

HULUMTIM: EFEKTI I DEZINFORMATAVE DHE NDIKIMEVE TË HUAJA TE PROCESET DEMOKRATIKE NË MAQEDONINË E VERIUT



2022

RAPORT NGA HULUMTIMI
FONDACIONI
METAMORFOZIS

**HULUMTIM:
EFEKTI I DEZINFORMATAVE
DHE NDIKIMEVE TË HUAJA TE
PROCESET DEMOKRATIKE NË
MAQEDONINË E VERIUT**



TITULLI ORIGINAL:

**Истражување: Ефектот на дезинформациите и странските влијанија
врз демократските процеси во Северна Македонија**

PUBLIKUES:

**Fondacioni për internet dhe shoqëri „Metamorfozis“ – Shkup
Rr. Apostoll Gusllarot nr. 40, Shkup 1000, Maqedonia e Veriut
metamorphosis.org.mk**

Për publikuesin:

**Bardhyl Jashari drejtor ekzekutiv, Fondacioni „Metamorfozis“ (Бардил Јашари, извршен
директор, фондација „Метаморфозис“)**

Redaktor:

Filip Stojanovski (Филип Стојановски)

Hulumtues:

Gjorgji Mitrevski (Ѓорѓи Митревски)

Realizimi i anketimit në terren:

Agjencia Rejting (Агенција Рејтинг)

Përkthyes prej maqedonishtes në shqip:

Marta Ziba Rashidi

Viti i lëshimit: 2022

Qarkullimi: 50, Rojal art

Vërejtje lidhur me shfrytëzimin e këtij botimi

Ky botim është servis informativ i dhe Fondacionit “Metamorfozis” nga Shkupi. Ky botim është gratis dhe nuk guxon të shitet. Pikëpamjet e shpërfaqura në këtë botim janë në përgjegjësinë e autorëve.

Licenca

Përmbajtjet e këtij botimi janë botuar me licencën “Krijtjiv komons: Përmend fjalën” <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/> – Lejohet shpërndarja e tyre, kopjimi dhe ridistribucioni, si adaptim, me kushtin e vetëm që të theksohet burimi dhe botuesit.



CIP – Каталогизација во публикација

Национална и универзитетска библиотека „Св. Климент Охридски“, Скопје

316.776.23:321.7(497.7)(047.31)

32.019.5:321.7(497.7)(047.31)

HULUMTIM: Efekti i dezinformative dhendikimevetë huaja te proceset demokratikenë maqedoninë e Veriut / [redaktor Filip Stojanovski ; përkthyes prej maqedonishtes në shqip Marta Ziba Rashidi]. – Shkup :

Fondacioni Metamorfozis, 2022. – 38 стр. : табели, граф. прикази ; 30 см

Превод на делото: Истражување: Ефектот на дезинформациите и странските влијанија
врз демократските процеси во Северна Македонија

ISBN 978-608-263-080-9

а) Дезинформации – Влијание – Демократија – Македонија – Истражувања

COBISS.MK-ID 57455365

PËRMBAJTJA:

HYRJE: QYTETARËT KËRKOJNË MBROJTJEN NGA DISKRIMINIMI	6
HYRJE.....	9
QËLLIMET E HULUMTIMIT	9
METODOLOGJIA E HULUMTIMIT.....	10
ANALIZA E REZULTATEVE TË HULUMTIMIT TË MENDIMIT PUBLIK	11
PËRHAPJA E DEZINFORMATAVE.....	11
INTERESI PËR NDRYSHIME TË POLITIKËS	16
NDIKIMI I BURIMEVE TË HUAJA DHE VENDORE TË DEZINFORMATAVE.....	20
DEMOGRAFIA E TË ANKETUARVE.....	25
ANALIZA E REZULTATEVE NGA FOKUS GRUPET	27
STRUKTURA E FOKUS GRUPEVE.....	27
GJETJET KRYESORE	27
PËRHAPJA E DEZINFORMATAVE NË MEDIA.....	27
NDIKIMI I BURIMEVE TË HUAJA TË DEZINFORMATAVE	29
MUNDËSI PËR NDRYSHIM TË POLITIKAVE MEDIATIKE.....	32
REKOMANDIME.....	35
REKOMANDIME PËR INSTITUCIONET SHETËRORE	35
REKOMANDIME KOMPANITË PRIVATE, AGJENCITË E MARKETINGUT DHE REKLAMUESIT E TJERË QË U MUNDËSOJNË PUNË SHTËPIVE MEDIATIKE	36
REKOMANDIME PËR PUNONJËSIT MEDIATIK INDIVIDUAL, GJEGJËSISHT GAZETARËT	37
REKOMANDIME PËR ORGANIZATAT MEDIATIKE PROFESIONALE DHE TRUPAT E NGJASHËM.....	37
REKOMANDIME PËR ORGANIZATAT QYTETARE	37

HYRJE: QYTETARËT

KËRKOJNË MBROJTJEN NGA DISKRIMINIMI

BARDHYL JASHARI

Në Maqedoninë e Veriut dhe në rajonin e Ballkanit Perëndimor, ndikimi i huaj malinj përmes fushatave dezinformuese vjen në valë, në varësi të situatës politike në rajon ose në një vend të caktuar të rajonit. Ndonëse intensiteti dhe lloji i këtij fluksi, i cili synon çështje të ndryshme potencialisht të ndara në momentin e dhënë, ka ndryshuar në vitet e fundit, nuk ka pasur asnjë periudhë në të cilën ai është ndaluar.

Megjithatë, vendet e Ballkanit Perëndimor shfaqin dobësi të konsiderueshme në përballjen me ndikimet e huaja të dëmshme, jodemokratike dhe malinje. Tiparet e përbashkëta të ndikimeve të tilla ishin promovimi i populizmit dhe nxitja e pasivitetit, minimi i besimit në institucionet demokratike dhe proceset integruese, duke përfshirë edhe përkrahjen e pretendimeve të rreme që e barazojnë demokracinë dhe regjimet autoritare për t'i justifikuar veprimet e tyre dhe për t'i portretizuar ato si normale dhe të pashmangshme.

Për shkak të kësaj, rëndësia e këtij hulumtimi që tregon se, ndryshe nga e kaluara, kur dezinformatat lidhur me ndikimet e huaja malinje ishin praktikisht një temë tabu në media, qytetarët e Maqedonisë së Veriut e rritën vetëdijen e tyre për këtë problem.

Ajo që është më e rëndësishme është se hulumtimi i Metamorfozis në një mostër përfaqësuese kombëtare tregon se mbi 83% e të anketuarve pajtohen me pohimin “Dezinformatat janë shumë të dëmshme dhe duhet të sanksionohen me ligj” (50,8% pajtohen plotësisht, dhe 32,3% kryesisht pajtohen). Gjithashtu, 90,8% e të anketuarve janë përgjigjur se “qeveria duhet të marrë masa për të trajtuar dezinformatat në media”.

Qytetarët I identifikojnë politikanët (91%), gazetarët/mediat (90%), mediat sociale (81%) dhe portalet e internetit (78%) si burimet kryesore të dezinformatave. Sipas mendimit të tyre, tre masat më të rëndësishme për t'u përballë me dezinformatat përfshijnë:

- gazetarët t'i respektojnë standardet e tyre profesionale dhe t'i kushtojnë vëmendje vërtetësisë së përmbajtjes që e publikojnë (79%),
- të miratohet një ligj kundër dezinformatave në media (74%) dhe
- të raportohet vazhdimisht për ndikimin e dëmshëm të dezinformatave dhe lajmeve të rreme në media (62%).

Besoj se ky projekt ka kontribuar në ekspozimin e pretendimeve kryesore propagandistike që e mohojnë ekzistencën e ndikimit të huaj malinj, duke i injoruar efektet e tij dhe duke siguruar dëshmi për gjendjen faktike dhe efektet negative të saj. Rezultatet e këtij projekti së bashku me rezultatet e këtij hulumtimi ofrojnë dëshmi publike dhe të pakundërshtueshme për ndikimin negativ të ndikimeve malinje mbi shoqërinë tonë. Fondacioni Metamorfozis do të vazhdojë të punojë në misionin e tij "për ta forcojë vetëdijen dhe kapacitetin e qytetarëve dhe të shoqërisë civile që ata ta marrin rolin më të mirë të mundshëm si aktivistë për demokracinë, duke e mbështetur pushtetin në përmbushjen e rolit të tij demokratik - të punojë në shërbim të shoqërisë." Kjo është e mundur vetëm nëse qytetarët kanë aftësi dhe njohuri të kërkojnë dhe të kenë qasje në informata të vërteta, të sakta dhe në kohë që u ndihmon atyre të marrin vendime të bazuara në informacione që ndikojnë në cilësinë e jetës së tyre.



HYRJE

„Projekti „Qendra kundër dezinformatave: zbulimi i ndikimeve malinje përmes gazetarisë” ka për qëllim t’i zbulojë pretendimet propagandistike kryesore të cilat e mohojnë ekzistencën e ndikimeve të huaja të dëmshme në Republikën e Maqedonisë Veriut që synojnë përmbysjen e demokracisë. Ai është pjesë e përpjekjeve të vazhdueshme të Fondacionit „Metamorfozis” dhe një rrjeti të mediave, gazetarëve investigativ dhe analistëve për të dokumentuar gjendjet dhe për të demaskuar dezinformatat përmes sigurimit të dëshmive për gjendjen faktike. Të dhënat publike të bazuara në një qasje metodologjike transparente për verifikimin e fakteve i hedhin poshtë parimet qendrore të propagandës antidemokratike dhe populiste.

Njohuritë e fituara nga hulumtimi dhe veprimtaria gazetareske janë bazë për një nismë për përfaqësim e cila i bashkon faktorët relevant (institucionet qeveritare, shoqatat e mediave, mediat individuale, organizatat e shoqërisë civile, komunitetin shkencor-arsimor dhe sektorin privat) për t’iu kundërvënë efekteve toksike të dezinformatave përmes krijimit të një modeli efikas me përfshirjen e të gjitha palëve të interesuara. Të dhënat empirike nga hulumtimi mundësojnë që nisma për përfaqësim të nxisë ndryshim adekuat të politikave publike dhe aktivitete konkrete për të zvogëluar efektet e dëmshme të ndikimeve të huaja armiqësore.”

QËLLIMET E HULUMTIMIT

Për të mundësuar procesin e përfaqësimit dhe nxitjes së ndryshimit të duhur të politikave mediatike në kuadër të projektit zbatua një hulumtim i opinionit publik me ndihmën e të cilit u analizuan pozicionet dhe qëndrimet e popullatës në Maqedoninë e Veriut lidhur me çështjen e përhapjes së dezinformatave, interesin për ndryshimin e politikave dhe ndikimin e burimeve të huaja dhe vendore të dezinformimit në kontekstin e integritetit në NATO dhe BE, si dhe ndjeshmërinë e tyre ndaj formave të ndryshme të ndikimeve të huaja malinje.

Krahas hulumtimit kuantitativ, për të fituar një pasqyrë më të thellë të gjendjeve, si dhe për të përpiluar rekomandime për krijimin e politikave mediatike, u realizuan tre fokus grupe me përfaqësues relevant nga institucionet shtetërore, mediat, sektori civil dhe academia.

Si rezultat i hulumtimit u miratuan rekomandime për ndërmarrjen e masave nga institucionet shtetërore relevante për parandalimin proaktiv të operacioneve të ndikimeve të huaja malinje në vend.

METODOLOGJIA E HULUMTIMIT

Për realizimin e hulumtimit u përdor metodologjia hulumtuese kuantitative. Teknika e grumbullimit të të dhënave konsistonte në kryerjen e një ankete telefonike (CATI) duke përdorur një kompjuter, online përmes platformës SurveyMonkey, e cila është e specializuar në këtë lloj hulumtimi. Të dhënat janë përpunuar duke përdorur metodën e statistikave përshkruese me programin softuerik SPSS (IBM SPSS Statistics Program).

Për arritjen e qëllimeve të hulumtimit, Metamorfozis angazhoi një ekspert i cili përgatiti pyetësor prej 109 variablash të zhvilluara në 39 pyetje të llojit të mbyllur dhe të hapur. Për të kontrolluar logjikshmërinë dhe qartësinë e pyetjeve, pyetësi u testua me një pilot hulumtim që u realizua tek 10% e numrit të përgjithshëm të mostrave pas të cilit pasuan korrigjime shtesë të natyrës teknike.

Për qëllimet e këtij hulumtimi u përdor metodologjia hulumtuese kuantitative e mostrës reprezentative të ndarë në më shumë nivele. Sipas strukturës gjeodemografike të popullatës, Maqedonia e Veriut është e ndarë në tetë rajone: i Shkupit, i Pollogut, i Pelagonisë, i Vardarit, Verilindor, Juglindor, Jugperëndimor dhe Lindor, në komunitete urbane dhe rurale. Numri i të anketuarve është proporcional me numrin e përgjithshëm të popullsisë në çdo rajon.

Mostra kryesore përmban 1100 amvisëri; Çdo amvisëri është e përfaqësuar nga një i anketuar në moshë mbi 18 vjet.

Në hulumtim u përfshinë gjithsej 46 komuna, zonat urbane dhe rurale të tyre, të përzgjedhura në mënyrë përfaqësuese nga të tetë rajonet statistikore të vendit. Puna në terren u realizua nga data 19 shkurt deri më 5 mars të vitit 2022.

Gabimi statistikor për hulumtimet e këtij lloji është +/- 3%, që është një devijim normal për këtë mostër përfaqësuese.

