



**QËNDRUESHMËRIA:**  
Për media pa urrejtje a dezinformim

---

# **PEISAZHI I MEDIAVE NË KOSOVË: Ndikimet e urrejtjes dhe të propagandës**

*Abit Hoxha*

**KOSOVË**

## **QËNDRUESHMËRIA: për media pa urrejtje a dezinformim**

Projekti rajonal QËNDRUESHMËRIA: Aksioni i shoqërisë civile për të riafirmuar lirinë e medias dhe luftën kundër dezinformimit dhe propagandës urryese në Ballkanin Perëndimor dhe Turqi' zbatohet me përkrahjen e Bashkimit Evropian nga organizatat partnere [SEENPM](#), [Instituti Shqiptar i Medias](#), [Mediacentar Sarajevë](#), [Kosovo 2.0](#), [Instituti i Medias i Malit të Zi](#), [Instituti Maqedonas për Media](#), [Shkolla e Novi Sadit për Gazetarë](#), [Instituti i Paqes](#) dhe [Bianet](#).

Info: <https://seenpm.org/>

Kontakttoni: [admin@seenpm.org](mailto:admin@seenpm.org)

## **RELIEFI MEDIATIK NË KOSOVË: Ndikimet e urrejtjes dhe të propagandës**

### **KOSOVË**

Autori: Abit Hoxha

Redaktore, studiuese kryesore rajonal: Brankica Petković

Redaktore e anglishtes: Fiona Thompson

Dizajni: Špela Kranjec për Filip Kranjec s.p., Lublanë, Slloveni

Botuesit: SEENPM, Tiranë, Instituti i Paqes, Lublanë dhe Kosovo 2.0, Prishtinë

Lublanë, shtator 2020

© Kosovo 2.0, SEENPM, Peace Institute dhe autori



South East European Network  
for Professionalization of Media



Mirovni inštitut  
Inštitut za sodobne družbene in politične študije  
The Peace Institute  
Institute for Contemporary Social and Political Studies



*Ky botim është mundësuar me përkrahjen financiare të Bashkimit Evropian.  
Përmbajtja e tij është përgjegjësi vetëm e autorit dhe e botuesve dhe  
nuk pasqyron medoemos pikëpamjet e Bashkimit Evropian.*

# PËRMBAJTJA

<b>1. HYRJE</b>	<b>4</b>
1.1. Peisazhi mediatik dhe rregullimi zyrtar	7
1.2. Peisazhi mediatik që përcakton agjendën	8
1.3. Rrjetet e mediave sociale	9
<b>2. PROPAGANDA, URREJTJA DHE PËRMBAJTJA TJETËR PEZMATUESE NË MEDIAN KOSOVARE</b>	<b>11</b>
2.1. Propaganda dhe urrejtja në rrjetet sociale	11
<b>3. KRIJIMI I KLIMËS PËR PROPAGANDË DHE LUFTA E PËRMBAJTJES URRYESE NË RRJETET SOCIALE</b>	<b>13</b>
<b>4. RIVALITETI NË MEDIAT SOCIALE</b>	<b>15</b>
<b>5. GJINIA NË MEDIA DHE MEDIA SOCIALE SI DHE URREJTJA DHE PËRMBAJTJA ABUZUESE</b>	<b>17</b>
<b>6. BAZAT PËR GJUHË TË URREJTJES DHE GJUHË TË PAPËRSHTATSHME NË MEDIA SOCIALE</b>	<b>18</b>
<b>7. LUFTIMI I DEZINFORMIMIT DHE GJUHËS SË URREJTJES NË MEDIA SOCIALE</b>	<b>19</b>
<b>8. PËRFUNDIME</b>	<b>19</b>
<b>9. REKOMANDIMET E POLITIKAVE</b>	<b>21</b>
Literatura dhe burimet	22
Rreth autorit	23

# PEISAZHI I MEDIAVE NË KOSOVË: Ndikimet e urrejtjes dhe të propagandës

*Abit Hoxha*

## 1. HYRJE

Media e Kosovës është padyshim model shumë i veçantë, bazuar në funksionin e saj dhe rolin që gazetarët ia caktojnë vetes. Në vitin 2004, ideja e zhvillimit të medias përqendrohej kryesisht në ndihmën ndërkombëtare. “Bumi i paparë zhvillimor mund t’i atribuohet rrethanave të krijuara nga çlirimi prej regjimit shtypës serb dhe përkrahjes për mediat e reja që erdhi nga donatorët qeveritarë e joqeveritarë të ardhur në Kosovë pas luftës”. (Berisha, 2004). Sidoqoftë, në një studim hulumtues, Andresen, Hoxha dhe Godole (2017) argumentojnë se modeli i mediave në Kosovë është i veçantë dhe jo kopje e ndikimeve ndërkombëtare. Gazetarët kanë role të ngjashme në Maqedoni, Serbi, Shqipëri në Ballkan, ku ndihen pjesë e transicionit ose ndryshimit. Veçmas në Kosovë, atyre u caktohet më shumë rol për ndryshimin proaktiv të shoqërisë. Kjo reflektohet edhe në modelin mediatik që gazetarët, redaktorët dhe pronarët përpiqen ta ndërtojnë. Në punën e vet të spikatur për mediat në Kosovë (Andresen, 2015), Andresen argumenton se historia e mediave të Kosovës është e përzier, duke filluar nga bashkëjetesa me sistemin në kohën e komunizmit, ndërtimi i identitetit kombëtar në vitet 1990 dhe pjesëmarrja në strategjinë e ndërtimit të kombit në Kosovën e pasluftës. Pas luftës më 1999, media në Kosovë u kthye nga media klandestine në media më pluraliste që u ngjan disi atyre perëndimore. Megjithatë, gazetarët kosovarë janë ende nën presion të konsiderueshëm politik dhe shpesh përballen me kanosje (Gonen & Hoxha, 2019).

Pas luftës më 1999, media në Kosovë u kthye nga media klandestine në media më pluraliste që u ngjan disi atyre perëndimore. Megjithatë, gazetarët kosovarë janë ende nën presion të konsiderueshëm politik dhe shpesh përballen me kanosje.

Për ta thelluar këtë argument, hulumtimi i fundit i kryer përmes Studimit të Worlds of Journalism<sup>1</sup> (WJS) zbuloi se mediat kosovare janë në gjendje më të dobët se ç’raportohet, meqë mbi dy të tretat e gazetarëve punojnë me kontrata të përkohshme dhe mediat mezi mbijetojnë (Hoxha, et al., 2017). Në një hulumtim të botuar nga *K2.0* më 2017, autori pohon se po ndodh diçka e ngjashme me ‘shtrydhjen’ e gazetarisë në mediat kosovare, si

<sup>1</sup> <https://worldsofjournalism.org/>

rezultat i interesave politikë dhe ekonomikë për pronësi të mediave<sup>2</sup>. Sipas Enciklopedisë Ndërkombëtare Sage të Masm medias dhe Shoqërisë, tregu i mediave në Kosovë mbetet kryesisht i kontrolluar privatisht. Për më tej, Kosova nuk ka përjetuar zhvillim në faza nga media autoritare nëpërmjet medias së shërbimit publik në tregun privat, por përkundrazi bashkëpunim të biznesmenëve me politikanë për të krijuar agjenci mediatike për nevojat e zhvillimit politik (Andresen, 2015).

Në vitet e fundit, peisazhi mediatik i Kosovës u pasurua me media të reja dhe ndryshime në pronësi e në redaksi. Gazeta Express<sup>3</sup>, portali online me numrin më të madh të shikimeve, e zgjeroi organizimin për të përfshirë kanal televiziv T7, dhe kryeredaktori i KTV, Adriatik Kelmendi, mori postin e shefit ekzekutiv të Klan Kosova, kanal simotër i televizionit Klan në Shqipëri. Sipas intervistës në T7<sup>4</sup> më 9 prill 2020, Baton Haxhiu dha dorëheqje nga posti i shefit ekzekutiv të Klan Kosovës për shkak të presionit nga aktorët politikë dhe pronarët. Rrokum TV iu shit Arben Ahmetit prej ish-pronarit Migjen Kelmendi, i cili u bashkua me Partinë Demokratike të Kosovës (PDK). Ahmeti më vonë themeloi Channel 10, i cili është ende në zhvillim. Këto zhvillime shënojnë njëfarë ndryshimi në peisazhin mediatik në Kosovë, i cili, përkundër situatës së paqartë politike, vazhdon të prodhojë kryesisht lajme politike, debate dhe prodhime të tjera mediatike politike. Indeksi i Qëndrueshmërisë së Medias me të drejtë pohon edhe se “shtimi i internetit ka hapur rrugën për shtimin e mediave shumë më të vogla, më të pavarura dhe profesionale në vitet e fundit. Këto media kanë më shumë gazetarë që mbulojnë çështje specifike në mënyrë më të thelluar” (Mehmetaj, 2019).

Shumë përdorues të mediave sociale kanë përhapur lajme të rreme, propagandë dhe në një masë edhe urrejtje në mediat sociale rishtazi, duke ditë se ka pak ose aspak kontroll mbi mediat sociale në Kosovë.

