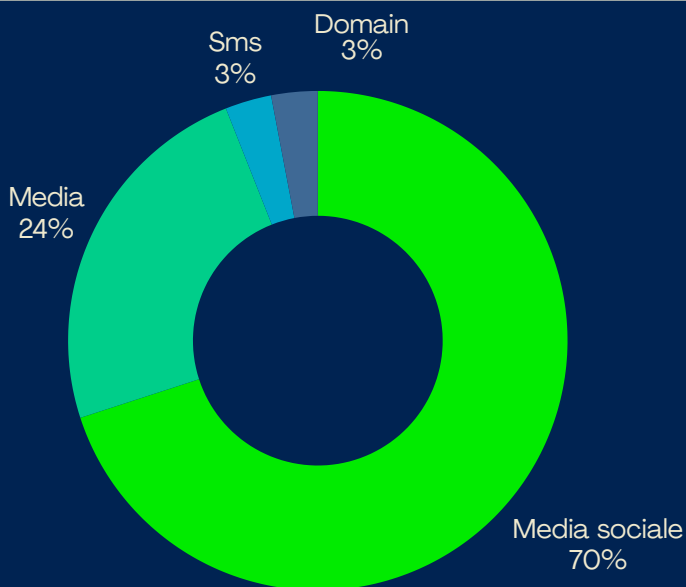
Llojet e publikuesve

1.4.

Shpërndarja e përmbajtjeve të keqinformuara tregon një dominim shumë të theksuar të mediave sociale, të cilat përbëjnë 70% të rasteve të identifikuara, duke dëshmuar rolin e tyre si kanali kryesor i prodhimit dhe shpërndarjes së informacionit të pasaktë në hapësirën digjitale. Mediat tradicionale zënë një pjesë të konsiderueshme, por dukshëm më të ulët, me 24%, çka tregon se edhe ato vazhdojnë të kontribuojnë në përhapjen e keqinformimit, megjithëse në një masë më të kufizuar krahasuar me platformat sociale. Ndërkohë, SMS-të dhe domenet përfaqësojnë vetëm 3% secila, duke reflektuar një prani minimale të këtyre kanaleve në ekosistemin e keqinformimit. Në tërësi, të dhënat konfirmojnë se platformat digjitale, veçanërisht rrjetet sociale, mbeten burimi më i rëndësishëm i qarkullimit të përmbajtjeve të pasakta, ndërsa kanalet e tjera luajnë një rol dytësor.

Në krahasim me muajin shkurt, vërehet një rritje e ndjeshme e rolit të mediave sociale në shpërndarjen e keqinformimit, nga 62% në 70%, duke e forcuar edhe më tej pozicionin e tyre si kanali dominues. Ndërkohë, mediat tradicionale shënojnë një rënie nga 31% në 24%, çka tregon një ulje të përfshirjes së tyre relative në raport me periudhën paraprake. SMS-të gjithashtu ulen nga 4% në 3%, duke mbetur një kanal me ndikim minimal. Po ashtu, “media të dyshimta”, të cilat në shkurt përfaqësonin 4%, nuk shfaqen më si kategori e veçantë në periudhën aktuale dhe janë zëvendësuar kryesisht nga domenet (3%). Në tërësi, krahasimi tregon një konsolidim të mëtejshëm të mediave sociale si burimi kryesor i keqinformimit, me një dobësim të lehtë të rolit të mediave tradicionale dhe kanaleve të tjera.

DALLIMI NË PËRQINDJE NË MES
TË PUBLIKUESVE ME
PËRMBAJTJE KEQINFORMUESE



70% e artikujve me përmbajtje keqinformuese janë publikuar nga publikuesit në media sociale