ANALIZA E REZULTATEVE TË HULUMTIMIT TË MENDIMIT PUBLIK

PËRHAPJA E DEZINFORMATAVE

Mediat janë pjesë përbërëse e çdo shoqërie demokratike që kanë një ndikim jashtëzakonisht të rëndësishëm në qëndrimet dhe mënyrën e të menduarit të publikut. Roli i mediave në çdo shoqëri është që ta informojnë dhe edukojnë publikun rreth çështjeve dhe ngjarjeve dhe të promovojnë **ndjenjën e përkatësisë dhe komunitetit. Ato gjithashtu kanë edhe fuqinë të ndikojnë dhe manipulojnë opinionin publik, dhe si të tilla janë një mjet i fuqishëm politik. Dihet se mediat janë mjeti më i fuqishëm i komunikimit. Aftësia për të formësuar opinionin publik në internet u ka dhënë njerëzve mënyra të reja për të shprehur mendimet e tyre.** Interneti dhe mediat sociale e kanë bërë relativisht të lehtë për njerëzit që të përhapin informacione dhe dezinformata. Shpesh herë thuhet se dezinformatat në rrjetet sociale përhapen më shpejt sesa që mund të verifikohen. Lajmet e rreme apo dezinformatat kanë një lidhje të pandashme me çdo sferë të shoqërisë në të cilën jetojmë. Është shqetësues fakti se këto dezinformata e gjejnë shumë lehtë rrugën më të shkurtër për të arritur tek publiku, e kjo janë mediat.

Mediat elektronike, interneti dhe mediat e shtypura të gjitha janë nën bashkësi të masmediave. Gazetat, buletinet, broshurat dhe revistat bëjnë pjesë në mediat e shtypura, ndërsa radio, televizioni dhe format e tjera të komunikimit në mediat elektronike.

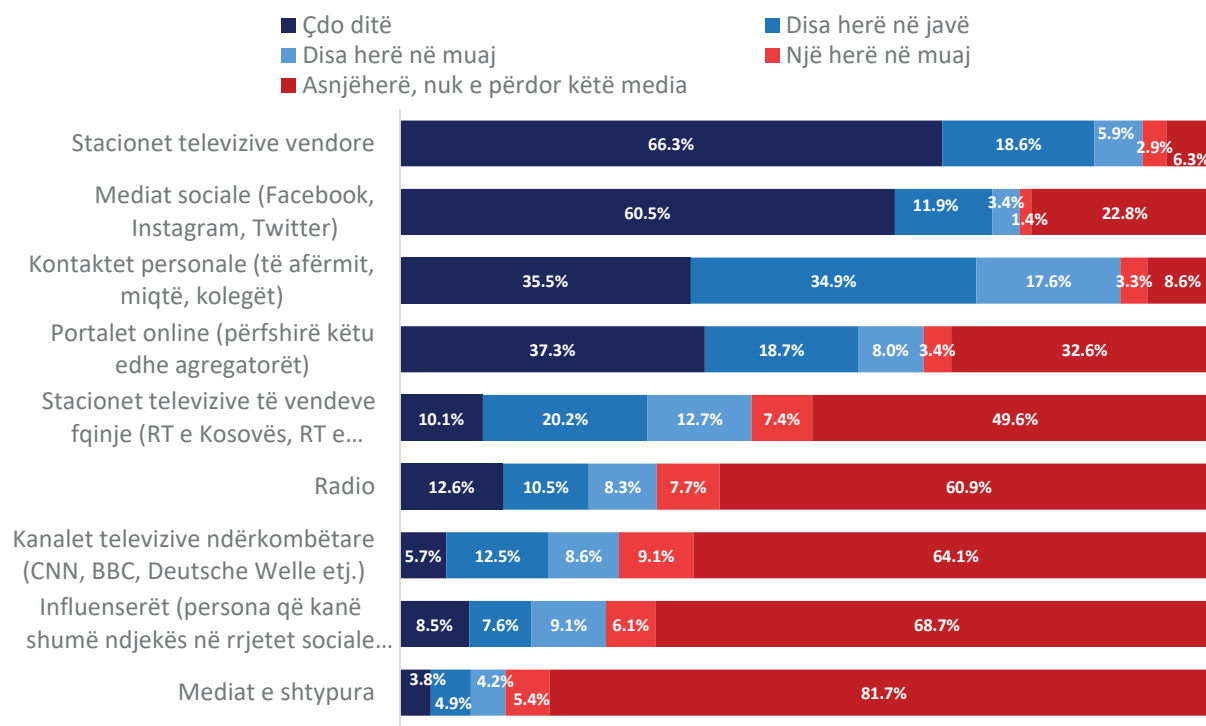
Stacionet televizive vendore janë media më me ndikim në Maqedoninë e Veriut dhe përmes tyre çdo ditë informohen 66,3% e të anketuarve, ndërsa 18,6% disa herë në javë. Pothuajse 5,9% kanë thënë se përmes stacioneve televizive vendore informohen disa herë në javë, 2,9% një herë në muaj, ndërsa 6,3% e të anketuarve kanë thënë se nuk e përdorin këtë kanal të informimit. Edhe përkundër rritjes së numrit dhe qasjes në platforma dhe teknologji të ndryshme të komunikimit, rezultatet e anketës tregojnë se televizioni vazhdon të mbajë pozitën e tij si burimi më i përdorur për informim. **Mediat sociale** (Facebook, Instagram, Twitter...) janë media e dytë me radhë më e përdorur, 60,5% e të anketuarve kanë deklaruar se i ndjekin për çdo ditë, ndërsa disa herë në javë përmes këtij kanali informohen 11,9%. Përmes **portaleve online** për çdo ditë informohen 37,3% e të anketuarve, ndërsa 18,7% disa herë në javë. Pjesa më e madhe e qytetarëve 70,4% (35,5% çdo ditë dhe 34,9% disa herë në javë) informohen përmes miqve, të afërmve, kolegëve, që do të thotë se **kontaktet personale** janë kanali më i frekuentuar përmes të cilit të anketuarit ndajnë, pranojnë, por edhe i verifikojnë informacionet. Influencerët, kanalet televizive dhe radiot ndërkombëtare nuk i përdorin aspak më shumë se gjysma e të anketuarve. Mediat e shtypura nuk janë burim i informacioneve për 81,7% e të anketuarve, me ç' rast mund të themi se ato ndodhen në një pozitë stagnimi ose në rënie.

Për sa i përket rezultateve të kryqëzuara, në grupin e të anketuarve të cilët informohen çdo ditë përmes televizionit dhe përmes kontakteve personale (të

afërm, kolegë, miq) bën pjesë grupmosha mbi 65 vjet që i përdorin këto kanale në një përqindje më të lartë se të anketuarit e rinj deri në 29 vjet, të cilët kryesisht i përdorin rrjetet sociale. Qytetarët me arsim fillor të përfunduar dhe me arsim më pak se fillor, banorët e zonave rurale si zgjedhje parësore të informimit i përdorin stacionet televizive vendore, për dallim nga qytetarët me arsim të lartë dhe të anketuarit nga zonat urbane që mbështeten më shumë në rrjetet sociale.

1. Sa shpesh informoheni përmes kanaleve të informimit në vazhdim?

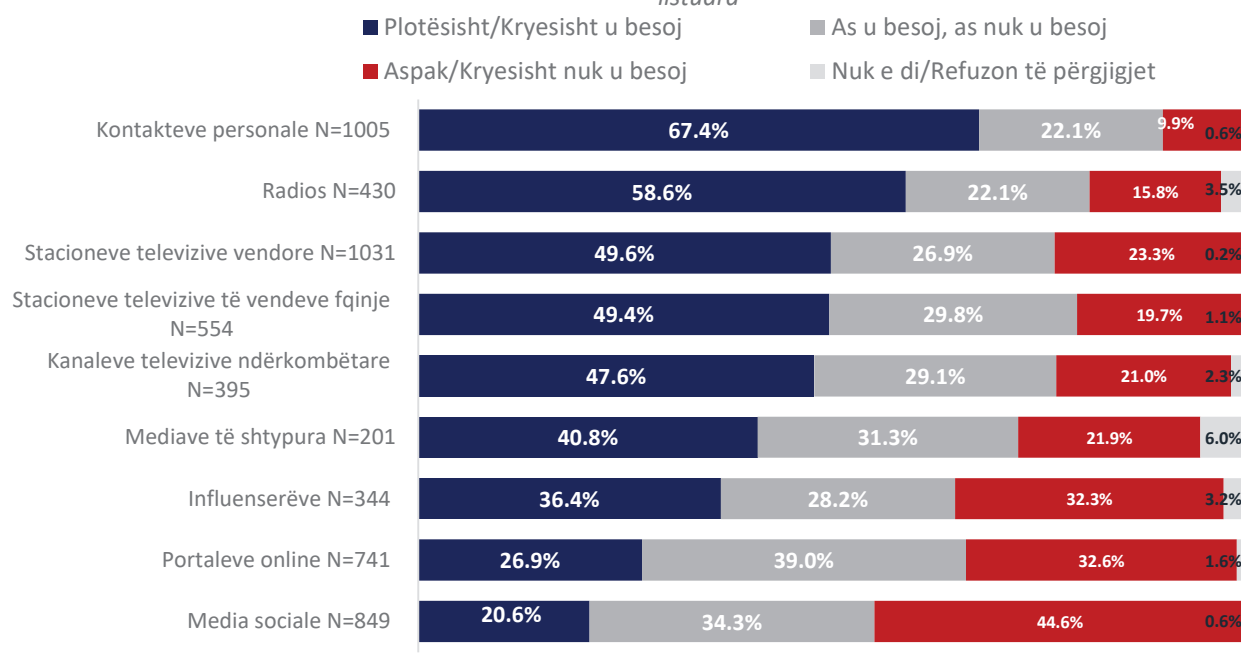
N=1100



Në pyetjen e dytë të këtij seti u përgjigjën vetëm të anketuarit të cilët në pyetjen paraprake janë përgjigjur se informohen përmes ndonjërit prej kanaleve të listuara. Kështu, përgjigjet në pyetjen: **“Sa u besoni këtyre mediave/burimeve të informacionit?”**, tregojnë se 67,4% (plotësisht/kryesisht u besoj) e të anketuarve u besojnë më shumë kontakteve personale (familje, kolegë, miq), të cilët i përdorin edhe si burim informacioni. Përqindja e atyre që u besojnë informacioneve të pranuar përmes radios është 58,6% (plotësisht/kryesisht u besoj). Gjysma e të anketuarve u besojnë kanaleve televizive vendore dhe kanaleve televizive të vendeve fqinje. Burim/media më pak i besueshëm i informimit sipas 44,6% (aspak/kryesisht nuk u besoj) e të anketuarve janë mediat sociale, pas tyre janë portalet online (32,6%) dhe influencerët (32,3%). Sipas kësaj mund të thuhet se të anketuarit të cilët i përdorin mediat sociale dhe portalet online si burim të përditshëm informimi, tregojnë një mosbesim më të madh ndaj informacioneve të përcjella nga mediat, për dallim nga të anketuarit të cilët rregullisht informohen nga televizionet ose nga miqtë. Rezultatet e kryqëzuara tregojnë se besimi tek mediat sociale dhe portalet online është më i lartë tek grup-mosha nga 18-29 vjet, por që me rritjen e moshës ai fillon të bjerë. Të anketuarit me arsim fillor dhe ata që jetojnë në mjedise rurale më shumë u besojnë kanaleve televizive vendore, për dallim nga të anketuarit me arsim të mesëm, të lartë dhe sipëror dhe të anketuarit nga mjediset urbane.

2. Sa u besoni këtyre mediave/burimeve të informacionit?

Përgjigjen të anketuarit të cilët në P1 janë përgjigjur se informohen nga disa nga mediat e listuara

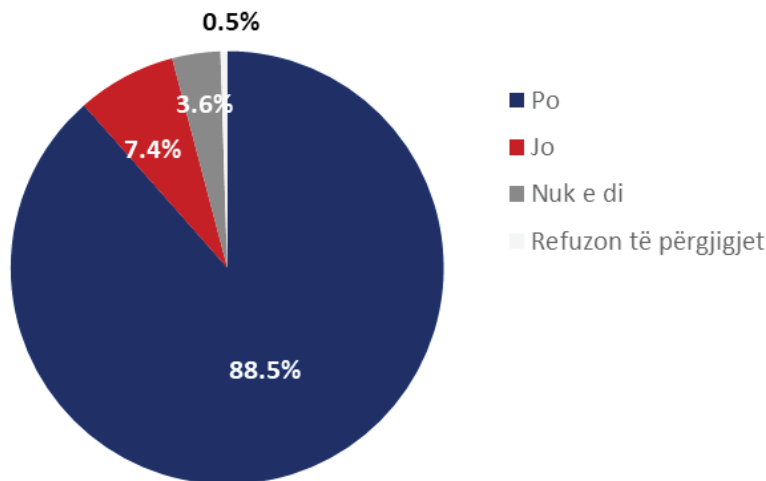


Nga tabela më poshtë mund të shohim të dhëna shtesë të kryqëzuara që tregojnë se të anketuarit të cilët për çdo ditë ndjekin kanalet televizive vendore dhe kontaktet personale tregojnë një besim më të madh ndaj informacioneve të përcjella në këto dy media, për dallim nga të anketuarit të cilët kanë deklaruar se çdo ditë informohen nga mediat sociale.

