

# Monitorimi i Kodit të sjelljes për përdorimin e përgjegjshëm të rrjeteve sociale gjatë zgjedhjeve lokale 2025

Nëntor 2025



# Monitorimi i Kodit të sjelljes për përdorimin e përgjegjshëm të rrjeteve sociale gjatë zgjedhjeve lokale 2025

Nëntor 2025

**Përgatitur nga:**

Demokraci për Zhvillim

---

Të drejtat e autorit © 2025. **Demokraci për Zhvillim (D4D).**

Të gjitha të drejtat të rezervuara. Përveç citimeve të shkurtra për qëllime të kritikës dhe të shqyrtimit, asnjë pjesë e këtij botimi nuk mund të riprodhohet, të ruhet në ndonjë sistem të rikuperimit të të dhënave ose të transmetohet në asnjë formë ose me asnjë mjet elektronik, mekanik, fotokopjues, regjistruar ose tjetër pa lejen paraprake të D4D.

Ky raport monitorimi është hartuar përmes projektit "Monitorimi i Kodit të Sjelljes për përdorim të rrjeteve sociale", zbatuar nga D4D me mbështetje nga Qendra për Dialog Humanitar (HD).

Përmbajtja e këtij raporti është përgjegjësi e vetme e D4D dhe në asnjë mënyrë nuk mund të konsiderohet se pasqyron pikëpamjet e **HD**.

# Gjetjet kryesore

## 152 shkelje

### Platformat e rrjeteve sociale me numrin më të madh të shkeljeve

- 95% Facebook
- 5% TikTok
- 1% Instagram

### Natyra e shkeljeve të raportuara

- 70% Gjuhë urrejtjeje
- 14% Ngacmim personal (“bullying”)
- 9% Dezinformim
- 1% Nxitje për dhunë
- 1% Sulm etnik/fetar
- 5% Tjetër

### Partitë politike me më së shumti shkelje

- 58% Lëvizja Vetëvendosje (LVV)
- 13% Partia Demokratike e Kosovës (PDK)
- 6% Alternativa
- 5% Aleanca për Ardhmërinë e Kosovës (AAK)
- 2% Lista Serbe (SL)
- 1% Lidhja Demokratike e Kosovës (LDK)
- 1% GUXO
- 14% Tjetër

### Partitë politike më të targetuara

- 30% PDK
- 16% LVV
- 13% LDK
- 2% AAK
- 2% LS
- 1% GUXO
- 23% Tjetër
- 14% Raste pa parti politike të targetuar

### Llojet e shkelësve të dyshuar

- 66% Kandidat për kuvendin komunal
- 13% Media
- 11% Analist politik
- 10% Kandidat për kryetar komune
- 1% Parti politike

## **Përmbajtja**

|                                                                                                                            |           |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Pasqyra e shkurtesave dhe shkurtimeve .....</b>                                                                         | <b>7</b>  |
| <b>Përmbledhje ekzekutive .....</b>                                                                                        | <b>8</b>  |
| <b>Hyrje .....</b>                                                                                                         | <b>10</b> |
| <b>Metodologjia .....</b>                                                                                                  | <b>12</b> |
| Fokusi dhe fushëveprimi i monitorimit .....                                                                                | 12        |
| Baza ligjore dhe kategoritë e përmbajtjes së monitoruar .....                                                              | 14        |
| Njësia e Monitorimit .....                                                                                                 | 15        |
| Përdorimi i platformës Pikasa për analizën e të dhënave .....                                                              | 15        |
| Angazhimi i palëve të interesit .....                                                                                      | 16        |
| Kufizimet e studimit .....                                                                                                 | 17        |
| <b>Gjetjet kryesore .....</b>                                                                                              | <b>18</b> |
| Pasqyrë e përgjithshme .....                                                                                               | 18        |
| Partitë politike dhe kandidatët .....                                                                                      | 27        |
| Gjuha e urrejtjes në media sociale .....                                                                                   | 34        |
| Periudha pas zgjedhjeve .....                                                                                              | 38        |
| Shkeljet e raportuara mbi bazë gjinore .....                                                                               | 44        |
| <b>Përfundime .....</b>                                                                                                    | <b>48</b> |
| <b>Aneksi 1: Kodi i sjelljes për përdorimin e përgjegjshëm të rrjeteve sociale gjatë zgjedhjeve lokale në Kosovë .....</b> | <b>50</b> |
| Preambulë .....                                                                                                            | 50        |
| I. Partitë politike dhe kandidatët .....                                                                                   | 51        |

## Monitorimi i Kodit të sjelljes për përdorimin e përgjegjshëm të rrjeteve sociale gjatë zgjedhjeve lokale 2025

---

|                                                                    |           |
|--------------------------------------------------------------------|-----------|
| II. Mediat .....                                                   | 54        |
| III. Organizatat e Shoqërisë Civile .....                          | 56        |
| <b>Aneksi 2: Lista e nënshkruesve të deklaratës së Kodit .....</b> | <b>60</b> |
| Partitë Politike .....                                             | 60        |
| Mediat .....                                                       | 60        |
| Organizatat e Shoqërisë Civile .....                               | 61        |
| <b>Aneksi 3: Fjalorth i termave kryesorë .....</b>                 | <b>62</b> |

## Pasqyra e shkurtesave dhe shkurtimeve

|              |                                                                 |
|--------------|-----------------------------------------------------------------|
| <b>AAK</b>   | Aleanca për Ardhmërinë e Kosovës                                |
| <b>D4D</b>   | Demokraci për zhvillim                                          |
| <b>HD</b>    | Qendra për Dialog Humanitar                                     |
| <b>LDK</b>   | Lidhja Demokratike e Kosovës                                    |
| <b>NISMA</b> | Nisma Socialdemokrate                                           |
| <b>NDS</b>   | Partia e Re Demokratike (srb. <i>Nova Demokratska Stranka</i> ) |
| <b>PDK</b>   | Partia Demokratike e Kosovës                                    |
| <b>SL</b>    | Lista Serbe (srb. <i>Srpska Lista</i> )                         |
| <b>LVV</b>   | Lëvizja VETËVENDOSJE!                                           |

## **Përmbledhje ekzekutive**

Raporti “*Monitorimi i Kodit të sjelljes për përdorimin e përgjegjshëm të rrjeteve sociale gjatë zgjedhjeve lokale 2025*,” i realizuar nga Demokraci për zhvillim (D4D), analizon komunikimin politik në mediat sociale gjatë periudhës së fushatës për zgjedhjet lokale të mbajtura më 12 tetor 2025.

Qëllimi kryesor i raportit është të vlerësojë respektimin e Kodit të sjelljes për përdorimin e përgjegjshëm të rrjeteve sociale gjatë zgjedhjeve lokale 2025, si dhe të identifikojë shkeljet që kanë ndikuar në atmosferën e fushatës dhe cilësinë e debatit publik.

Monitorimi është zhvilluar në 14 komuna të Kosovës duke përdorur një metodologji të kombinuar cilësore dhe sasiore, e cila ndërthur analizën manuale të përmbajtjes me përdorimin e platformës *Pikasa* për detektimin e automatizuar të komenteve, postimeve dhe reagimeve problematike (shih tabelën 1 për komunat e përzgjedhura).

Monitorimi ka përfshirë platformat digjitale si *Facebook*, *Instagram*, *TikTok* dhe portalet e lajmeve *online*.

### **Gjetjet kryesore:**

- 152 shkelje u identifikuan gjatë periudhës së monitorimit (1 shtator – 26 tetor 2025)
- 95% e shkeljeve ndodhën në Facebook, duke e konfirmuar atë si platformën dominuese për komunikimin politik para zgjedhjeve; TikTok përbënte 5% dhe Instagram vetëm 1%.
- Gjuha e urrejtjes ishte forma më e zakonshme e shkeljes (70%), e ndjekur nga ngacmimi personal (“*bullying*”) (14%), dezinformimi (9%) dhe nxitja për dhunë (1%). (Shih fjalorthin e përkufizimeve në aneksin 3 më poshtë).
- Kandidatët për kuvendet komunale ishin shkelësit më të shpeshtë (66% e rasteve), të ndjekur nga mediat (13%), analistët politikë (11%) dhe kandidatët për kryetar komune (10%).

## Monitorimi i Kodit të sjelljes për përdorimin e përgjegjshëm të rrjeteve sociale gjatë zgjedhjeve lokale 2025

---

- Ndër partitë politike, Lëvizja VETËVENDOSJE! (LVV) ishte burimi i më shumë se gjysmës së shkeljeve të identifikuar (58%), e ndjekur nga PDK (13%), Alternativa (6%), AAK (5%) dhe Lista Serbe (SL) (2%).
- Për sa i përket cakt, PDK ishte partia më e sulmuar (30% e përmbajtjes negative), e ndjekur nga LVV (16%) dhe LDK (13%).
- 40% e shkeljeve ndodhën para periudhës zyrtare të fushatës, duke treguar se aktorët politikë shpesh testojnë mesazhet e tyre jashtë afatit ligjor, ndoshta për të shmangur ndëshkimet që mund të aplikohen gjatë fushatës elektorale.
- Prizreni (36%) dhe Prishtina (21%) regjistruan numrin më të madh të shkeljeve, ndërsa nuk u identifikuan shkelje në komunat ku pakicat etnike janë shumicë.

Monitorimi sugjeron se platformat e mediave sociale janë shndërruar në një arenë qendrore të konkurrencës politike – por edhe hapësira të dominuara nga gjuha shpifëse, polarizimi dhe dezinformimi. Përdorimi i gjuhës së urrejtjes dhe sulmeve personale, shpesh me nënkuptime të bazuara në gjini, ka minuar pjesëmarrjen e grave dhe besimin publik në procesin elektoral.

Raporti përfundon se, ndonëse mediat sociale janë bërë një mjet thelbësor për komunikimin politik dhe mobilizimin e qytetarëve, mangësia e llogaridhënies që lidhet me përdorimin e tyre paraqet një kërcënim serioz për integritetin demokratik të zgjedhjeve. Prandaj, vëmendja më e madhe ndaj mbështetjes së sjelljes më të përgjegjshme online, qytetarisë digjitale, transparencës dhe barazisë gjinore duhet të mbetet një prioritet qendror për të ardhmen e fushatave politike demokratike në Kosovë.



## **Hyrje**

Gjatë dekadës së fundit, fushatat zgjedhore në Kosovë kanë pësuar një transformim të thellë, ku mediat sociale që janë shndërruar në një platformë të rëndësishme për komunikimin politik, fushatat elektorale dhe debatin publik.

Në zgjedhjet lokale të vitit 2025, ky trend u bë më i dukshëm se kurrë më parë. Kandidatët, partitë politike dhe mbështetësit e tyre përdorën hapësirën digjitale – veçanërisht platformat Facebook, TikTok dhe Instagram – si mjet për shpërndarjen e mesazheve politike, mobilizimin e votuesve dhe ndërtimin e narrativave të lokalizuara të garës. Përveç mundësisë për pjesëmarrje më të gjerë, transparencë dhe komunikim të drejtpërdrejtë me qytetarët, përdorimi i shtuar i mediave sociale ka krijuar edhe sfida të reja për integritetin e procesit elektorale dhe për jetën shoqërore e politike më gjerë. Përhapja e gjuhës së urrejtjes, dezinformimit, ngacmimit personal (“bullying”) dhe shpifjeve politike ka kontribuar në rritjen e polarizimit shoqëror dhe në uljen e cilësisë së debatit publik, duke zbehur rolin e ideve dhe platformave politike në favor të përmbajtjes emocionale dhe përçarëse.

Në këtë raport, organizata Demokraci për zhvillim (D4D) paraqet gjetjet e monitorimit të aktivitetit në mediat sociale gjatë fushatës elektorale për zgjedhjet lokale 2025, me qëllim matjen e shkallës së respektimit nga subjektet politike të *“Kodit të sjelljes për përdorimin e përgjegjshëm të rrjeteve sociale gjatë zgjedhjeve lokale 2025.”* Monitorimi është zhvilluar duke kombinuar analizën cilësore dhe sasiore të përmbajtjes së postimeve të publikuara në platformat kryesore digjitale gjatë periudhës para-fushatës, fushatës zyrtare dhe pas fushatës. Qëllimi i tij është të identifikojë natyrën dhe shkallën e shkeljeve, si dhe aktorët kryesorë të përfshirë në përmbajtje problematike të komunikimit politik online.

Një nga aspektet më shqetësuese të kësaj fushate ishte prevalenca e lartë e gjuhës poshtëruese të bazuar në gjini, e cila cenoi gratë që marrin pjesë në jetën politike. Gratë [kandidate] u ekspozuan rregullisht ndaj sulmeve personale dhe fyerjeve që nuk kishin lidhje me platformat apo qëndrimet e tyre politike, por me gjininë, pamjen dhe rolet shoqërore – duke dëshmuar se barazia gjinore në jetën politike të Kosovës ende përballet me barriera.

Në këtë raport, D4D analizon nëse aktorët politikë kanë respektuar angazhimet për të cilat janë zotuar me nënshkrimin e Kodit të sjelljes për përdorimin e përgjegjshëm të rrjeteve sociale gjatë fushatës elektorale. Analiza gjithashtu hedh dritë mbi mënyrën se si mediat sociale po ndikojnë më gjerë në fushatat elektorale lokale. Tufje, raporti eksploron se si përpjekjet vetë-rregulluese, si Kodi i sjelljes, mund të kontribuojnë në krijimin e një mjedisi elektorale më të drejtë, më etik dhe më përfshirës – një mjedis ku konkurrenca politike mbështetet në ide, programe dhe llogaridhënie publike, e jo në retorikë përçarëse apo propagandë shpifëse.

## Metodologjia

Ky raport bazohet në monitorimin sistematik të fushatës elektorale në mediat sociale, të realizuar nga Demokraci për zhvillim (D4D) me mbështetjen e Qendrës për Dialog Humanitar (HD), përmes një metodologjie të kombinuar cilësore dhe sasore. Qëllimi kryesor ishte monitorimi i shkeljeve të Kodit të sjelljes për përdorimin e përgjegjshëm të rrjeteve sociale, si dhe identifikimi i shkeljeve të standardeve etike dhe ligjore.

## Fokusi dhe fushëveprimi i monitorimit

Monitorimi është fokusuar në vlerësimin e respektimit nga partitë politike, kandidatët, mediat, analistët politikë dhe organizatat e shoqërisë civile të zotimeve të tyre për përdorim të përgjegjshëm të mediave sociale gjatë fushatës elektorale. Analiza ka përfshirë gjithashtu edhe aktorë politikë që nuk e kanë nënshkruar Kodin e Sjelljes, për të siguruar një vlerësim gjithëpërfshirës.

