

VLERËSIMI PUBLIK I NJOHURIVE MEDIALE DHE INFORMATIVE

Prezantimi i rezultateve

TABELA E PËRMBAJTJES

TABELA E PËRMBAJTJES	3
Lista e shkurtesave.....	4
Lista e tabelave.....	5
Lista e figurave.....	6
Përmbledhje Ekzekutive	7
Hyrje.....	8
Metodologjia e Anketës	8
Dizajni i mostrës.....	9
Zhvillimi i pyetësorit	9
Mbledhja e të dhënave.....	9
Prezantimi i Rezultateve.....	10
Seksioni 1: Konsumi, përdorimi dhe frekuenca e mediave	10
Seksioni 2: Edukimi medial.....	13
Seksioni 3: Siguria e Informacionit	18
Seksioni 4: Përmbajtja fyese në media	21
Seksioni 5: Privatësia dhe siguria në internet.....	23
Përfundimet	27
Rekomandime.....	29
Shtojca 1 – Shpërndarja e mostrës për komunë	30
Prezantimi i të dhënave demografike	30
Shtojca 2: Pyetësi i anketës.....	33

Lista e shkurtesave

CAPI	Intervistë Personale me Ndihmën e Kompjuterit
EDUFI	Agjencia Kombëtare Finlandeze për Arsimin
GC&DA	Global Consulting & Development Associates
MIL	Edukimi mbi Median dhe Informacionin
MASHTI	Ministria e Arsimit, Shkencës, Teknologjisë dhe Inovacionit
MeE	Ministria e Edukimit
OSBE	Organizata për Siguri dhe Bashkëpunim në Evropë
OSBE	Misioni i OSBE-së në Kosovë

Lista e tabelave

Tabela 11- Shpërndarja e popullsisë për komunë	30
Tabela 2 - Shpërndarja etnike	31

Lista e figurave

Figura 1 - A keni qasje në internet?	10
Figura 2 - A keni pajisje personale të cilën mund ta kyçni në internet?	11
Figura 3 - Çfarë burimi informacioni përdorni dhe sa shpesh?	11
Figura 4 - Cilat rrjete të mediave sociale i përdorni dhe sa shpesh	12
Figura 5 - Në çfarë kohe të ditës zakonisht i kontrolloni burimet tuaja të informacionit?	12
Figura 6 - Sa të aftë e konsideroni veten për të lundruar nëpër burime të ndryshme në internet?.....	13
Figura 7 - A jeni të njohur me termin “edukim medial”?	14
Figura 8 - Cilat mendoni se janë sfidat kryesore të mjedisit të mediave dixhitale?	14
Figura 9 - A keni hasur ndonjëherë tituj lajmesh që nuk pasqyrojnë përmbajtjen e artikullit?	15
Figura 10 - Çfarë mendoni se e bën informacionin/lajmin të besueshëm?.....	15
Figura 11 - A mendoni se mediat në Kosovë po përdoren për të promovuar përmbajtje joadekuata?	16
Figura 12 - Kush mendoni se janë më të pambrojtur në kanalet e mediave?	16
Figura 13- A mendoni se arsimi formal duhet të përdorë edukimin medial në kurrikulat e tij?	17
Figura 14 - A mendoni se ministria përkatëse duhet të zhvillojë strategji arsimore lidhur me edukimin medial?.....	17
Figura 15 - A i përcjellni mediat në gjuhë të tjera?.....	17
Figura 16 – A jeni në dijeni për ndonjë lajm që është raportuar ndryshe në mediat Shqiptare dhe Serbe?.....	18
Figura 17 - A i besoni përmbajtjes së informacioneve që merrni nga kanalet e ndryshme mediale?	18
Figura 18 - Sa shpesh keni hasur në media përmbajtje që nuk ka qenë e vërtetë?	19
Figura 19 - A keni raportuar ndonjëherë një media apo kanal medial për transmetimin e lajmeve të rreme?.....	19
Figura 20 - A keni qenë ndonjëherë ju apo ndonjë prej anëtarëve të familjes tuaj viktimë e lajmeve të rreme apo dezinformatave në burimet e mediave?.....	20
Figura 21 - Në bazë të mendimit tuaj, ju lutem na tregoni se cilit burim të mediave i besoni më së shumti?.....	20
Figura 22 - Ju lutemi tregoni se cila është mënyra e veprimit tuaj kur shihni apo lexoni ndonjë lajm apo informacion?	21
Figura 23- Sa shpesh hasni përmbajtje fyese në burimet mediatike që përdorni?.....	21
Figura 24 - A e konsideroni veten të kërcënuar nga përmbajtjet që hasni në kanale të ndryshme mediatike?	22
Figura 25 – A mendoni se përmbajtja fyese duhet të ndalohet nga të gjitha burimet mediatike?	22
Figura 26 - A duhet të adresohen çështjet e mëposhtme të lidhura me median në Kosovë?	23
Figura 27 - A mendoni se rrjetet mediatike duhet të kërkojnë leje përpara se t'i përdorin të dhënat personale?.....	24
Figura 28 - A jeni informuar ndonjëherë për politikën e privatësisë nga burimet mediatike që keni përdorur?	24
Figura 29 - Nëse po, a e keni lexuar dhe kuptuar përmbajtjen e politikës së privatësisë?	25
Figura 30 - Sipas mendimit tuaj, a kanë burimet mediatike politikë të privatësisë dhe a e zbatojnë atë?.....	25
Figura 31 - A jeni në dijeni për të drejtat tuaja si subjekt i të dhënave të parashikuara në Ligjin për Mbrojtjen e të Dhënave Personale?	26
Figura 32 - A jeni ekspozuar ndonjëherë ndaj informacioneve që përfshinin pikat si në vijim?...26	26