Për t’i plotësuar ndryshimet e fundit në peisazhin e mediave të Kosovës, edhe përdorimi i mediave sociale nga udhëheqësit politikë në komunikimin politik ka marrë shumë hov. Si Kryeministër, Hashim Thaçi ishte i pari që punësoi një ekip mediash sociale me prani profesionale në Facebook, Instagram dhe Twitter që nga 2008. Në vitin 2014, qeveria Mustafa ndoqi të njëjtat modele duke mos caktuar madje as zëdhënës të qeverisë, por duke u përqendruar në komunikimin publik dhe me gazetarët komunikoi vetëm përmes mediave sociale. Kohët e fundit, në kohën e me krizë pandemike, mediat sociale janë përdorë kryesisht si rezultat i mbylljes dhe izolimit, duke bërë që informimi dhe dezinformimi të përhapen shumë më gjerë sesa më parë. Në një editorial të botuar nga Observatori Evropian i Gazetarisë<sup>5</sup>, Dren Gërguri, ligjërues në Universitetin e Prishtinës, pohon se shumë dezinformata janë përhapur gjatë situatës pandemike, kryesisht përmes Facebook-ut si rrjeti social më i përdorur në Kosovë. Për ta përkeqësuar problemin e dezinformimit, urrejtjes dhe propagandës, shumë përdorues të mediave sociale kanë përhapur lajme të rreme, propagandë dhe në një masë edhe urrejtje në mediat sociale rishtazi,

2 <https://www.balkanicaucaso.org/eng/Areas/Kosovo/Political-and-economic-interests-in-media-ownership-are-squeezing-Kosovar-journalism-179036>

3 <https://www.gazetaexpress.com/>

4 <https://www.youtube.com/watch?v=4cDMIFd-8nI>

5 [https://en.ejo.ch/ethics-quality/kosovo-coronavirus-and-the-media?fbclid=IwAR1sZRzX3jRChCvWwyekNgd9iVvvRbbnkODGy2nj2e7ABuvfLyGkliUP\\_-M](https://en.ejo.ch/ethics-quality/kosovo-coronavirus-and-the-media?fbclid=IwAR1sZRzX3jRChCvWwyekNgd9iVvvRbbnkODGy2nj2e7ABuvfLyGkliUP_-M)

duke ditë se ka pak ose aspak kontroll mbi mediat sociale në Kosovë. Është pohuar edhe se për të pretenduar popullaritet, partitë politike blejnë shikime të debateve të tyre politike përmes fermave të mediave sociale jashtë vendit.

Modeli i medias i zhvilluar në Kosovë pas vitit 1999 lë shumë pak hapësirë për propagandë dhe më pak për gjuhë të urrejtjes, veçmas pas marsit 2004, kur media raportoi se dy fëmijë ishin mbytë në lumin Ibër sepse ishin ndjekë nga serbët, dhe këto raporte u përdorën si pikënisje për një trazirë të gjerë civile. OSBE-ja në Kosovë konfirmoi në një raport se “shtytja e qartë e dhënë nga media në raportimin e mbytjes fatale të një grupi fëmijësh më 16 mars duket se nuk përkrahet nga raportimet e vlefshme gazetareske” (OSBE, 2004). Mësimet e nxjerra nga marsi 2004 dhe roli i medias në mosbindjen civile e dhunën janë trajtuar në media më tradicionale si RTK, si transmetues publik, por edhe në media private. Rregullimi i mediave në Kosovë përmes Komisionit të Pavarur të Mediave është i një standardi të lartë ligjor dhe edhe vetërregullimi i shtypit përmes Këshillit të Shtypit të Kosovës është i mirorganizuar, por ka hapësirë për përmirësim. Në vitin 2017, u prezantuan masa të reja: anëtarët duhej të botonin informacione në lidhje me pronësinë në mënyrë që të bëheshin anëtarë të Këshillit të Shtypit të Kosovës (Mehmetaj, 2019).

Sa i përket pronësisë së medias tradicionale private, pakgjë ka ndryshuar nga të dhënat e ofruara nga Berisha më 2004 e madje edhe më 2015. (Berisha, 2004, 2015). Media private mbetet nën të njëjtën pronësi, por më shumë probleme janë shfaqë me gazetarinë dhe prodhimin e lajmeve me zbehjen e donatorëve ndërkombëtarë. Praktikën e mira të regjistruarve të lajmeve dhe të rutinave në redaksi kanë ndryshuar dhe ka më shumë censurë dhe vetëcensurë në redaksi si rezultat i presionit politik. (Andresen et al., 2017; Hoxha, 2007; Hoxha & Andresen, 2019; Jungblut & Hoxha, 2017).

Deri më sot, shumica e transmetuesve televizivë kombëtarë dhe rajonalë (lokalë) kanë pronësi zyrtarisht transparente; megjithatë, pronësia e vërtetë nuk dihet ose nuk është e konfirmuar. Bizneset si Grupi Devolli pretendohet se janë pronarët e vërtetë të *Klan Kosova*, megjithëse asnjë dokument nuk e konfirmon këtë. *Faqja Klan Kosova* në Wikipedia jep Aleksandër Frangajn si pronar, kurse në faqen e tyre të internetit nuk mund të gjendet asnjë informacion mbi pronësinë. Ngjashëm, *Gazeta Express* dhe transmetuesi televiziv *T7* nuk kanë asnjë informatë në lidhje me pronësinë e tyre ose ekipin editorial në faqen e internetit. Shtëpitë e tjera mediatike janë të ngjashme, përveç *RTK-së* si transmetues publik dhe *Koha-s*, pronësia e të cilës dihet hapur, dhe *TV21*.

Ngjashëm, mediat tjera kanë probleme të dukshme me pronësinë. Portali në internet *Insajderi* është përfshirë në një grindje me pronarët e pretenduar dhe prokuroria po i vazhdon hetimet<sup>6</sup>.

Meqë Kosova ka një model të veçantë të medias që lejon shumë pak hapësirë për propagandë dhe gjuhë të urrejtjes, ky punim shqyrton përmbytjen në media dhe media sociale dhe se si përmbytja e tillë shkakton komentime të urrejtjes, propagandë dhe rivalitet të papërshtatshëm nëpër mediat sociale.

6 <https://kallxo.com/ligji/video-ceshtja-insajderi-fillon-ballafaqimi-ne-gjykate/>

Drejtori dhe kryeredaktori, që janë edhe pronarë në letër<sup>7</sup>, pretendojnë se janë sulmuar dhe se pronësia është ndryshuar pa dijeninë e tyre nga individë të afërt me Vetëvendosjen!

Meqë Kosova ka një model të veçantë të medias që lejon shumë pak hapësirë për propagandë dhe gjuhë të urrejtjes, ky punim shqyrton përmbajtjen në media dhe media sociale dhe se si përmbajtja e tillë shkakton komentime të urrejtjes, propagandë dhe rivalitet të papërshtatshëm nëpër mediat sociale. Ai përqendrohet në disa media qendrore dhe disa grupe të përzgjedhura nga Facebook dhe shpjegon disa nga parregullsitë më të dukshme. Realiteti është se këto përfaqësojnë një grup më të madh rastesh të dezinformimit dhe të propagandës urryese. Ky punim synon të krijojë të kuptuar më të mirë të dezinformimit dhe modeleve propagandistike urryese të mediave dhe të komunikimit në peisazhin mediatik të Kosovës.

## 1.1. Peisazhi mediatik dhe rregullimi zyrtar

Peisazhi mediatik i Kosovës përfshin dy nivele: mediat kombëtare me shtrirje kombëtare, si dhe mediat rajonale/lokale me shtrirje të pjesshme ose specifike brenda një rajoni a qyteti. Sipas raportit të Komisionit të Pavarur të Mediave<sup>8</sup> (KPM) nga viti 2018, Kosova ka 20 stacione televizive operacionale, 83 radio-stacione, 41 operatorë shpërndarjeje dhe 80 ofrues të shërbimeve të mediave audio-vizive. Midis tyre janë 13 transmetues televizivë në gjuhën shqipe, përfshirë transmetuesin publik, pesë transmetues televizivë në gjuhën serbe dhe një që transmeton në turqisht. Nga radio-stacionet, 48 transmetojnë në shqip, duke përfshirë dy radio-stacione publike, 23 në serbisht, tre në gjuhën boshnjake, tre në turqisht dhe dy në gjuhën gorane. Sa i përket rregullimit, media e Kosovës rregullohet nga Komisioni i Pavarur për Media dhe Këshilli i Mediave të Shkruara të Kosovës (KMSHK). KPM-ja është organ i pavarur për rregullimin, menaxhimin dhe mbikëqyrjen e spektrit të frekuencës së transmetimit. BNK rregullon të drejtat, detyrimet dhe përgjegjësitë e personave fizikë dhe juridikë që ofrojnë shërbime mediatike audio dhe audio-vizive<sup>9</sup>. Gjithashtu, KMSHK është organ vetërregullues për shtyp i cili përfshin disa nga mediat në internet. Për KMSHK-në, liria e fjalës, e drejta e qytetarëve për t'u informuar si duhet dhe plotësisht dhe respektimi i Kodit të Shtypit të Kosovës janë bazat mbi të cilat është themeluar Këshilli i Shtypit. Qëllimi i KMSHK-së është t'i mbrojë qytetarët nga informacioni i rremë dhe gazetaret nga ankesat e pabazuara<sup>10</sup>. KMSHK-ja ka 40 anëtarë të rregullt nga gazetaret dhe agjencitë e lajmeve, dhe tre anëtarë të pavarur. Ky është organ vetërregullues që përfshin përfaqësues të gazetave, portaleve të lajmeve, revistave, agjencive të lajmeve dhe blogjeve, përkatësisht kryeredaktorët e tyre<sup>11</sup>.