Llojet e mediave sociale

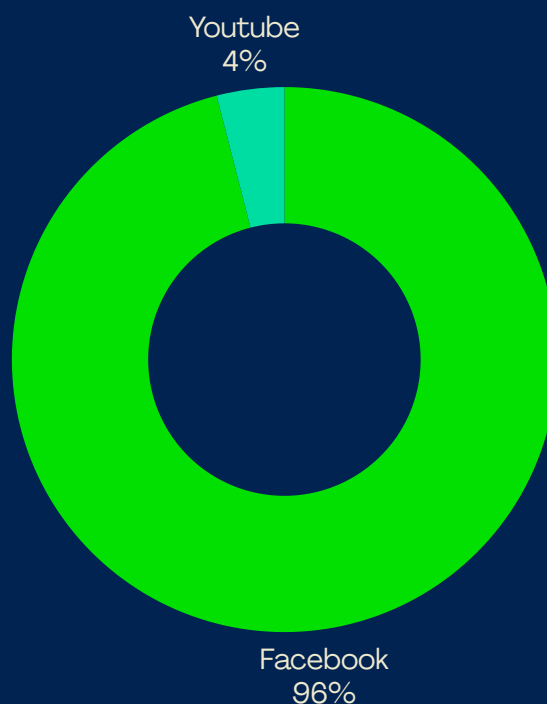
1.5.

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).

Shpërndarja e përmbajtjeve të keqinformuara tregon një dominim pothuajse absolut të Facebook-ut me 96% të rasteve të identifikuara, duke e pozicionuar atë si platformën kryesore për qarkullimin e keqinformimit. YouTube përfaqëson vetëm 4%, duke pasur një rol dukshëm më të kufizuar në krahasim me Facebook-un. Në tërësi, të dhënat tregojnë përqendrimin ekstrem të keqinformimit në një platformë të vetme sociale, me ndikim minimal nga kanalet e tjera.

Në krahasim me muajin shkurt, vërehet një rritje e mëtejshme e dominimit të Facebook-ut në shpërndarjen e keqinformimit, nga 88% në 96%, duke e konsoliduar edhe më shumë rolin e tij si platforma kryesore. Ndërkohë, TikTok, i cili në shkurt përbënte 13% të rasteve, nuk shfaqet më si kanal i veçantë në periudhën aktuale, duke u zëvendësuar kryesisht nga YouTube me një pjesëmarrje minimale prej 4%. Në tërësi, krahasimi tregon një përqendrim edhe më të theksuar të keqinformimit në Facebook, me një reduktim të dukshëm të diversifikimit të platformave të përdorura për shpërndarje.