Përmbledhje Ekzekutive

Ky hulumtim mbi Vlerësimin Publik të Edukimit mbi Median dhe Informacionin është kryer nga Global Consulting & Development Associates në të gjitha 38 komunat e Kosovës me një mostër prej 2,500 intervistave. Korniza e mostrës së hulumtimit ka qenë mostër përfaqësuese e ndarë sipas gjinisë, moshës, seksit, komunës, shpërndarjes urbane/rurale dhe nivelit të arsimit.

Anketa u administrua përmes Intervistës Personale me Ndihmën e Kompjuterit (CAPI), me një pyetësor të përgatitur në bashkëpunim të ngushtë me Misionin e Organizatës për Siguri dhe Bashkëpunim në Evropë (OSBE-së), në Kosovë. Procesi i mbledhjes së të dhënave ka zgjatur tri javë, ku u përfshinë 15 mbledhës të të dhënave dhe katër mbikëqyrës. Pas procesit të mbledhjes së të dhënave, të gjitha të dhënat u shfaqën në tabela dhe grafikë të cilat u prezantuan në pjesën e rezultateve të këtij raporti.

Rezultatet e anketës tregojnë se banorët e Kosovës kanë aftësi të mira në përdorimin e pajisjeve mobile dhe kompjuterike, dhe se janë shumë aktivë në kanale të ndryshme mediatike, sidomos në rrjetet sociale. Rrjetet sociale më të zakonshme të përdorura nga të anketuarit janë: Viber, Facebook, Instagram dhe WhatsApp. Të anketuarit gjithashtu konsiderojnë se e kuptojnë termin Edukim mbi Median; në fakt, një përqindje e madhe ka deklaruar se kanë hasur në informacione të rreme në media të ndryshme sociale, janë ekspozuar ndaj lajmeve të rreme, dezinformatave, gjuhës së urrejtjes, teorive të konspiracionit, etj. Përsa i përket përcjelljes së mediave në gjuhë të tjera, 61% e të intervistuarve i përcjellin mediat në gjuhë të tjera.