**Tabela 1.** Monitorimi ka mbuluar aktivitetin elektorale në 14 komuna të Kosovës.

| Nr. | Komuna    | Numri i banorëve | Kryetari aktual nga zgjedhjet 2021 | Komuniteti shumicë | Balotazh në zgjedhjet 2025 |
|-----|-----------|------------------|------------------------------------|--------------------|----------------------------|
| 1   | Prishtinë | 195,509          | LDK                                | Shqiptar           | Po                         |
| 2   | Prizren   | 84,720           | PDK                                | Shqiptar           | Po                         |
| 3   | Pejë      | 41,171           | LDK                                | Shqiptar           | Po                         |

## Monitorimi i Kodit të sjelljes për përdorimin e përgjegjshëm të rrjeteve sociale gjatë zgjedhjeve lokale 2025

|    |                    |         |          |          |    |
|----|--------------------|---------|----------|----------|----|
| 4  | Mitrovicë e Jugut  | 44,293  | PDK      | Shqiptar | Po |
| 5  | Gjilan             | 53,279  | LVV      | Shqiptar | Po |
| 6  | Gjakovë            | 41,809  | AAK      | Shqiptar | Po |
| 7  | Ferizaj            | 52,392  | PDK      | Shqiptar | Jo |
| 8  | Drenas             | 7,081   | PDK      | Shqiptar | Jo |
| 9  | Vushtri            | 28,150  | PDK      | Shqiptar | Po |
| 10 | Mamushë            | 5,507   | KDTP     | Turk     | Po |
| 11 | Graçanicë          | 4,923   | SL       | Serb     | Jo |
| 12 | Mitrovicë e Veriut | 27,730* | SL/LVV** | Serb     | Jo |
| 13 | Leposaviq          | 16,906* | SL/PDK** | Serb     | Jo |
| 14 | Zubin Potok        | 8,081*  | SL/PDK** | Serb     | Jo |

\* Për komunat 12–14, të dhënat janë të pasigurta për shkak të pjesëmarrjes së ulët në regjistrimin e popullsisë dhe mbështetjes në vlerësime të shifrave.

\*\* Në zgjedhjet për kryetar komune të vitit 2021, kandidatët e SL u zgjodhën, por pas dorëheqjeve të tyre, kryetarët e komunave u zgjodhën nga parti të tjera politike.

Monitorimi i kushtoi vëmendje të posaçme përmbajtjes që u referohej komuniteteve jo-shumicë, grave, të rinjve dhe grupeve të tjera të cenueshme.

Platformat që u monitoruan:

Facebook, Instagram, TikTok dhe portalet e lajmeve online.

Monitorimi përfshiu si përmbajtjen organike, ashtu edhe atë të sponsorizuar të publikuar nga partitë politike, kandidatët, mbështetësit, palët e treta dhe aktorë të tjerë me ndikim, duke përfshirë postime, deklarata, komente, mesazhe me video dhe çdo formë tjetër të komunikimit politik online.

### **Baza ligjore dhe kategoritë e përmbajtjes së monitoruar**

Vlerësimi u krye në bazë të kornizës ligjore të Kosovës dhe normave vullnetare, duke përfshirë:

- Ligjin për zgjedhjet e përgjithshme dhe Ligjin për zgjedhjet lokale;
- Kodin e sjelljes për përdorimin e përgjegjshëm të rrjeteve sociale;
- Ligjin për mbrojtje nga diskriminimi.

Ndër të tjera, në kategoritë e përmbajtjes së monitoruar u përfshinë:

- Gjuha e urrejtjes, diskriminuese dhe poshtëruese;
- Dezinformimi, keqinformimi dhe lajmet e rreme;
- Shpifja, fyerja dhe përmbajtja e dëmshme për procesin elektoral.

## **Njësia e Monitorimit**

D4D angazhoi një ekip prej pesë monitoruesish, të caktuar për rajone dhe subjekte politike të ndryshme, duke përfaqësuar komunitete të ndryshme etnike, ndërsa monitoruesi kryesor kishte për detyrë verifikimin dhe validimin sistematik të të gjitha gjetjeve para se ato të përfshiheshin në analizë.

- Monitorimi u krye në tri faza:
- Periudha para fushatës: 1 – 12 shtator 2025
- Fushata zyrtare e raundit të parë dhe dita e zgjedhjeve: 13 shtator – 11 tetor 2025
- Periudha pas zgjedhjeve: 13 – 26 tetor 2025

Zgjedhjet lokale u mbajtën më 12 tetor 2025, ndërsa raundi i dytë (balotazhi) për garat për kryetar komune më 9 nëntor 2025. Nga 14 komunat e monitoruara, gjashtë zgjodhën kryetarët në raundin e parë (pas tejkalimit të 50% të votave), ndërsa tetë kaluan në balotazh.

## **Përdorimi i platformës Pikasa për analizën e të dhënave**

Për të rritur saktësinë dhe transparencën, monitorimi u mbështet nga platforma analitike Pikasa,<sup>1</sup> e cila mundëson mbledhjen, filtrimin dhe klasifikimin e automatizuar të të dhënave nga mediat sociale.

---

<sup>1</sup> Pikasa Analytics (e qasshme në [pikasa.ai](https://pikasa.ai)) është një mjet komercial për monitorimin e mediave dhe "përgjimin" e mediave sociale (ang. "social-listening"), që mbulon platformat kryesore sociale (përfshirë Facebook, Instagram, TikTok), si dhe mijëra kanale digjitale dhe të lajmeve. Kompania pohon se ka mbi 15 vite përvojë në analitiken e të dhënave dhe përdorimin e inteligjencës artificiale AI për monitorimin e mediave; ajo operon në Ballkan, Evropën Lindore, Azinë Qendrore dhe më gjerë, duke shërbyer klientë nga korporatat, mediat, shoqëria civile dhe institucionet qeveritare. Kapacitetet e saj ndër-rajonale dhe shumëgjuhëshe (përfshirë gjuhët lokale) mbështesin monitorimin në disa tregje, gjë që ndihmon në ndërtimin e besueshmërisë dhe relevancës së mjetit për këtë projekt.

Pikasa u përdor për:

- Identifikimin dhe kategorizimin e komenteve fyese, diskriminuese ose të pavend;
- Matjen e ndërveprimit përmes pëlqimeve, komenteve, ndarjes së përmbajtjes (ang, like, comment, share) për të analizuar shtrirjen e përmbajtjes politike;
- Klasifikimin e shkeljeve sipas tipologjisë (gjuhë urrejtjeje, shpifje, dezinformim, etj.);
- Evidentimin e kandidatëve dhe partive politike më të targetuara ose më aktive.

Përmes platformës Pikasa, një monitorues i dedikuar ka analizuar përmbajtjen në Facebook, duke përfshirë postimet origjinale të aktorëve politikë dhe reagimet e përdoruesve.

## Angazhimi i palëve të interesit

Më 3 shtator 2025, D4D dhe HD organizuan ceremoninë e nënshkrimit të Kodit të sjelljes për përdorimin e përgjegjshëm të rrjeteve sociale gjatë zgjedhjeve lokale 2025, me synim nxitjen e një diskursi politik online më të sigurt, më konstruktiv dhe më përfshirës.

Kodi përfshinë zotime që lidhen me:

- Respektimin e ligjit dhe standardeve etike;
- Heqjen dorë nga dezinformimi dhe gjuha e urrejtjes;
- Promovimin e debatit konstruktiv dhe pjesëmarrjes së barabartë;
- Respektin e ndërsjellë ndërmjet aktorëve politikë;
- Respektimin e standardeve të ndjeshme ndaj gjinisë në komunikimin politik.

D4D dhe HD iu drejtuan të gjitha partive politike, si dhe një spektri të gjerë organizatash të shoqërisë civile dhe mediave, për të nxitur mbështetje të

gjerë për Kodin. Ndonëse jo të gjitha partitë politike e nënshkruan Kodin, disa nga partitë kryesore në pushtet dhe opozitë iu bashkuan nismës, duke dëshmuar mbështetje të gjerë për forcimin e standardeve etike në fushatat online.

### Kufizimet e studimit

Ky raport analizon vetëm përmbajtjen e qasshme publikisht të postuar në mediat sociale dhe nuk përfshin komunikimet private apo të dhëna të paqasshme për publikun ose administratorët e faqeve.

Për shkak të natyrës dinamike të mediave sociale, përfshirë fshirjen e postimeve ose komenteve, disa raste mund të mos jenë dokumentuar në mënyrë të plotë.

Megjithatë, kombinimi i monitorimit manual nga ekipi i D4D dhe analizës së avancuar përmes platformës Pikasa ofron një pasqyrë gjithëpërfshirëse, të balancuar dhe të besueshme mbi natyrën, intensitetin dhe impaktin e përmbajtjes problematike online gjatë fushatës elektorale.



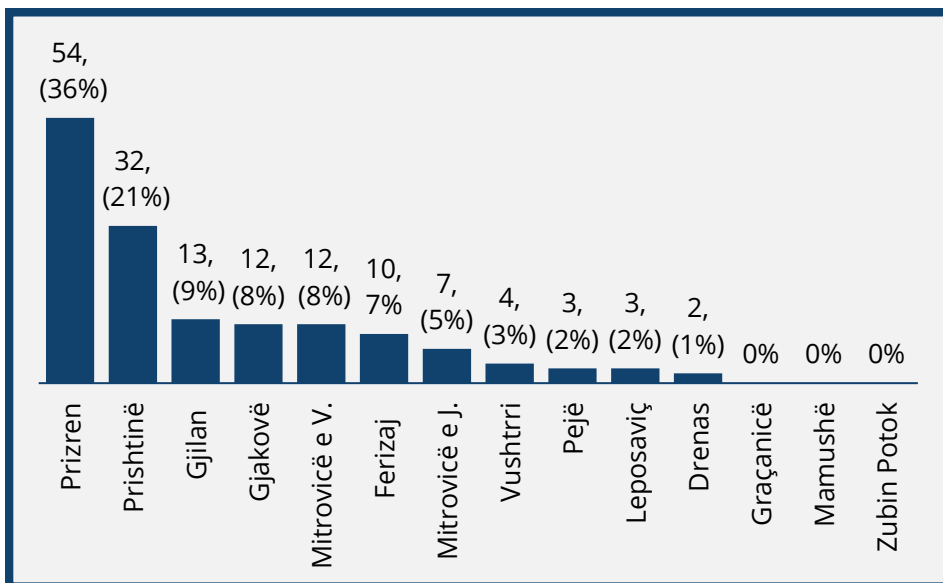
## Gjetjet kryesore

### Pasqyrë e përgjithshme

Gjatë periudhës së monitorimit, ekipi identifikoi gjithsej 152 shkelje të Kodit të sjelljes dhe standardeve etike e ligjore në komunikimin politik online, të shënuara në 14 komuna të përfshira në zgjedhjet lokale të Kosovës 2025.

Shkeljet u përqendruan kryesisht në disa komuna të mëdha urbane, ku gara politike ishte më konkurruese. Prizreni doli si komuna me numrin më të madh të rasteve (36%), e ndjekur nga Prishtina (21%), duke reflektuar nivelin e lartë të aktivitetit politik dhe konkurrencës mes kandidatëve kryesorë. Gjilani renditet i treti me 9%, duke treguar një prani të dukshme të gjuhës përçarëse dhe akuzave politike gjatë fushatës.

**Grafiku 1.** Përqindja e shkeljeve të raportuara sipas komunës



Për kontrast, në tri komunat me komunitete jo-shumicë nuk u identifikua asnjë shkelje gjatë periudhës së monitorimit. Kjo mund t'u atribuohet disa faktorëve: niveleve më të ulëta të fushatës elektorale online, numrit më të

vogël të kandidatëve aktivë në rrjetet sociale, si dhe shkallës më të ulët të konkurrencës politike në ato komuna.

Në përgjithësi, gjetjet tregojnë se shkeljet ishin të përqendruara në zonat me nivele më të larta të komunikimit politik digjital, duke sugjeruar një lidhje të drejtpërdrejtë ndërmjet aktivitetit të fushatës elektorale online dhe gjasave për shkelje etike ose ligjore.

Analiza kohore e të dhënave tregon se shkeljet në komunikimin politik online ishin më të shpeshta para fillimit zyrtar të fushatës elektorale.

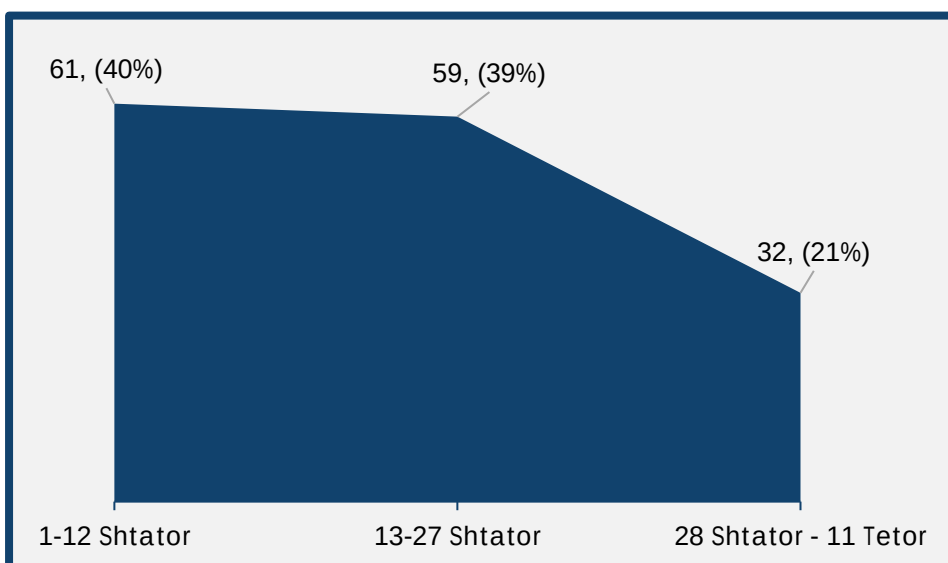
Gjatë fazës së para-fushatës (1–12 shtator 2025), u regjistruan 40% e të gjitha shkeljeve të identifikuara. Kjo tregon se partitë politike dhe kandidatët nisën të testonin mesazhet dhe narrativat e tyre politike jashtë kornizës ligjore që rregullon zhvillimin e fushatës.

Në dy javët e para të fushatës zyrtare (13–27 shtator 2025), frekuenca e shkeljeve mbeti pothuajse e pandryshuar – 39% e të gjitha rasteve – duke reflektuar një periudhë të karakterizuar nga përplasje të ashpra politike dhe përmbajtje e polarizuar.

Në dy javët e fundit të fushatës (28 shtator – 11 tetor 2025), u vërejt një rënie e ndjeshme e shkeljeve, pasi numri i rasteve u përgjysmua, duke përbërë vetëm 21% të totalit. Ky trend nuk është i pazakontë për fazën përfundimtare të garës. Një model i ngjashëm u vërejt edhe gjatë zgjedhjeve lokale të vitit 2021, kur numri i shkeljeve ra në javët e fundit të fushatës – duke sugjeruar se aktorët politikë janë të prirë të ushtrojnë kujdes më të madh teksa afrohet dita e zgjedhjeve, me gjasë për shkak të rritjes së shtuar të vëmendjes së afërt të publikut, vëmendjes mediatike dhe mbikëqyrjes nga institucionet.

Në përgjithësi, këto gjetje tregojnë se periudha e para-fushatës kishte numrin më të madh të shkeljeve, duke nxjerrë në pah nevojën për forcimin e mekanizmave të monitorimit edhe para fillimit zyrtar të fushatës elektorale.

**Grafiku 2.** Shkeljet e raportuara sipas periudhës



Analiza e përmbajtjes së monitoruar tregon se gjuha e urrejtjes ishte forma më e përhapur e shkeljes, duke përbërë 70% të të gjitha rasteve të identifikuar. Ky nivel i lartë i gjuhës poshtëruese, fyese ose nxitëse ndaj grupeve të caktuara shoqërore tregon se rrjetet sociale po përdoren për të përhapur ndasi politike dhe polarizim shoqëror.