7 <https://insajderi.com/dosja-olluri-kajtazi-pjesa-i-dokument-e-verteta-e-pronesise-se-insajderi-com-dhemashtrimi-qe-olluri-dhe-kajtazi-ia-bene-publikut/>

8 <https://www.kpm-ks.org/publikime/291/raporte-vjetore/291>

9 <http://www.kpm-ks.org/assets/cms/uploads/files/Legjislacioni/1335250709.2603.pdf>

10 <https://presscouncil-ks.org/about-us/?lang=en>

11 <https://presscouncil-ks.org/about-us/?lang=en>

## 1.2. Peisazhi mediatik që përcakton agjendën

Kosova ka peisazh të larmishëm mediatik, dhe shumica e mediave të saj janë rajonale/lokale. Media përcaktuese e agjendës qëndron në Prishtinë, kurse numri më i madh i mediave janë të vendosura nëpër rajone e komuna. Shpesh mendohet se përqendrimi i mediave në Prishtinë ka krijuar një epiqendër mbulimi që shpërfill zhvillimet rajonale që ndikojnë dhe formësojnë jetën politike në Kosovë, siç janë rajonet e Dukagjinit, Drenicës ose Llapit. Shpesh, përmbajtja nga rajonet nuk depërton në mediat kombëtare.

Media përcaktuese e agjendës në Kosovë përbëhet nga tri ose katër kanale kryesore televizive. *RTK* mbetet njëri nga kanalet e rëndësishme televizive në Kosovë, thjesht për shkak të traditës. Kohët e fundit, *KTV*, *T7* dhe *Klan Kosova* kanë rritur numrin e shikuesve për shkak të lajmeve dhe programeve të debatit. Vlerësohet se kosovarët ende besojnë që televizioni mbetet burimi më i besuar për lajmet (NDI, 2019), ndonëse nuk ka asnjë matje shkencore. Shumica e vlerësimeve vjen nga perceptimi i qytetarëve në sondazhe të tjera<sup>12</sup>. *RTK* mbetet popullore, por besimi në të ka rënë vitet e fundit për shkak të ndikimit politik të qeverisë dhe politikës partiake. Menaxhmenti i lidhur me qeverinë pasqyrohet në përmbajtjen e ofruar kryesisht me lajme protokollare dhe nganjëherë edhe në përputhje me akuzat partiake. Transmetuesi televiziv kombëtar ka edhe një kanal me një buxhet të veçantë, redaksi dhe menaxhim që transmeton në gjuhën serbe.

*KTV* mbetet më shumë transmetues televiziv tradicional me standard të lartë të lajmeve. Ndër media të tjera që përcaktojnë agjendën në Kosovë është *Gazeta Express* dhe marka e saj televizive *T7*. Kjo vlerësohet si media dhe portali më i popullarizuar për shkak të *celebritetit* të lajmeve, duke përfshirë lajmet politike me thashetheme dhe, ndonjëherë, me spekulime. Kanali televiziv është ende i pazhvilluar, por portali, në kulmin e vet, ka pasur rreth 800,000 shikime përditë në Ballkan. *Express* përdor të gjitha mediat sociale për ta shpërndarë përmbajtjen dhe për të arritur te audiencat dhe, bashkë me *TV Dukagjini*, është kanali më i ri mediatik në Kosovë me ndikim në rritje. *Klan Kosova*, në ekzistencë rreth një dekadë tashmë, është kanal televiziv me program të mirë lajmesh, por kohët e fundit i është nënshtruar shumë presionit politik.

Llojet e tjera të mediave që përcaktojnë agjendën janë portalet online dhe organizatat e lajmeve në internet. *Insajderi* është një nga mediat gjithnjë e më popullore pas publikimit të aferës "Pronto"<sup>13</sup> dhe po bëhet më me ndikim me punën e vet kohëve të fundit. *Telegrafi* u ble nga një biznesmen që ka lidhje të ngushta familjare me pronarët e *TV Dukagjini*. *Lajmi.net* është portal i

*KTV*, *T7* dhe *Klan Kosova* kanë rritur numrin e shikuesve për shkak të lajmeve dhe programeve të debatit. Vlerësohet se kosovarët ende besojnë që televizioni mbetet burimi më i besuar për lajmet (NDI, 2019), ndonëse nuk ka asnjë matje shkencore.

*Insajderi* është një nga mediat gjithnjë e më popullore pas publikimit të aferës "Pronto" dhe po bëhet më me ndikim me punën e vet kohëve të fundit.

<sup>12</sup> <https://www.ndi.org/sites/default/files/NDI%20Kosovo%20Public%20Opinion%20Poll%202019.pdf>

<sup>13</sup> Afera Pronto është një varg storiesh të publikuara nga *Insajderi* bazuar në përgjimet e politikanëve kosovarë (kryesisht nga PDK) dhe zyrtarëve qeveritarë për korrupsion dhe shkelje të tjera.



bazuar në internet me lajme të përgjithshme, po me lexueshmëri të shtuar për shkak të përmbajtjes jokonfliktuale dhe josensacionaliste. *Reporterit* është portal i sapokrijuar me gazetarë me përvojë, të cilët nuk përputheshin me pronësinë dhe ndikimet e medias tjetërkund.

Përveç mediave të mësipërme si përcaktuese të agjendës, Kosova ka një fenomen të mediave joqeveritare si shumë vende në botë. *BIRN, Kosovo 2.0*, dhe *Prishtina Insight* janë vetëm disa nga mediat e regjistruara si organizata joqeveritare e që ofrojnë përmbajtje cilësore në sferën publike. Së bashku me këto "OJQ-media", Kosova ka disa media më të vogla dhe rajonale të pakicave si p.sh. *Portali Sever Kosovo, Radio KiM* dhe *Crno I Beli Svet* që prodhojnë përmbajtje për audienat e tyre pavarësisht se popullariteti u mbetet i ulët.

Ndonëse me ligj partive nuk u jepet licencë nga Komisioni i Pavarur për Media, një fushë të re në zhvillim e sipër në Kosovë përbëjnë kanalet televizive të partive politike. Vetëvendosje njoftoi krijimin e një kanali televiziv për "të arritur tek qytetarët"<sup>14</sup> përmes ish-Ministrit të vet të Drejtësisë. Federata Evropiane e Gazetarëve reagoi ndaj këtij veprimi me një postim në Twitter duke thënë: "Kjo nuk është gazetari. Kjo është propagandë në shërbim të politikanëve", deklarotë kjo që Asociacioni i Gazetarëve të Kosovës e përkrahu. Kjo përdezi një debat në media sociale dhe shoqëria civile reagoi bashkë me Komisionin e Pavarur të Mediave të Kosovës. Pas shumë reagimesh, Vetëvendosje sqaroi se ky do të ishte vetëm kanal në YouTube, që do të transmetonte intervista, reklama dhe materiale të tjera të prodhuara nga partia.

### 1.3. Rrjetet e mediave sociale

Përveç mediave të themeluara mirë dhe organizatave të tjera me ekuivalencën funksionale të mediave, Kosova ka një nga depërtimet më të larta të përdorimit të internetit në rajon me 86.49% sipas Ditarit Mediatik të IPSOS. Krahasimisht, pjesa e përdoruesve të telefonave mobilë tejkalon 96% të popullsisë dhe pashmangshmërisht, rrjetet e mediave sociale luajnë rol kritik. Rrjetet e mediave sociale janë shumë të popullarizuara në Kosovë edhe midis liderëve politikë, partive dhe kanaleve të përgjithshme të komunikimit. Për disa vjet, qeveria e Mustafës (2014–2017) komunikoi me publikun vetëm përmes *Facebook*-ut dhe qeveria e fundit e koalicionit u negociua përmes *Facebook*-ut duke nxjerrë detaje edhe para se zhvillimet e reja të arrinin palën tjetër në negociatë. Ngjashëm, partitë politike, organizatat dhe individët me ndikim përdorin kryesisht *Facebook*-un për të komunikuar. Media ka prani shumë të lartë edhe në rrjetet e mediave sociale (Shahini-Hoxhaj, 2018). Një raport i *Kosovo 2.0* në vitin 2019 gjeti se "prania e mediave sociale ka intensifikuar komunikimin ndërmjet përfaqësuesve institucionalë dhe publikut në përgjithësi dhe i ka sjellë të dy palët më afër njëra-tjetrës,

Kosova ka një nga depërtimet më të larta të përdorimit të internetit në rajon me 86.49% sipas Ditarit Mediatik të IPSOS. Krahasimisht, pjesa e përdoruesve të telefonave mobilë tejkalon 96% të popullsisë dhe pashmangshmërisht, rrjetet e mediave sociale luajnë rol kritik.