P1. Sa shpesh informoheni nga këto kanale për informim?										
ÇDO DITË										
P2. Sa u besoni këtyre mediave/burimeve të informimit?		Stacione televizive vendore	Stacione televizive të vendeve fqinje	Kanale televizive ndërkombëtare	Radio	Media të shtypura	Portale online	Media sociale	Influenserë	Kontakte personale
Stacione televizive vendore	Besoj deri diku	45%	27%	27%	52%	26%	45%	42%	44%	48%
	U besoj plotësisht	13%	19%	28%	14%	38%	12%	9%	19%	12%
Portale online	Besoj deri diku	21%	24%	33%	23%	18%	28%	24%	29%	30%
	U besoj plotësisht	6%	17%	27%	7%	32%	6%	5%	16%	6%
Media sociale	Besoj deri diku	16%	24%	33%	17%	24%	21%	19%	33%	20%
	U besoj plotësisht	4%	11%	19%	5%	22%	6%	4%	11%	6%
Kontakte personale	Besoj deri diku	57%	46%	36%	54%	26%	55%	57%	43%	59%
	U besoj plotësisht	16%	26%	30%	28%	43%	23%	16%	29%	24%

Pjesa më e madhe e qytetarëve (88,5%) mendojnë se dezinformatat, gjegjësisht lajmet e rreme paraqesin një problem serioz në vendin tonë. Vetëm 7,4% e qytetarëve kanë dhënë përgjigje negative. Sa i përket përgjigjeve të grupeve të ndryshme socio-demografike vihet re se për dallim nga të rinjtë qytetarët në moshë mbi 50 vjet më së shumti pajtohen me pretendimin se lajmet e rreme janë një problem serioz. Gjithashtu, qytetarët e përkatësisë etnike maqedonase dhe qytetarët me arsim të mesëm, të lartë dhe sipëror pajtohen më shumë me këtë pretendim, se sa qytetarët e përkatësisë etnike shqiptare me arsim fillor dhe me arsim më të ulët se ai fillor.

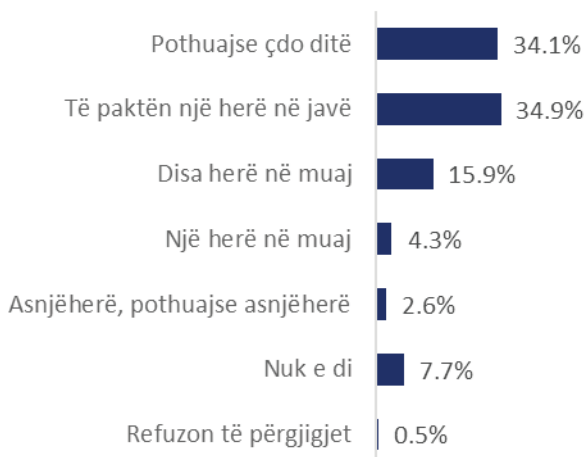
4. A mendoni se dezinformatat, gjegjësisht lajmet e rreme paraqesin një problem serioz në vendin tonë? N=1100



Pyetja e radhës analizon se sa shpesh në media qytetarët vënë re informacione që janë të pasakta ose që e interpretojnë realitetin në mënyrë të gabuar. Kështu, sipas grafikut më poshtë mund të shihet se pjesa më e madhe e qytetarëve (34,1% çdo ditë ose pothuajse çdo ditë, 34,9% të paktën një herë në javë) i vënë re informacionet e pasakta. Rreth 15,9% janë përgjigjur se informacione të pasakta vënë re disa herë në muaj, 4,3% një herë në muaj, ndërsa vetëm 2,6% se nuk kanë vënë re asnjëherë.

Analiza demografike tregon dallime të rëndësishme statistikore në përgjigjet e grupeve të ndryshme të të anketuarve. Meshkujt, të anketuarit deri në 50 vjet, të anketuarit me arsim të mesëm, të lartë dhe sipëror, ata të përkatësisë etnike maqedonase dhe ata që jetojnë në zonat urbane, i vënë re më shumë informacionet e pasakta të cilat i transpetojnë mediat, për dallim nga grupet e tjera të të anketuarve.

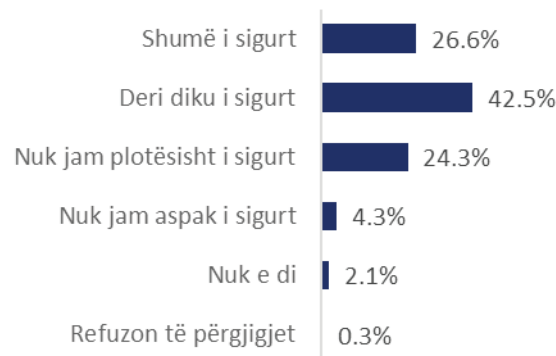
5. Në mediat nga të cilat informoheni, sa shpesh vini re informacione të cilat e paraqesin realitetin në mënyrë të pasaktë ose të gabuar? N=1100



Një e katërta e qytetarëve janë **shumë të sigurt në aftësinë e tyre për të dalluar lajme të rreme ose dezinformata në mediat** nga të cilat informohen, ndërsa katër nga dhjetë të anketuar (42,5%) janë **deri diku të sigurt**. Rreth një e katërta e qytetarëve (23,3%) nuk janë plotësisht të sigurt, ndërsa 4,3% nuk janë aspak të sigurt në aftësinë e tyre për të dalluar lajme të rreme. Mund të konkludojmë se pjesa më e madhe e qytetarëve të cilët për çdo ditë i vënë re lajmet e rreme dhe dezinformatat gjithashtu janë të sigurt në aftësinë e tyre për t'i dalluar ato.

Rezultatet e kryqëzuara na tregojnë dallime domethënëse statistikore në përgjigjet e grupeve të ndryshme të të anketuarve. Kështu, meshkujt, të anketuarit nën 50 vjeç dhe të anketuarit me arsim më të lartë kanë një siguri më të madhe në aftësinë e tyre për të dalluar lajmet e rreme ose dezinformatat në mediat nga të cilat informohen, për dallim nga grupet e tjera të të anketuarve.

6. Sa jeni të sigurt në aftësinë Tuaj për të dalluar lajme të rreme ose dezinformata në mediat nga të cilat informoheni? N=1100



Në pyetje e fundit të këtij seti të pyetjeve, e cila thotë: **“Gjatë javës së kaluar, në mediat nga të cilat informoheni, a keni hasur në:”**, gjysma e të anketuarve janë përgjigjur se kanë vënë re përdorim të lajmeve të rreme për të diskredituar ndonjë organizatë, parti, shtet. Çdo i treti i anketuar (37%) ka hasur në kronika në të cilat ka pasur fakte të shtrembëruara me qëllim realizimin e agjendës së dikujt dhe kronika në të cilat faktet janë sajuar plotësisht për qëllime/agjenda politike. Rreth një e katërta e qytetarëve kanë hasur në kronikë gazetareske të pa punuar mirë, ndërsa 19,7% nuk kanë vënë re asgjë nga ajo që përmendëm më sipër.

Rezultatet e tabelave të kryqëzuara tregojnë se për dallim nga femrat, meshkujt kanë vënë re më shumë kronika që kanë qenë plotësisht të sajuara. Të anketuarit deri në moshën 29 vjeçare kanë më shumë gjasa të hasin në kronika gazetareske të pa punuara mirë në krahasim me të anketuarit mbi moshën 50 vjeçare; gjithashtu edhe personat në moshë nga 30-49 vjet krahasuar me të moshuarit 65+ vjeç. Të anketuarit me arsim të mesëm, të lartë dhe sipëror kanë vënë re më shumë nga këto situata krahasuar me të anketuarit me arsim fillor dhe më pak se fillor.

7. Дали во текот на минатата седмица во медиумите на кои се информиравте сте наишле на:
(Можни се повеќе одговори) N=1100



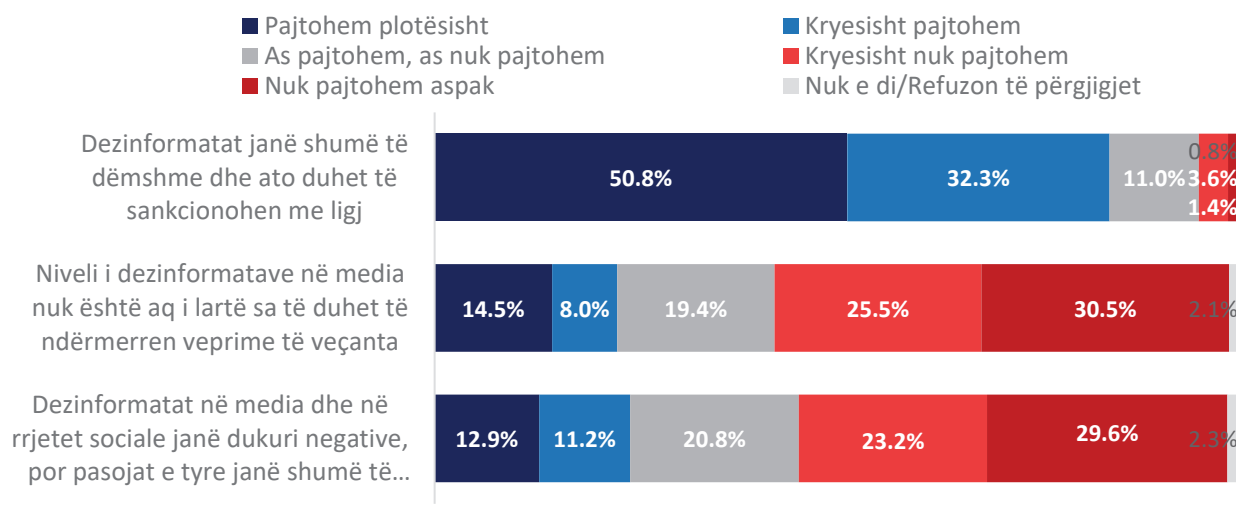
INTERESI PËR NDRYSHIME TË POLITIKËS

Në setin e dytë të hulumtimit, theksi kryesor ishte shqyrtimi i opinionit të qytetarëve për ndërmarrjen e masave për zgjidhjen e problemit me dezinformatat në media, shkallën e pajtimit dhe rëndësisë, si dhe njohuritë për shërbimet e verifikimit të fakteve dhe dezinformatave.

Në grafikun në vazhdim janë prezantuar disa deklaratata në lidhje me efektet negative të dezinformatave në media. Të gjithë të anketuarit duhej të shprehin nivelin e pajtueshmërisë me secilën deklaratë. Pjesa më e madhe e qytetarëve mendojnë se *dezinformatat janë shumë të dëmshme dhe se ato duhet të sanksionohen me ligj* (50,8% pajtohen plotësisht dhe 32,3% kryesisht pajtohen), ndërsa vetëm 5% e qytetarëve nuk pajtohen me këtë deklaratë (1,6% aspak nuk pajtohen dhe 3,6% kryesisht pajtohen). Rreth një e katërta e qytetarëve pajtohet me këto deklaratata: *niveli i dezinformatave në media nuk është aq i lartë sa të duhet të ndërmerren veprime të veçanta* (14,5% pajtohen plotësisht dhe 8,0% kryesisht pajtohen), dhe *pasojat e dezinformatave janë shumë të vogla* (12,9% pajtohen plotësisht dhe 11,2% kryesisht pajtohen). Rezultatet tregojnë se qytetarët shprehin qartë pajtueshmëri se dezinformatat në media janë të dëmshme, pasojat nuk janë të vogla dhe se ato duhet të sanksionohen me ligj.

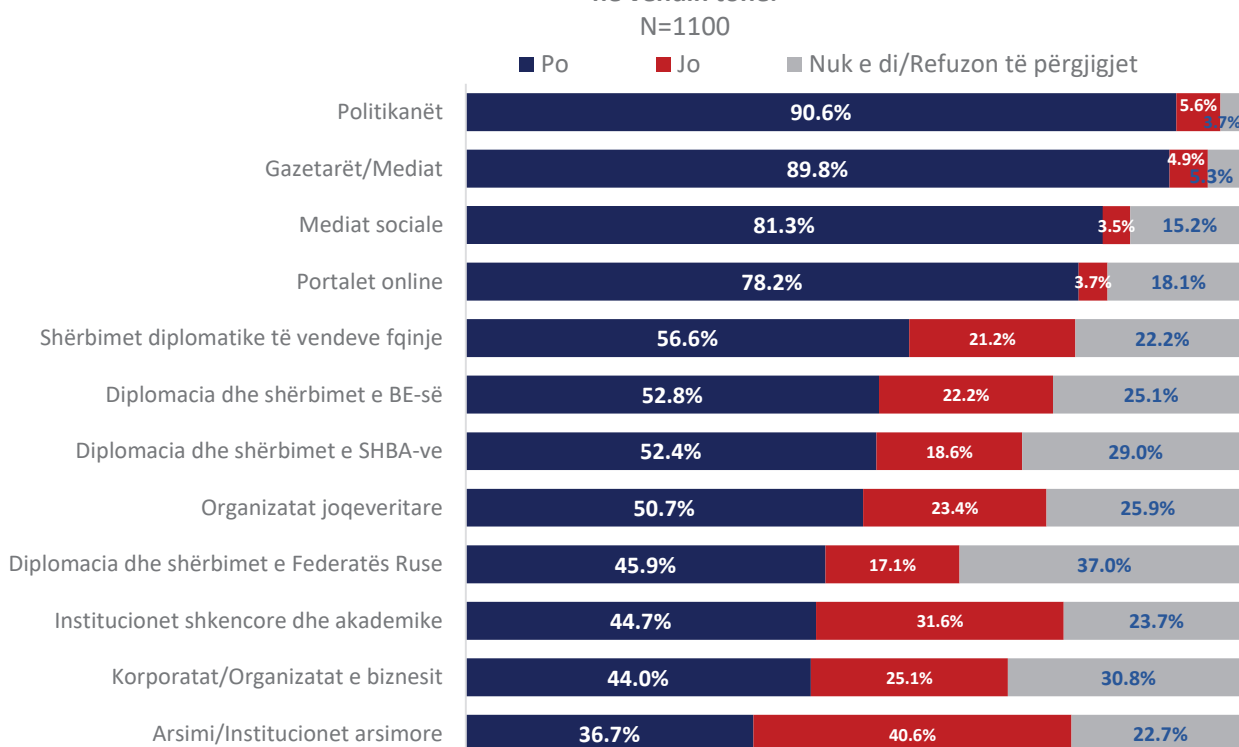
Analiza demografike tregon dallime të rëndësishme statistikore në përgjigjet e grupeve të ndryshme të të anketuarve. Të anketuarit mbi 29 vjet, me arsim të mesëm dhe të lartë, të anketuarit nga zonat urbane, të anketuarit e përkatësisë etnike maqedonase dhe të anketuarit që janë të punësuar, të papunë dhe pensionistë tregojnë një pajtim më të madh se dezinformatat në media janë të dëmshme, pasojat nuk janë të vogla dhe duhet të sanksionohen me ligj, për dallim nga grupet e tjera të të anketuarve.