Shkelje të tjera të dukshme përfshinin: ngacmimin personal (“bullying”) dhe sulmet ndaj individëve (14% e rasteve), zakonisht të drejtuara ndaj kundërshtarëve politikë, gazetarëve ose mbështetësve të partive, si dhe dezinformimin dhe përhapjen e lajmeve të rreme (9% e rasteve), të cilat shpesh përdoren për të ndikuar perceptimet publike mbi kandidatët ose partitë.

Për sa i përket profilin e shkelësve, analiza tregon një shpërndarje të qartë ndërmjet grupeve të aktorëve politikë dhe mediatikë:

Kandidatët për kuvendet komunale ishin shkelësit më të shpeshtë, duke përfaqësuar pjesën më të madhe të rasteve të raportuara. Ky rezultat lidhet me numrin e lartë të kandidatëve të certifikuar për zgjedhjet lokale (5,624 kandidatë) dhe faktin se shumë prej tyre menaxhonin vetë faqet e

tyre në rrjetet sociale, shpesh pa udhëzime profesionale mbi standardet e komunikimit publik.

Mediat përbënin 13% të shkeljeve, duke dëshmuar se raportimi i njëanshëm, titujt sensacionalë dhe shpërndarja e përmbajtjes së paverifikuar mbeten praktika të përhapura gjatë periudhave elektorale.

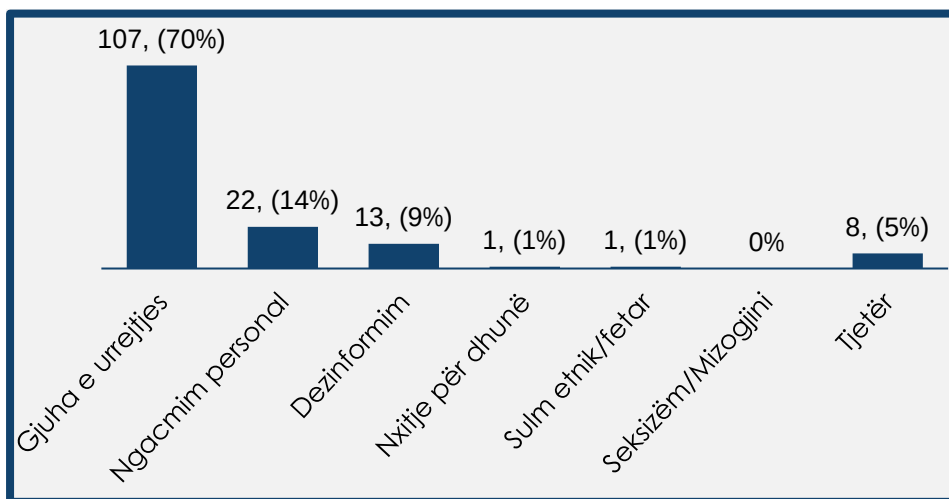
Një kategori e re e identifikuar në këto zgjedhje ishin analistët politikë – kryesisht gazetarë dhe komentues politikë të pavarur – të cilët kontribuan me 11% të shkeljeve përmes postimeve dhe komenteve të tyre në rrjetet sociale. Përdorimi i gjuhës polarizuese nga këto figura publike me ndikim ka kontribuar në përforcimin e ndasive partiake dhe në formësimin e diskursit publik gjatë fushatës.

Kandidatët për kryetar komune duket se ishin më të kujdesshëm në komunikimin e tyre online, duke përfaqësuar vetëm 10% të shkeljeve. Kjo sugjeron se dukshmëria e lartë publike dhe risku që lidhet me reputacionin i shtyu kandidatët kryesorë të shmangin gjuhën përçarëse dhe përmbajtjen kontroverse. Përveç kësaj, kandidatët që presin të shkojnë në balotazh mbase shmangin me qëllim retorikën polarizuese ose armiqësore për të mbajtur të hapur mundësinë e mbështetjes nga parti të tjera politike. Të marrë së bashku, këta faktorë ndihmojnë në shpjegimin e prirjes së kandidatëve kryesorë për përmbajtje nga gjuha përçarëse ose përmbajtja kontroverse.

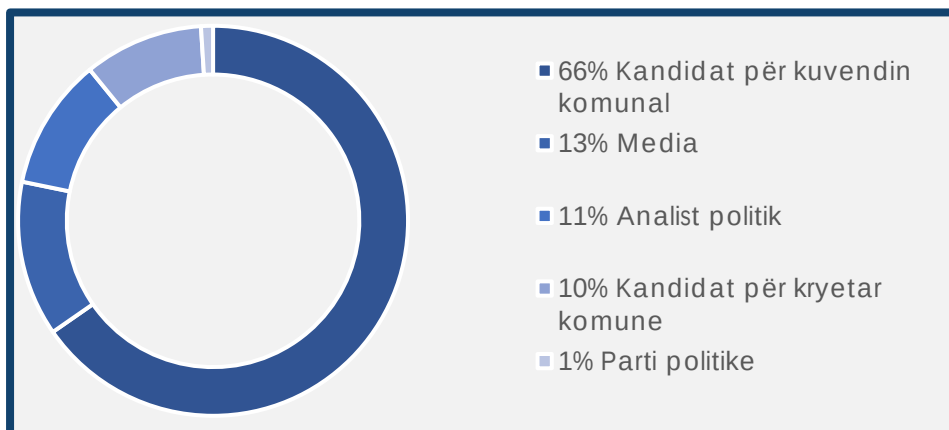
Në përgjithësi, të dhënat tregojnë se gjuha e urrejtjes mbetet forma dominuese e shkeljes, ndërsa ndikimi i aktorëve jo-partiakë – si mediat dhe analistët – është rritur në përhapjen e narrativave polarizuese gjatë fushatës elektorale.

## Monitorimi i Kodit të sjelljes për përdorimin e përgjegjshëm të rrjeteve sociale gjatë zgjedhjeve lokale 2025

**Grafiku 3.** Përqindja e shkeljeve të raportuara sipas llojit të shkeljes



**Grafiku 4.** Përqindja e shkeljeve të raportuara sipas shkelësit të dyshuar



Të dhënat e monitorimit tregojnë se shumica e shkeljeve në mediat sociale gjatë fushatës elektorale u shkaktuan kryesisht nga Lëvizja VETËVENDOSJE! (LVV), e cila kryeson listën me 58% të të gjitha shkeljeve të identifikuara. Kjo përqindje e lartë lidhet me aktivitetin intensiv online të degëve lokale të LVV-së dhe numrin e madh të kandidatëve të saj të angazhuar në komunikimin online.

## Monitorimi i Kodit të sjelljes për përdorimin e përgjegjshëm të rrjeteve sociale gjatë zgjedhjeve lokale 2025

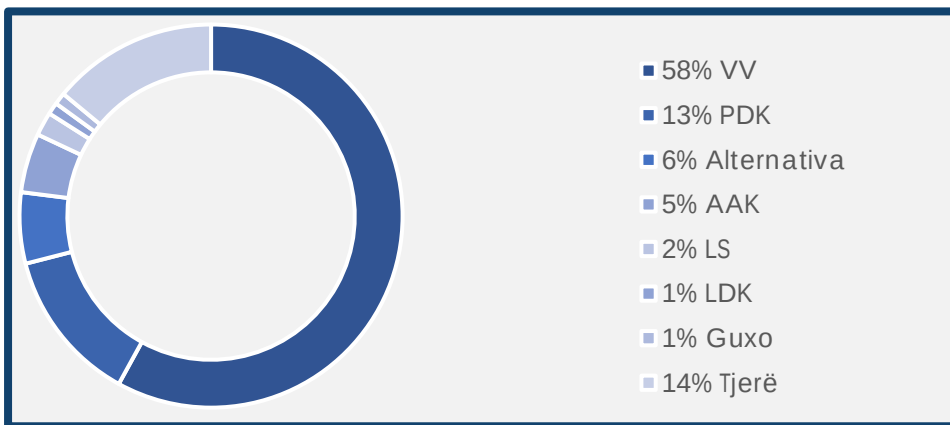
---

Pas saj renditet Partia Demokratike e Kosovës (PDK) me 13%, Alternativa me 6%, Aleanca për Ardhmërinë e Kosovës (AAK) me 5%, Lista Serbe (SL) me 2% dhe Lidhja Demokratike e Kosovës (LDK) me 1% të shkeljeve të regjistruara.

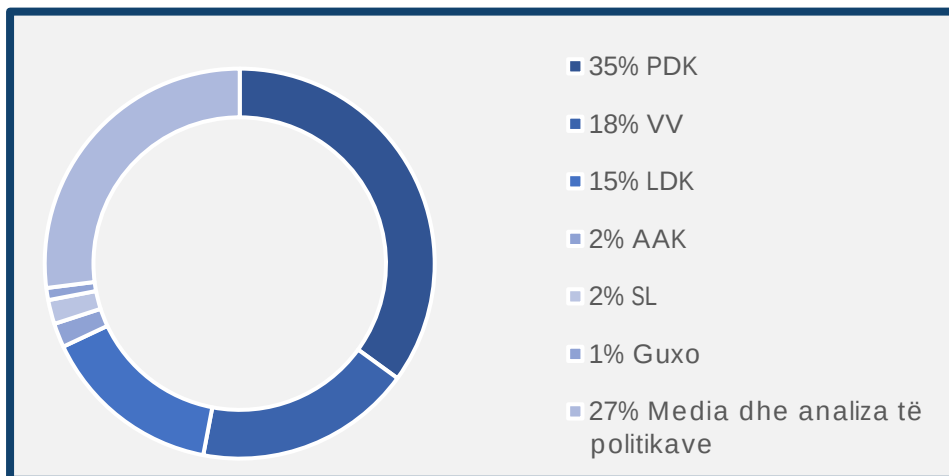
Nga ana tjetër, analiza e përmbajtjes negative dhe sulmeve verbale tregon se PDK ishte partia më e targetuar, duke qenë subjekt i 35% të përmbajtjes negative, e ndjekur nga LVV (18%), LDK (15%), AAK dhe SL (2%) dhe Guxo (1%). Përveç partive politike, cak i përmbajtjes negative ishin edhe analistët politikë dhe mediat në 27% të rasteve.

Në përgjithësi, të dhënat sugjerojnë se partitë me prani më të fortë digjitale jo vetëm që janë burimet më të shpeshta të shkeljeve, por edhe caqet më të zakonshme të përmbajtjes negative, duke krijuar një cikël reciprok akuzash, kundërsulmesh dhe polarizimi politik në hapësirën online.

**Grafiku 5.** Partitë politike me numrin më të madh të shkeljeve



**Grafiku 6.** *Partitë më të targetuara online*



Të dhënat e monitorimit tregojnë se shumica dërrmuese e shkeljeve (94.7%) u shënuan në Facebook, i cili mbetet kanali dominues i komunikimit politik në Kosovë.

Facebook është platforma më e përdorur, si nga qytetarët ashtu edhe nga politikanët, duke shërbyer si hapësira kryesore për shpërndarjen e mesazheve politike, mobilizimin e mbështetësve dhe angazhimin në debat publik. Në shumicën e rasteve, politikanët përdorin llogaritë personale ose faqet zyrtare për të komunikuar drejtpërdrejt me votuesit – shpesh pa mbikëqyrje profesionale mediatike ose editoriale – gjë që rrit gjasat për shkelje etike dhe ligjore.

TikTok renditet i dyti, me një diferencë të madhe, duke përbërë 4.6% të rasteve të identifikuara. Platforma po përdoret më shumë në fushatat elektorale, veçanërisht ndër kandidatët e moshës së re që synojnë të arrijnë audiencë të reja dhe më dinamike. Përmbajtja në TikTok shpesh karakterizohet nga video të shkurtra, humoristike ose me tone emocionale, disa prej të cilave përmbanin elemente të gjuhës poshtëruese.

Ndërkohë, Instagram përbënte vetëm 0.7% të rasteve, duke reflektuar natyrën më të kufizuar të platformës dhe përdorimin e saj kryesisht për

Monitorimi i Kodit të sjelljes për përdorimin e përgjegjshëm të rrjeteve sociale gjatë zgjedhjeve lokale 2025

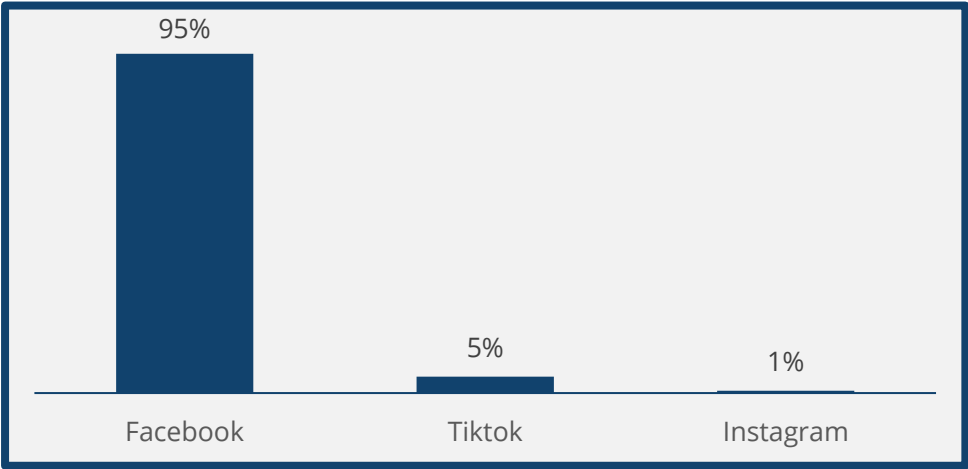
ndërtimin e imazhit personal dhe promovimin e ngjarjeve, më shumë sesa për komunikim politik të drejtpërdrejtë.

Tabela 2. Shkeljet sipas platformës së mediave sociale

| Nr. | Media sociale | Numri i rasteve | Përqindja |
|-----|---------------|-----------------|-----------|
| 1   | Facebook      | 144             | 94.7%     |
| 2   | TikTok        | 7               | 4.6%      |
| 3   | Instagram     | 1               | 0.7%      |

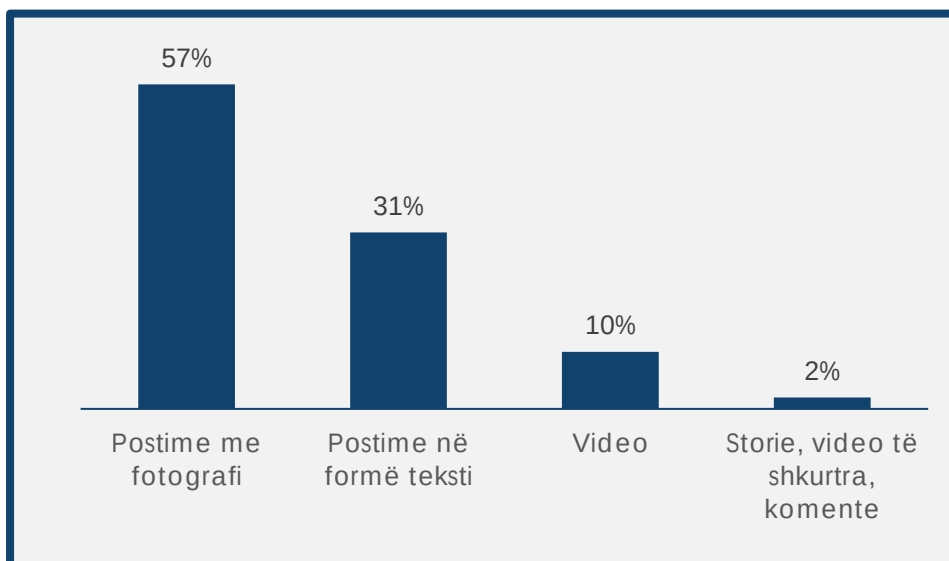
Të dhënat tregojnë se Facebook vazhdon të jetë arena kryesore ku ndodhin shkeljet gjatë fushatave elektorale në Kosovë, ndërsa TikTok po shfaqet si një platformë në rritje që do të kërkojë më shumë vëmendje nga mekanizmat e monitorimit dhe iniciativat për edukim digjital në zgjedhjet e ardhshme.