Të dhënat tregojnë se të anketuarit besojnë se institucionet përgjegjëse duhet të merren menjëherë me këto çështje dhe Edukimi Medial duhet të përfshihet në sistemin formal të arsimit. Për më tepër, të anketuarit kanë deklaruar se kanalet mediatike duhet të kërkojnë leje para se të përdorin përmbajtje personale dhe duhet të jenë në përputhje me Ligjin për Mbrojtjen e të Dhënave Personale.

Të dhënat nga anketa tregojnë gjithashtu se 80% e popullatës së Kosovës kanë qasje në internet dhe posedojnë një pajisje personale nga e cila mund të kenë qasje në informacione të ndryshme nga kanale të ndryshme mediatike. Bazuar në rezultatet e anketës, perceptohet se përmbajtja e informacionit të cilit i ekspozohen banorët nuk përshkruhet gjithmonë siç duhet dhe nuk perceptohet si e vërtetë. Andaj, banorëve u kërkohet të kontrollojnë më tej informacionin përmes kanaleve të ndryshme, ose konfirmimin e lajmit në kanale më të besueshme online.

Pjesa e fundit e raportit, paraqet rekomandimet e dala nga anketa, të cilat janë renditur në pjesën e fundit të këtij raporti.

Hyrje

Anketa mbi Vlerësimin Publik të Edukimit mbi Median dhe Informacionin u financua nga Misioni i OSBE-së në Kosovë dhe u zbatua nga Global Consulting & Development Associates LLC. Qëllimi kryesor i këtij hulumtimi ka qenë vlerësimi i opinionit publik mbi Edukimin mbi Median dhe Informacionin, i cili do të shërbente si mjet për identifikimin e fushave të ndërhyrjes që do të ushqehen me angazhimin e ardhshëm të OSBE-së në fushën e MIL.

Anketa po realizohet si pjesë e iniciativave më të fundit të Misionit të OSBE-së në Kosovë në fushën e edukimit medial – organizuar në kuadër të projektit “Avancimi i Edukimit mbi Median dhe Informacionin në Kosovë (2024)” – të cilat përfshijnë punën me institucionet arsimore, aktivitetet e ndërgjegjësimit dhe udhëzimet për politika. Këto përpjekje synojnë të promovojnë Edukimin mbi Median dhe Informacionin në Kosovë duke i pajisur studentët, mësuesit, prindërit dhe komunitetin e gjerë me aftësi thelbësore për të lundruar në epokën dixhitale me përgjegjësi, dhe në këtë mënyrë të bëjnë zgjedhje të informuara se si të interpretojnë mediat dhe informacionin. Ato përbëjnë një vazhdim organik të punës në terren të Misionit të OSBE-së në Kosovë që nga viti 2017.

Prandaj, qëllimi i anketës ka qenë realizimi i një vlerësimi publik për edukimin mbi median dhe informacionin. Anketa ka vlerësuar qëndrueshmërinë e publikut ndaj sfidave të mjedisit të medias dixhitale, duke përfshirë dezinformimin, sigurinë në internet, teoritë e konspiracionit dhe lajmet e rreme - duke identifikuar përfitimet dhe mangësitë.

Rezultatet e anketës prodhuan edhe rekomandime praktike për politikat për rritjen e edukimit medial në publikun e gjerë, me theks të veçantë tek të rinjtë, dhe integrimin e edukimit medial në arsimin formal. Rekomandimet e dhëna do t'u shërbejnë agjencive dhe institucioneve përkatëse për formulimin e politikave për integrimin e mëtejshëm të edukimit medial në arsimin formal.