PËRQINDJA E PUBLIKIMEVE NË
MEDIAT SOCIALE

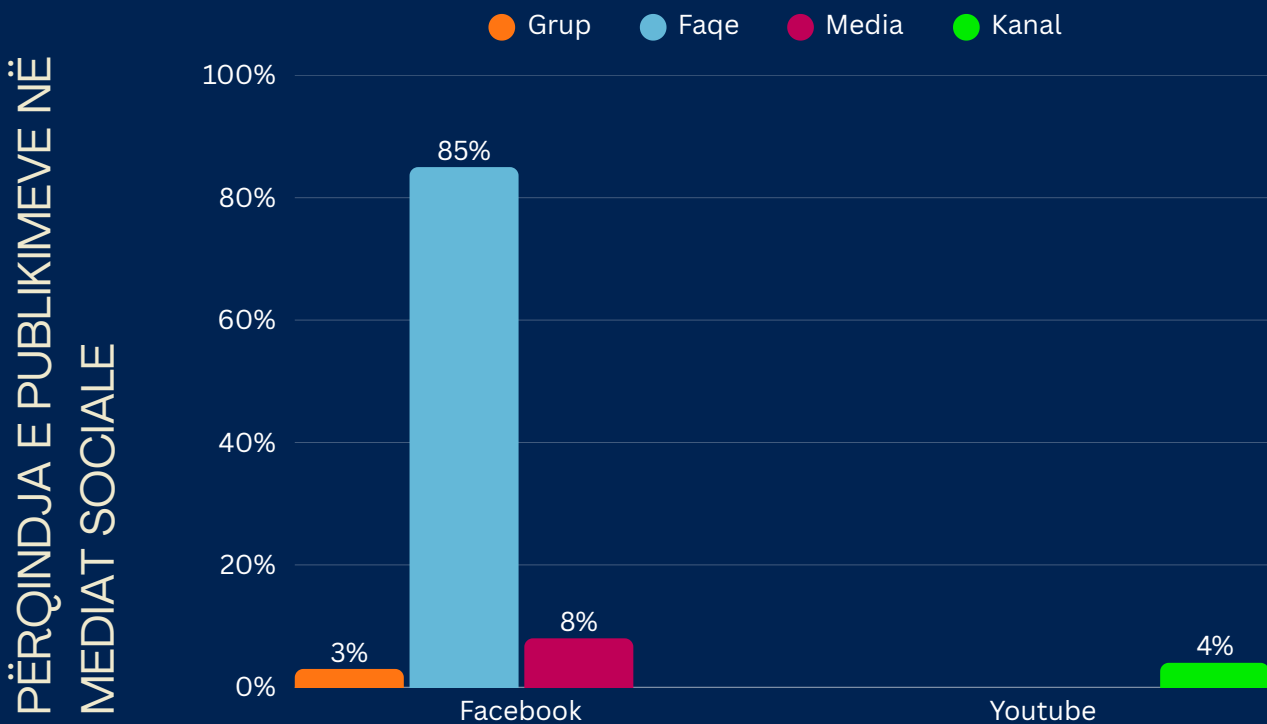


Llojet e publikuesve në mediat sociale

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 mars, shpërndarja e keqinformimit në Facebook dhe YouTube tregon një dominim të qartë të faqeve në Facebook me 85%, të ndjekura nga grupet me 3% dhe mediat me 8%, duke reflektuar rolin kryesor të faqeve si burim i përmbajtjeve të pasakta në këtë platformë. Në YouTube, grupet përfaqësojnë 4% të rasteve të identifikuara, duke treguar një prani shumë më të kufizuar të keqinformimit krahasuar me Facebook-un. Në tërësi, të dhënat dëshmojnë përqendrim të fortë të keqinformimit në faqet e Facebook-ut, ndërsa format e tjera të shpërndarjes në të dy platformat mbeten dukshëm më të kufizuara.



1.6.1.

Analiza e llojeve të publikuesve në mediat sociale

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

01. Facebook

Në Facebook është vërejtur dominim pothuajse total i përmbajtjeve të keqinformuara (96%), ku kategoritë kryesore përfshijnë lajmet e rreme (31%), mashtrimet (19%) dhe dezinformatat (12%), të ndjekura nga përmbajtjet e paverifikuara (8%) dhe një sërë formash të kombinuara si clickbait me përmbajtje të paverifikuara, dezinformata me clickbait, si dhe mashtrim i kombinuar me dezinformata apo lajm të rremë (secila nga 4%), përfshirë edhe raste të manipulimit të fakteve dhe kombinimeve të tij me mashtrime (4%). Tematikisht, përmbajtjet janë fokusuar kryesisht në luftën SHBA/Izrael–Iran (27%) dhe deklaratat mbështetëse për politikanët (23%), ndërsa në nivel më të ulët trajtohen çështje si çmimi i naftës (8%) dhe një sërë temash të tjera politike, ekonomike dhe sociale me nga 4% secila, përfshirë zgjedhjet, raportet politike, dialogun Kosovë–Serbi dhe raste të ndjeshme historike e institucionale. Në aspektin e fushave, dominon politika me 54%, e ndjekur nga siguria me 23%, ndërsa ekonomia, drejtësia, sporti dhe siguria kibernetike përfaqësohen me përqindje më të ulëta (nga 4–8%), duke reflektuar përqendrimin e keqinformimit në çështje politike dhe gjeopolitike.