<sup>14</sup> <https://safejournalists.net/agk-e-pranon-me-shqetesim-hapjen-e-televizionit-tvv-nga-subjekti-politik-i-levizjes-vetevendosje/>

por ky komunikim mbetet i njëanshëm dhe jo i hapur për sfidë të mirëfilltë. Mediat sociale kanë lehtësuar komunikimin e shpejtë midis përfaqësuesve institucionalë dhe publikut, por edhe e kanë bërë më të vështirë punën e gazetarëve, sepse deklaratat e adresuara në mediat sociale shpesh përdoren si justifikime nga përfaqësuesit institucionalë për refuzimin e sfidimit publik lidhur me çështje të ndryshme në interes publik” (Kosovo 2.0, 2018).

## NDJEKËSIT E TOP 5 MEDIAVE NË FACEBOOK NË KOSOVË

Tabela 1

	MEDIA	NDJEKËSIT
1.	EXPRESS	1.2 million
2.	LAJMI	882,799
3.	TELEGRAFI	813,230
4.	KLAN KOSOVA	580,765
5.	KOHA.net	554,498

Burimi: Social Bakers.<sup>15</sup>

Pashmangshmërisht, kjo çon në shumë përmbajtje të prodhuar si propagandë dhe me nuanca të urrejtjes për t’u shpërndarë përmes rrjeteve sociale. Disa grupe me përmbajtje nacionaliste ekzistojnë në Facebook ku përmbajtja urryese mund të gjurmohet në seksionet e komenteve nga individë, megjithëse kjo përmbajtje rrallë përfundon në media.

15 <https://www.socialbakers.com/statistics/facebook/pages/total/kosovo>

## 2. PROPAGANDA, URREJTJA DHE PËRMBAJTJA TJETËR PEZMATUESE NË MEDIAN KOSOVARE

Nuk është e lehtë me identifiku gjuhë të drejtpërdrejtë të urrejtjes dhe propagandë në mediat kosovare, por gjuha që përkufizon pakicat etnike, pakicat seksuale dhe gratë, mbetet problematike. Fjalori i Kembrixhit përkufizon gjuhën e urrejtjes si “fjalim publik që shpreh urrejtje ose nxit dhunën ndaj një personi ose grupi, bazuar në gjëra si raca, feja, seksi ose orientimi seksual” dhe në këtë kontekst, përmbajtja e prodhuar në media rrallë paraqet gjuhë urrejtjeje. Edhe portalet anonime të medias përpiqen të imitojnë gazetarë profesionistë duke mos nxjerrë përmbajtje urryese e abuzive. Gazetarët jo veç përmbahen nga përdorimi i gjuhës urryese e abuzive, por vazhdojnë të bashkëpunojnë në raportimin dhe informimin e publikut në forma të ndryshme, veçanërisht midis Serbisë dhe Kosovës. Sidoqoftë, në rrjetet e mediave sociale kosovare, përmbajtja që mund të bjerë në këtë kategori del në seksionet e komenteve. Mediat shpesh qëllimisht mbyllin seksionet e komenteve për shkak të përmbajtjes abuzive dhe gjuhës së urrejtjes. Përkundër ndjenjës së fortë të komuniteteve të ndara në Kosovë si dhe midis Kosovës e Serbisë, gazetarët kanë arritur të thyejnë barrierat dhe të bashkëpunojnë në përmirësimin e përfaqësimit të palëve të tjera në raportimet e tyre. Hulumtimet nga viti 2019 mbi ndërveprimet midis gazetarëve kosovarë dhe serbë gjejnë se bashkëpunimi i gazetarëve kosovarë me homologët serbë është më i mirë sesa mendohej. Programet dhe projektet e shkëmbimit, të nxitura kryesisht nga organizata ndërkombëtare të OJQ-ve, janë dëshmuar shumë të suksesshme. Ata i përdorin këto nisma për të depërtuar te audiencat në anën e kundërt. (Gonen & Hoxha, 2019).

Përkundër ndjenjës së fortë të komuniteteve të ndara në Kosovë si dhe midis Kosovës e Serbisë, gazetarët kanë arritur të thyejnë barrierat dhe të bashkëpunojnë në përmirësimin e përfaqësimit të palëve të tjera në raportimet e tyre.

### 2.1. Propaganda dhe urrejtja në rrjetet sociale

Sipas Fjalorit të Kembrixhit, përmbajtja propagandistike në përkufizimin më të vërtetë të termit është përmbajtja, sidomos ajo e një natyre të njëanshme ose mashtruese, që përdoret për të promovuar një kauzë politike ose pikëpamje. Natyrisht, përmbajtja e tillë në Kosovë vjen nga qeveria dhe partitë politike kryesisht përmes mediave. Duke parë nga afër përmbajtjen në RTK, mund të vërehet mungesa e një perspektive kritike në përmbajtjen e lajmeve, të debateve dhe madje kronikave të prodhuara në lidhje me dialogun e Kosovës me Serbinë (Shahini - Hoxhaj, 2018), çështjet e integritimit evropian, të ashtuquajturin polarizim pro dhe anti-amerikan, si dhe politikën e brendshme.

Si transmetues publik, RTK shpesh akuzohet për përmbajtje të njëanshme në lidhje me pikëpamjet e qeverisë dhe opozitës. Opozita ka mënyrat e veta për të transmetuar lajme dhe për të bërë tituj. Me publikimet dhe komunikimin strategjik përmes rrjeteve sociale, lëvizja Vetëvendosje, në veçanti, tregon

shenja të përhapjes së përmbajtjes për t'iu përshtatë qëllimeve të saj politike. Përmbajtja kryesisht lidhet edhe me çështjet e negociatave të Kosovës me Serbinë, shënjimimin e kufirit me Malin e Zi (2017–18) dhe “Asociacionin e Komunave Serbe” në veri të Kosovës. Ky lloj komunikimi ka krijuar kushtet për shenja të gjuhës së urrejtjes në komunikimin publik pas ngopjes së tillë të debatit. Këto mesazhe të urrejtjes nuk botohen në shtyp, por janë pjesë e debateve dhe diskutimeve të mediave sociale nëpër Facebook.

Mediat kosovare shpesh bien nën ndikimin e sensacionalizimit të lajmeve dhe dëshirës për të qenë të parët që postojnë lajme në mediat sociale. Duke sensacionalizuar lajmet, storiet shpesh dalin të pafiltruara dhe të paredaktuara, por përfundojnë duke u bërë virale sipas standardeve lokale. Derisa lajmet të verifikohen dhe të kontrollohen, është tepër vonë dhe ka pasoja. Në raste të tilla, përmbajtja e papërshtatshme rrallë përfundon në media. Në një rast, Komisionit të Pavarur të Mediave iu desh të tërhiqte vëmendjen ndaj mbulimit mediatic të një storieje rreth një gruaje të abuzuar nga një i mitur<sup>16</sup> sepse ishte në kundërshtim me Kodin e Etikës<sup>17,18</sup> por ajo që KPM-ja nuk e adresoi në reagim ishte çështja e qarkullimit të lajmeve të tilla në internet që shpalosnin përkatësinë etnike dhe gjininë e saj, duke e raportuar si transgrua, çka i kontribuoi sulmit ndaj saj.

Shumica e propagandës në mediat sociale buron nga organizatat politike dhe përmbajtja që lidhet me veprimet e qeverisë ose të partive të opozitës. Përdoruesit e mediave sociale ndajnë dhe komentojnë përmbajtjet fyese dhe urryese nga burime reale dhe anonime.

Përmbajtja e mediave sociale nuk ndjek praktikën standarde të gazetarisë për redaktimin dhe konfirmimin e burimeve. Shpesh, pak ose aspak filtra aplikohen në raportim. Shumica e propagandës në mediat sociale buron nga organizatat politike dhe përmbajtja që lidhet me veprimet e qeverisë ose të partive të opozitës. Përdoruesit e mediave sociale ndajnë dhe komentojnë përmbajtjet fyese dhe urryese nga burime reale dhe anonime. Sipas Facebook, në vitin 2019 kyrrjet social hoqi 212 faqe, grupe dhe llogari për përfshirje në sjellje joautentike të bashkërenduar që kishin origjinën në Maqedoni dhe Kosovë. Individët prapa këtij aktiviteti operonin nga llogari të rreme për të administruar faqe në Facebook që ndajnë përmbajtje të përgjithshme, jospecifike për vendet, si astrologjia, personazhet e famshme dhe këshillat e bukurisë.<sup>18</sup> Fatkeqësisht, Facebook nuk monitoron përmbajtjen e urrejtjes dhe propagandën në shqip e serbisht në seksionet e komenteve dhe nuk ka qenë në gjendje të bëjë shumë për urrejtjen dhe propagandën deri më sot.