Grafiku 7. Përqindja e shkeljeve sipas platformës së mediave sociale





**Grafiku 8.** Lloji i përmbajtjes së përfshirë në shkelje



Për sa i përket formateve përmes të cilave u postua përmbajtja problematike, analiza tregon se shumica e shkeljeve ndodhën përmes postimeve me fotografi, të cilat përbëjnë 57% të të gjitha rasteve të identifikuara.

Ky format është më i përdoruri nga kandidatët dhe partitë politike, pasi fotografitë dhe imazhet bartin një impakt të fortë emocional dhe vizual, duke arritur audienca më të gjera dhe duke gjeneruar shkallë më të lartë angazhimi (pëlqime, komente, ndarje të përmbajtjes).

Postimet në formë teksti renditen të dytat, duke përfaqësuar 31% të shkeljeve, shpesh të shfaqura si statuse personale, deklarata ose komente poshtëruese. Ky format është tipik për komunikimin politik të drejtpërdrejtë dhe shprehjen emocionale, i përdorur shpesh për të bërë kritika, akuza ose për të shpërndarë gjuhë përçarëse kundër kundërshtarëve.

Ndërkohë, videot me përmbajtje negative përbëjnë 10% të rasteve, ndërsa storiet (ang. "stories") ose videot e shkurtra (ang. "reels") përbëjnë vetëm 2%.

Kjo përqindje e ulët ka gjasa të lidhet me mundin më të madh teknik që kërkon prodhimi i përmbajtjes në formë video, si dhe me natyrën e përkohshme dhe jetëshkurtër të këtyre formateve, duke i bërë më pak të përdorura për mesazhe politike agresive ose shpifëse.

Në përmbledhje, gjetjet sugjerojnë se formatet vizuale – veçanërisht postimet me fotografi – mbeten mjeti kryesor për shpërndarjen e përmbajtjes negative dhe gjuhës së urrejtjes online, duke nënvizuar rolin e rëndësishëm të imazheve në formësimin e narrativave politike në rrjetet sociale.

## **Partitë politike dhe kandidatët**

Kodi i Sjelljes për përdorimin e përgjegjshëm të rrjeteve sociale gjatë zgjedhjeve lokale në Kosovë përcakton pritshmëri të qarta për partitë politike dhe kandidatët, duke kërkuar që komunikimi i tyre online të jetë i ndershëm, transparent dhe i bazuar në parime etike. Ata u zotuan të përdorin vetëm llogari zyrtare, të respektojnë ligjet e zgjedhjeve dhe të përmbahen nga përdorimi i gjuhës poshtëruese, përhapja e dezinformimit ose postimi i përmbajtjes që nxit urrejtje apo përçarje.

Kodi gjithashtu kërkoi transparencë në reklamën e paguara dhe deklarimin e shpenzimeve digjitale, si dhe promovimin e fushatave konstruktive që respektojnë barazinë gjinore dhe pjesëmarrjen e grupeve të marginalizuara. Këto parime u vendosën për të mbrojtur integritetin e procesit elektoral dhe për të siguruar që konkurrenca politike të zhvillohej në mënyrë të drejtë dhe të barabartë.

Zbatimi i këtyre standardeve mund të ndihmojë në krijimin e një mjedisi më të qetë dhe më të përgjegjshëm të fushatës elektorale, ku aktorët politikë garojnë në bazë të prioritetëve të dallueshme programore dhe opsioneve përkatëse politike. Në këtë mënyrë, një qasje e tillë mbështet një kulturë demokratike më të shëndetshme dhe mund të kontribuojë në forcimin e besimit të qytetarëve në procesin elektoral.

Studimet e rasteve të paraqitura më poshtë fokusohen te LVV, AAK dhe PDK, pasi këto parti gjeneruan vëllimin më të madh të të dhënave relevante gjatë periudhës së monitorimit. Ato ishin ndër aktorët politikë më aktivë online, prodhuan një pjesë të konsiderueshme të postimeve me

angazhim të lartë dhe ishin subjektet kryesore të komenteve të përdoruesve ku u identifikuan shkelje.

## **Lëvizja VETËVENDOSJE!**

Siç është paraqitur më herët në raport, monitoruesit tanë identifikuan 88 shkelje të kryera nga LVV në 14 komuna të monitoruara gjatë periudhës së para-fushatës dhe raundit të parë të fushatës për zgjedhjet lokale 2025.

Shkeljet u regjistruan në tetë komuna, me numrin më të madh në Prizren (48) dhe Prishtinë (22). Partia Demokratike e Kosovës (PDK) ishte caku kryesor i përmbajtjes negative nga LVV, me 22 postime negative, e ndjekur nga analistët politikë me 22 postime dhe Lidhja Demokratike e Kosovës (LDK) me 14 postime.

Kandidatët e LVV-së shpesh përdorën gjuhë poshtëruese, duke i portretizuar kundërshtarët e tyre si tradhtarë ose agjentë të interesave të huaja (të Serbisë e Ruisë) dhe duke i akuzuar për korrupsion, vjedhje dhe lidhje me rrjete oligarkike. Ata i tallnin publikisht dhe i turpëronin rivalët duke përdorur epitete fyese dhe krahasime çnjerëzuese, shpesh duke i etiketuar si "dështakë," "hajna" ose "pisa", si dhe duke i përshkruar si imoralë dhe të paafte.

Postimet nga LVV përfshinin gjithashtu aludime për organizim kriminal dhe kontroll klientelist të komunave, akuza për keqpërdorim të pronës publike dhe manipulim mediatik, si dhe thirrje indirekte për përjashtimin politik të disa figurave. Gjuha shpesh ishte e përzier me humor ironik, "meme" dhe përshkrime degraduese me qëllimin për të diskredituar kundërshtarët personalisht dhe për të provokuar reagime emocionale te ndjekësit.

## Monitorimi i Kodit të sjelljes për përdorimin e përgjegjshëm të rrjeteve sociale gjatë zgjedhjeve lokale 2025

Shembull i tillë është një postim i bërë nga një candidate e LVV-së për Kuvendin Komunal të Prishtinës, i cili përmbante gjuhë poshtëruese ndaj mediave, konkretisht ndaj Klan Kosovës dhe gazetarit që i kishte bërë pyetje kryeministrit. Postimi akuzonte mediat për hipokrizi, mungesë etike dhe lidhje me oligarkë, duke e përshkruar pyetjen e gazetarit si “një sulm personal i ulët ndaj një të mituri.” Kandidatja përdori gjuhë me tone emocionale dhe agresive, me shprehje fyese si “Marre bre pusi ju marrt! Marre...” dhe “Nalnu ma se bot nam!”, duke kaluar nga kritika e sjelljes profesionale në fyerje personale.

Kjo përmbajtje shkel qartazi dispozitat e Kodit të sjelljes që ndalojnë gjuhën nxitëse, fyese dhe poshtëruese, si dhe sulmet personale ndaj gazetarëve dhe mediave. Edhe pse fillimisht ishte një koment mbi etikën e gazetarisë, toni i postimit u përshkallëzua në një sulm të drejtpërdrejtë, duke kontribuar në polarizimin publik dhe duke minuar frymën e debatit të respektueshëm që Kodi synonte të promovojë gjatë fushatës elektorale.

Në dy postime të bëra nga kandidati i Vetëvendosjes (LVV) për Kuvendin Komunal të Prizrenit, ka qartazi përmbajtje poshtëruese të drejtuar ndaj Partisë Demokratike të Kosovës (PDK) dhe figurave të saj publike.



## Monitorimi i Kodit të sjelljes për përdorimin e përgjegjshëm të rrjeteve sociale gjatë zgjedhjeve lokale 2025



Në postimin e parë, kandidati i referohet në mënyrë ironike figurës së Edith Durham, duke e përshtatur kontekstin aktual politik me frazën: “Në PDK është krenari më e madhe me vjedhë!” Ky deklaram nënkupton një akuzë kolektive për korrupsion dhe kriminalitet ndaj partisë dhe anëtarëve të saj, duke e paraqitur vjedhjen si vlerë përcaktuese të të Partisë Demokratike të Kosovës (PDK). Gjuha bart elemente përçmuese dhe nxitëse, duke formësuar një perceptim negativ publik të kundërshtarëve politikë.

Në postimin e dytë, kandidati e etiketoi PDK-në si një “*parti kriminale*” dhe e akuzoi se është nën përgjim, duke pretenduar se “NATO i ka të gjitha bisedimet telefonike për dy dekada të bandës së PDK-së!”. Postimi i lidh figurat e PDK-së me veprime kriminale dhe me themelimin e Gjykatës Speciale, duke dalë me pretendime serioze dhe të pabazuara që shkelin parimet e Kodit të sjelljes për përdorimin e përgjegjshëm të rrjeteve sociale – veçanërisht ndalimin e gjuhës shpifëse, poshtëruese dhe diskredituese ndaj rivalëve politikë.

Të dy postimet përfaqësojnë sulme të personalizuar politike pa bazë faktike, të menduara për të dëmtuar reputacionin e një partie rivale përmes gjuhës së urrejtjes dhe insinuatave kriminale, duke kontribuar kështu në polarizimin e debatit publik gjatë fushatës elektorale.





Në një postim tjetër, kandidati i Vetëvendosjes për kryetar të Prizrenit trajtoi një çështje me interes publik – borxhin prej 57 milionë euro të komunës – por e karakterizoi atë si “fajde”, një term që në gjuhën e përditshme nënkupton veprimtari të kundërligjshme ose kriminale (huadhënie me norma jashtëzakonisht të larta interesi jashtë sistemit ligjor). Kjo zgjedhje e fjalorit e kalon kufirin e debatit politik legjitim, duke e shndërruar kritikën financiare në një akuzë penale të pabazuar.

Pra, postimi përmban elemente poshtëruese që shpien në lajthitje, pasi i atribuon sjellje të kundërligjshme një kundërshtari pa asnjë bazë institucionale ose faktike. Kjo përbën shkelje të

Kodit të sjelljes, i cili ndalon përdorimin e gjuhës shpifëse, gjuhës poshtëruese ose gjuhës që dëmton reputacionin e kundërshtarëve politikë.

Prandaj, edhe pse çështja e borxhit komunal mund të jetë një temë legjitime për diskutim publik, etiketimi i tij si “fajde” përfaqëson një keqpërdorim të gjuhës dhe manipulim të perceptimit publik, duke kontribuar në përhapjen e narrativave të rreme dhe në cenimin e standardeve etike të komunikimit gjatë fushatës elektorale.

## **Partia Demokratike e Kosovës**

Partia Demokratike e Kosovës (PDK) ka kryer 22 shkelje gjatë periudhës së monitorimit, shumica e të cilave ndodhën në Gjilan (12 raste) dhe Prizren (3 raste). Cak kryesor i përmbajtjes negative të PDK-së ishte Lëvizja Vetëvendosje (LVV), me 12 postime që përmbanin mesazhe negative.



Retorika e përdorur nga kandidatët e PDK-së në këto postime karakterizohet nga gjuhë konfrontuese, poshtëruese dhe polarizuese, me qëllim diskreditimin personal dhe moral të kundërshtarëve politikë – kryesisht kundërshtarëve nga Lëvizja Vetëvendosje. Postimet negative shpesh përmbanin etiketime fyese dhe degraduese si “gënjeshtar”, “kriminel,” “bandë gënjeshtarësh” ose “bij kurvash”, duke zbritur në gjuhë vulgare dhe fyese. Kundërshtarët u paraqitën si anti-kombëtarë, tradhtarë dhe armiq të UÇK-së, shpesh të lidhur me Listën Serbe ose “botën e nëndheshme”, ndërsa PDK e paraqiste veten si mbrojtëse e vlerave patriotike dhe shtet-ndërtuese.

Kjo retorikë synonte të nxiste frikë, përçmim dhe mobilizim emocional, por njëkohësisht përbënte shkelje të Kodit të sjelljes për shkak të përdorimit të gjuhës poshtëruese, shpifjes dhe nxitjes së polarizimit politik në sferën publike.

Një shembull përfshin kandidatin e PDK-së për kryetar të Gjilanit, i cili përdori gjuhë akuzuese dhe poshtëruese ndaj Alban Hysenit, duke e portretizuar si të përfshirë në “pazare të errëta” me Listën Serbe dhe duke e akuzuar për “tradhti politike” dhe se shfrytëzon pushtetin “për të blerë vota me para publike”. Edhe pse postimi trajtonte çështje me interes publik – si emërimet politike ose përdorimi i fondeve komunale – toni kaloi nga kritika institucionale në akuzë penale dhe stigmatizim politik, me synim frikësimin dhe diskreditimin moral të kundërshtarit.



Gjuha e tillë përbën shkelje të qartë të Kodit të sjelljes, pasi nxit përçarje dhe minon integritetin e debatit publik gjatë fushatës elektorale.

## **Aleanca për Ardhmërinë e Kosovës**

Aleanca për Ardhmërinë e Kosovës (AAK) rezultoi me shtatë raste të përmbajtjes negative në rrjetet sociale, pesë prej të cilave janë identifikuar në Prishtinë. Retorika e përdorur nga kandidatët dhe mbështetësit e AAK-së në postimet me përmbajtje negative karakterizohej nga gjuha fyese, poshtëruese dhe përjashtuese, shpesh duke kaluar kufijtë e debatit politik dhe duke hyrë në sferën e fyerve personale dhe etnike.

Kundërshtarët politikë u përshkruan me epitete poshtëruese si *“fëmijë i llastuar”*, *“budalla i shkretë”*, *“hajn”*, *“dështak”*, dhe *“politikan mashtrues.”* Në disa raste, postimet përfshinin shprehje diskriminuese dhe raciste, si fraza *“me Albinin, ashkalinë, jo me gabelin.”*

Postimet mbartnin tone tallëse dhe përqeshëse, shpesh të shoqëruara me meme që trivializojnë figurat politike dhe synonin të krijojnë përqeshje dhe përçmim publik ndaj tyre.

Një gjuhë e tillë shkel parimet themelore të Kodit të sjelljes, pasi nxit urrejtje, paragjykim dhe përçarje, duke e zhvendosur diskursin publik nga debati mbi politikat drejt fyerve personale dhe përdorimit të gjuhës diskriminuese ndaj grupeve etnike.