02. Youtube

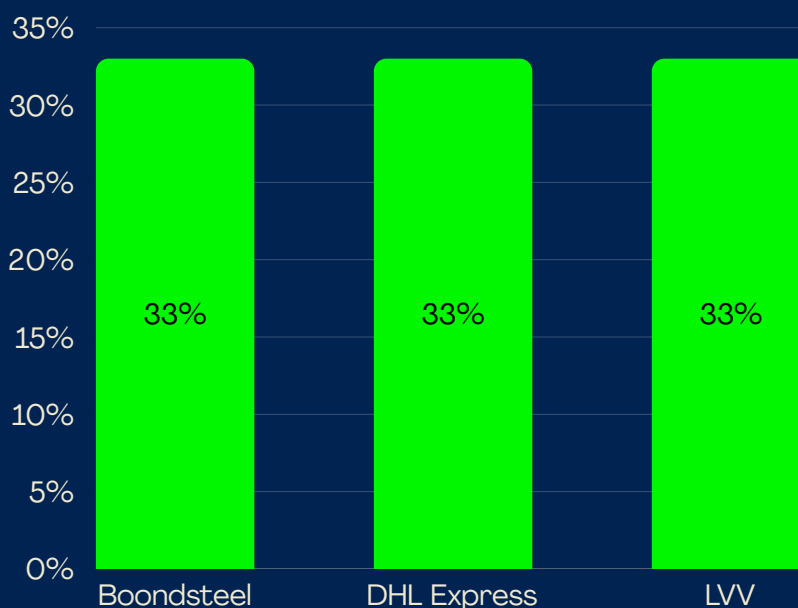
Në YouTube është identifikuar një rast i vetëm keqinformimi, i cili lidhet me titull të pasaktë për presidentin e ri të Kosovës, ku videoja nuk përmban informacionin e pretenduar, duke e klasifikuar si dezinformata/clickbait. Ky rast i përket temës “Posti i presidentit” dhe fushës së politikës, duke reflektuar fokusin në çështje institucionale dhe politike. Përmbajtja është publikuar në gjuhën shqipe përmes një kanali në YouTube dhe përfaqëson një formë të keqinformimit të bazuar në tituj sensacionalë që nuk korrespondojnë me përmbajtjen reale të videos.

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

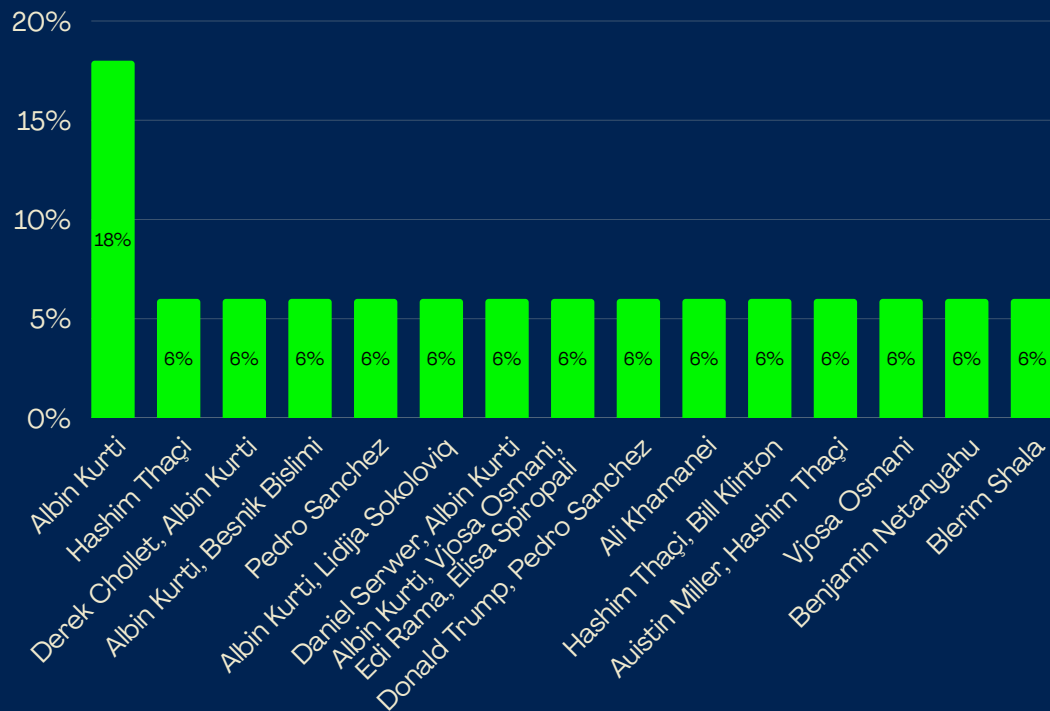


Gjatë muajit mars, në tre raste të veçanta të keqinformimit janë përfshirë institucione ose entitete të ndryshme, duke treguar përdorim të tyre në narrativa të pasakta dhe mashtruese.

Një prej rasteve lidhet me kampin “Bondsteel”, ku është pretenduar rrejshëm se Irani ka paralajmëruar sulm ndaj tij në Kosovë, duke e përfshirë këtë institucion ushtarak në një narrativë të pavërtetë gjeopolitike.