8. Sa pajtoheni me deklaratat në vazhdim? Përdorni vlerësim nga 1 deri më 5, ku 1 nënkupton se nuk pajtoheni aspak, ndërsa 5 që pajtoheni plotësisht. N=1100



Në pyetjen e radhës qytetarët e shprehën mendimin e tyre sa i përket subjekteve përmes **të cilëve përhapen dezinformatat në vendin tonë**. Politikanët (90,6%) dhe gazetarët/mediat (89,8%) janë subjekte kryesore **që bëjnë përhapjen e lajmeve të rreme, thonë pjesa më e madhe e të anketuarve**. Pas tyre janë mediat sociale (81,3%) dhe portalet online (78,2%). Katër nga dhjetë të anketuar (40,6%) kanë deklaruar se për përhapjen e dezinformatave nuk janë përgjegjëse institucionet arsimore dhe arsimi.

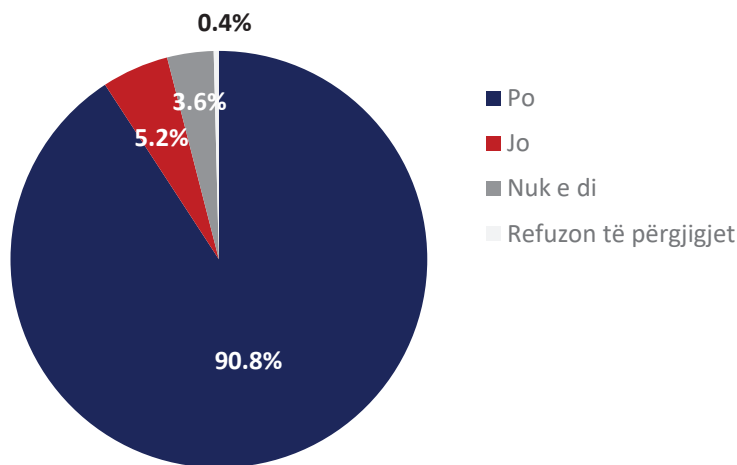
9. Duke u bazuar në përvojën tuaj, cilët nga këto subjekte përhapin dezinformata në vendin tonë:



Nga analiza e përgjigjeve të të anketuarve në pyetjen: **“Sipas mendimit tuaj, a duhet qeveria të ndërmarrë masa për zgjidhjen e problemit me dezinformatat**

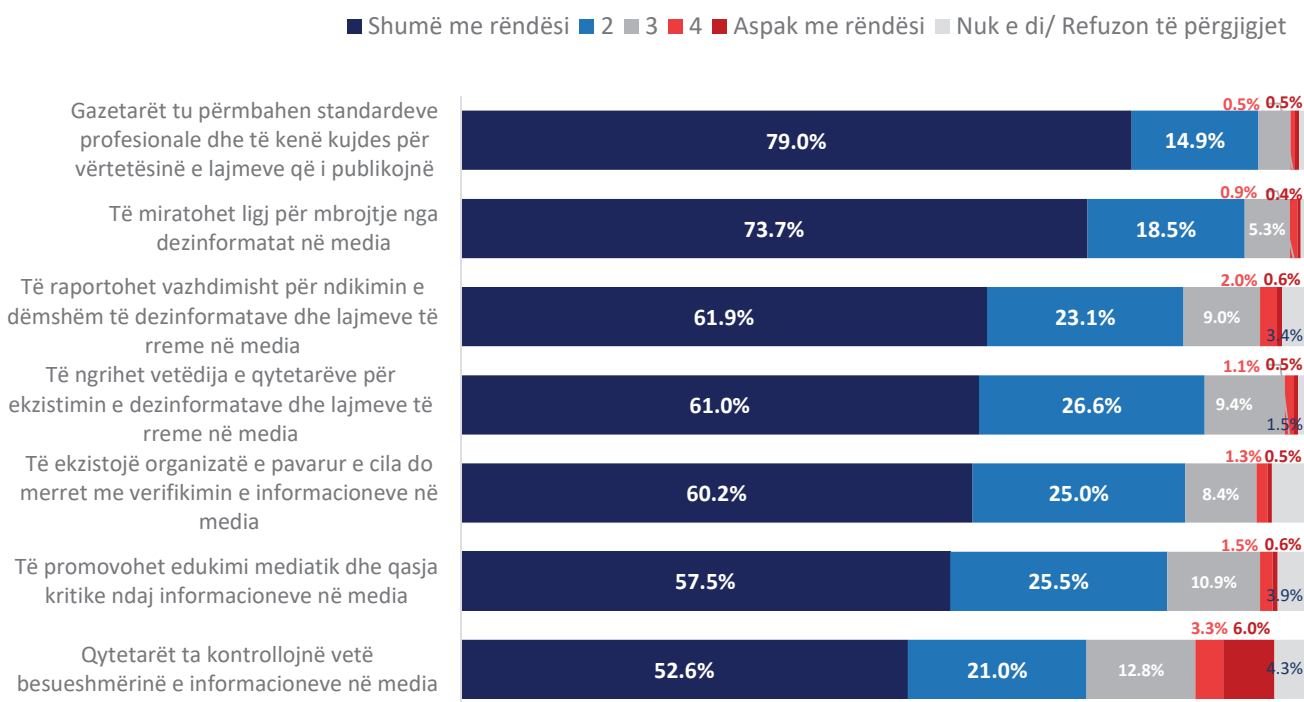
"nëpër media?", konkludojmë se shumica e qytetarëve (90,8%) janë përgjigjur pozitivisht dhe pajtohen me këtë qëndrim, vetëm 5,2% e qytetarëve kanë dhënë përgjigje negative, ndërsa 3,6% nuk kanë njohuri.

10. Sipas mendimit tuaj, a duhet qeveria duhet të ndërmarrë masa për zgjidhjen e problemit me dezinformatat nëpër media? N=1100



Tre masat më të rëndësishme për zgjidhjen e problemit me dezinformatat nëpër media sipas shumicës së qytetarëve janë: *gazetarët tu përmbahen standardeve profesionale dhe të kenë kujdes për vërtetësinë e lajmeve të cilat i publikojnë (79%), të miratohet ligj për mbrojtje nga dezinformatat në media (73,7%), të raportohet në vazhdimësi për ndikimin e dëmshëm të dezinformatave dhe lajmeve të rreme në media (61,9%).* Por, siç mund të shihet nga grafiku në vazhdim, pjesa më e madhe e të anketuarve mendojnë se të gjitha masat e lartpërmendura janë të rëndësishme dhe duhet të zbatohen që të mund të parandalohet shpërndarja e lajmeve të rreme në media.

11. Sa pajtoheni me deklaratat në vazhdim? Përdorni vlerësim nga 1 deri më 5, ku 1 nënkupton se nuk pajtoheni aspak, ndërsa 5 që pajtoheni plotësisht. N=1100



Të anketuarve ju parashtrua pyetja nëse portalet, për sa i përket statusit ligjor, duhet të barazohen me mediat e tjera dhe të funksionojnë si media me të njëjtat përgjegjësi ligjore. Sipas përgjigjeve të dhëna 77,1% e të anketuarve janë përgjigjur pozitivisht në këtë pyetje, vetëm 8,5% kanë dhënë përgjigje negative, ndërsa 13,7% e të anketuarve nuk kanë njohuri.

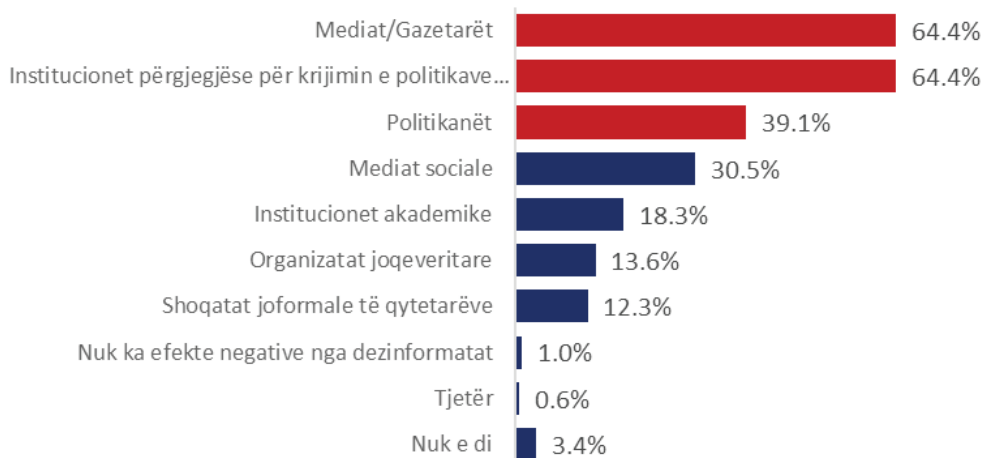
Pjesa më e madhe e të anketuarve (73,5%) mendojnë se portalet online kanë përgjegjësi t'i mbrojnë lexuesit e tyre nga dezinformatat, ndërsa 10,6% nuk pajtohen me këtë deklaratë, pra janë përgjigjur negativisht. Rreth 15,3% nuk dinë të përgjigjen në këtë pyetje.

N=1100		
12. Sipas ligjeve në fuqi, portalet dhe rrjetet sociale nuk janë të rregulluara në të njëjtën mënyrë si mediat e tjera (televizionet, radio, mediat e shtypura). Sipas mendimit Tuaj, a duhet që portalet sa i përket statusit ligjor të barazohen me mediat e tjera dhe të funksionojnë si media me të njëjtat përgjegjësi ligjore?	Po	77,1%
	Jo	8,5%
	Nuk e di	13,7%
	Refuzon të përgjigjet	0,6%
13. A mendoni se portalet online kanë përgjegjësi t'i mbrojnë lexuesit e tyre nga dezinformatat?	Po	73,5%
	Jo	10,6%
	Nuk e di	15,3%
	Refuzon të përgjigjet	0,6%

Qytetarët mendojnë se **mediat/gazetarët** dhe **institucionet e autorizuara për krijimin e politikave mediatike** kanë **rol kryesor** në zvogëlimin e efekteve negative nga dezinformatat nëpër media dhe këtë e mendojnë 64,4% e të anketuarve. Në vendin e tretë janë politikanët, sipas 39,1% të të anketuarve. Rezultatet tregojnë se shoqatat joformale, organizatat joqeveritare dhe institucionet akademike nuk kanë rol të madh në zvogëlimin e efekteve negative nga dezinformatat nëpër media. Si shkaktarë kryesorë të dezinformatave, të anketuarit në vend të parë i kanë vendosur **politikanët**, në vend të dytë mediat/gazetarët, ndërsa në vend të tretë mediat sociale. Ato mendojnë se rolin kryesor në zvogëlimin e efekteve negative nga dezinformatat e kanë mediat/gazetarët dhe institucionet e autorizuara për krijimin e politikave mediatike të cilët duhet tu përmbahen standardeve më të rrepta profesionale dhe të kenë kujdes për vërtetësinë e lajmeve.

Sa i përket grupeve socio-demografike janë vënë re ndryshime të mëdha statistikore. Shikuar nëpër prizmin e përkatësisë etnike rezultatet dallojnë tek të anketuarit me përkatësi etnike maqedonase dhe ato me përkatësi etnike shqiptare. Të anketuarit me përkatësi etnike maqedonase shumë më shumë se ata të përkatësisë etnike shqiptare mendojnë se rol kryesor për zvogëlimin e efekteve negative nga dezinformatat kanë institucionet, politikanët dhe mediat sociale. Personat mbi 50 vjet më shumë mendojnë se rol kryesor kanë politikanët. Sipas të anketuarve me arsim të mesëm, të lartë dhe sipëror, institucionet, politikanët dhe mediat sociale kanë rol kryesor në zvogëlimin e efekteve negative nga dezinformatat, për dallim nga të anketuarit me arsim fillor dhe më pak se fillor.

14. Sipas mendimit tuaj, cilët nga këto subjekte duhet të kenë rol kryesor në zvogëlimin e efekteve negative të dezinformatave në media? (Mundësi për më shumë përgjigje) N=1100



Katër nga dhjetë të anketuar (40,9%) kanë njohuri për Kodin Etik të Gazetarëve në të cilin janë të definuara standardet profesionale të cilave duhet tu përmbahen gazetarët, ndërsa më shumë se gjysma e të anketuarve (56,8%) janë përgjigjur se nuk kanë njohuri. Për Këshillin e Etikës në media njohuri kanë 34,4% e të anketuarve, ndërsa 64,2% nuk kanë njohuri.

NDIKIMI I BURIMEVE TË HUAJA DHE VENDORE TË DEZINFORMATAVE

Në pjesën e tretë analizohet ndikimi i burimeve të dezinformatave nga vendi dhe nga jashtë dhe mendimi i njerëzve për deklaratat e ndryshme mbi temat aktuale në vend: COVID-19, anëtarësimi në BE, ndryshimet klimatike, etj. Për shkak të situatës momentale me Ukrainën dhe Rusinë, mund të ketë lëvizje të rezultateve, sidomos në pjesën e qëndrimeve.