## Monitorimi i Kodit të sjelljes për përdorimin e përgjegjshëm të rrjeteve sociale gjatë zgjedhjeve lokale 2025

Comments  
64,308

Hate Speech  
1,903

Hate Speech %  
3%

Search:

| Competitors                                                                                                                                                                                                 | Hate Speech Comments | Hate Speech % | Comments | Social Posts |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|---------------|----------|--------------|
| <div></div> <div>Përparim Rama (639/7395), IndeksOnline (68/404), Vrojtuesit e lagjes - Prishtinë...</div>                   | 823                  | 9             | 8,729    | 151          |
| <div></div> <div>Faton Peci<br/>Nacionale.com (91/211), Faton Peci (31/1143), GazetaBlic (17/68), Gazeta...</div>            | 202                  | 9             | 2,139    | 46           |
| <div></div> <div>Uran Ismaili (131/2479), IndeksOnline (6/30), Ardian Kastrati (3/60), NjeLajm.co...</div>                   | 141                  | 5             | 2,600    | 80           |
| <div></div> <div>Alban Hyseni (47/2321), Albin Kurti (11/130), GazetaBlic (10/36), Gjithçka Nga Gjilani...</div>             | 94                   | 3             | 2,789    | 193          |
| <div></div> <div>Sami Lushtaku (67/1581), Komuna Skenderaj (4/107)</div>                                                     | 71                   | 4             | 1,69     | 9            |
| <div></div> <div>Shpejtim Bulliqi<br/>Albin Kurti (35/274), Shpejtim Bulliqi (12/1597), Llapianet (10/107), Lëvizja...</div> | 66                   | 3             | 2,215    | 42           |
| <div></div> <div>Hajrulla Çeku (39/1032), IndeksOnline (8/32), Lëvizja VETËVENDOSJEI (5/85)...</div>                         | 5                    | 4             | 1,36     | 66           |
| <div></div> <div>Agim Aliu (36/1252), FerizaPress (12/82)</div>                                                             | 4                    | 3             | 1,44     | 27           |
| <div></div> <div>Ardian Gjini (21/1272), NjeLajm.com (9/76), IndeksOnline (4/37), Besim Dina (4/36)...</div>               | 4                    | 3             | 1,53     | 42           |
| <div></div> <div>Artan Abrashi (20/682), IndeksOnline (6/28), RTV21 (6/22), Gazeta Express...</div>                        | 4                    | 5             | 90       | 47           |

## Gjuha e urrejtjes në media sociale

Përmes monitorimit të mediave sociale duke përdorur platformën Pikasa, u analizuan gjithsej 64,308 komente të publikuara në profilet e kandidatëve për kryetar komune dhe në mediat që shpërndanë përmbajtje të lidhura me ta. Nga ky numër i madh ndërveprimesh, 1,903 komente u identifikuan si përmbajtje me gjuhë urrejtjeje, që përfaqëson rreth 3% të totalit.

Kjo përqindje tregon një prani të vazhdueshme të diskursit negativ dhe fyes në hapësirat online gjatë fushatës elektorale, duke konfirmuar se mediat sociale janë shndërruar në një arenë të polarizuar për debatin politik lokal.

Ndër kandidatët e monitoruar, më i targetuari nga gjuha e urrejtjes ishte kandidati i LDK-së për Komunën e Prishtinës, Përparim Rama, i cili mori 823 komente poshtëruese nga gjithsej 8,729 komente të analizuara. Në terma përqindjeje, kjo nënkupton se 9% e komenteve të drejtuara ndaj tij përmbanin elemente të gjuhës së urrejtjes – përqindja më e lartë ndër të gjithë kandidatët e monitoruar. Një përqindje e ngjashme u shënuar për kandidatin e LVV-së për Komunën e Mitrovicës së Jugut, Faton Peci, me 202 komente fyese nga gjithsej 2,139, që gjithashtu përbën rreth 9%.

Ky nivel i lartë i diskursit negativ lidhet jo vetëm me profilin publik të këtyre kandidatëve dhe pjesëmarrjen e tyre në gara të profilit të lartë – si ato në Prishtinë dhe Mitrovicën e Jugut – por edhe me ndarjet e thella partiake që karakterizojnë debatin politik në vend.

Kandidati i PDK-së për Prishtinën, Uran Ismaili, u përball me 141 komente me gjuhë urrejtjeje, që përfaqësojnë 5% të të gjitha komenteve të drejtuara ndaj tij. Edhe pse numri absolut dhe përqindja janë më të ulëta sesa ato të Ramës apo Pecit, kjo është domethënëse pasi reflekton polarizimin e thellë në zgjedhjet në kryeqytet.

Në rastin e kandidatit të LVV-së në Gjiilan, Alban Hyseni, u identifikuan 94 komente fyese nga gjithsej 2,789, që përbëjnë rreth 3%. Ndërsa vëllimi i diskursit negativ ishte krahasimisht më i ulët, megjithatë mbetet i rëndësishëm. Po ashtu, është me rëndësi fakti që Hyseni ishte njëkohësisht bartës i mandatit dhe në fund fitues i zgjedhjeve, faktorë që mund të kenë kontribuar në një mjedis online më stabil ose më pak të polarizuar rreth fushatës së tij elektorale.

Në Komunën e Skenderajt, kandidati i PDK-së Sami Lushtaku mori 71 komente me gjuhë urrejtjeje nga gjithsej 1,679, ose 4%, gjë që mund të lidhet me imazhin e tij politik dhe debatet e shpeshta publike rreth së kaluarës së tij.

Të dhënat tregojnë se kandidatët me ekspozim më të madh mediatik dhe ata që garojnë në komuna me interes të madh publik kanë më shumë gjasa të jenë të targetuar nga gjuha e urrejtjes. Diskursi negativ është kryesisht politik në natyrë, duke përfshirë akuza, tallje dhe denigrim personal, ndërsa përmbajtja mbi baza etnike ose gjinore është më e rrallë në rastin e burrave [kandidatë].

## Monitorimi i Kodit të sjelljes për përdorimin e përgjegjshëm të rrjeteve sociale gjatë zgjedhjeve lokale 2025

Polarizimi partiak del si shtytësi kryesor i komenteve me gjuhë urrejtjeje, me dallime të theksuara mes kandidatëve nga partitë kryesore politike. Në përgjithësi, monitorimi tregon se gjuha e urrejtjes gjatë fushatave elektorale nuk shpërndahet rastësisht, por ndjek linja të qarta politike dhe shpesh përdoret si instrument për të minuar besueshmërinë e kundërshtarëve.

| Competitors                                                                                                                                                                                                | Hate Speech Comments | Hate Speech % | Comments | Social Posts |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|---------------|----------|--------------|
|  Lëvizja Vetëvendosje<br>Lëvizja VETËVENDOSJE (633/6165), Albin Kurti (540/6907), Glauk Konjufca...                        | 2,563                | 8             | 32,875   | 1,290        |
|  Partia Demokratike e Kosovës<br>Mefail Bajgjinovci (511/1590), Qyteti i Mitrovicës (111/657), IndeksOnline (86/323...     | 1,633                | 6             | 28,879   | 1,122        |
|  Srpska lista<br>Bahri Cani (132/987), Specbuk (119/569), Kosovo Online (111/319), IndeksOnline...                         | 1,338                | 20            | 6,73     | 203          |
|  Lidhja Demokratike e Kosovës<br>Xhevdet Pozhari (177/954), Jeta n'Podujevë (101/1108), Llapianet (73/655), Visar Azemi... | 1,099                | 3             | 35,345   | 1,420        |
|  Aleanca për Ardhmërinë e Kosovës<br>Ardian Gola (39/198), Labinot Tahiri (30/314), Deçani (29/212), Natyra Kuçi...        | 400                  | 4             | 9,024    | 325          |
|  Lista Guxo<br>Partia GUXO (143/1995), Qyteti i Mitrovicës (3/64), Donika Gërvalla (1/64),...                             | 0                    | 7             | 2,105    | 175          |
|  NISMA Socialdemokrate<br>Gazeta Express (40/161), Sinjali (20/77), Pëparaci (11/34), IndeksOnline (10/58),...           | 0                    | 12            | 1,155    | 89           |
|  Aleanca Kosova e Re<br>Behgjet Pacolli (27/266), Qyteti i Mitrovicës (1/41)                                             | 0                    | 7             | 1,271    | 16           |
|  Partia Social Demokratike<br>Universal (15/253), Lëvizja Vetëvendosje Dardanë (3/42), Deçani Info (2/54)                | 0                    | 6             | 1,549    | 17           |
|  Serbian Democracy<br>Srpska Demokratija (9/381)                                                                         | 0                    | 2             | 1,311    | 160          |

Nga analiza e përmbajtjes në mediat sociale përmes platformës Pikasa, e cila përfshin mbi 150,000 ndërveprime të lidhura me partitë politike dhe kandidatët e tyre gjatë fushatës lokale, u vërejt një nivel i konsiderueshëm i gjuhës së urrejtjes dhe i diskursit politik agresiv.

Në total, u identifikuan rreth 9,400 komente që përmbanin gjuhë poshtëruese ose fyese në postime që targetonin partitë kryesore politike, duke përfaqësuar rreth 6–7% të të gjitha komenteve të analizuara. Këto

shifra pasqyrojnë masën në të cilën partitë ishin caqe të një gjuhe të tillë, më shumë sesa burim i saj.

Në krye të listës është LVV, e cila ishte cak i 2,563 komenteve me gjuhë urrejtjeje nga gjithsej 32,875, duke përbërë 8% të të gjitha komenteve. Ky nivel i lartë i diskursit negativ mund të lidhet me praninë e fortë të partisë në hapësirën online, që buron nga dominimi i saj institucional dhe angazhimi aktiv i figurave udhëheqëse. Vetëvendosje është njëkohësisht partia më e ndjekur dhe më e komentuar në hapësirën digjitale, por edhe më polarizuese, pasi aktivizmi i fortë i mbështetësve shpesh nxit reagime të ashpra nga kundërshtarët politikë.

Partia Demokratike e Kosovës (PDK) renditet e dyta, duke qenë cak i 1,633 komenteve me gjuhë urrejtjeje nga gjithsej 28,879, që përfaqësojnë 6%.

Në vendin e tretë është Lista Serbe (SL), e cila ishte cak i 1,338 komenteve me gjuhë urrejtjeje nga gjithsej 6,734, duke përbërë 20% – përqindjen më të lartë ndër të gjitha partitë e analizuar. Ky nivel jashtëzakonisht i lartë i komenteve fyese lidhet me tensionet politike dhe ndasitë etnike, veçanërisht në postimet që kanë të bëjnë me veriun e Kosovës dhe marrëdhëniet ndëretnike. Gjuha e urrejtjes e drejtuar ndaj Listës Serbe shpesh përmban elemente etnike dhe përfaqëson një shembull të polarizimit në diskursin publik digjital.

Lidhja Demokratike e Kosovës (LDK) ishte cak i 1,099 komenteve me gjuhë urrejtjeje nga gjithsej 35,345, ose 3%. Partia është e prirë të shmangë konfrontimin e drejtpërdrejtë me kundërshtarët politikë. Ky stil më i përmbajtur i komunikimit mund të reduktojë nivelin e reagimeve polarizuese dhe, rrjedhimisht, vëllimin e komenteve armiqësore ose agresive të drejtuar ndaj partisë.

Aleanca për Ardhmërinë e Kosovës (AAK) ishte cak i 400 komenteve me gjuhë urrejtjeje nga gjithsej 9,024 (rreth 4%), ndërsa Lista Guxo kishte gjithsej 2,180 komente, prej të cilave 7% kishin përmbajtje fyese. Këto shifra tregojnë se partitë më të vogla, edhe pse më pak të ekspozuara, përballen me një nivel të krahasueshëm të diskursit negativ në raport me angazhimin e tyre të përgjithshëm.

Në përgjithësi, gjuha e urrejtjes e drejtuar ndaj partive politike në mediat sociale pasqyron ndasitë e thella politike dhe shoqërore brenda vendit.

Diskursi negativ fokusohet kryesisht te partitë më të mëdha dhe më me ndikim, si dhe te temat që lidhen me identitetin politik, etnik ose institucional. Edhe pse në shumicën e rasteve gjuha e urrejtjes është politike dhe jo diskriminuese mbi baza gjinore ose etnike, toni gjithnjë e më agresiv në hapësirat digjitale gjatë periudhave elektorale mbetet një shqetësim serioz.

### Periudha pas zgjedhjeve

Bazuar në monitorimin me Pikasa Analytics, periudha pas zgjedhjeve nga 13–26 tetor 2025 mbeti shumë e kontestuar në hapësirën online, me vëllime të konsiderueshme komentesh që përmbanin gjuhë urrejtjeje dhe gjuhë poshtëruese edhe pas ditës së zgjedhjeve. Në garat për kryetar komune, faqet e partive dhe përmbajtjen e mediave, platforma identifikoi dhjetëra mijëra komente, duke mundur një vështrim më të afërt se ku u përqendrua armiqësia dhe cilët ishin aktorët dhe temat që tërhoqën reagimet më polarizuese.

Për kandidatët për kryetar komune, Pikasa regjistroi gjithsej 75,032 komente, prej të cilave 4,424 u identifikuan si gjuhë urrejtjeje, ose rreth 6%. Kjo nënkupton se një në çdo gjashtëmbëdhjetë komente mbi përmbajtjen e lidhur me kandidatët kryesorë për kryetar komune përmbante gjuhë fyese, kërcënuese ose çnjerëzuese. Shpërndarja ishte e pabarabartë mes kandidatëve. Faton Peci dhe Përparim Rama morën numrin më të lartë absolut të komenteve me gjuhë urrejtjeje (mbi 1,200 dhe 800 respektivisht), të ndjekur nga Arian Tahiri me mbi 500. Kandidatë të tjerë si Ramiz Lladrovci, Gazmend Muhaxheri, Hajrulla Çeku, Sami Lushtaku, Shpejtim Bulliqi, Sylejman Mehulli dhe Xhafer Tahiri regjistruan numra më të ulët, por gjithsesi të konsiderueshëm, zakonisht në shifra të larta dyshifrore ose të ulëta treshe. Ndërsa përqindjet varionin nga rreth 4% deri në 13%, modeli i përgjithshëm tregon se kandidatët më të ekspozuar në komuna të kontestuar ngushtë mbetën pika fokale të armiqësisë online edhe pas përfundimit të votimit.