Rasti i dytë ka të bëjë me DHL Express, ku është shpërndarë një SMS mashtrues në emër të një poste private, duke shfrytëzuar identitetin e një kompanie të njohur për qëllime mashtrimi. Ndërsa rasti i tretë lidhet me Lëvizjen Vetëvendosje (LVV), ku janë publikuar deklarata të sajura të Daniel Serwerit për Albin Kurtin dhe subjektin politik, duke treguar përdorimin e figurave politike dhe analistëve ndërkombëtarë në përmbajtje të manipuluar.

RENDITJA E PERSONAVE MË TË PËRFOLUR SIPAS PËRQINDJES



Në 17 përmbajtje të keqinformuara ku janë përmendur figura publike dhe politike, dominon Albin Kurti me 18%, duke u shfaqur si figura më e shpeshtë në narrativat e pasakta. Pas tij, Hashim Thaçi përmendet me 6%, njësoj si një numër i madh kombinimesh dhe figurash të tjera politike dhe ndërkombëtare që shfaqen me nga 6% secila, përfshirë Derek Chollet, Besnik Bislimi, Pedro Sánchez, Lidija Sokoloviç, Daniel Serwer, Vjosa Osmani, Edi Rama, Elisa Spiropali, Donald Trump, Ali Khamenei, Bill Clinton, Austin Miller dhe Benjamin Netanyahu. Kjo shpërndarje tregon një model ku, përveç dominimit të një figure kryesore vendore, keqinformimi ndërtohet shpesh përmes kombinimeve të aktorëve politikë vendorë dhe ndërkombëtarë, duke synuar rritjen e besueshmërisë së narrativave të pasakta përmes përfshirjes së personaliteteve të ndryshme.

Figura e Albin Kurtit është ndër më të shpeshtat në përmbajtjet e keqinformuara që lidhen me manipulime të lajmeve dhe titujve, ku ai shfaqet në tre raste kryesore. Këto përfshijnë pretendimin se “Fox News” nuk e përmend fare Kurtin në raportim, ripublikimin e një balline të manipuluar të gazetës ku ai paraqitet në mënyrë të pasaktë, si dhe një deklaratë të rreme ku i atribuohet se në zgjedhjet e ardhshme do të fitojë 80 deputetë.

Në kontekst me personalitete të tjera, Albin Kurti shfaqet në disa raste të keqinformimit ku përfshihet në narrativa të pasakta dhe të manipuluar së bashku me figura politike dhe publike vendore e ndërkombëtare. Ai përmendet në një deklaratë të paqenë të një ish-zyrtari amerikan, në pretendimin se nuk ka thënë që Besnik Bislimi ka negociuar keq me Petkoviçin, si dhe në përdorimin e një fotografie të vjetër ku ai shfaqet me persona të tjerë për të mbështetur pretendime të

pakonfirmuara. Po ashtu, emri i tij lidhet me deklarata të sajua të Daniel Serwerit për të dhe Lëvizjen Vetëvendosje, si dhe me një pretendim të rremë ku Elisa Spiropali supozohet se ka thënë se Vjosa Osmani dhe Edi Rama kanë bërë “puç” ndaj tij. Në tërësi, këto raste tregojnë se figura e Kurtit përdoret shpesh në kombinim me aktorë të ndryshëm për të ndërtuar narrativa të shtrembëruara dhe kontekste të pavërteta politike.

Figura e Hashim Thaçit është përfshirë në një rast të vetëm keqinformimi, ku imazhe të gjeneruara me inteligjencë artificiale janë paraqitur rrejshëm si dekret i tij lidhur me tokën e Manastirit të Deçanit. Ky rast tregon përdorimin e teknologjisë së manipulimit vizual për të krijuar dokumente dhe vendime institucionale të pavërteta, duke e lidhur emrin e tij me një çështje të ndjeshme historike dhe institucionale në mënyrë të pasaktë.

2.

Publikimet në gjuhën serbe dhe të tjera

Gjatë muajit mars, është identifikuar vetëm një përmbajtje keqinformuese në gjuhën serbe, e cila lidhet me një pretendim të pavërtetë për një tentim-rrëmbimi të një të riu serb nga shqiptarët në zonën e Zubin Potokut. Ky rast është klasifikuar si dezinformatë dhe i përket fushës së sigurisë, me fokus në veriun e Kosovës, duke trajtuar një çështje të ndjeshme që lidhet me perceptimin e sigurisë dhe marrëdhënieve ndëretnike në këtë zonë.