Shtatë nga dhjetë (70,8%) qytetarë besojnë se *në botë ekziston një grup sekret i individëve të fuqishëm që i kontrollojnë ngjarjet globale, si luftërat ashtu edhe krizat ekonomike*, 11,6% kanë dhënë përgjigje neutrale. Në këtë deklaratë nuk besojnë aspak rreth 11,0% e të anketuarve.

Në lidhje me qëndrimet mbi COVID-19, 64% e të anketuarve besojnë se *COVID-19 është krijuar qëllimisht, që fuqitë botërore të mund të kenë përfitime ekonomike dhe politike*. Me këtë qëndrim pajtohen më shumë qytetarët e pa vaksinuar, për dallim nga ato të vaksinuarit për 10%. Gjithashtu, më shumë se gjysma e qytetarëve besojnë se *elitat botërore e kanë krijuar COVID-19 që ta zvogëlojnë numrin e popullsisë në planet*. Nga ana tjetër 45,4% kanë thënë se **nuk besojnë** se *COVID-19 me të vërtetë nuk ekziston, por është vetëm konspiracion që elita botërore të na e marrë lirinë*.

Sa u përket qëndrimeve dhe bindjeve mbi ndryshimet klimatike, gjysma e të anketuarve (51,9%) **nuk besojnë** në deklaratën se ndryshimet *klimatike nuk*

ekzistojnë, por janë të trilluara që të kontrollohet ekonomia. Te ky qëndrim me rezultate të kryqëzuara mund të vihet re se dy nga dhjetë qytetarë (20%) nga vendbanimet rurale, besojnë se ndryshimet klimatike nuk ekzistojnë, për dallim nga të anketuarit e mjediseve urbane. Një e treta e qytetarëve besojnë se *ndryshimet klimatike janë të kontrolluara përmes satelitëve dhe radarëve*, ndërsa pothuajse numri i njëjtë nuk e besojnë këtë deklaratë.

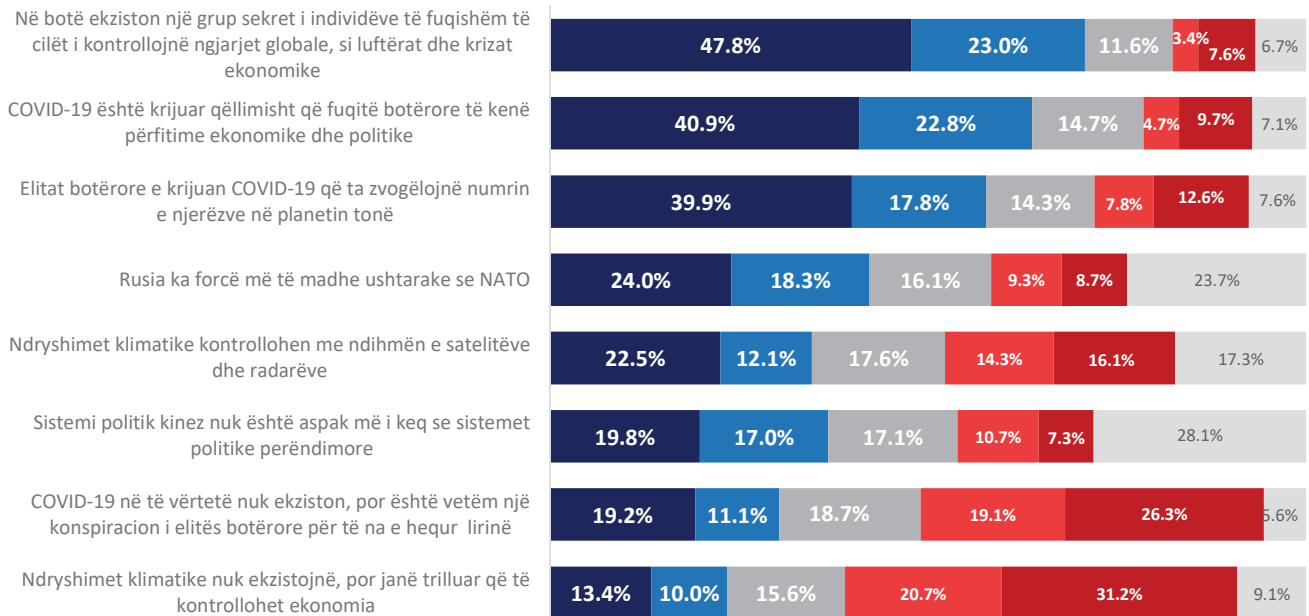
Rreth 42,3% e të anketuarve besojnë se *Rusia ka forcë më të madhe ushtarake se NATO*, 18% nuk besojnë, ndërsa 16,1% kanë dhënë përgjigje neutrale.

Në deklaratën: *Sistemi politik kinez nuk është aspak më i keq se sistemet politike perëndimore*, tre nga dhjetë qytetarë besojnë dhe po aq nuk e dinë ose kanë refuzuar të përgjigjen. Rreth 18,0% e të anketuarve kanë thënë se nuk besojnë.

19. Sa besoni në deklaratat më poshtë:

N=1100

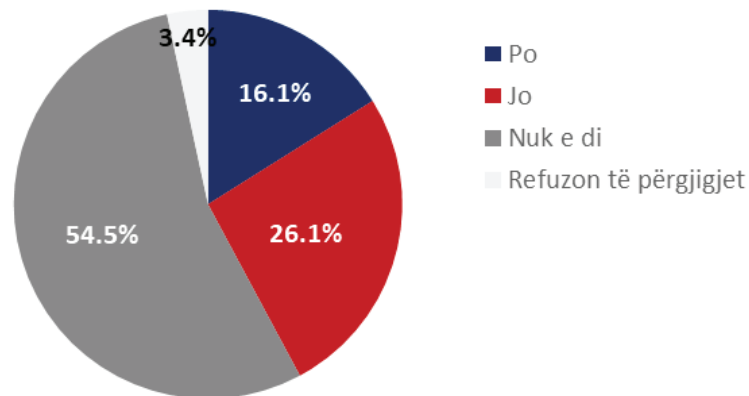
■ Besoj plotësisht ■ 4 ■ 3 ■ 2 ■ 1 Nuk besoj aspak ■ Nuk e di/ Refuzon të përgjigjet



Në pyetjen e radhës **“Sipas mendimit tuaj, a ka burime/entitete që i promovojnë interesat dhe qëndrimet ruse në vendin tonë?”**, 16,1% e të anketuarve pajtohen, gjegjësisht kanë dhënë përgjigje pozitive, 26,1% nuk pajtohen, ndërsa **më shumë se gjysma (54,5%)** nuk e dinë përgjigjen e kësaj pyetjeje.

Me kryqëzimin e rezultateve mund të vihet re se për dallim nga grupet e tjera, grup-mosha mbi 65 vjet, qytetarët me arsim të lartë/sipëror dhe qytetarët të cilët zakonisht votojnë gjatë zgjedhjeve pajtohen se ka burime/entitete që i promovojnë interesat dhe qëndrimet ruse në vendin tonë.

20. Sipas njohurive tuaja, a ka burime/entitete që i promovojnë interesat dhe qëndrimet ruse në vendin tonë? N=1100



Në pyetjen e radhës përgjigjen të anketuarit të cilët në pyetjen paraprake janë përgjigjur se ka burime/entitete të cilat i promovojnë interesat ruse. Kështu, 8,5% e qytetarëve janë përgjigjur se këto janë partitë politike, pas tyre 4% e qytetarëve kanë thënë se janë ambasadat, forca ushtarake, kërcënimet për furnizimin me gaz dhe partia politike E majta. Katër nga dhjetë qytetarë nuk kanë njohuri për atë se cilët janë këto burime/entitete.

21. Nëse po, cilat janë ato?	
<i>Përgjigjen të anketuarit të cilët në P20 janë përgjigjur me PO</i>	
N=177	
Ambasadat	4,0%
Forca ushtarake	4,0%
Kërcënime për furnizimin me gaz	4,0%
Nuk e di	43,8%
Organizatrat joqevritare	3,4%
Partia politike E Majta	4,0%
Partitë politike	8,5%
Llojet e ndryshme të mediave	10,2%
Ndikimi rus përmes VMRO-DPMNE-së	2,8%
Univerzitetet e sllavizmit në Sveti Nikole dhe Manastir	0,6%
Me bashkimin e ortodoksisë	3,4%
Shërbimet sekrete	11,4%

Gjashtë nga dhjetë të anketuar (40,3% pajtohen plotësisht dhe 19,3% kryesisht pajtohen) pajtohen me deklaratën: *vendi duhet të bëhet anëtar i BE-së, por pa lëshime ndaj Bullgarisë*, 15,0% kanë dhënë përgjigje neutrale, ndërsa 18,7% nuk pajtohen me këtë qëndrim (aspak nuk pajtohen 12,8% dhe 5,9% kryesisht nuk pajtohen).

Nga ana tjetër, më shumë se gjysma e qytetarëve (aspak nuk pajtohen 42,5% dhe kryesisht nuk pajtohen 10,0%) **nuk pajtohen** me qëndrimin se *vendi duhet sa më parë të bëhet anëtar i BE-së, madje edhe sikur të duhet të bëhen kompromise të reja me fqinjët*, 32% pajtohen (23,5% pajtohen plotësisht dhe 8,4% kryesisht pajtohen), ndërsa 10,5% janë neutrale për këtë deklaratë. Pas rezultateve të kryqëzuara mund

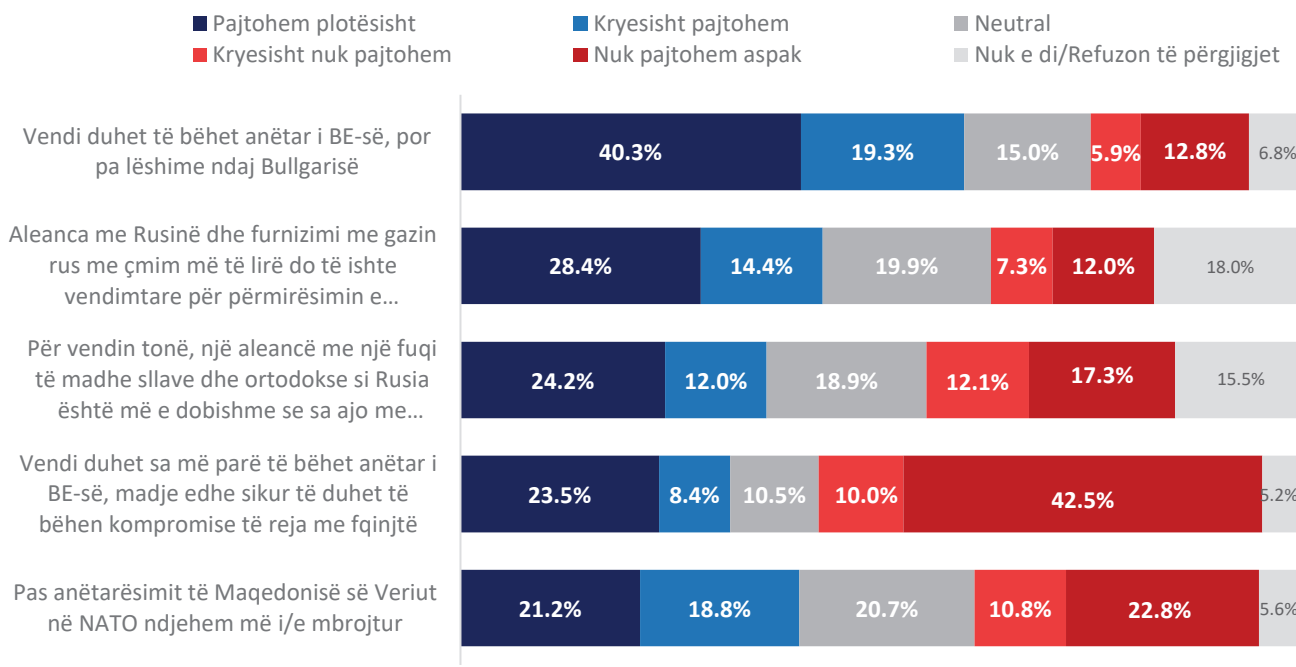
të vihet re se me këtë qëndrim pajtohen të rinjtë deri më 29 vjet, qytetarët me arsim fillor dhe arsim më pak se fillor, qytetarët nga mjediset rurale dhe ato të përkatësisë etnike shqiptare, për dallim nga grupet e tjera. Rezultatet tregojnë se pjesa më e madhe e qytetarëve pajtohen që vendi jonë të bëhet anëtar i BE-së, por jo duke bërë kompromise të reja me fqinjët.

Katër nga dhjetë të anketuar (28,4% pajtohen plotësisht dhe 14,4% kryesisht pajtohen) pajtohen me qëndrimin se *aleanca me Rusinë dhe furnizimi me gazin rus me çmim më të lirë do të ishte vendimtare për përmirësimin e ekonomisë të vendit tonë*, 19,9% kanë dhënë përgjigje neutrale, ndërsa 19,3% nuk pajtohen (12,0 % nuk pajtohen aspak dhe 7,3% kryesisht nuk pajtohen).

Me deklaratën: *Për vendin tonë më e dobishme është aleanca me një fuqi të madhe sllave ortodokse si Rusia, sesa me SHBA-të ose BE-në* kanë rënë dakord një e treta e qytetarëve (24,2% plotësisht dhe 12,0% kryesisht pajtohen), 18,9% kanë dhënë përgjigje neutrale, ndërsa 29,4% nuk pajtohen me qëndrimin (17,3 % nuk pajtohen aspak dhe 12,1% kryesisht nuk pajtohen).