16 [http://kpm-ks.org/al/lajmi\\_i\\_plot/3065](http://kpm-ks.org/al/lajmi_i_plot/3065)

17 Kodi i Etikës për Ofruesit e Shërbimeve Mediatike në Republikën e Kosovës. IMC-2016/03. Qasur më: <https://www.kpm-ks.org/en/legjislacioni/299/aktet-nenligjore-ne-fuqi/299>

18 <https://about.fb.com/news/2019/03/cib-iran-russia-macedonia-kosovo/>

### 3. KRIJIMI I KLIMËS PËR PROPAGANDË DHE LUFTA E PËRMBAJTJES URRYESE NË RRJETET SOCIALE

Përmbajtja në rrjetet e mediave sociale është e vështirë të kontrollohet. Mënyra si përhapet përmbajtja në grupet e Facebook në komunikimin politik në Kosovë është se teksti shpesh është brenda Standardeve të Komunitetit<sup>19</sup>. Facebook është kritikuar më parë për çështjen e fjalës së lirë<sup>20</sup> dhe për kufizimin e saj “me kërkesë popullore”<sup>21</sup> pa verifikimin e informacionit. Faqet e Facebook-ut në Kosovë veprojnë asisoj që shumica e përmbajtjes së diskutueshme nuk është tekstuale në postimet origjinale, por në formatin video, pa mundësinë e identifikimit automatik të urrejtjes ose propagandës. Shpesh lidhet edhe nga portalet e internetit, që mund të hiqen, por përmbajtja mbetet në vegëzën origjinale në portal.

Mënyra se si grupet në Facebook përhapin propagandën që motivon komente të urrejtjes është se këto grupe ndajnë përmbajtje të prodhuar në faqe dhe video të tjera të lidhura me YouTube. Këto video redaktohen në formë amatoreske dhe janë të shkurtra. Informacioni është shumë vështirë i verifikueshëm dhe i konfirmueshëm, por seksioni i komenteve ofron mundësi diskutimi dhe shprehjeje të përmbajtjes së urrejtjes. Shpesh, faqet që menaxhohen zyrtarisht nga partitë politike përhapin përmbajtje të tillë nga burime të paverifikuara ose përmbajtje të ndryshuar për t’iu përshtatë nevojave të tyre. Anëtarët e faqeve të tilla ndjekin këto grupe dhe lajmet në këto grupe për shkak të përmbajtjes së pafiltruar. Veç kësaj, përmbajtja e tillë sillet nga anëtarë me ndikim në grupe të tilla si zyrtarë partiakë të rangut të ulët, figura të shquara politike dhe madje anëtarë parlamenti. Kjo e bën përmbajtjen e tillë në rrjetet sociale më të besueshme në sytë e audiencës, por nuk verifikohet, nuk filtrohet as nuk kurohet nga asnjë media.

Faqet e Facebook-ut në Kosovë veprojnë asisoj që shumica e përmbajtjes së diskutueshme nuk është tekstuale në postimet origjinale, por në formatin video, pa mundësinë e identifikimit automatik të urrejtjes ose propagandës.

Faqja në Facebook #meKryeministrin p.sh. u krijua në përkrahje të Albin Kurtit si Kryeministër i Kosovës. Në përshkrim, ajo thotë se është “krijuar nga qytetarë të përgjegjshëm që janë të vetëdijshëm për situatën politike në vend. Këtu ne ofrojmë përkrahjen për Albin Kurtin dhe punën e qeverisë Kurti”.<sup>22</sup> Ky grup numron rreth 315,500 anëtarë. Faqja #ndalDezinformatat<sup>23</sup> është e ngjashme, por ka vetëm pak më shumë se 5000 anëtarë që ftohen të kundërshtojnë dezinformimin e pretenduar të mediave në Kosovë. Pankarta e grupit është hashtag me “ndal dezinformatat” dhe thërret për bojkotimin e mediave në Kosovë për të “kundërshtuar fushatën e dezinformimit dhe veçmas luftën kundër kryeministrit të zgjedhur dhe demokracisë” në Kosovë. Pankarta e

19 <https://www.facebook.com/communitystandards/introduction/>

20 <https://www.newyorker.com/news/daily-comment/facebook-and-the-free-speech-excuse>

21 <https://www.theatlantic.com/ideas/archive/2019/09/facebook-restricts-free-speech-populardemand/598462/>

22 Përshkrimi i pjesshëm i grupit në Facebook #meKryeministrin në shqip (<https://www.facebook.com/groups/514061489305891/about>)

23 <https://www.facebook.com/groups/142926237142890>

grupit emëron dhe turpëron media të ndryshme për “braktisjen e neutralitetit profesional dhe hapjen e zjarrit të drejtuar kundër kryeministrit të zgjedhur në mënyrë demokratike”, duke i renditur mediat në listë në anën e “puçistëve”, një term ky i përdorur nga partia e Kurtit për të cilësuar votimin e mosbesimit në mars 2020 në qeverinë e tij<sup>24</sup>. Për më tej, hashtagu “#meKryeministrin” është përvetësuar në përshkrimin e këtij grupi në Facebook, që tregon se e kanë krijuar tifozët e Kurtit.

Kur shqyrtohen hollësisht, postimet në këto dy grupe kryesore kanë përmbajtje që qarkullon në media të tjera. Artikujt e botuar nga media të tjera diskutohen këtu me koment nga administratorët ose anëtarët që i postojnë. Seksioni i komenteve është më i gjatë, shpesh tejkalon qindra komente dhe kur postimet përmbajnë informacion negativ mbi ish-qeverinë e Kurtit, shpërthejnë komente që përmbajnë gjuhë urrejtjeje dhe përdorim të papërshtatshëm të gjuhës. Interesante është se grupi #ndaldezinformatat administrohet nga Suedia dhe Kosova.

Foto 1: Pankarta e përdorur në grupin Facebook #ndaldezinformatat emërton dhe turpëron media të ndryshme për mospërkrahjen e qeverisë Kurti.



24 <https://balkaninsight.com/2020/03/25/no-confidence-vote-topples-kurti-govt-in-kosovo/>

## 4. RIVALITETI NË MEDIAT SOCIALE

Në seksionin e komenteve të postimeve në grupet e Facebook-ut, përdoret gjuhë problematike. Shpifjet etnike dhe mesazhet e urrejtjes u drejtohen subjekteve të përmbajtjes duke i ofenduar, me referenca ndaj identitetit etnik dhe orientimit seksual të tyre. Ka pasur raste komentesh në të cilat subjektet e temave mbi përkatësinë etnike shqiptare quheshin 'shka'<sup>25</sup> ose 'magjup'<sup>26</sup> me qëllim për t'i ofenduar. Ka shumë pak administrim të komenteve në grupe të tilla, siç vërehet në të paktën tri prej tyre<sup>27</sup>, megjithëse këto grupe menaxhohen zakonisht nga administratorë të aftë që mbështesin edhe çështjen politike dhe marrin pjesë proaktivisht në demonstrata kundër partive kundërshtarë<sup>28</sup>. Këta administratorë nuk arrijnë të shohin ose t'i parandalojnë artikujt propagandistikë, gjuhën e urrejtjes dhe gjuhët e tjera problematike të përdorura në grupet e tyre. Në disa raste, dihet të kenë postuar edhe lajme të rreme për kundërshtarët politikë, kur edhe janë ndërmarrë veprime ligjore kundër tyre. Më 13 korrik në Policinë e Kosovës, Ganimete Musliu, deputete e Partisë Demokratike të Kosovës, denoncoi një administratore të dy faqeve në Facebook për përhapjen e lajmeve të rreme rreth shëndetit të saj dhe shëndetit publik<sup>29</sup>. Administratori i këtyre dy faqeve në Facebook dyshohet se ishte vëllai i një deputeteje nga Vetëvendosja. Më vonë, policia konfirmoi se ishte e pamundshme të shihej kush është administratori i këtyre dy grupeve në Facebook dhe Fitim Pacolli, i cili u akuzua, njoftoi në faqen e vet në Facebook se do të padiste Ganimete Musliun për shpifje<sup>30</sup>.

Shpifjet etnike dhe mesazhet e urrejtjes u drejtohen subjekteve të përmbajtjes duke i ofenduar, me referenca ndaj identitetit etnik dhe orientimit seksual të tyre. Ka pasur raste komentesh në të cilat subjektet e temave mbi përkatësinë etnike shqiptare quheshin 'shka' ose 'magjup' me qëllim për t'i ofenduar.