## Monitorimi i Kodit të sjelljes për përdorimin e përgjegjshëm të rrjeteve sociale gjatë zgjedhjeve lokale 2025

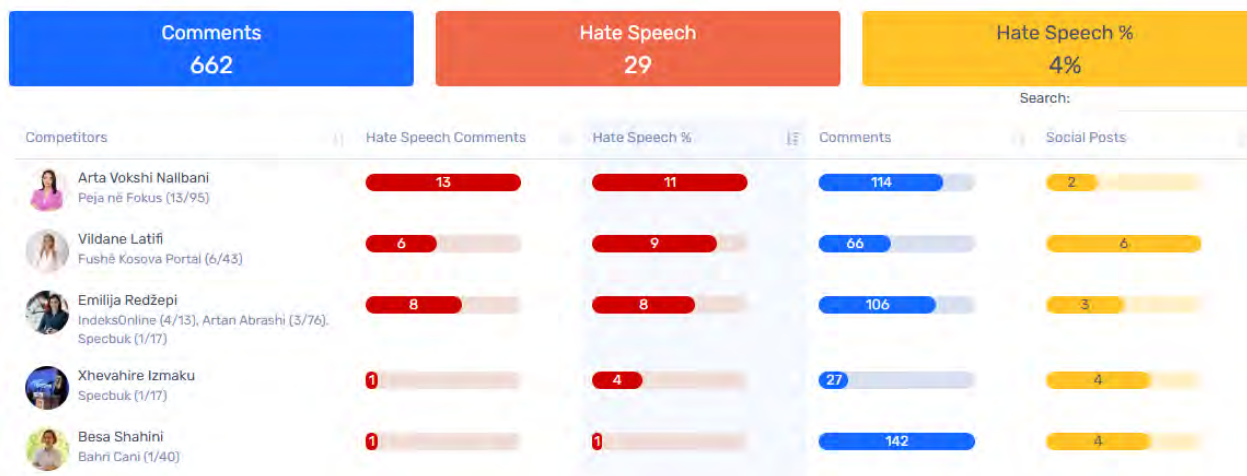


Një vështrim i veçantë mbi gratë [kandidate] për kryetar komune nxjerr në pah si vazhdimësinë, ashtu edhe dallimet. Në këtë nëngrup, Pikasa identifikoi 662 komente, prej të cilave 29 u klasifikuan si gjuhë urrejtjeje, ekuivalente me 4%. Vëllimi është shumë më i vogël sesa në garat e dominuara nga burrat, duke reflektuar numrin e kufizuar të grave [kandidate] në garë, ndërkohë që shkalla e përmbajtjes abuzuese mbetet e ndjeshme. Vetëm Arta Vokshi Nallbani përbënte pothuajse gjysmën e të gjitha komenteve me gjuhë urrejtjeje në këtë mostër (13 raste, ose 11% e 114 komenteve ishin për të). Vildane Latifi dhe Emilija Redžepi gjithashtu u përballën me nivele të dukshme armiqësie, me 6 dhe 8 komente me gjuhë urrejtjeje respektivisht, që korrespondojnë me 9% dhe 8% të të gjitha komenteve që i përmendnin ato. Gra të tjera që janë figura publike, si



## Monitorimi i Kodit të sjelljes për përdorimin e përgjegjshëm të rrjeteve sociale gjatë zgjedhjeve lokale 2025

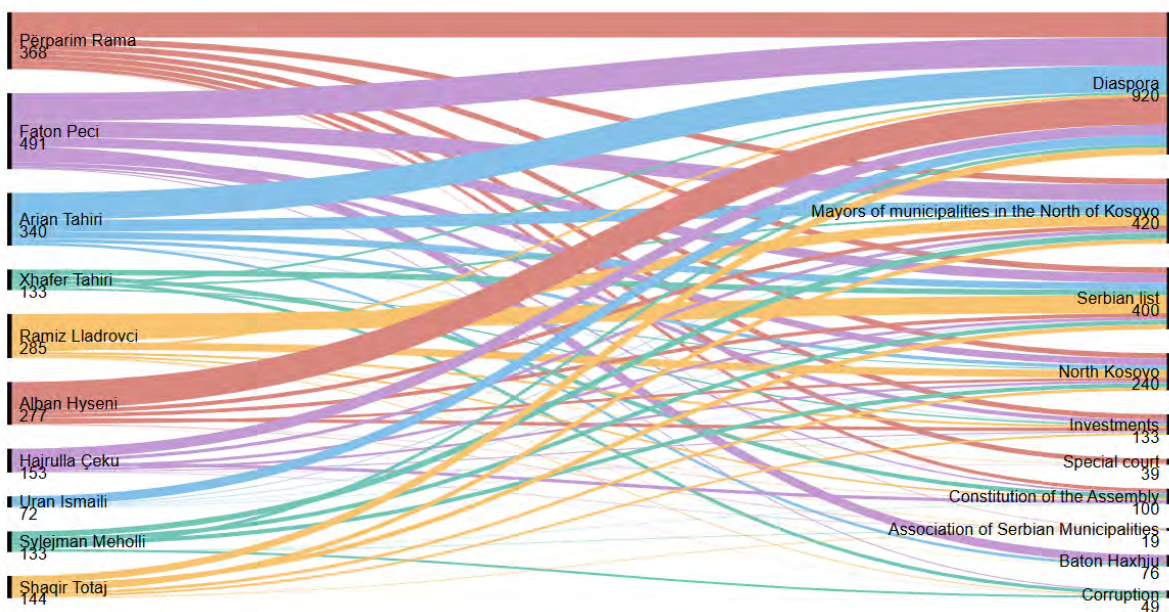
Xhevahire Izmaku dhe Besa Shahini, tërhoqën më pak incidente. Megjithatë, prania e gjuhës së urrejtjes në të gjitha profilet konfirmon se gratë që angazhohen në debatin pas zgjedhjeve – qoftë si kandidatë, ish-zyrtare apo komentuese – mbeten të ekspozuara ndaj sulmeve të personalizuar dhe të bazuara në gjini.



Vizualizimi i temave për të njëjtën periudhë ndihmon të shpjegohet pse disa aktorë tërhoqën më shumë agresivitet sesa të tjerët. Artikujt dhe postimet që përmendnin kandidatët kryesorë për kryetar komune – si Përparim Rama, Faton Peci, Arian Tahiri, Xhafer Tahiri, Ramiz Lladrovci, Alban Hyseni, Hajrulla Çeku, Uran Ismaili, Sylejman Mehulli dhe Shaqir Totaj – ishin të lidhura ngushtë me tema shumë polarizuese. Rrjedha më e madhe e përmbajtjes u lidh me diasporën, me 920 njësi, e ndjekur nga debatet mbi kryetarët e komunave në veri të Kosovës (420), Lista Serbe (400) dhe “veriu i Kosovës” në mënyrë më të gjerë (240). Tema të tjera të përsëritura përfshinin investimet, konstituimin e Kuvendit, Asociacionin e Komunave me Shumicë Serbe, Gjykatën Speciale, pretendimet për korrupsion dhe figura të profilit të lartë mediatik si Baton Haxhiu. Ky konfigurim tregon se garat lokale vazhdojnë të trajtohen nga prizmi i çështjeve kombëtare dhe gjeopolitike, posaçërisht situatës në veri dhe marrëdhënieve me Serbinë, të cilat dihet se gjenerojnë reagime të forta emocionale dhe, shpesh, gjuhë urrejtjeje.

## Monitorimi i Kodit të sjelljes për përdorimin e përgjegjshëm të rrjeteve sociale gjatë zgjedhjeve lokale 2025

Topics Distribution (Articles and Posts)



Kur fokusi zhvendoset nga individët te partitë politike, niveli i armiqësisë online shfaqet edhe më i lartë. Për përmbajtjen e lidhur me partitë, Pikasa regjistroi 63,009 komente gjatë periudhës pas zgjedhjeve, prej të cilave 7,337 u identifikuan si gjuhë urrejtjeje, që përfaqësojnë 12% – dyfishin e pjesës së vërejtur për kandidatët për kryetar komune. Kjo sugjeron se partitë, si entitete kolektive, tërheqin diskurs më agresiv sesa kandidatët individualë, me gjasë sepse simbolizojnë identitete politike më të gjera dhe rivalitete partiake të kahershme. Vetëvendosje mori numrin më të madh absolut të komenteve me gjuhë urrejtjeje (2,221, ose rreth 12% nga mbi 18,000 komente), e ndjekur nga Lidhja Demokratike e Kosovës (1,959; 10%) dhe Partia Demokratike e Kosovës (1,443; 10%). Lista Serbe dallohet me 1,099 komente me gjuhë urrejtjeje nga rreth 5,991, me një normë të vlerësuar prej 18%, duke nxjerrë në pah se diskutimet që lidhen me përfaqësimin politik të serbëve dhe veriun e Kosovës janë veçanërisht të prira për diskurs të polarizuar. Partitë më të vogla si AAK dhe NISMA gjithashtu regjistruan përqindje të larta (rreth 11–14%), ndërsa aktorët më të rinj ose më pak të spikatur si Lista Guxo, Srpska demokratija [Demokracia Serbe] dhe Partia Socialdemokrate u shfaqën me vëllime shumë të ulëta dhe numër marginal shkeljesh.



## Monitorimi i Kodit të sjelljes për përdorimin e përgjegjshëm të rrjeteve sociale gjatë zgjedhjeve lokale 2025

| Comments<br>63,009 |                                                                                                                         | Hate Speech<br>7,337 |               | Hate Speech %<br>12% |              |
|--------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|---------------|----------------------|--------------|
| Competitors        |                                                                                                                         | Hate Speech Comments | Hate Speech % | Comments             | Social Posts |
|                    | Lëvizja Vetëvendosje<br>Bahri Cani (547/4142), Lëvizja VETËVENDOSJEI (456/2552), IndeksOnline...                        | 2,221                | 12            | 18,312               | 283          |
|                    | Lidhja Demokratike e Kosovës<br>Xhevdet Pozhari (337/1995), Specbuk (227/1156), Bahri Cani (217/1949), Albin...         | 1,959                | 10            | 19,113               | 296          |
|                    | Partia Demokratike e Kosovës<br>Specbuk (214/1203), Zëri i Mitrovicës (192/1001), Bahri Cani (163/1604), Lëvizja...     | 1,443                | 10            | 14,019               | 260          |
|                    | Srpska lista<br>IndeksOnline (135/521), Xhevdet Pozhari (119/773), Kosovo Online (93/317),...                           | 1,099                | 18            | 5,991                | 118          |
|                    | Aleanca për Ardhmërinë e Kosovës<br>Specbuk (82/372), Kimete Berisha (39/674), Peja në Fokus (33/387), Kosova Report... | 542                  | 11            | 5,231                | 82           |
|                    | NISMA Socialdemokrate<br>IndeksOnline (96/755), Nacionale.com (32/188), Gazeta Express (25/126),...                     | 26                   | 14            | 1,611                | 44           |
|                    | Serbian Democracy<br>Srpska Demokratija (5/35)                                                                          |                      | 14            | 2                    | 3            |
|                    | Lista Guxo<br>Partia GUXO (4/276)                                                                                       |                      | 1             | 1                    | 25           |
|                    | Partia Social Demokrate<br>Bahri Cani (1/40)                                                                            |                      | 2             |                      | 7            |

Kur merren së bashku, të dhënat e platformës Pikasa për periudhën 13–26 tetor 2025 tregojnë se përfundimi i fushatës formale nuk e solli fundin e komunikimit të polarizuar dhe abuziv politik në hapësirën online. Përkundrazi, periudha pas zgjedhjeve mbeti e karakterizuar nga debate të ashpra rreth votimit të diasporës, legjitimitetit dhe rolit të kryetarëve në veri, Listës Serbe, si dhe çështjeve të korrupsionit dhe legjitimitetit institucional. Kandidatët për kryetar komune vazhduan të ishin të targetuar, me disa që përballeshin me mijëra komente dhe qindra mesazhe urrejtjeje, ndërsa gratë [kandidate dhe figura politike] përjetuan një pjesë më të vogël, por gjithsesi shqetësuese të reagimeve armiqësore. Në të njëjtën kohë, bisedat e përqendruara te partitë ishin edhe më të prira të përmbanin gjuhë urrejtjeje, veçanërisht kur përfshinin Vetëvendosjen, PDK-në, LDK-në ose Listën Serbe.

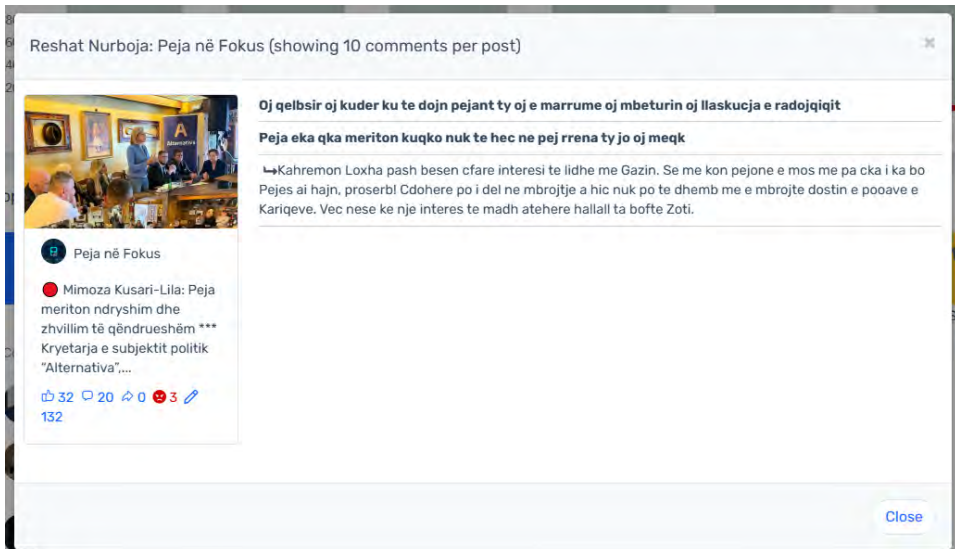
Këto modele të identifikuar konfirmojnë se mediat sociale në Kosovë funksionojnë si një zgjatim i konkurrencës elektorale edhe përtej ditës së

zgjedhjeve, me valë të vazhdueshme armiqësie që mund të ndikojnë si në sigurinë e aktorëve individualë, ashtu edhe në cilësinë më të gjerë të diskursit demokratik. Monitorimi përmes platformës Pikasa për këtë periudhë ofron një pamje të rëndësishme mbi mënyrën se si tensionet pas zgjedhjeve, pyetjet e pazgjidhura politike dhe ndasitë identitare vazhdojnë të shfaqen në sferën digjitale.

## Shkeljet e raportuara mbi bazë gjinore

Sulmet mbi bazë gjinore në postimet që lidhen me fushatën u karakterizuan nga fyerje, nënçmim dhe stereotipizim i grave në politikë – shpesh duke i paraqitur ato përmes roleve shoqërore ose pamjes së jashtme, në vend të ideve apo performancës së tyre politike. Terma si “grua e ligë” ose “person i poshtër”, së bashku me komente poshtëruese si “merru me stilistë, dizajnerë dhe parukierë”, u përdorën për t'i paraqitur gratë si sipërfaqësore ose të papërshtatshme për përgjegjësi publike.

Në disa raste, gjuha degradoi në fyerje eksplicite dhe insinuata seksiste ose fetare, përfshirë fraza si “pa burka”, “ninxha”, ose aludime për “mashttrim” dhe “bashkëpunim me terroristë”. Këto postime kishin për qëllim të diskreditonin moralisht dhe personalisht gratë në politikë, duke përfunduar stereotipat gjinorë dhe duke shkelur qartësisht parimet e Kodit të sjelljes, i cili ndalon gjuhën diskriminuese, seksiste dhe nxitjen e urrejtjes mbi bazë gjinore.



Komentet e drejtuara ndaj Mimoza Kusari-Lilës në një postim tjetër përmbanin gjuhë të ashpër, fyese dhe shprehimisht poshtëruese mbi bazë gjinore, duke tejkaluar çdo kufi të pranueshëm të diskursit publik. Fyerje si “qelbsir”, “kudër”, “e marrume”, “mbeturin”, dhe “llaskucja e radojqiqit”

bartin konotacione poshtëruese dhe seksualizuese, të menduara për ta poshtëruar atë si grua dhe për ta paraqitur si të pavlerë dhe të turpshme në sytë e publikut.

Këto komente nuk përmbajnë asnjë element të debatit politik apo ideologjik – ato janë të mbushura vetëm me urrejtje personale dhe paragjykim gjinor, duke e lidhur një grua në politikë me etiketime të tradhtisë morale, seksuale dhe kombëtare. Përmes termave si “e marrume” dhe “llaskucja e radojqit”, sulmi merr ngjyrim si politik ashtu edhe etnik, duke e paraqitur atë si “të njollosur” në aspektin moral dhe kombëtar.