Katër nga dhjetë të anketuar (21,2% pajtohen plotësisht dhe 18,8% kryesisht pajtohen) pajtohen me qëndrimin: *Pas anëtarësimit të Maqedonisë së Veriut në NATO ndjehem më i mbrojtur*, ndërsa 33,6% nuk pajtohen (22,8 % nuk pajtohen aspak dhe 10,8% kryesisht nuk pajtohen). Sipas rezultateve të kryqëzuara dhe dallimeve statistikore mund të shihet se me këtë qëndrim nuk pajtohet grup-mosha mbi 65 vjet, qytetarët nga mjediset urbane dhe qytetarët e përkatësisë etnike maqedonase, për dallim nga grupet e tjera të qytetarëve.

22. Sa pajtoheni me deklaratat në vazhdim: N=1100

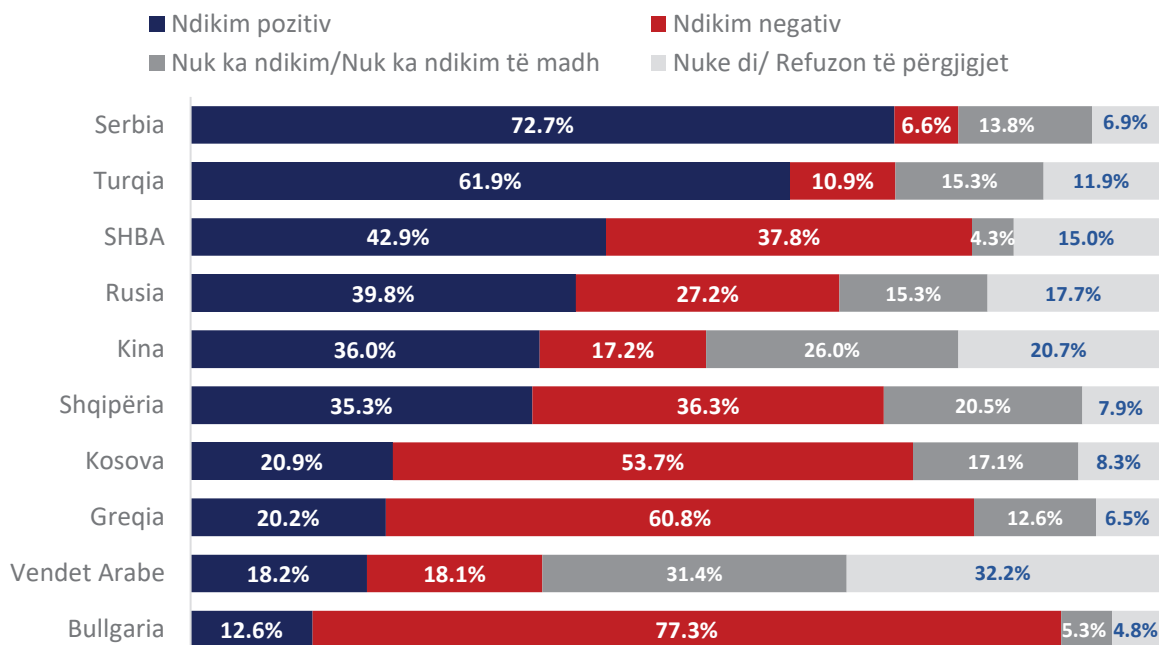


Shumica e qytetarëve (72,7%) kanë thënë se Serbia ka një ndikim pozitiv ndaj vendit tonë, që tregon se ky shtet gëzon një imazh të mirë tek qytetarët maqedonas. Turqia është vendi i dytë për të cilin gjashtë nga dhjetë të anketuar kanë thënë se ka ndikim pozitiv ndaj vendit tonë, ndërsa SHBA janë të pozicionuara në vendin e

tretë sipas deklaratave të 42,9% të të anketuarve. Për shtetin e Shqipërisë qytetarët kanë mendime të ndara, 36,3% thonë se ka ndikim negativ, ndërsa 35,3% se ka ndikim pozitiv.

Rreth 77,3% e të anketuarve pajtohen se Bullgaria ka një ndikim negativ ndaj vendit tonë, pas saj vjen Greqia me 60,8%.

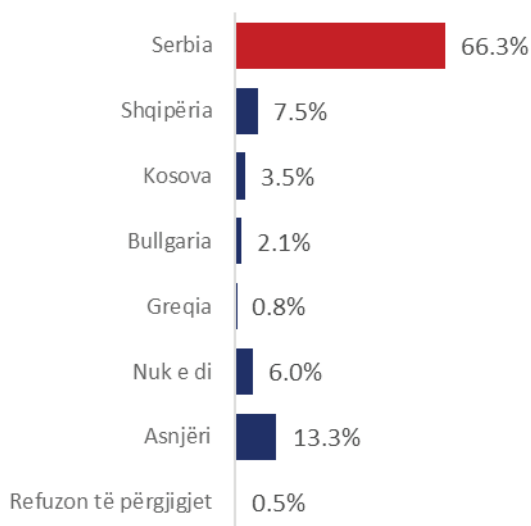
23. Çfarë ndikimi ka secili nga këto vende ndaj vendit tonë? N=1100



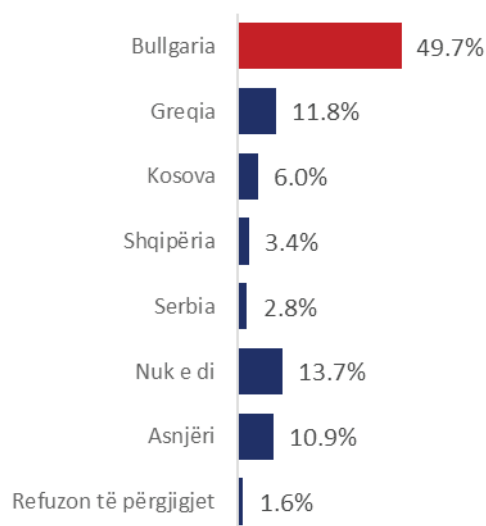
Sipas hulumtimit, për 66,3% të qytetarëve miku më i madh i Maqedonisë së Veriut është Serbia. Në vendin e dytë, në pothuajse një nga 10 të anketuar ndodhet Shqipëria. Përgjigjen *asnjë nga vendet e shënuara* e kanë zgjedhur 13,3% e të anketuarve.

Për gjysmën e qytetarëve armiku më i madh i Maqedonisë së Veriut është Bullgaria. Pas saj vjen Greqia me 11,8%. Një në dhjetë të anketuar është deklaruar se asnjë nga vendet fqinje nuk është armik i vendit tonë. Rezultatet e këtilla janë të pritshme për shkak të situatës momentale me Bullgarinë.

24. Cili vend fqinj është mik më i madh i Maqedonisë së Veriut? N=1100



25. Cili vend fqinj është armik më i madh i Maqedonisë së Veriut? N=1100



DEMOGRAFIA E TË ANKETUARVE

Të dhëna demografike	N=1100
Vendbanimi	%
Qytet	67,8%
Fshat	32,2%
Gjinia	
Mashkullore	48,3%
Femërore	51,7%
Përkatësia etnike	
Maqedonas/e	74%
Shqiptar/e	23%
Tjetër	4%
Mosha	
18-29 vjet	15,2%
30-49 vjet	40,4%
50-64 vjet	28,8%
65+ vjet	15,6%
Refuzon të përgjigjet	0,0%
Arsimimi	
Arsim fillor dhe më të ulët	12%
Arsim të mesëm	63%
Arsim i lartë, sipëror, M-r, D-r.	25%
Statusi i punësimit	
I punësuar	50%
I papunë	17%
Nxënës/Student	6%
Shtëpiake	5%
Pensionist	20%
Tjetër	3%
Rajoni	
I Vardarit	7,1%
Lindor	8,9%
Jugperëndimor	10,4%
Juglindor	8,5%
I Pellagonisë	10,7%
I Pollogut	15,3%
Verilindor	8,1%
I Shkupit	31,0%



ANALIZA E REZULTATEVE NGA FOKUS GRUPET

STRUKTURA E FOKUS GRUPEVE

Pas analizës të të dhënave të fituara nga hulumtimi kuantitativ me qytetarët, u realizuan edhe tre fokus grupe me përfaqësues nga subjekte relevante në vend. Kjo qasje kualitative hulumtuese mundësoi që të fitohet një pasqyrë më e thellë e rezultateve të hulumtimit me qytetarët, si dhe të krijohen rekomandime për politika mediatike.

Fokus grupi i parë me përfaqësues nga profesioni i gazetarisë – redaktorë, gazetarë dhe verifikues të fakteve, nga media tradicionale dhe ato online u mbajt më 26 shkurt të vitit 2022.

Grupi i dytë u mbajt më 29 mars të vitit 2022 dhe ishte i përbërë nga analistë mediatik, anëtarë të trupave rregullatorë dhe vetë-rregullatorë, si dhe përfaqësues të Institutit parlamentar dhe instituteve hulumtuese private.

Fokus grupi i tretë me analistë të jetës socio-politike në vend dhe përfaqësues të komunitetit akademik u mbajt më 31 mars të vitit 2022.

GJETJET KRYESORE

PËRHAPJA E DEZINFORMATAVE NË MEDIA

Gjatë analizës së hapësirës mediatike në vend u identifikuan dy lloje të dezinformatave: e para, dezinformata që lindin si rezultat i lëshimeve të gazetarit, punës joprofesionale gazetareske dhe mungesës së politikës redaktuese, dhe e dyta, lajmet e rreme, gjegjësisht plasimi dashakeq i narrativeve të caktuara në sferën publike të cilat janë si rezultat i veprimit të organizuar, të strukturuar dhe të vetëdijshëm për arritjen e një qëllimi të caktuar.

„Kur bëhet fjalë për gabim të paqëllimtë, atëherë është shumë më e thjeshtë; pasi t’i bëhet me dije për gabimin, qoftë nga një organizatë për verifikimin e fakteve, ndonjë koleg ose ndonjë trup vetë-rregullator, media tërhiqet dhe publikon kërkim falje. Kur bëhet fjalë për plasim dashakeq të lajmeve të rreme, atëherë procesi nuk rrjedh kështu; në këtë rast bëhet fjalë për veprim të organizuar, të strukturuar ku me qëllim të caktuar në **narrativin publik lëshohen gënjeshtër dhe dezinformata“.**

„Pjesa më e madhe e shkeljeve kanë të bëjnë me dezinformatat... (si rezultat i asaj që) gazetarët dhe mediat nuk arrijnë që ta verifikojnë lajmin para se ta publikojnë... me rëndësi është burimi i këtyre dezinformatave... në të shumtën e rasteve narrativeve e huaja janë një kompilacion gënjeshtërash që plasohen nga qendra të mirë organizuara të fuqisë dhe ato nuk mund t’i barazojmë me lëshimet që i bëjnë mediat e vendit“.

Është konstatuar se hapësira online, gjegjësisht rrjetet sociale dhe portalet online, paraqesin hapësirë kritike për përhapjen e dezinformatave. Në mediat tradicionale (televizionet dhe mediat e shtypura) dezinformatat përhapen në masë dukshëm më të vogël.

Numri më i madh i dezinformatave hasen nëpër rrjetet sociale. Dezinformatat më së shpeshti përhapen përmes profileve personale të politikanëve dhe influenserëve, ndërsa në kohën e pandemisë edhe nëpër profilet personale të mjekëve dhe punonjësve shëndetësorë. Gjithashtu, dezinformata përhapen edhe përmes grupeve të ndryshme në Facebook. Në këtë drejtim posaçërisht u vu në dukje profili personal i Gordana Goxhos nga shoqata „Od nas za nas”, profili i Majk Tajson, përfaqësues i lëvizjes Kju në vend, si dhe grupi në Facebook Edinstvena Makedonija.

Portalet nuk janë të definuara si media, shpesh nuk kanë impressum dhe nuk i nënshtrohen rregullativës ligjore të vendit, gjë që i bën të përshtatshme për plasim dhe përhapje të dezinformatave. Në garë për publicitet, ndërsa në mungesë të kapacitetit gazetaresk, portalet shumë shpesh publikojnë lajme të pa verifikuara, gjithashtu shpesh marrin lajme nga njëri-tjetri, që mundëson një saturim të shpejtë me dezinformata të hapësirës online.

„Është fakt se nëpër gazeta *dezinformata hasen shumë më rrallë, bëhet më shumë kujdes. Por ne si portale, edhe pse përpiqemi, kemi prirje që të bëhemi pre e lajmeve të rreme* që të fitojmë klikime. Në internet *postohen fotografi të rreme e ne i marrim ato nga burime të pasigurta*“.

Është vënë re se shumë shpesh si burim informacioni portalet i përdorin rrjetet sociale, që mundëson që qëndrimet e dikujt të prezantohen si informacione „zyrtare”. Kështu për shembull, postimin në profilin personal të një politikani portalet dinë ta transmetojnë si qëndrim zyrtar të një institucioni ose partie politike të caktuar. Duke e pasur parasysh këtë mundësi, struktura të ndryshme politike në vendin tonë i përdorin portalet si mekanizëm për krijim dhe përhapje të dezinformatave. Si shembull tipik për „keqpërdorimin” e portalit online si media, u theksua shembulli i Petar Bogoevskit, i cili edhe vetë ka portalin e tij dhe qëndrimet e veta politike i plason në sferën mediatike.

„Dezinformatat nuk janë të pranishme në televizione, por në të shumtën e rasteve nëpër portalet online; ato bien pre e qëndrimeve të caktuara nëpër rrjetet sociale dhe i marrin si informacione. Bien pre e statuseve të politikanëve, krijojnë lajme që shpërndahen vazhdimisht“.

„Funksionarë postojnë ndonjë qëndrim në profil, e ndonjë portal i vogël atje e merr, ndërsa ky përsëri e publikon në profil. Nëse të gjithë ne informojmë në mënyrën e duhur... nuk do të ketë nevojë për verifikim të fakteve, por kur gjysma e portaleve qorrazi do të transmetojnë një status të një kryetari komune...“.