Se si orkestrohet dhe manifestohet ky rivalitet në mediat sociale u ilustrua edhe me sulmet kundër Andi Haxhiut<sup>31</sup> në mars 2019. Andi Haxhiu, student në Universitetin e Edinburgut, ishte student në Kosovë në vitin 2017 dhe po bënte një ushtrim simulues për klasën e tij të Politikës së Informacionit dhe Komunikimit kur hapi një llogari në Twitter në emrin e vet. Për të tingëlluar më autentik, përdori përshkrimin "këshilltar i Ministrit të Mbrojtjes të Federatës Ruse për rajonin Dançuana<sup>32</sup>", sepse kjo ishte detyra e caktuar nga drejtuesi i kursit. Në mëngjesin e 23 marsit 2019, Haxhiu gjeti mijëra mesazhe dhe postime urrejtjeje në inbox-in e tij në mediat sociale por edhe artikuj në media që mbulonin storien se si "djali i gazetarit të shquar Baton Haxhiu është këshilltar që punon për Rusinë". Vëmendje e veçantë i kushtojë rolit të babait

25 Term nënçmues i përdorur për serbët kryesisht prej shqiptarëve në Kosovë

26 Terma nënçmues të përdorur për romët kryesisht prej shqiptarëve në Kosovë

27 Autori u bashkua me këto grupe në Facebook për të kërkuar përmbajtje me gjuhë urrejtjeje dhe artikuj propagandistikë.

28 Veron Hasani, i cili ndërpreu konferencën për shtyp të Presidentit duke e quajtur hajdut, është administrator i faqes #meKryeministrin që përkrah Albin Kurtin

29 <https://www.facebook.com/ganimete.musliu.9/posts/10158334376743006>

30 <http://www.arbresh.info/lajmet/vellau-i-fitore-pacolli-ngrite-padi-ndaj-ganimete-musliut-per-shpifjendaj-tij/?fbclid=IwAR1asX3VTuAGEh406Jft-y4eipaUUXHwr9mN-GwJPkRUcaPAX6cH3SMN93g>

31 Intervistë me Andi Haxhiun (15 korrik 2020)

32 Rajoni i Dançuana-s është një vend imagjinar i cili i shërbeu qëllimit të një ushtrimi simulimi në klasë për Andi Haxhiun

të tij si gazetar dhe aktivist gjatë luftës në Kosovë. Andi Haxhiu ndoqi gjurmët e burimeve të lajmeve dhe erdhi te postimi në Facebook i një profesori të Shkencave Politike nga Universiteti i Tiranës, që kishte qenë përkrahës dhe anëtar i Vetëvendosjes (më vonë u bë këshilltar politik i Kurtit në Prishtinë) e që kishte keqkuptuar trajtimin dhe qëllimin e Twitter, megjithëse ai ishte i shënuar qartë si simulim i RIT në Kosovë. Hysamedin Feraj dhe Enver Bytyqi postuan komente të gjata se si një spiun 23-vjeçar nga Kosova po punonte për Rusinë. Portali në internet Bota Sot në Kosovë i përdori këto postime në Facebook si burime lajmesh nga të cilat prodhoi një artikull mbi Andi Haxhiun dhe e lidhi edhe me babanë e tij. Mijëra postime të postës urryese që atë dhe babanë e vet i quanin spiunë, me pretendimin se zanatin e spiunimit e kultivonin në familje, erdhën në adresën e Andit, e u shfaqën në mediat e shkruara dhe në postimet e mediave sociale. Jo vetëm që Feraj dhe Bytyqi me shumë të tjerë nuk i kërkuan falje Andi Haxhiut, por deri më sot ata nuk kanë shprehë keqardhje për përhapjen e urrejtjes dhe lajmeve të rreme.

Edhe Arbërije Nagavci,<sup>33</sup> anëtare e Kryesisë së Asamblesë Kombëtare të Kosovës nga Vetëvendosja, i është nënshtruar këtyre fushatave të komenteve të organizuara të urrejtjes. Ajo thotë “Mediat sociale po bëhen vërtet arenë për përplasje politike dhe mundësojnë sulme të ulëta me qëllim të denigrimit të njerëzve të caktuar.” Përvoja e saj me këtë është e përgjithshme, por në veçanti, ajo përmend postimin kërcënues nga anëtar i PDK-së në Këshillin e Përgjithshëm dhe ish-zëvendësministri Gani Koci. Ai postoi një status në llogarinë personale në Facebook ku kërcënoi gazetarët<sup>34</sup> duke thënë: “Ka ardhur koha të mos dezinfektojmë, por t’i mbyllim këto gropa septike serbe të mbetura në Kosovë. Vërtet u vjen erë e keqe”, duke përmendë shprehimisht disa gazetarë<sup>35</sup> dhe pjesëtarë të shoqërisë civile. Shoqata e Gazetarëve të Kosovës dënoi gjuhën e përdorur nga Koci si “sulm ndaj lirisë së shprehjes.”<sup>36</sup> Koci është nën hetim nga policia<sup>37</sup> për postimin e tij në Facebook. Nagavci thotë se “përgjithësisht, komentet orkestrohen nga kundërshtarët politikë. Në rastin tim, postimet për të cilat mora komente fyese janë ato ku adresoj çështje politike. Kam parë edhe se në lajmet e postuara nga portalet ku kam deklarata, ka komente fyese”.

Një shembull tjetër i gjuhës publike të urrejtjes është rasti i deputetes së Vetëvendosjes, Fatmire Mulhaxha-Kollqaku, e cila ishte në shënjestrën e komenteve të gjuhës së urrejtjes për postimet e saj në Facebook në shkurt 2020. Në një koment për ish-kryeministrin Albin Kurti, Mulhaxha-Kollqaku përdori një citim të një analisti nga një televizion serb që pretendonte se ishte e vështirë për Serbinë të merrej me Kurtin sepse “Kurti nuk ka një dosje penale nga UÇK-ja”. Citimi iu përdor në mediat sociale nga kundërshtarët, kryesisht Lidhja Demokratike e Kosovës (LDK) dhe Partia Demokratike e Kosovës (PDK),

33 Intervistë me Arberie Nagavcin (16 korrik 2020)

34 <https://balkaninsight.com/2020/07/03/kosovo-politician-threatens-birn-country-director/>

35 <https://balkaninsight.com/2020/07/03/kosovo-politician-threatens-birn-country-director/>

36 <https://safejournalists.net/agk-e-denen-ashper-gjuhen-e-perdorur-nga-zyrtari-i-larte-i-pdk-se-ganikoci-ne-drejtim-te-gazetares-jeta-xharra/>

37 <https://www.botasot.info/aktuale-lajme/1326323/policia-nis-hetimet-ndaj-gani-kocit-per-gjuhenlincuese/>



për ta sulmuar si “simpatizante serbësh” dhe “gjysmëserbe”, duke nënvizuar se ishte pasardhëse e një martese të përzier me baba shqiptar e nënë serbe. Informacioni personal për prindërit e saj dhe prejardhjen e tyre etnike<sup>38</sup> u publikua në Facebook pasi ajo kishte postuar një status. Një fotografi e certifikatës së saj të lindjes ku lexoheshin emrat e nënës dhe të gjyshërve u paraqit si provë që mbështeste akuzën se kishte bashkëpunuar me serbët. Emrat në certifikatën e lindjes zbulojnë përkatësinë etnike të gjyshërve dhe nënës së saj. Sidoqoftë, Mulhaxha-Kollqaku shpjegoi se deklarata e saj qe keqinterpretuar<sup>39</sup>, po nuk u ndërmor asnjë veprim, kurse postimet me gjuhë urrejtjeje dhe gjuhë të papërshtatshme nuk u hoqën kurrë nga rrjetet sociale. Raste si kjo ka pasë edhe në të kaluarën, veçanërisht kundër figurave publike. Ndërsa ishte deputet në vitin 2017, ish-deputeti Ilir Deda u përball me mijëra komente të një natyre të ngjashme pas një përpjekjeje publike të partive në pushtet për ta shkarkuar Gjykatën Speciale. Zafir Berisha, deputet nga koalicioni qeveritar në 2017, e ofendoi duke e quajtur “nip të Beogradit” në Facebook, duke nënkuptuar përkatësinë etnike të nënës së Dedës. Mijëra komente të urrejtjes dolën kundër Dedës në atë kohë në mediat sociale dhe në komentet e lajmeve në rrjetet sociale.

## 5. GJINIA NË MEDIA DHE MEDIA SOCIALE SI DHE URREJTJA DHE PËRMBAJTJA ABUZUESE

Edhe pse mediat kryesore në Kosovë qëndrojnë mirë në moslejimin e përmbajtjes urrejtjeje, çështjet gjinore rrallë shqyrtohen. Gratë rrallë shihen nëpër panele ose përfshihen në debate politike, dhe çështjet gjinore diskutohen edhe më rrallë. Edhe pse popullata e gazetarëve në Kosovë është 45.5% femërore (Hoxha et al., 2016), shumica e përmbajtjes në mediat e Kosovës mbizotërohet nga meshkujt në pothuajse të gjitha lajmet. Përrjashtimet janë të dukshme vetëm kur mbulohet dhuna seksuale si rezultat i luftës, por edhe në këtë temë ka prova të urrejtjes dhe komentimit abuzues online kundër të intervistuarve dhe grave që flasin hapur për dhunën seksuale. Megjithatë gazetarët kanë njohuri të mirë të privatësisë dhe përgjegjësisë për anonimizimin e burimeve të tilla, komentet në mediat sociale janë të përgjithshme por urrejtjeje.

Përmbajtja e urrejtjes gjinore e bazuar politikisht lansohet edhe në rrjetet sociale. Shumë deputete dhe aktiviste politike përballen me komente të urrejtjes dhe përmbajtje abuzive për veprimet e tyre politike. Përmbajtja e urrejtjes me bazë gjinore, përfshirë urrejtjen etnike, është parë në të paktën dy raste kur komentet e urrejtjes u drejtoheshin fëmijëve të martesave të përziera, duke ua sulmuar anëtarët e familjes me gjuhë abuzive.