Përmbajtja është shpërndarë përmes mediave sociale, konkretisht në platformën Telegram në gjuhën serbe, duke treguar rolin e kanaleve të mbyllura dhe joformale në përhapjen e narrativave të pakonfirmuara. Pretendimi nuk është verifikuar nga asnjë media kredibile dhe as nga Policia e Kosovës, çka e bën atë një shembull tipik të dezinformimit që synon krijimin e pasigurisë dhe tensioneve përmes informacionit të pavërtetë në hapësirën digjitale.

Gjatë muajit mars është identifikuar edhe një përmbajtje keqinformuese në gjuhën angleze, e cila lidhet me një rast të manipulimit të imazheve në kontekst sportiv. Në këtë rast, përmes pamjeve të vjetra është pretenduar rrejshëm se tifozët e Kosovës po përgatisnin një koreografi anti-osmane në prag të ndeshjes Kosovë - Turqi, duke e klasifikuar si manipulim faktesh dhe dezinformatë në fushën e sportit.

Përmbajtja është shpërndarë në media sociale, konkretisht në TikTok përmes një llogarie, dhe është ndërtuar mbi imazhe që në fakt datojnë nga viti 2022, të cilat lidhen me përgatitjet e tifo-grupit "Torcida" për një ndeshje basketbollistike mes Trepçës dhe Tiranës. Kjo tregon përdorimin e materialeve të vjetra për të krijuar narrativa të pasakta dhe për të gjeneruar perceptime të gabuara në një kontekst aktual sportiv dhe emocional.

3. Narrativat ruso-serbe

Gjatë muajit mars është trajtuar një narrativë e gjerë me origjinë serbe dhe ruse lidhur me bombardimet e NATO-s në vitin 1999, e cila synon të rishkruajë interpretimin e ndërhyrjes si “agresion kriminal” dhe jo si reagim ndaj një krize humanitare në Kosovë. Këto narrativa, të shpërndara kryesisht përmes mediave në gjuhën serbe dhe ruse, përfshijnë pretendime se NATO ka mbuluar krimet dhe spastrimin etnik të serbëve, se ka bashkëpunuar me UÇK-në në operacione tokësore dhe se ndërhyrja ka shërbyer për “krime të mëtejshme” ndaj popullsisë serbe, përfshirë edhe pretendime të paqena për trafikim organesh. Po ashtu, ndërhyrja paraqitet si pjesë e një “konspiracioni global”, ku NATO cilësohet me gjuhë propagandistike si “bosht satanik”, ndërsa Serbia paraqitet si viktimë e vetme e një sulmi të 19 shteteve.

Në këtë narrativë përfshihen edhe pretendime për paligjshmërinë e ndërhyrjes për shkak të mungesës së miratimit në Këshillin e Sigurimit të OKB-së, si dhe mohimi i Masakrës së Reçakut, duke e paraqitur atë si të inskenuar, pavarësisht raporteve të shumta ndërkombëtare që e dokumentojnë si krim ndaj civilëve. Gjithashtu, përdorimi i uraniumit të varfëruar paraqitet si shkaktar i një “gjenocidi ekologjik”, ndërsa Rezoluta 1244 interpretohet në mënyrë të shtrembëruar si konfirmim i sovranitetit serb mbi Kosovën. Në tërësi, këto narrativa bazohen në selektim dhe shtrembërim të fakteve historike, duke mohuar dokumentimet e institucioneve ndërkombëtare dhe duke ndërtuar një interpretim alternativ të luftës së vitit 1999.

Metodologjia

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

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

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

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

Ky raport monitorues përfshin periudhën nga 1 deri më 31 mars 2026, në të cilën janë trajtuar 35 përmbajtje keqinformuese.