Në mediat tradicionale (televizionet dhe mediat e shtypura) dezinformatat përhapen në masë më të vogël. Por, emisionet debative si dhe lloje tjera të programeve në të cilat janë të pranishëm të ftuar dhe ekspertë nga fusha të ndryshme mundësojnë përhapjen e dezinformatave përmes medias.

„Shikoni televizionin Alfa se çfarë lloj emisionesh bëjnë, çfarë lloji të ftuarish kanë... Ka një televizion TV Klan... ky televizion nuk ka impressum, nuk ka impressum të televizionit kombëtar, ndërkohë që ka rregullator që i lejon këto lëshime të kalojnë... “

| NDIKIMI I BURIMEVE TË HUAJA TË DEZINFORMATAVE

Ndikimi rus në vendin tonë u vlerësua si më i fuqishmi nga të gjithë ndikimet e huaja. Rusia e përhap ndikimin e saj politik duke i mbështetur opsionet nacionaliste politike në vendin tonë dhe duke e propaguar aktivisht opsionin „Euroaziatik“ si alternativë të NATO-s dhe BE-së. Për propagimin e kësaj agjende politike, në sferën publike plasohet një narrativ, i cili i thekson ngjashmëritë e të dy popujve, si dhe miqësinë ruse ndaj vendit tonë, që manifestohet përmes njohjes zyrtare të identitetit dhe gjuhës maqedonase.

„Duan që të mendojmë se NATO dhe BE nuk janë rrugë të mira për ne, por është afrimi drejt një aleance aziatike... manipulojnë me gjuhën, identitetin, njohjen, që kanë rëndësi për njerëzit... veprojnë përmes narrativit: shikoni shtetet e tjera që hynë në NATO dhe BE, nuk janë aspak më mirë. Qëllimi kryesor i tyre është që qytetarët të mos duan t'i bashkëngjiten NATO-s dhe BE-së“.

Narrativet pro-ruse nëpër media depërtojnë përmes më shumë kanaleve. Së pari, përmes Serbisë fqinje, mediat online, tabloidet dhe emisionet televizive të së cilës me qëndrime të theksuara pro-ruse janë lehtë të kapshme dhe shumë më ndikim tek publiku maqedonas, si dhe përmes portaleve lokale të cilat në garë për publik, pa tendencë ideologjike, marrin lajme nga mediat Serbe dhe përhapin dezinformata dhe qëndrime pro-ruse.

„Një pjesë e madhe e këtyre dezinformatave vijnë nga vendet fqinje, nga Serbia. Tabloidet e tyre këtu lexohen në mënyrë direkte... dhe kanë një ndikim shumë të madh. Këtu janë edhe emisionet politike nga Serbia që janë të njohura te ne“.

Ndikimi rus kanalizohet lehtë edhe përmes rrjeteve sociale, ku mund të formohet një grup kritik, siç është grupi „Edinstvena Makedonija“, ose „Bojkotiram“, i cili e ngopi Twitter-in dhe arriti që ta shpërndajë masovikisht narrativin e vet gjatë referendumit për hyrje të vendit në NATO. Këto narrative shpërndahen lehtë përmes portaleve online, ndërsa shpesh depërtojnë edhe nëpër mediat tradicionale, siç është shembulli me TV Alfa.

„Edinstvena Makedonija publikon dezinformata nga Rusia. Ato as nuk janë të vetëdijshëm se këto janë dezinformata; plus ka të tjerë që u besojnë, komentojnë dhe i përhapin këto dezinformata edhe më tej“.

Kujdes i veçantë iu kushtua rolit të strukturave të ndryshme politike në vend, si partia politike E Maja, e cila në programin e saj anti-NATO dhe përcaktimet e saj strategjike vepron në favor të interesave gjeopolitike ruse, dhe e cila arrin të fusë narrative pro-ruse në seancë parlamentare. Qëndrime pro-ruse plasojnë edhe individë të tjerë nga jeta politike, si Stevçe Jakimovski i cili përhap qëndrime të fshehura, ose Todor Petrov i cili përhap qëndrime të hapura pro-ruse.

„Kemi parti parlamentare që hapurazi është pro-ruse, e cila në programin e saj ka shkruar se anëtarësimi në NATO është i panevojshëm... Përveç partive të vogla politike, tashmë ndikimi rus është vendosur në vetë sistemin politik dhe kjo është shumë publike, shohim takime në shtëpinë ligjdhënëse me ambasadorin rus në një krizë të këtillë. E Majta është përfaqësuese e këtij disponimi, ajo është transparente dhe legjitime...”

Duhet të kemi problem me ato të cilët... deklarojnë se janë pro-perëndimorë, por që në fakt nuk janë. Ato janë struktura, nuk them se janë parti politike, por nëse i ndjekim ekspozimet e tyre publike, retorikën e tyre, do të shohim një mbështetje të fshehur ndaj agresionit rus. Partia e Stevçe Jakimovskit nuk është pro-ruse, por ai në TV 24 në paraqitjen e tij shprehu qëndrime të tilla. Nëse para 15 vitesh ne kemi pasur unitet në raport me disa çështje, tani është e dukshme se kemi debat të hapur dhe ai është publik dhe duhet të pranohet. Disponimi pro rus është këtu...”

Në vitet e fundit është vënë re aktivitet i rritur i Ambasadës Ruse në vend, si dhe i Konsullatës Ruse në Ohër.

Ndikimi rus fiton mbështetje aktive edhe nga ana e mjeteve të ndryshme për propagandë automatike në internet, bote, ferma për trolle, si dhe aktivitete të hakerëve. Sulmi i ueb-faqes të Entit Shtetëror të Statistikës në ditën e publikimit të rezultateve nga Regjistrimi i fundit i popullsisë ishte i lidhur me interesat ruse në vend.

„Think.mk, është faqe e cila ka shumë pëlqime dhe e cila në fillim ka filluar me prezantim të lajmeve që janë ekskluzivisht me përmbajtje zbavitëse. Në momentin kur arrijnë një numër të caktuar të publikut, ato riorientohen kah temat politike në të cilat trajtohet lufta në Ukrainë. Nga numri i pëlqimeve (like) dhe numri i shpërndarjeve (share) të lajmeve që janë pro-ruse dhe ku paraqitet Putini si lider i përkryer, do e shihni se nuk janë organike; ato janë të ashtuquajturit bote... shihet se cilave përmbajtje kjo media u jep primat dhe cilin narrativ dëshiron ta përhapë në publik”.

„Tek disa politikanë dhe profile në mënyrë jo natyrale është i lartë numri i pëlqimeve, Twitt-eve, reTwitt-eve dhe shpërndarjeve. Unë analizova një profil, të deputetit Apasiev dhe numri më i madh janë të automatizuara, të paktën 30% kur i analizojmë. Ato asgjë nuk Twitt-ojnë, ato janë bote, vetëm bëjnë reTwitt”.

Është vlerësuar se procesi afatgjatë i integritit euroatlantik të vendit, që në vitet e kaluara kërkonte, e që do kërkojë edhe në të ardhmen, kompromise të mëdha politike dhe shoqërore, hap gjithnjë e më shumë hapësirë për mbirjen e qëndrimeve gjeopolitike pro-ruse, sepse rritet numri i qytetarëve dhe subjekteve shoqërore që mbështeten tek alternativat politike të rrugës euroatlantike.

„Pakti euroaziatik është një propagandë ruse e cila është e suksesshme, sa për faktin se është e organizuar, aq edhe për faktin se janë të bllokuara euro integritet. Në rajonin e Ballkanit Perëndimor mund të flasim për një sistem të qëndrueshëm në të cilin më nuk nevojitet koordinimi dhe mbështetja nga Moska, por kemi një sistem të individëve dhe mediave që besojnë në atë

dhe i përhapin ato narrative joliberalë... e ai sistem tashmë është i vetë-qëndrueshëm”.

„Përveç atij (Ndikimit Rus) direkt që është i pranishëm nëpër media dhe nëpër rrjete sociale, ekziston një korpus i ndikimit ideologjik që është indirekt, që nuk është të themi pro-rus në bazë të platformës së mbështetjes ruse, por në bazë të narrativeve dhe diskurseve anti-perëndimore. Përhapja e teorive të konspiracionit, ekzistimi i shoqatave sekrete, qeveria botërore, janë një korpus i tërë i antindikimeve që përhapet dhe më së shpeshti e thekson satanizmin e Perëndimit”.

Gjithashtu, sundimi i keq, gjegjësisht jo funksionaliteti i rendit demokratik në vend, tek gjithnjë e më shumë qytetarë ngjall një „dëshirë për sistem”, që krijon hapësirë për plasimin e narrativeve që e afirmojnë parimin autokratik, si model që mund të sigurojë funksionalitet të shoqërisë.

„Kur njerëzit duan „dorë të hekurt” ose regjim autoritar, në të shumtën e rasteve duan sistem... atyre u ka mbetur në kokë se nëse kemi ndonjë sundues me dorë të hekurt do të kemi rrugë të pastra, nuk do të vdesim në spitale nga COVID, nuk do të vozitemi me autobus pa licencë, nuk do të zëmë lidhje për në spital... Domethënë çdo dështim i sistemit në vend, absolutisht çdo pandëshkueshmëri, çdo reformë e dobët në gjyqësi, në arsim, shëndetësi, shkon absolutisht në vijë me mbështetjen e këtyre ndikimeve dhe mbështetjen e Rusisë dhe të gjithë pushteteve autokrate në përgjithësi”.

„Do të shkojnë në Turqi dhe do të shohin një urë që është e përkryer, ose do ta shohin aeroportin e ri dhe do të thonë ja, Erdogani nuk është ndonjë demokrat, po ja ku ndërton, shteti funksionon. Momente të tilla, posaçërisht të shoqëruara me dështimin e reformave të vërteta në fusha të caktuara në vend, absolutisht që krijon tokë pjellore për vetëmashtrim se diku nëpër autokraci ose diktatura jetohet më mirë”.

Narrativet autokratike që i propozin vlerat demokratike kah të cilat është i drejtuar shteti, në masë të madhe plasohen përmes të portaleve online të financuara nga struktura pas të cilave qëndron figura politike e Viktor Orbanit. Mediat e këtilla, duke e shfrytëzuar pakënaqësinë e qytetarëve nga gjendjet aktuale shoqërore në vend, i plasojnë idetë autokratike si alternativa të realizueshme për sistemin e eroduar të sundimit të vendin tonë.

„Rrjeti i Hungarisë së Orbanit vazhdoi të jetë aktiv dhe i drejtuar kah Ballkani. Ato janë forma të evoluara të ndikimit që tani bëhen pa ndihmën e MPM-së famëkeqe, pa atë strukturë të më shumë mediave të shtypura që e menaxhonte MPM, tani kjo ndodh përmes të portaleve online”.

Ndikimi turk së pari është i drejtuar kah komuniteti etnik turk në vendin tonë, me të cilin komunikohet përmes mediave në gjuhën turke, si dhe përmes të bashkësive fetare. Në suaza më të gjëra, ndikimi turk në një mënyrë indirekte është i pranishëm në mediat kombëtare si rezultat i produksionit gjithnjë e më të pranishëm të serialeve turke.

„Këtë ndikim kulturologjik ne mund ta shohim përmes serialeve turke. Në pjesën e informacionit gjithashtu mund të thuhet se proces i rëndësishëm është segregacioni mediatic që zhvillohet në Maqedoni – maqedonasit shohin programe në gjuhën maqedonase, shqiptarët në gjuhën shqipe, ndërsa Turqit në gjuhën turke. Komuniteti turk është nën ndikim të theksuar të politikës zyrtare të Erdoganit, i cili është politikan mjaft popullor te ato, që domethënë se ndikimi është i tejet i madh...“

„Ndikimin turk mbase e ndjejnë folësit e gjuhës turke, ai në mënyrë të kontrolluar është i drejtuar anti-Gylen, gjegjësisht pro-Erdogan“.

Ndikimi bullgar në hapësirën mediatike, gjithashtu u dallua shumë qartë. Si burim primar i dezinformatave u paraqit partia e Petar Kolevit nga Ohri, e cila është e financuar direkt nga Bullgaria fqinje, si pjesë e rrjetit të organizatave „bullgare“ që financohen në vendin tonë. Dezinformata përhapen edhe përmes një numri të madh grupesh apo profilesh personale në Facebook. Vihet re që struktura të caktuara politike në vendin tonë, në mediat e vendit plasojnë deklarata nga opsionet nacionaliste politike në Bullgari, siç është partia e Karakaçanovit e në këtë mënyrë me vetëdije manipulojnë me opinionin publik në lidhje me çështjen e marrëdhënieve bilaterale me Bullgarinë.

MUNDËSI PËR NDRYSHIM TË POLITIKAVE MEDIATIKE

Rregullativa e „fortë“, gjegjësisht miratimi i një ligji mbi dezinformatat nuk u identifikua si zgjidhje e problemit me dezinformatat nëpër media, sepse siguron një mekanizëm juridik për keqpërdorim nga ana e strukturave politike qeverisëse dhe kufizim të lirisë së fjalës.

„Të aplikohet ndonjë kontroll apo rregullativë e rreptë ... kufizohet me censurën ndaj mediave dhe kufizimin e lirisë së fjalës.“

„Ligji mbi dezinformatat mund të jetë thikë me dy tehe, sepse varet se kush dhe si do ta implementojë, mund të jetë një situatë shumë e rrezikshme“.

Promovimi i mekanizmave të vetë-rregullimit, si dhe afirmimi i aktiviteteve për verifikimin e fakteve si formë e vetë-rregullimit në kuadër të komunitetit mediatic, me të cilat mund të ngrihet niveli i standardeve etike dhe profesionale në gazetari, u konsideruan si qasja e vetme e duhur ndaj problemit.