Gratë rrallë shihen nëpër panele ose përfshihen në debate politike, dhe çështjet gjinore diskutohen edhe më rrallë.

Përmbajtja e urrejtjes gjinore e bazuar politikisht lansohet edhe në rrjetet sociale. Shumë deputete dhe aktiviste politike përballen me komente të urrejtjes dhe përmbajtje abuzive për veprimet e tyre politike.

38 <https://lajmi.net/djali-i-deshmorit-thote-se-fatmire-kollcaku-eshte-e-bija-e-nje-serbe/>

39 <https://kosova.info/cfare-gaboje-deputetja-mulhaxha-kollqaku-ndaj-kryeministrit-kurti/>

## 6. BAZAT PËR GJUHË TË URREJTJES DHE GJUHË TË PAPËRSHTATSHME NË MEDIA SOCIALE

Sistemi arsimor i Kosovës është i dobët dhe i paaftë për të adresuar zhvillimet e reja teknologjike në komunikimin dhe zhvillimin e mediave. Për më shumë, arsimit në Kosovë nuk korrespondon me ekspozimin e nxënësve të arsimit fillor dhe të mesëm në media dhe në rrjetet sociale. Kosova rezultoi si njëri nga vendet me renditjen më të ulët ku “rezultati mesatar në performancën e leximit është nga më të ulëtit midis vendeve dhe ekonomive pjesëmarrëse të PISA-s”.<sup>40</sup>

Sipas Gentiana Paçarizit<sup>41</sup>, asistente në Universitetin e Prishtinës që punon në kursin e Menaxhimit të Mediave, gjuha e urrejtjes është pjesë e kulturës më të gjerë. “Shihet qartë në pikëpamjet e qytetarëve dhe manifestohet përmes mediave sociale kur ndodh diçka e rëndësishme. Në Kosovë, ka polarizim të vazhdueshëm në shoqëri, dhe kjo reflektohet në mediat sociale”. Ajo pohon se është e vështirë të përmirësohet kjo situatë pa arsimim më të mirë. Në kuptimin e gjerë, ajo thotë se veprimet që nevojiten për të përmirësuar këtë situatë fshihen në dështimin sistematik të arsimit për të adresuar zhvillimin e mendimit kritik, tolerancës dhe mirëkuptimit. Adresimi i këtyre çështjeve përmes arsimit është çelësi për minimizimin e gjuhës së urrejtjes në rrjetet sociale.

Sistemi arsimor i Kosovës është i dobët dhe i paaftë për të adresuar zhvillimet e reja teknologjike në komunikimin dhe zhvillimin e mediave.

Ngjashëm, ekspertja e medias Violeta Hyseni Kelmendi<sup>42</sup> pohon se çelësi për adresimin e gjuhës së urrejtjes dhe gjuhës së papërshtatshme në komente nuk është vetëm arsimimi, por edhe praktika e shfaqur në Kosovë gjatë dy dekadave të fundit. Ajo thotë se “së pari, autoritetet reagojnë vetëm kur bëhet fjalë për raste të profilin të lartë, dhe së dyti, arsimit i dobët i ka bërë njerëzit të mos ndiejnë përgjegjësi për pasojat e gjuhës së urrejtjes”. Ajo krahason depërtimin e internetit, bashkë me numrin e lartë të përdoruesve të mediave sociale me mundësinë e përdorimit të gjuhës së urrejtjes në internet. Ajo po ashtu kërkon më shumë angazhim publik përmes trajnimeve, seminareve dhe mundësive arsimore për brezin e ri në fushën e edukimit mediatic e informativ dhe rrjeteve sociale.

<sup>40</sup> <https://gpseducation.oecd.org/CountryProfile?plotter=h5&primaryCountry=XKO&treshold=10&topic=PI>

<sup>41</sup> Intervistë me Gentiana Paçarizin (16 korrik 2020).

<sup>42</sup> Intervistë me Violeta Hyseni-Kelmendin (17 korrik 2020).

## 7. LUFTIMI I DEZINFORMIMIT DHE GJUHËS SË URREJTJES NË MEDIA SOCIALE

Në vitin 2020, përhapja e dezinformimit në lidhje me situatën pandemike Covid-19 motivoi shumë aktorë për të luftuar dezinformimin që shfaqet në rrjetet sociale. Mentor Hoxhaj<sup>43</sup>, ish-zyrtar i Agjencisë Qeveritare të Kosovës për Mbrojtjen e të Dhënave, e hapi një kompani bazuar në iniciativën për të bashkëpunuar me Facebook-un për ta hequr dezinformimin dhe përmbajtjen e urrejtjes që mund të shkaktonte dëm të shumanshëm. Që nga 14 marsi 2020, Siguria Kibernetike dhe Privatësia e Hoxhaj (CSP)<sup>44</sup>, në bashkëpunim me Facebook, shqyrton dhe i raporton Facebook-ut përmbajtje, storie dhe madje komente që përmbajnë gjuhë të urrejtjes në shqip, dhe shpesh edhe në serbisht, në mënyrë që ajo të hiqet nga rrjeti. Nisma #FactCheckerKosovo ka edhe një faqe në Facebook ku ekspozojnë publikisht këtë përmbajtje përmes pamjeve të ekranit dhe artikujve të shkurtër të lajmeve nga mediat dhe mediat sociale pasi ta kenë faktuar dhe raportuar në Facebook. Hoxhaj thotë se planifikon të zgjerojë aktivitetin në luftën kundër dezinformimit të përgjithshëm dhe veçanërisht gjuhës diskriminuese të bazuar në gjini, gjuhë të urrejtjes, ngacmimit në internet dhe formave të tjera të abuzimit në internet.

## 8. PËRFUNDIME

Pas luftës, shumë organizata ndërkombëtare u dyndën në Kosovë për të punuar me zhvillimin e mediave, duke ditur se media e pavarur dhe e lirë është një nga shtyllat e shoqërisë demokratike. Dhuna e marsit 2004 shërbeu për të konfirmuar që media ka rol më të spikatur në shoqërinë paskonfliktuale, por edhe duhet të zhvillohet krahas me shoqërinë dhe demokracinë. RTK-së iu kërkua të shpenzojë shuma të konsiderueshme për trajnimin e mëtejshëm të stafit, dhe e njëjta gjë iu kërkua organizatave private të medias. Rrjedhimisht, mediat e Kosovës mësuan leksionin e gjuhës së urrejtjes gjatë raportimit.

Modeli kosovar i mediave i ndërtuar mbi mediat si krijuese të identitetit kombëtar, raportimi i konflikteve dhe ndërhyrja thelbësore ndërkombëtare me fonde për profesionalizimin e gazetarëve nuk lë hapësirë për praninë e gjuhës së urrejtjes. Sidoqoftë, me mediat sociale dhe demokratizimin e komunikimit ku komentet mbi lajmet dhe prodhimet mediatike janë të mundshme, ekziston një trend në rritje të gjuhës së urrejtjes dhe propagandës në mediat sociale. Pavarësisht se kjo është kryesisht në seksionet e komenteve, duhet të merren masa të shpejta.

Peisazhi i mediave kosovare është i larmishëm në dy nivele. E para dhe mbase më e rëndësishmja, është media kombëtare, e cila përbëhet nga

<sup>43</sup> Intervistë me Mentor Hoxhaj, nismëtar dhe Menaxher i Projektit #FactCheckerKosovo (14 korrik 2020).

<sup>44</sup> <https://www.cybersecurity-privacy.com/>

mediat përcaktuese të agjendës që operojnë në një mjedis sfidues të ngjeshur midis ndikimit ekonomik të pronarëve të tyre bashkë me pronësinë familjare, nga njëra anë, dhe mjedisit politik nga ana tjetër. Niveli i dytë është media lokale në Kosovë, e cila është treg i mbipopulluar. Pothuajse çdo komunë ka një radio lokale dhe nganjëherë disa. Disa media lokale veprojnë në gjuhë të pakicave, dhe kjo e bën modelin e medias më të larmishëm, por më të vështirë për t'u monitoruar. Në përgjithësi, mediat e Kosovës përballen me vështirësi financiare dhe gazetarët me zgjedhje të vështira të kontratave afatshkurtra, paga të ulëta, censurë dhe vetëcensurë.

Mediat e Kosovës përballen me vështirësi financiare dhe gazetarët me zgjedhje të vështira të kontratave afatshkurtra, paga të ulëta, censurë dhe vetëcensurë.

Një sferë tjetër ku dezinformimi dhe urrejtja janë të pakontrolluar dhe pa kufizime është ajo e mediave sociale dhe e internetit. Disa nga portalet mediatike drejtohen prej një njeriu të vetëm, pa filtrat e prodhimit të lajmeve dhe përhapin dezinformim e ndonjëherë edhe përmbajtje urryese. Mbi të gjitha, mund të shihet gjuha diskriminuese ndaj grave dhe gjuha e urrejtjes gjinore po rritet.

E kombinuar me shpifjet etnike, gjuha e urrejtjes me bazë gjinore drejtohet kundër individëve dhe familjeve të martesave të përziera për shkak të angazhimit politik. Kjo tregon se komentet bëhen kryesisht për shkak të qëndrimeve dhe besimeve politike publike dhe më pak për shkak të martesave të përziera etnikisht.