Gjuha e tillë përbën shkelje serioze të Kodit të sjelljes dhe të standardeve të komunikimit publik, pasi jo vetëm që sulmon një person mbi bazë gjinore, por edhe nxit urrejtje, përcmim dhe dhunë simbolike ndaj grave në politikë.

Një shembull tjetër i gjuhës së urrejtjes dhe i gjuhës poshtëruese mbi bazë gjinore vjen nga Zafir Berisha, kandidat i Unionit Demokratik të Prizrenit për kryetar të Prizrenit, drejtuar kundër një gruaje në pozitë publike – presidentes së Republikës, Vjosa Osmani.

Postimi përdor gjuhë poshtëruese, duke e përshkruar atë si "*soji i [Vjosa Osmani]*" dhe duke shtruar pyetjen "*A ka më ofendim për një shtet*" lidhur me zgjedhjen e saj si presidente. Këto shprehje shkojnë përtej kritikës politike, duke u shndërruar në komente seksiste dhe përjashtuese që mohojnë legjitimitetin e saj si grua në një pozitë të lartë shtetërore.

Berisha e portretizon presidenten Osmani si "*bashkëfajtores [...] për shkatërrimin e shtetit*" dhe thotë tutje se "*ajo po rren*", duke përdorur një ton me ngjyrimë emocionale që e paraqet atë si të pavlerë, mashtruese dhe të papërshtatshme për të udhëhequr. Shprehja "*Nginu Vjosë e Albin*" është një frazë përçmuese dhe degraduese, e menduar për ta poshtëruar presidenten personalisht dhe publikisht, shumë përtej kufijve të kritikës legjitime politike.

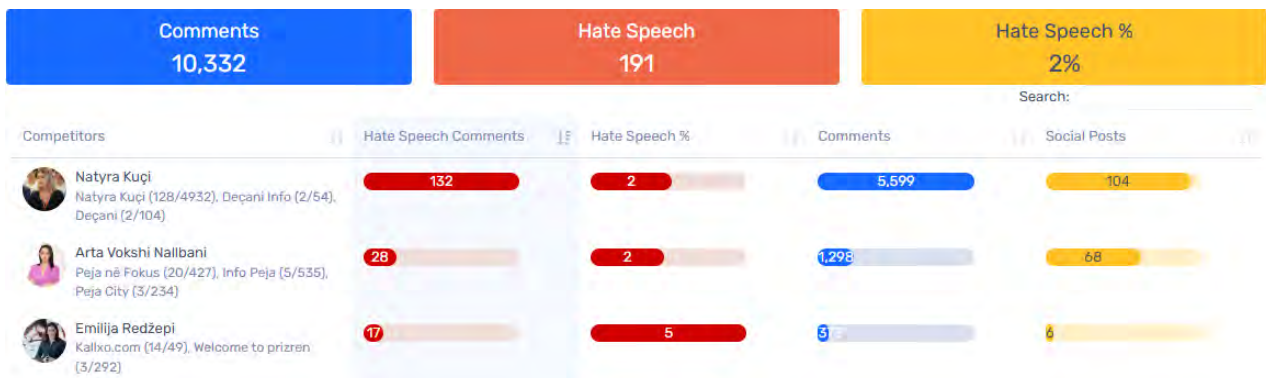
Ky postim përbën një shkelje të drejtpërdrejtë të Kodit të Sjelljes, i cili ndalon shprehimisht gjuhën seksiste, diskriminuese dhe poshtëruese ndaj grave në politikë. Ai kontribuon në normalizimin e sulmeve mbi bazë gjinore dhe të diskursit përjashtues, duke minuar standardet e respektit dhe barazisë gjinore në fushatat elektorale dhe duke e zhvendosur debatin publik nga çështjet politike të fyerjet personale dhe paragjykimet gjinore.

Këto raste dëshmojnë se dhuna verbale online mbi bazë gjinore mbetet një nga format më të zakonshme të sulmit politik në mediat sociale – duke minuar drejtpërdrejt pjesëmarrjen e barabartë të grave në jetën publike dhe politike.

Përmes monitorimit të mediave sociale duke përdorur platformën Pikasa, u analizuan mbi 10,000 komente në profilet e grave [kandidate] në zgjedhjet lokale, si dhe në profile të tjera publike që publikuan përmbajtje të lidhur me to.

Nga ky numër i përgjithshëm komentesh, 2% përmbanin në mënyrë eksplicite gjuhë urrejtjeje mbi bazë gjinore. Kandidatja më e targetuar ishte Natyra Kuçi (PSD, Komuna e Deçanit), me 132 komente që përmbanin gjuhë poshtëruese ose fyese. Pas saj renditet Arta Vokshi Nallbani (PDK, Komuna e Pejës) me 28 komente, dhe Emilija Redžepi (NDS, Komuna e Prizrenit) me 17 komente me gjuhë urrejtjeje. Megjithatë, krahasuar me numrin e përgjithshëm të komenteve në profilet e tyre, Redžepi kishte përqindjen më të lartë të komenteve me gjuhë urrejtjeje (5%).

## Monitorimi i Kodit të sjelljes për përdorimin e përgjegjshëm të rrjeteve sociale gjatë zgjedhjeve lokale 2025



Ndonëse përqindja e përgjithshme (2%) mund të duket e ulët, ajo tregon një prani të vazhdueshme të gjuhës poshtëruese ndaj grave në hapësirën digjitale, veçanërisht gjatë periudhave elektorale. Të dhënat nuk sugjerojnë se gratë [kandidate] targetohen sistematikisht më shpesh sesa burrat; përkundrazi, ato tregojnë se kur gratë sulmohen, përmbajtja e atyre sulmeve shpesh pasqyron modele të bazuara në gjini – duke u fokusuar te pamja, karakteri i perceptuar ose duke vënë në dyshim përshtatshmërinë e tyre për jetën publike. Këto forma të armiqësisë online janë pasqyrim i stereotipave më të gjerë shoqëror që i paraqesin gratë si më pak kompetente ose më pak legjitime si figura politike.

Në të njëjtën kohë, variacioni mes kandidateve individuale tregon se ekspozimi formësohet nga faktorë shtesë si përkatësia partiake, dukshmëria mediatike dhe madhësia e partisë politike. Gratë me profile më të shquara publike ose ato që perceptohen si cak më i lehtë për shkak të mbështetjes më të dobët politike përballen me cenueshmëri më të madhe. E rëndësishme është të ceket se natyra e sulmeve reflekton një dinamikë të “*vështrimit mashkullor*”: gratë gjykohen në bazë të pamjes fizike ose tipareve personale në mënyra që burrat zakonisht nuk i përjetojnë, duke përforcuar kështu barrierat e bazuara në gjini ndaj pjesëmarrjes së tyre të plotë në jetën publike.

Rasti i ish-zëvendëskryeminstres boshnjake, Emilija Redžepi, e cila mori komente negative në 5% të postimeve që e përmendnin, tregon se niveli i armiqësisë online nuk lidhet patjetër me famën ose numrin e ndjekësve. Përkundrazi, ai duket se ndikohet nga përkatësia etnike ose politike, e cila dikton mënyrën se si disa figura publike perceptohen dhe diskutohen në hapësirën online.

## **Përfundime**

Raporti tregon se mediat sociale u shndërruan në një arenë të rëndësishme të komunikimit politik gjatë fushatës për zgjedhjet lokale të vitit 2025 dhe, po aq me rëndësi, në një hapësirë ku qarkullon gjerësisht gjuha përçarëse dhe poshtëruese. Në vend se të lehtësonte debatet substanciale mbi programet dhe zgjedhjet politike, pjesa më e madhe e diskursit online u dominua nga akuza, fyerje, dezinformata dhe sulme personale.

Gjithsej u identifikuan 152 shkelje të Kodit të Sjelljes për përdorimin e përgjegjshëm të rrjeteve sociale dhe të standardeve të tjera etike e ligjore. Rreth 70% e këtyre shkeljeve përfshinin shprehje armiqësore ose poshtëruese, ndërsa pjesa tjetër përfshinte ngacmime personale, shpifje dhe pretendime lajthitëse. Shumica dërmuese e shkeljeve ndodhi në Facebook, duke reflektuar rolin qendror të kësaj platforme në shtrirjen e komunikimit politik dhe angazhimin publik në Kosovë.

Aktorët që u lidhën më shpesh me shkeljet ishin kandidatët për kuvendet komunale (66%), ndërsa analistët politikë dhe faqet mediatike përbënin edhe 24% të tjera. Kjo shpërndarje sugjeron se gjuha polarizuese nuk kufizohet vetëm te politikanët e profilit të lartë, por formësohet edhe nga zëra të tjerë me ndikim në sferën publike.

Në nivel partish, Lëvizja VETËVENDOSJE!, PDK, Alternativa dhe AAK ishin më shpesh të targetuara nga shkeljet. PDK ishte më e targetuara nga komentet negative të përdoruesve, duke treguar se partitë që prodhojnë përmbajtje polarizuese shpesh janë edhe objekt i saj – duke reflektuar një mjedis politik të tipit “*sy për sy, dhëmb për dhëmb*”.

Armiqësia mbi bazë gjinore u shfaq si një shqetësim domethënës. Gratë në politikë shpesh u përballën me komente poshtëruese që kishin për cak pamjen, karakterin ose jetën private të tyre, në vend të qëndrimeve politike. Këto modele të përsëritura ilustrojnë se stereotipat gjinorë vazhdojnë të formësojnë sjelljen online dhe paraqesin një barrierë shtesë për pjesëmarrjen e barabartë të grave në jetën publike. E rëndësishme është të ceket se reagimet ndaj grave dallonin si në ton, ashtu edhe në përmbajtje nga ato që zakonisht drejtohen ndaj burrave në politikë.

Në përgjithësi, të dhënat treguan mangësi të respektimit të standardeve etike dhe të llogaridhënies në komunikimin online, duke kontribuar në një mjedis informativ më të polarizuar dhe armiqësor gjatë fushatës elektorale. Ndërsa mediat sociale mbeten një kanal i rëndësishëm për promovimin e pjesëmarrjes politike dhe transparencës, prevalenca e sulmeve personale dhe retorikës polarizuese minon cilësinë e debatit publik dhe ndikon në besimin e qytetarëve ndaj proceseve politike. Së këndejmi, gjetjet nxjerrin në pah nevojën për një fokus më të madh mbi ndikimin e komunikimit digjital në integritetin elektorale në Kosovë.



## Aneksi 1: Kodi i sjelljes për përdorimin e përgjegjshëm të rrjeteve sociale gjatë zgjedhjeve lokale në Kosovë

### Preambulë

*Duke kujtuar* zotimin ndërkombëtar të Kosovës për të respektuar normat demokratike dhe integritetin elektoral, siç janë të mishëruara në Kushtetutë, rekomandimet e Misioneve të Vëzhgimit të Zgjedhjeve të Bashkimit Evropian të angazhuara gjatë cikleve të mëparshme elektorale, Marrëveshjen e Stabilizim-Asociimit (MSA) me Bashkimin Evropian, Kodin e sjelljes të Komisionit Qendror të Zgjedhjeve për subjektet politike, mbështetësit e tyre dhe kandidatët, si dhe detyrimet e Kosovës në kuadër të procesit të integritetit evropian;

*Duke pranuar* rëndësinë e rrjeteve sociale në formësimin e opinionit publik gjatë zgjedhjeve në Kosovë, nevojën për të kultivuar një mjedis online që mbron integritetin, transparencën dhe drejtësinë e zgjedhjeve, duke u mundësuar të gjithë qytetarëve të marrin vendime të informuara në frymën e paqes, tolerancës dhe respektimit të sundimit të ligjit;

*Duke riafirmuar* zotimin tonë për zbatimin e plotë të ligjeve dhe rregullave elektorale; standardeve demokratike; etikës në marrjen me politikë; mosdiskriminimit; mbrojtjes së privatësisë së të dhënave; si dhe qasjes në informacion të verifikuar dhe të paanshëm gjatë tërë procesit elektoral;

*Duke njohur* rëndësinë e verifikimit të fakteve dhe ofrimit të informacionit profesional, të saktë dhe objektiv; duke respektuar Kodin e etikës së Këshillit të Mediave të Shkruara të Kosovës, duke vepruar në përputhje me legjislacionin dhe aktet nënligjore të Komisionit të Pavarur të Mediave, si dhe duke ndjekur standardet dhe praktikën e pranuar ndërkombëtare në gazetari;

*Duke njohur* rëndësinë e parandalimit të dezinformimit, gjuhës së urrejtjes dhe përmbajtjes së manipuluar në rrjetet sociale dhe mediat online, si dhe të ndërtimit të besimit të qytetarëve në proceset demokratike përmes angazhimit etik dhe profesional, duke iu kundërvënë dhunës online dhe

stereotipave të dëmshëm që prekin në mënyrë disproporcionale kandidatët dhe aktivistët nga grupet e margjinalizuara;

*Duke pranuar Deklaratën për dhunën ndaj grave në politikë dhe jetën publike si një instrument të rëndësishëm jo-detyrues, që riafirmon tolerancën zero ndaj dhunës apo frikësimit kundër grave në politikë, dhe duke theksuar nevojën urgjente për të parandaluar dhe adresuar të gjitha format e dhunës dhe ngacmimit ndaj grave të angazhuara në jetën politike dhe publike, përfshirë edhe në hapësirat online;*

Ne, subjektet politike, mediat dhe organizatat e shoqërisë civile të nënshkruara në vijim, zotohemi për sa vijon:

## **I. Partitë politike dhe kandidatët**

### **Të përdorim kanalet zyrtare të komunikimit**

- Të përdorim vetëm llogaritë zyrtare dhe të verifikuara të partive, kandidatëve dhe fushatave elektorale për komunikim politik.
- Të shmangim përdorimin e llogarive anonime, të rreme ose që krijohen në emër të dikujt tjetër për të shpërndarë përmbajtje politike apo për të sulmuar kundërshtarët.

### **Të sigurojmë transparencë në reklamimin e paguar**

- Të etiketojmë qartë të gjitha reklamimet e paguara në platformat e mediave sociale, me qëllim rritjen e transparencës dhe llogaridhënies politike, duke shmangur mospërputhjet mes shpenzimeve të deklaruar dhe atyre reale.
- Të deklarojmë shpenzimet për të gjitha format e reklamimit digjital, përfshirë përmbajtjen e sponsorizuar, bashkëpunimet me persona "influencues" dhe shërbimet e palëve të treta.
- Të përdorim mjetet për transparencën e reklamave që ofrohen nga platformat (p.sh. *Meta Ad Library*, *TikTok Ads Library*, *Google Ads Transparency Center*) për të forcuar dukshmërinë dhe besimin publik,

në përputhje me detyrimet që Akti për Shërbimet Digjitale (ang. *Digital Services Act*, shkurt DSA) u kërkon platformave të mëdha që operojnë në BE.

### **Të krijojmë dhe shpërndajmë informacion të saktë dhe të verifikuar**

- Të verifikojmë vërtetësinë dhe saktësinë e informacionit para publikimit ose shpërndarjes, përfshirë përmes bashkëpunimit më të ngushtë me verifikues të certifikuar të fakteve.
- Të korrigjojmë menjëherë çdo informacion të rremë ose lajthitës që është ndarë, qoftë me qëllim apo aksidentalisht.
- Të ofrojmë informacion të saktë dhe transparent mbi procesin elektoral, në mënyrë që qytetarët të mund të marrin vendime të informuara.