Për menaxhim të suksesshëm të problemit me dezinformatat, në kuadër të normave ekzistuese ligjore, nevojitet aktivitet më i madh edhe nga institucionet, të cilat duhet që në masë shumë më të madhe t’u dedikohen çështjeve lidhur me dezinformatat nëpër media.

„Vetë institucionet nuk e kuptojnë se dezinformatat ndikojnë tek shoqëria, por edhe tek vetë ato, ato nuk i marrin seriozisht, por kemi edhe institucione që nuk reagojnë me demante... lejojnë që dezinformatat të marrin hov“.

„Duhet bërë shumë punëtori me prokurorë dhe gjykatës, që të dallojnë dhe të kuptojnë se dezinformatat janë problem. Ato (gjykatësit dhe prokurorët)

nuk i pranojnë mediat online si media, sepse nuk i nënshtrohen ligjit dhe mund të shkruajnë çfarë të duan... mirëpo kërcënimi është kërcënim, pa marrë parasysh se përmes cilit kanal është lëshuar“.

„Mirë është që në kuvend të formohet një trup punues i cili do të merret me dezinformatat si problem, tani (ky problem) është i shpërndarë nëpër komisione dhe për dezinformatat shumë rrallë flitet në mënyrë tematike“.

Decentralizimi i burimeve të informimit, si dhe shpejtësia e përhapjes së informacioneve përmes internetit, jo vetëm që e pamundëson rregullativën, por edhe nuk lejon menaxhimin me problemin e dezinformatave në mënyrë efikase dhe të shpejtë. Pikërisht për këtë shkak, beteja kundër dezinformatave duhet të zhvillohet në afat të gjatë me ndihmën e më shumë mjeteve në dispozicion: investimit institucional në edukim mediatik përmes të kyçjes së të gjithë subjekteve – qytetarëve, mediave, institucioneve arsimore e të tjera, përforcimit të aktiviteteve për verifikimin e fakteve, si dhe profesionalizimit më të madh të gazetarisë, që në fund do të rezultojë me ngritjen e kulturës mediatike dhe politike në vendin tonë, si një parakusht themelor për menaxhimin e suksesshëm të çështjes së dezinformatave.

„Ajo që në fakt është e domosdoshme, është t’i mësojmë qytetarët që ato vetë të vlerësojnë se çfarë është dezinformatë, si të informohen nga më shumë burime, si të verifikojnë, si ta përdorin të gjithë atë kompletin e mjeteve të ndryshme që ekzistojnë për menaxhimin e dezinformatave të cilitdo lloji“.

„Në nivel individual, ne si njerëz para vetes duhet ta forcojmë vetëdijen tonë për mendim kritik, të dimë se si duhet t’i filtrojmë informacionet“.

„Fitorja kundër dezinformatave nuk mundet të arrihet vetëm nga njëra palë e interesuar; duhet të arrihet nga të gjithë; nga prindërit që kanë fëmijë nëpër shkollë; përmes arsimtarëve dhe profesorëve që merren me edukim; e deri te njerëzit e moshës madhore që vazhdimisht marrin informacione dhe kanë një vetëdije të llojit të veçantë për atë se si duhet, e si nuk duhet të pranohen informacionet“.

„Nevojitet një qasje e organizuar dhe e përbashkët nga ana e organizatave joqeveritare, institucioneve arsimore, shtetit me institucionet e tij, pushtetit gjyqësor dhe të gjithë subjekteve në shoqëri... zhvillimi i mendimit kritik në përditshmëri është shumë i nevojshëm, posaçërisht me mediat e reja...“.



REKOMANDIME

Si rezultat i procesit hulumtues dhe analizës së të dhënave në kuadër të projektit u përpiluan këto rekomandime:

- Është e domosdoshme një qasje sistemore për ndërtimin e kulturës së mendimit kritik dhe dialogut shoqëror në të gjitha nivelet, duke filluar nga sistemi arsimor, marrëdhënia me institucionet dhe palët e interesuara nga të gjithë sektorët, si dhe në nivel familjar dhe individual.
- Duke e marrë parasysh polarizimin e lartë të shoqërisë në më shumë linja, gjatë përgatitjes së intervenimeve kundër dezinformatave është me rëndësi të miratohen vendime të bazuara në të dhëna mbi atë nëse në një situatë të caktuar do ishte efektive të përdoret qasje konfrontuese (përmes së cilës mund të përforcohet polarizimi), apo të insistohet që përmes dialogut të gjerë dhe inkluziv shoqëror tu jepet mundësi të gjitha palëve të rikonsiderojnë një pjesë të vlerave, këndvështrimeve dhe mendimeve të tyre.
- Ekspozimi ndaj teorive të konspiracionit dhe narrativeve të tjera alternative është pasojë e faktorëve strukturorë që duhet të adresohen me programe konkrete, në vend të patologjizimit ose praktikave të politizimit, refuzimit apo injorimit.

REKOMANDIME PËR INSTITUCIONET SHETËRORE

- Është e nevojshme që institucionet, në partneritetin me mediat dhe organizatat qytetare, të krijojnë politika dhe mekanizma për zhvillimin e edukimit mediatik dhe rritjen e rezistencës ndaj dezinformatave.
- Gjatë kësaj, duhet t'i përditësojnë edhe kodet e etikës që kanë të bëjnë me punonjësit e tyre me qëllim të përfshirjes në betejën kundër dezinformatave si vlerë themelore dhe zhvillimin e mëtejshëm të procedurave të duhura të punës.
- Të gjitha institucionet, e posaçërisht ato nga fusha e shëndetësisë, duhet t'i mbështesin mediat, shërbimet, organizatat që punojnë në mënyrë direkte në zbulimin e dezinformatave lidhur me COVID-19 përmes promovimit të përmbajtjeve të përpiluara në profilet e tyre nëpër rrjetet sociale dhe në ueb faqet.
- Institucionet shtetërore të pushtetit ligjdhënës dhe atij ekzekutiv duhet të ndërmarrin rol proaktiv në përforcimin e kapaciteteve financiare të mediave, si dhe në krijimin e një ambienti më të volitshëm për investime financiare në industrinë mediatike.

- Me rëndësi të veçantë është që të investohet në përforcimin e vetëdijes për rolin e mediave si forcë lëvizëse e demokracisë në shoqëri, ndërsa përmirësimi i gjendjes me mediat duhet të trajtohet si qëllim strategjik.
- Ministria e Arsimit dhe Shkencës, në bashkëpunim me Ministrinë e Shëndetësisë, të formojë një fond të veçantë për mundësimin e bashkëpunimit me komunitetin akademik, universitetet dhe institucionet shkencore në drejtim të implementimit edhe të hulumtimeve shkencore për prezencën e dezinformatave lidhur me COVID-19
- Qeveria e RMV-së duhet sa më parë ta zbatojë plotësisht „Planin aksional për veprim me vendosmëri kundër përhapjes së dezinformatave”, versioni draft i të cilit u prezantua për publikun më 24 korrik të vitit 2019, me ç’rast është me rëndësi të veçantë ta përforcojë dhe ta kompletojë zbatimin e pjesës së dytë të aksional me titull „Masat proaktive”:
 - Ta aktivizojë grupin aksional të përbërë nga funksionarë të nivelit më të lartë
 - Të implementohen fushatat e parapara edukative dhe atë edhe ajo që është e dedikuar për publikun, por edhe e brendshme, që është e dedikuar për të punësuarit dhe funksionarët në administratën publike
 - Të vazhdojë diskutimi me mediat dhe organizatat joqeveritare për mënyrën e mbështetjes për prodhimin e përmbajtjeve mediatike në temën e luftës kundër dezinformatave.
- Institucionet shtetërore duhet të iniciojnë një proces për krijimin e një strategjie shtetërore për luftë kundër dezinformatave e cila do t’i marrë parasysh edhe përvojat nga implementimi i Planit aksionar, si dhe nevojat për përditësimin e tij në kushte të pandemisë.

REKOMANDIME KOMPANITË PRIVATE, AGJENCITË E MARKETINGUT DHE REKLAMUESIT E TJERË QË U MUNDËSOJNË PUNË SHTËPIVE MEDIATIKE

- Shpallësit duhet t’i përditësojnë kodet e tyre etike dhe politikat e tyre për përgjegjësi korporative shoqërore me kritere që do të mundësojnë verifikim të rregullt (monitoring) për atë nëse me mjetet e tyre sponsorizohen media që përhapin dezinformata.

REKOMANDIME PËR PUNONJËSIT MEDIATIK INDIVIDUAL, GJEGJËSISHT GAZETARËT

- Punonjësit mediatik, si dhe mediat në përgjithësi, duhet të angazhohen për respektim më të madh të standardeve profesionale dhe etike në gazetari, si dhe rritje të zbatimit të mjeteve për vetë-rregullim.
- Mediat duhet të marrin pjesë në mënyrë aktive në luftën kundër të gjitha llojeve të dezinformatave dhe të promovojnë edukimit mediatik përmes rritjes së cilësisë dhe larmishmërisë të programeve mediatike me karakter edukativo-informativ.
- Në rast se nuk kanë përmbajtje të tyre, të angazhohen për transmetim të përmbajtjeve të përpunuara nga të gjithë shërbimet e tjerë për verifikim të fakteve ose media që në kuadër të punës së tyre rregullisht debankojnë dezinformata.

REKOMANDIME PËR ORGANIZATAT MEDIATIKE PROFESIONALE DHE TRUPAT E NGJASHËM

- Është e nevojshme që të rritet bashkëpunimi midis organizatave profesionale mediatike si dhe institucioneve të tjera që janë relevante për sektorin mediatik.
- Me rëndësi të veçantë është që sa më shumë të promovohen mekanizmat e vetë-rregullimit si mjet përmes të cilit qytetarët kanë mundësi të tregojnë keqpërdorimet nga ana e mediave jo etike.
- Gjithashtu është me rëndësi që aktivitetet publike për verifikimin e fakteve të afirmohen si një formë e vetë-rregullimit në kuadër të komunitetit mediatik, por edhe si mjet për nxitjen e debatit publik në lidhje me cilësinë e përmbajtjeve mediatike dhe një lloj edukimi joformal me të cilin standardet profesionale në mënyrë praktike afrohen deri te publiku i gjerë.

REKOMANDIME PËR ORGANIZATAT QYTETARE

- Organizatat qytetare duhet të vazhdojnë me krijimin dhe akumulimin e njohurive lidhur me problemin e dezinformatave, duke ndërtuar arkiva me përmbajtje në të cilat do të grumbullohen njohuri dhe sqarime mbi manipulimet e zbuluara dhe dezinformatat, të cilat do të publikohen me licenca që lejojnë shfrytëzim nga trupa të tjerë. Shembull për resurs të këtillë është ueb-faqja e KriThink (crithink.mk) që përmban arkiv të shkrimeve analitike dhe edukative dhe një e-bibliotekë me përmbajtje multimediale, publikime digjitale dhe materiale për trajnime. Në këtë mënyrë secila nga organizatat e qytetarëve do të mund t'i shkarkojë përmbajtjet dhe t'i shpërndajë ato nëpër ueb-faqet

e veta ose rrjete sociale, të iniciojë dhe të udhëheqë projekte për trajnime të target grupeve të tyre, si dhe të kontribuojë me përmbajtjet e veta në mënyrën e njëjtë.

- Sa më shumë organizata të angazhohen që të fillojnë me projektet e tyre me të cilat do të punojnë mbi vetëdijen publike për dezinformatat ose të kyçen nëpër projekte të asaj pjese të sektorit joqeveritar që tashmë punon në debankimin e dezinformatave. Pastaj, të punojnë për diverzifikimin e target grupeve nga komunitetet e tyre për të cilat do të konstatojnë se janë më të ekspozuara ndaj ndikimit negativ të dezinformatave. Të krijohen qasje të ndryshme për sqarimin e dëmit nga dezinformatat tek grup-moshat e ndryshme, me theks të veçantë te të rinjtë.
- Organizatat qytetare duhet të krijojnë përmbajtje dhe fushata promovuese me të cilat opinionit do t'i prezantohen narrativet pozitive, të bazuara në fakte, në të cilat do të paraqiten masat për parandalimin e përhapjes së epidemisë dhe dobisë nga vaksinimi, me qëllim që të ulët hezitimi në lidhje me vaksinimin (vaccine hesitancy), por edhe kundërshtimi i përdorimit të vaksinave kundër COVID-19.
- Më shumë organizata qytetare lokale dhe grassroots duhet të kyçen në përpjekjet për rritjen e edukimit mediatic dhe mendimit kritik në komunitetet e tyre edhe atë në të gjitha nivelet: përmes kurikulave të cilat do t'i trajtojnë në mënyrë të pavarur ose në bashkëpunim me komunitetin akademik, të zhvilluara posaçërisht për luftë kundër dezinformatave për COVID-19, duke u thirrur në praktikën aktuale të verifikuesve të fakteve në vendin tonë.
- Organizatat qytetare që punojnë në fushën e edukimit mediatic dhe verifikimit të fakteve do ta rrisin ndikimin e tyre dhe mundësitë për bashkëpunim me kyçjen në Rrjetin kombëtar për edukimit mediatic dhe rrjetet rajonale ose ndërkombëtare të dedikuara për luftë kundër dezinformatave.
- Organizatat qytetare duhet të fillojnë aktivitete për lobim dhe përfaqësim para pushtetit me qëllim që të rritet mbështetja e institucioneve publike dhe shtetërore në luftën kundër dezinformatave dhe përforcimin e edukimit mediatic dhe mendimit kritik, si dhe të insistohet që trupat adekuat shtetërore (prokuroria, gjykatat) t'i zbatojnë ligjet relevante kundrejt mosndëshkueshmërisë, ndërsa Qeveria të vazhdojë të krijojë dhe të zbatojë dokumente për politika publike, duke filluar nga pjesa e dytë e Planit aksionar për luftë me vendosmëri kundër dezinformatave.