Në këtë anketë, ne kemi intervistuar një mostër përfaqësuese prej 2,500 personash, ku prej tyre 48% kanë qenë gra, dhe 52% burra. Anketa është realizuar në shtatë regjione (Prishtinë/Priştina, Prizren, Mitrovicë/Mitrovica, Pejë/Peć, Gjiilan/Gnjilane, Ferizaj/Uroševac dhe Gjakovë/Đakovica) me shpërndarje proporcionale të mostrës në mbarë Kosovën sipas të dhënave të prezantuara nga Agjencia e Statistikave të Kosovës. E gjithë puna në terren përfundoi gjatë dy javëve, dhe rezultatet e mëposhtme paraqesin gjendjen reale mbi perceptimin e banorëve të Kosovës mbi Edukimin mbi Median dhe Informacionin në përgjithësi.

Në vijim është paraqitur një shpjegim i detajuar i rezultateve.

Metodologjia e Anketës

Metodologjia e anketës përfshinte një përzgjedhje të rastësishme të mostrës me një mostër prej 2,500 intervistash përmes shpërndarjes përfaqësuese të banorëve në Kosovë dhe ndryshoreve të tyre. Të dhënat janë administruar përmes Intervistës Personale të Ndihmuar me Kompjuter (CAPI), ku intervistat u kryen personalisht dhe të dhënat u futën njëkohësisht në internet në softuer. Kjo metodë është konsideruar si më e përshtatshme për këtë lloj anketimi, duke pasur parasysh se të dhënat mbledhen personalisht, dhe prap të gjitha janë futur në internet, duke e bërë shumë më të lehtë gjurmimin, vëzhgimin dhe prodhimin e të dhënave sasiore.

Puna në terren ka përfunduar për dy javë (duke filluar nga 25 nëntori deri më 6 dhjetor 2024), dhe pesëmbëdhjetë mbledhës të të dhënave u caktuan për të kryer intervista në mbarë

Kosovën. Shpërndarja e saktë e mostrës dhe të gjitha ndryshoret e saj janë paraqitur në tabelat në Shtojcën 1, pas pyetësorit në Shtojcën 2.

Dizajni i mostrës

Mostra e anketës ka mbuluar 38 komuna në Kosovë, me popullatën e synuar të moshës nga 15 vjeç e lart. Korniza e mostrës ka qenë një mostër përfaqësuese e bazuar në të dhënat e shpërndarjes demografike. Korniza e mostrës për këtë anketë ka përfshirë një grup prej 2,500 intervistash. Teknika e mostrimit, e përdorur gjatë anketës, ka qenë mostrimi me probabilitet shumë-fazorë, me përzgjedhje të rastësishme të të anketuarve nëpërmjet një metodologjie mostrimi të shtresuar, të administruar përmes CAPI. Mostra është shpërndarë sipas komunave, në bazë të përqindjes përfaqësuese të karakteristikave kryesore socio-demografike.

Të dhënat janë ndanë sipas karakteristikave kryesore demografike, duke përfshirë: grupmoshat, gjininë, komunën, urbane/rurale, përkatësinë etnike, arsimin dhe nivelin ekonomik. Një shpërndarje më e detajuar e mostrës është paraqitur në Shtojcën 1, ku janë të listuara të gjitha demografitë.

Zhvillimi i pyetësorit

Pyetësori është përgatitur dhe finalizuar në bashkëpunim të ngushtë me Seksionin e Mediave të Misionit të OSBE-së në Kosovë. Pyetësori është bazuar në objektivat e projektit “Avancimi i Edukimit mbi Median dhe Informacionin në Kosovë (2024)” dhe ka trajtuar çështjet që janë me interes për projektin. Pyetësori ka pasur shtatë pyetje demografike dhe 31 pyetje lidhur me temën kryesore të anketës. Pyetësori është administruar përmes CAPI.

Mbledhja e të dhënave

Për procesin e mbledhjes së të dhënave janë angazhuar 15 mbledhës të të dhënave për tri javë rresht për mbledhjen e të dhënave në terren. Gjatë procesit të mbledhjes së të dhënave nuk ka pasur ndonjë sfidë apo problem.

Mbikëqyrja e punës në terren është bërë nga katër mbikëqyrës të cilët ndodheshin çdo ditë në terren për monitorimin e procesit të mbledhjes së të dhënave.