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

Gjatë muajit mars 2026, monitorimi ka identifikuar gjithsej 35 raste të përmbajtjeve keqinformuese, ku 94% e tyre janë publikuar në gjuhën shqipe. Kategoritë kryesore të keqinformimit përfshijnë “lajm i rremë” (24%), “mashttrim” (18%), “dezinformatë” (15%) dhe “përmbajtje e paverifikuar” (12%), ndërsa pjesa tjetër përbëhet nga forma të kombinuara dhe hibride si clickbait dhe manipulim faktesh. Tematikisht, përmbajtjet dominohen nga lufta SHBA/Izrael–Iran (24%) dhe deklaratat mbështetëse për politikanët (18%), ndërsa pjesa tjetër shpërndahet në një sërë temash politike, ekonomike, sportive dhe çështje të ndjeshme historike e ndërkombëtare me përqindje më të ulëta.

Në aspektin e fushave, keqinformimi është përqendruar kryesisht në politikë (55%) dhe siguri (24%), ndërsa ekonomia, sporti dhe siguria kibernetike përfaqësohen me nga 6% secila, dhe drejtësia me 3%. Sa i përket kanaleve të shpërndarjes, mediat sociale dominojnë me 70% të rasteve, ndjekur nga mediat tradicionale me 24%, ndërsa SMS-të dhe domenet kanë rol minimal me nga 3% secila. Në nivel platformash, Facebook përfaqëson burimin kryesor të keqinformimit me 96%, ndërsa YouTube me vetëm 4%, duke treguar një përqendrim ekstrem në një platformë të vetme.

Gjithashtu, në mars janë evidentuar raste ku institucione dhe figura publike janë përdorur në narrativa të pasakta, përfshirë pretendime të rreme për kampin “Bondsteel”, si dhe përfshirje të gjerë të aktorëve politikë vendorë dhe ndërkombëtarë në 17 përmbajtje të ndryshme. Në këto raste dominon Albin Kurti me 18%, ndërsa Hashim Thaçi dhe një numër i madh personalitetesh të tjera shfaqen me nga 6% secila, duke treguar se keqinformimi shpesh ndërtohet përmes kombinimit të figurave të ndryshme për të rritur besueshmërinë e narrativave të pasakta.

Gjatë muajit mars janë identifikuar raste të kufizuara të keqinformimit në gjuhën serbe dhe angleze, të cilat lidhen me narrativa të ndjeshme në fushën e sigurisë dhe sportit. Në gjuhën serbe është regjistruar një përmbajtje e vetme dezinformuese që pretendon rrejtshëm një tentim-rrëmbimi të një të riu serb nga shqiptarët në Zubin Potok, e shpërndarë përmes Telegramit në gjuhën serbe. Ky pretendim nuk është konfirmuar nga asnjë burim kredibil apo nga Policia e Kosovës, duke reflektuar përdorimin e kanaleve joformale për përhapjen e narrativave të pakonfirmuara që synojnë krijimin e perceptimeve të pasigurta në veriun e vendit. Po ashtu, në gjuhën angleze është identifikuar një rast manipulimi faktesh në kontekst sportiv, ku përmes pamjeve të vjetra është pretenduar rrejtshëm se tifozët e Kosovës po përgatisnin koreografi anti-osmane në prag të ndeshjes Kosovë - Turqi, duke u bazuar në materiale të vitit 2022 të një tifo-grupi në një ndeshje tjetër sportive.

Paralelisht, gjatë muajit mars është trajtuar edhe një narrativë më e gjerë me origjinë serbe dhe ruse lidhur me bombardimet e NATO-s në vitin 1999, e cila synon të rishkruajë interpretimin e ndërhyrjes si “agresion kriminal” dhe jo si reagim ndaj shkeljeve sistematike të të drejtave të njeriut në Kosovë. Këto narrativa përfshijnë pretendime se NATO ka mbuluar krimet dhe spastrimin etnik, se ka bashkëpunuar me UÇK-në dhe se ndërhyrja ka shërbyer për krime të tjera, përfshirë edhe akuza të pabazuara për trafikim organesh, si dhe përdorimin e gjuhës propagandistike që e paraqet NATO-n si “bosht satanik” dhe Serbinë si viktimë të një konspiracioni global. Gjithashtu, ato përfshijnë mohimin e Masakrës së Reçakut, shtrembërimin e rolit të uraniumit të varfëruar dhe interpretimin e gabuar të Rezolutës 1244 si konfirmim të sovranitetit serb, duke injoruar faktet e dokumentuara nga institucionet ndërkombëtare për zhvillimet e luftës në Kosovë.

HIBRIDO.INFO