### **Të respektojmë ligjet elektorale dhe standardet etike**

- Të respektojmë kornizën ligjore të zgjedhjeve në Kosovë, Kodin e sjelljes për subjektet politike, si dhe të gjitha aktet nënligjore dhe rregulloret përkatëse që rregullojnë sjelljen gjatë fushatës elektorale, si *offline* ashtu edhe *online*.

### **Të promovojmë një fushatë konstruktive dhe përfshirëse**

- Të nxisim debat konstruktiv dhe të shmangim sulmet personale apo akuzat e pabazuara.
- Të promovojmë respektin dhe barazinë në të gjitha format e komunikimit dhe aktivitetet e fushatës elektorale, si *offline* ashtu edhe *online*.
- Të sigurojmë që gratë dhe burrat, si dhe individët e marginalizuar, të marrin pjesë në mënyrë të sigurt dhe të barabartë në jetën politike, si *offline* ashtu edhe *online*.

## **Të parandalojmë dhe të përmbahemi nga përmbajtjet e dëmshme online**

Partitë politike dhe kandidatët, mbështetësit dhe të afërmit e tyre nuk krijojnë apo promovojnë përmbajtje si ato më poshtë:

### *Dezinformim dhe keqinformim*

- Informacion i rremë ose përmbajtje e manipuluar që ka për qëllim të mashtrorë, të shtrembërojë të vërtetën ose të dëmtojë qëllimisht një individ, grup shoqëror apo organizatë.
- Kjo përfshin imazhe, audio ose video të manipuluar, si dhe përmbajtje digjitale sintetike (p.sh. "deepfakes") që përdoren për të lajthitur ose ndikuar votuesit.

### *Përmbajtje urrejtjeje dhe nxitje për dhunë*

- Gjuhë diskriminuese, nxitëse ose çnjerëzuese që synon individë ose grupe bazuar në seks, gjini, racë, etni, prejardhje gjeografike (p.sh. urbane kundërshtim rurale), gjuhë, fe, bindje politike ose orientim seksual. Vëmendje e veçantë u kushtohet grave që janë kandidatë, aktiviste, gazetarë dhe figura publike. Kjo përfshin edhe tentativat për përdorimin e gjuhës së fshehur ose të koduar për të shmangur bllokimin nga platformat dhe për të përhapur urrejtje ose për të nxitur konflikt.

### *Operacione të koordinuara për ndikim*

- Përdorimi ose koordinimi i rrjeteve të llogarive me porosi (përfshirë "bots", "trolls" dhe "cyberbullies"), qoftë drejtpërdrejt ose përmes palëve të treta, për të manipuluar mjedisin informativ online ose për të simuluar mbështetje të rreme. Këto praktika nuk duhet të përdoren për të diskredituar ose heshtur individë apo grupe shoqërore, veçanërisht gratë ose zërat e pakicave në proceset politike.

### *Ngacmim*

- Çdo përmbajtje që bën që individët të ndihen të pasigurt ose të bëhen cak i frikësimit apo ngacmimit, qoftë fizikisht apo online.

- Vëmendje e veçantë i kushtohet mbrojtjes së grave nga ngacmimi, kërcënimet dhe abuzimet me bazë gjinore *online*, përfshirë sulmet digjitale të koordinuara, publikimin e të dhënave personale ("doxxing") dhe përmbajtjen e seksualizuar.

## **II. Mediat**

### **Të respektojmë standardet etike dhe ligjore**

- Të respektojmë Kodin e etikës së Këshillit të Mediave të Shkruara të Kosovës dhe ligjet e tjera përkatëse që lidhen me media, zgjedhje dhe informim.
- Të sigurojmë që i gjithë mbulimi politik të përmbushë standardet e saktësisë, paanshmërisë dhe integritetit profesional.
- Të zbatojmë një qasje të ndjeshme ndaj gjinisë në të gjitha raportimet, duke shmangur gjuhën seksiste, stereotipat ose paraqitjet e njëanshme të grave, burrave që nuk përputhen me normat tradicionale gjinore, si dhe të pakicave gjinore në politikë.

### **Të sigurojmë transparencë në reklamimin politik**

- Të raportojmë dhe vlerësojmë saktësinë e reklamave politike, duke i dalluar qartë reklamat e paguara politike nga përmbajtja editoriale.

### **Të parandalojmë dhe të përmbahemi nga përmbajtjet e dëmshme online**

Mediat dhe gazetarët sigurojnë që raportimi dhe prania e tyre *online* nuk përfshin apo promovon:

#### *Dezinformim dhe keqinformim*

- Krijimi ose shpërndarja e përmbajtjes së paverifikuar, të rreme ose lajthitëse, qoftë në lajme, emisione politike të ri-transmetuara në media *online*, tituj, pamje vizuale apo mbulim të fushatës elektorale.

- Kur ndahen deklarata nga figura publike, duhet të theksohet qartë nëse ato janë reflektim i opinioneve personal apo janë fakte që janë verifikuar tashmë. Kjo përfshin imazhe, audio ose video të manipuluar, si dhe përmbajtje digjitale sintetike (p.sh. "deepfakes") që përdoren për të lajthitur ose ndikuar votuesit.
- Theksimi dhe nxjerrja në pah në mënyrë aktive e modeleve të abuzimit, ngacmimit ose fushatave të koordinuara të dezinformimit online që synojnë individë bazuar në gjininë ose aspekte të tjera të identitetit të tyre, veçanërisht format e manipulimit që shfrytëzojnë pamjen, jetën personale ose skandalet e fabrikuara.

### *Gjuhë urrejtjeje dhe nxitje*

- Gjuhë diskriminuese, nxitëse ose çnjerëzuese që synon individë ose grupe bazuar në seks, gjini, racë, etni, prejardhje gjeografike, gjuhë, fe, bindje politike ose orientim seksual.
- Kjo përfshin tentativat për përdorimin e gjuhës së fshehur ose të koduar për të shmangur bllokimin nga platformat dhe për të përhapur urrejtje apo për të krijuar konflikt.

### *Ngacmim*

- Çdo përmbajtje që bën që individët të ndihen të pasigurt ose të bëhen cak i frikësimit apo ngacmimit, qoftë fizikisht apo online, përfshirë sulmet personale ose amplifikimin e narrativave armiqësore.
- Vëmendje e veçantë i kushtohet dhunës digjitale dhe ngacmimit me bazë gjinore, si fyerjet seksiste, abuzimi i seksualizuar, kërcënimet, publikimit të informacionit personal ("doxxing") dhe sulmet ndaj reputacionit që në mënyrë disproporcionale synojnë gratë në jetën publike.

## **Të promovojmë mbulim objektiv, të saktë dhe të balancuar**

- Të zhvillojmë raportim objektiv dhe konstruktiv për kandidatët dhe ekipet e fushatës elektorale, pa përdorur gjuhë që nënçmon individët bazuar në seks, gjini, etni, aftësi të kufizuara, fe, orientim seksual apo shenja të tjera identitare.

- Të verifikojmë faktet dhe t'i kushtojmë kujdes të veçantë saktësisë dhe kontekstit të gjithë përmbajtjes politike, posaçërisht narrativave që prekin në mënyrë disproporcionale grupet e cënueshme me informata të rreme ose lajthitëse.
- Të përpiqemi të sigurojmë dukshmëri të barabartë për kandidatët e ndryshëm, duke u dhënë hapësirë grupeve të nënpërfaqësuar për të artikuluar qëndrimet e tyre politike.
- Të angazhohemi për bashkëpunim të shtuar ndërmjet mediave për të zvogëluar polarizimin në mjedisin informativ të Kosovës dhe për të promovuar një diskurs publik më konstruktiv.

### **III. Organizatat e Shoqërisë Civile**

#### **Të bashkëpunojmë për zbatimin e Kodit**

- Të vazhdojmë bashkëpunimin me të gjithë aktorët për të rritur ndërgjegjësimin dhe për të zbatuar zotimet e dala nga ky Kod i sjelljes.
- Të promovojmë pjesëmarrjen e grupeve të cënueshme, përfshirë komunitetet jo-shumicë, në aktivitetet elektorale dhe shpërndarjen e informacionit.
- Të promovojmë pjesëmarrjen e grave dhe pakicave gjinore në këto përpjekje, përfshirë edhe në aktivitetet e monitorimit.

#### **Të nxisim ndërgjegjësimin e votuesve**

- Të rrisim ndërgjegjësimin e qytetarëve për rëndësinë e informacionit të saktë gjatë procesit elektoral, përfshirë përmes fushatave online dhe offline mbi zgjedhjet, mediat dhe edukimin digjital.
- Të ofrojmë informacion elektoral të besueshëm dhe të qasshëm për elektoratin e larmishëm, duke adresuar barriera si gjuha, niveli i arsimit dhe konektiviteti digjital.

## **Të përkrahim pjesëmarrjen dhe përfshirjen**

- Të mbështesim dhe inkurajojmë pjesëmarrjen aktive të të gjithë qytetarëve në procesin elektorale, përfshirë gratë, të rinjtë dhe grupet e nënpërfaqësuar, përmes fushatave të synuara të informimit dhe angazhimit të votuesve.
- Të promovojmë zërat dhe praninë e tyre në hapësirën publike dhe në procesin elektorale, duke përfshirë iniciativat qytetare që kanë në fokus zgjedhjet.

## **Të mbrojmë privatësinë dhe t'u përmbahemi standardeve etike**

- Të promovojmë mbrojtjen e privatësisë dhe të dhënave personale të votuesve dhe kandidatëve, me fokus në shmangien e mikro-targetimit të votuesve pa lejen e tyre paraprake.
- Të sigurojmë që mbrojtja e privatësisë t'i kushtojë vëmendje të veçantë rreziqeve me të cilat përballen gratë dhe individët e marginalizuar, të cilët shpesh janë cak i publikimit të të dhënave personale ("doxxing") dhe ekspozimit online.

## **Të monitorojmë dhe të raportojmë përmbajtjen e dëmshme**

- Një trup monitorues, i përbërë nga pesë monitorues në terren, do të mbikëqyrë hapësirën online dhe rrjetet sociale për të vlerësuar respektimin e Kodit të sjelljes dhe për të raportuar çdo shkelje. Periudha e monitorimit do të zgjasë tetë javë: dy javë para periudhës zyrtare njëmuajore të fushatës elektorale dhe gjatë gjithë fushatës. Të gjitha rastet e identifikuara të respektimit dhe mosrespektimit të Kodit të sjelljes do të dokumentohen në raporte javore dhe do të përmbledhen në një raport përfundimtar pas zgjedhjeve.



## **Përfundim**

Me nënshkrimin e këtij Kodi të sjelljes, ne riafirmojmë përgjegjësinë tonë të përbashkët për të mbrojtur integritetin e diskursit në sferën *online* gjatë zgjedhjeve të ardhshme në Kosovë. Ne zotohemi të krijojmë një mjedis elektoral të sigurt dhe përfshirës, në të cilin të gjithë votuesit, pavarësisht gjinisë, etnisë, aftësisë së kufizuar, fesë, orientimit seksual apo shenjave të tjera identitare, kanë mundësi të marrin vendime të informuara, pa manipulim, frikësim apo abuzim.

**Nënshkruar më 3 shtator në Swiss Diamond Hotel, Prishtinë, Kosovë.**



## Aneksi 2: Lista e nënshkruesve të deklaratës së Kodit

### Partitë Politike

- Partia URA
- Aleanca për Ardhmërinë e Kosovës (AAK)
- Alternativa
- Iniciativa e Re Demokratike e Kosoves (IRDK)
- Lëvizja VETËVENDOSJE! (LVV)
- Nisma Socialdemokrate (NISMA)
- Partia Demokratike e Kosovës (PDK)
- Nova Demokratska Stranka (NDS) [Partia e Re Demokratike]

### Mediat

- Kallxo.com
- Kosovo 2.0
- Medija centar - Čaglavica [Qendra mediale në Čagllavicë]
- Telegrafi.com
- RTV MIR

## **Organizatat e Shoqërisë Civile**

- Lëvizja FOL (FOL)
- Hibrid.info
- Youth Initiative for Human Rights (YIHR) [Nisma e të Rinjve për të Drejtat e Njeriut]
- Prishtina Institute for Political Studies (PIPS) [Instituti i Prishtinës për Studime Politike ]
- Kosovo Centre for Security Studies (KCSS) [Qendra Kosovare për Studime të Sigurisë]
- OJQ AKTIV
- Democracy Plus (D+) [Demokraci Plus]
- Kosova Democratic Institute (KDI) [Instituti Demokratik i Kosovës]
- Democracy for Development (D4D) [Demokraci për zhvillim]
- Advocacy Center for Democratic Culture (ACDC) [Qendra Avokuese për Kulturë Demokratike]

## Aneksi 3: Fjalorth i termave kryesorë

|                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|--------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Gjuhë e urrejtjes</b>                         | Gjuhë që nxit diskriminim, armiqësi ose dhunë ndaj individëve ose grupeve, bazuar në karakteristika si etnia, gjinia, feja, përkatësia politike ose shenja të tjera identitare.                                                                                         |
| <b>Dezinformim</b>                               | Informacion i rremë ose lajthitës që krijohet dhe ndahet me qëllim për të mashtruar ose manipuluar opinionin publik.                                                                                                                                                    |
| <b>Keqinformim</b>                               | Informacion i pasaktë ose lajthitës që ndahet pa qëllim mashtrimi, shpesh si rezultat i keqkuptimit ose mungesës së verifikimit.                                                                                                                                        |
| <b>Informacion jashtë kontekstit / lajthitës</b> | Përmbajtje e saktë e paraqitur në mënyrë lajthitëse, duke hequr ose modifikuar kontekstin origjinal për të shtrembëruar kuptimin ose perceptimin.                                                                                                                       |
| <b>Gjuhë shpifëse / poshtëruese</b>              | Fjalë ose shprehje që ofendojnë, degradojnë ose dëmtojnë reputacionin e individëve ose grupeve përmes komenteve fyese ose poshtëruese.                                                                                                                                  |
| <b>Meme</b>                                      | Element vizual ose tekstual – shpesh humoristik ose satirik – i ndarë në media sociale për të komentuar çështje shoqërore, kulturore ose politike; në disa raste, përdoret për të përhapur stereotipa, për të tallur individë ose për të përforcuar narrativa politike. |

Instituti Demokraci për Zhvillim (D4D) është themeluar në prill të vitit 2010 nga një grup i analistëve të cilët ishin gjithnjë e më të shqetësuar se procesi i shtet-ndërtimit e kishte anashkaluar demokracinë. Vizioni i D4D është të promovojë qytetarë aktivë dhe të arsimuar, të cilët marrin pjesë plotësisht në hapësirën publike dhe e përdorin atë për përfaqësim dhe vendimmarrje për të diskutuar dhe ndërtuar konsensus mbi ndarjen e burimeve që janë efikase, të shpejta, afatgjate dhe që çojnë në zhvillim të barabartë. D4D ndikon në politika specifike, promovon një qasje ndërsektoriale ndaj zgjidhjes së problemeve dhe adreson rutinat e vendimmarrjes institucionale duke rekomanduar përmirësime graduale dhe vepron me efektivitet maksimal për të promovuar plotësisht stabilizimin dhe zhvillimin demokratik të Kosovës.



Për më shumë informacion rreth aktiviteteve të D4D, ju lutemi vizitoni faqen tonë të internetit:

**[www.d4d-ks.org](http://www.d4d-ks.org)**