Disa nga hapat që duhen ndërmarrë në Kosovë përtë adresuar gjuhën e urrejtjes në mediat sociale duhet të përfshijnë edukim për media dhe informacion. Adresimi i mendimit kritik, diskutimit të hapur, tolerancës dhe ndryshimit të mendimit duhet të fillojë në shkollën fillore dhe të mesme. Kjo duhet të bëhet nga institucionet përgjegjëse për kurrikulën e arsimit. Nxënësve duhet t'u prezantohet kjo temë me kurse në mediat sociale dhe mediat dixhitale sepse ata tashmë u ekspozohen mediave të tilla qysh në periudhën parashkollore. Deri më tani, është parë se ka mungesë koordinimi midis sistemit arsimor, i cili do të siguronte njohurinë mbi mediat e informacionin, si dhe sektorit joqeveritar, por edhe sektorit privat, për luftimin e propagandës dhe lajmeve të rreme në mediat sociale dhe institucionet shtetërore.

Lajmi i mirë për mediat profesionale në Kosovë është se gjuha e urrejtjes në përmbajtjen mediatike të Kosovës është pothuajse inekzistente në rastin e prodhimeve mediatike profesionale, por lajmi i keq është se shumica e përmbajtjes ofenduese dhe gjuhës së urrejtjes në Kosovë shpërndahet në platformat e parregulluara siç janë mediat sociale. Fjalët nënçmuese të gjuhës së urrejtjes mund të gjenden në postime në Facebook, tweetimet dhe komentet e tjera në sotiret e mediave. Një iniciativë e paradokohshme e bashkëpunimit me Facebook-un për ta hequr përmbajtjen dezinformuese, gjuhën e urrejtjes dhe komentet abuzuese është zhvillim shumë i mirëpritur për Kosovën.

## 9. REKOMANDIMET E POLITIKAVE

- Lidhur me diturinë mbi mediat dhe informacionin, Qeveria e Kosovës dhe institucionet përkatëse arsimore, si Ministria e Arsimit, duhet urgjentisht të prezantojnë lëndë që do të mësohen në shkollë për të ofruar të kuptuar më të mirë të mediave dhe të informacionit.
- Institucionet arsimore të Kosovës duhet të shtojnë mësimdhënien e të menduarit kritik dhe sferën në internet për të përmirësuar gjuhën përndezëse dhe fyerjet e papërshtatshme etnike online.
- Organet e vetërregullimit duhet të mbajnë diskutime me anëtarët dhe t'i nxisin që të marrin masa në seksionet e komenteve të mediave online, mediave sociale dhe rrjeteve kur ato të shfaqen.
- Organizatat e mediave duhet t'i shtojnë mekanizmat e kontrollit të fakteve/redaksitë dhe t'ua kujtojnë gazetarëve më shpesh Kodin e Etikës.
- Media duhet të ketë seanca të rregullta me gazetarë për të diskutuar gjuhën e urrejtjes, gjuhën e papërshtatshme dhe fyerjet etnike në mënyrë që t'i parandalojë në përmbajtje, komente dhe komunikime të tjera.
- Media duhet të bashkëpunojë më shumë me institucionet e kontrollit të fakteve dhe organizatat joqeveritare në luftën kundër gjuhës së urrejtjes.
- Media duhet të krijojë koalicione antiurrejtje e antipropagandë për të luftuar gjuhën përndezëse në komunikimin politik.

## Literatura dhe burimet

Andresen, K. (2015) *Journalism under pressure*. Universiteti i Oslos.

Andresen, K., Hoxha, A., & Godole, J. (2017). New Roles for Media in the Western Balkans: A study of transitional journalism. *Journalism Studies*, 18(5), 614–628. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1268928>

Berisha, I. (2004). *Media Ownership and its Impact on Media Independence and Pluralism*. 30.

Berisha, I. (2015) *Media ownership and finances in Kosovo: Legal vacuum and lack of transparency*, SEE Media Observatory, Peace Institute, Ljubljana, 2015.

Gonen, Y., & Hoxha, A. (2019). Interactions between Journalists Located in Different Sides of a Conflict: A Comparative Study of Two Conflict Zones.

*Journalism Studies*, 20(16), 2495–2512. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2019.1604154>

Hoxha, A. (2007). *Reporting in Kosovo: War and post-war* [PhD Thesis]. MA thesis, Kosovo Institute of Journalism and Communication, Prishtina, Kosovo.

Hoxha, A., & Andresen, K. (2019). The Development of Roles in Kosovo: From Fixers to Journalists. *Journalism Studies*, 20(12), 1732–1746. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2019.1639539>

Hoxha, A., Andresen, K., & Hoxha-Dobrunaj, A. (n.d.). *Journalists in Kosovo*. 6.

Hodžić, S., Petković, B., (2020) Study on the Sustainability of Professional Journalism in the Media Business Environment of the Western Balkans (to be published).

Jungblut, M., & Hoxha, A. (2017). Conceptualizing journalistic self-censorship in post-conflict societies: A qualitative perspective on the journalistic perception of news production in Serbia, Kosovo and Macedonia. *Media, War & Conflict*, 10(2), 222–238.

NDI. (2019) Kosovo Public Opinion. March 2019. <https://www.ndi.org/sites/default/files/NDI%20Kosovo%20Public%20Opinion%20Poll%202019.pdf>(Accessed on September 18, 2020)

OSCE. (2004). The Role of the Media in the March 2004 Events in Kosovo. Report available at <https://www.osce.org/files/f/documents/6/8/30265.pdf> (Accessed on September 23)

Shahini-Hoxhaj, R. (2018). Facebook and Political Polarization: An Analysis of the Social Media Impact on the Kosovo-Serbia Dialogue. *Journal of Media Research-Revista de Studii Media*, 11(32), 71–93.

IPSOS, (2018) Kosovo Media Landscape.

IREX, (2019) "Kosovo", in Media Sustainability Index. Available at: <https://www.irex.org/sites/default/files/pdf/media-sustainability-index-europe-eurasia-2019-kosovo.pdf>

### **LISTA E INTERVISTAVE:**

Andi Haxhiu, 15 korrik 2020.

Arberie Nagavci, 16 korrik 2020.

Ganimete Musliu, 17 korrik 2020.

Gentiana Pacarizi, 16 korrik 2020.

Violeta Hyseni Kelmendi, 17 korrik 2020.

Mentor Hoxhaj, nismëtar dhe menaxher i Projektit të #FactCheckerKosovo, 14 korrik 2020.

1a (Anonim)

### **Rreth autorit**

Abit Hoxha është studiues në Institutin e Studimeve Nordike dhe Mediave në Universitetin Agder në Norvegji. Aktualisht po punon në Ph.D. me titullin Prodhimi i Lajmeve të Konfliktëve në LMU Mynih, Gjermani, ku po përqëndrohet në krahasimin e prodhimit të lajmeve gazetareske në Ballkanin Perëndimor, Lindjen e Mesme dhe Liqenet e Mëdha përmes rindërtimit të mbulimit të lajmeve me gazetarë për të zbuluar ndikimet në prodhimin e lajmeve dhe mënyrën se si lajmet dalin në qarkullim. Ka MSc nga Instituti i Sigurisë Globale Durham në Universitetin Durham në Mbretërinë e Bashkuar si dhe MA në Gazetari nga Instituti i Gazetarisë dhe Komunikimit të Kosovës, e një diplomë BA në Shkenca Politike nga Universiteti i Prishtinës. Zoti Hoxha është i angazhuar në diskutime akademike dhe kërkime të shoqërive në transicion, si dhe në trajnimin e gazetarëve për raportimet e ndjeshme.

Ky publikim është pjesë e komponentit të hulumtimit të projektit QËNDRUESHMËRIA. E para seri e raporteve të hulumtimit shqyrton EKONOMINË POLITIKE TË MODELIT MEDIATIK TË URREJTJES Dhe PROPAGANDËS në Shqipëri, Bosnje, Kosovë, Malin e Zi, Maqedoninë e Veriut, Serbi dhe Turqi.

Nëntë organizata të zhvillimit të mediave në Ballkanin Perëndimor dhe Turqi kanë bashkuar forcat në një projekt të financuar nga BEL 'QËNDRUESHMËRIA: Veprimi i shoqërisë civile për të konfirmuar lirinë e medias dhe kundërshtuar dezinformimin dhe propagandën e urrejtjes në Ballkan Perëndimor dhe Turqi'. Projekti trevjeçar bashkërendohet nga Rrjeti Evropian Juglindor për Profesionalizimin e Mediave (SEENPM), rrjet mediatik ky i organizatave zhvillimore në Evropën Qendrore dhe Juglindore dhe implementohet në partneritet me: Institutin Shqiptar të Medias në Tiranë, Fondacionin Mediacentar Sarajevë, Kosovo 2.0 në Prishtinë, Institutin e Medias të Malit të Zi në Podgoricë, Institutin Maqedonas për Media në Shkup, Shkollën e Gazetarisë në Novi Sad , Institutin e Paqes në Lublanë dhe Bianet në Stamboll.