Prezantimi i Rezultateve

Të dhënat e mëposhtme paraqesin rezultatet nga anketa e realizuar me 2,500 të anketuar, të administruara përmes CAPI dhe një pyetësori të dizajnuar në bashkëpunim të ngushtë me OSBE-në.

Seksioni 1: Konsumi, përdorimi dhe frekuenca e mediave

Rezultatet e mëposhtme prezantojnë të dhënat për konsumin, përdorimin dhe frekuencën e mediave.

Fillimisht të anketuarit janë pyetur nëse kanë qasje në internet, dhe rezultati tregon se 80% e të anketuarve kanë qasje në internet.

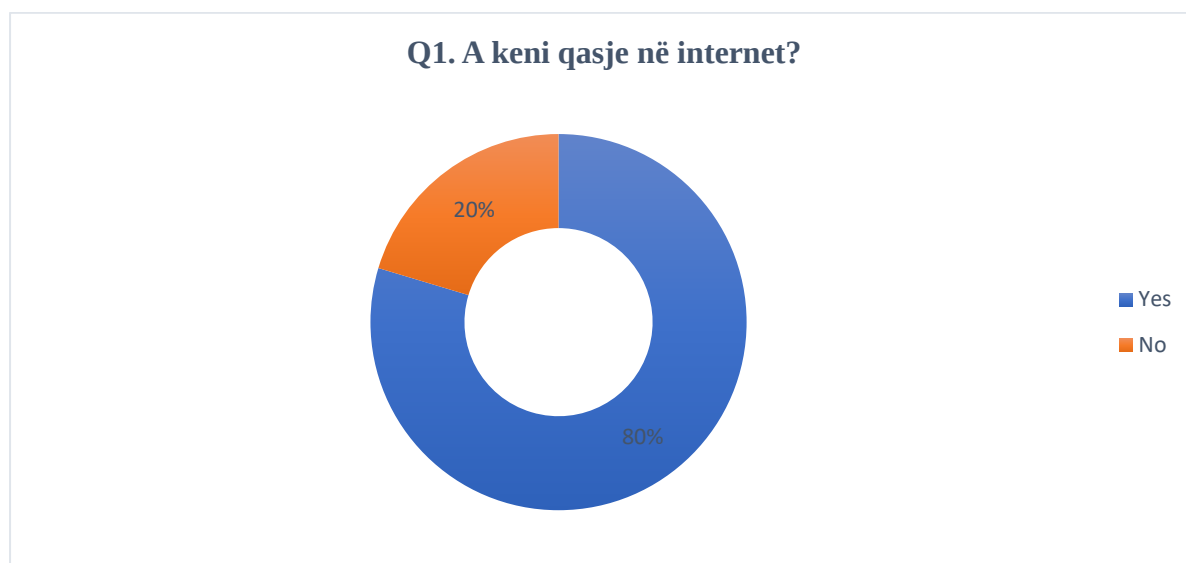


Figura 1 - A keni qasje në internet?

Së dyti, pjesëmarrësit janë pyetur nëse kanë ndonjë pajisje personale që u mundëson atyre të kyçen në internet, dhe nga 2,500 të anketuarit e intervistuar, 94.1% e tyre kanë deklaruar se kanë vetëm telefon mobil, ndërsa 1.5% kanë deklaruar se kanë telefon mobil, tablet dhe laptop që i përdorin për t'u kyçur në internet. Megjithatë, vetëm 8 të anketuar (0.3%) kanë pohuar se nuk kanë ndonjë pajisje që mund të lidhet me internet. Si të tilla, të dhënat tregojnë se shumica e të anketuarve kanë një pajisje që mund ta përdorin për të kërkuar në internet dhe pothuajse të gjithë kanë qasje në internet.

Në tabelën e mëposhtme janë paraqitur pajisjet tjera që posedojnë të anketuarit, por ato janë në përqindje shumë më të ulët.

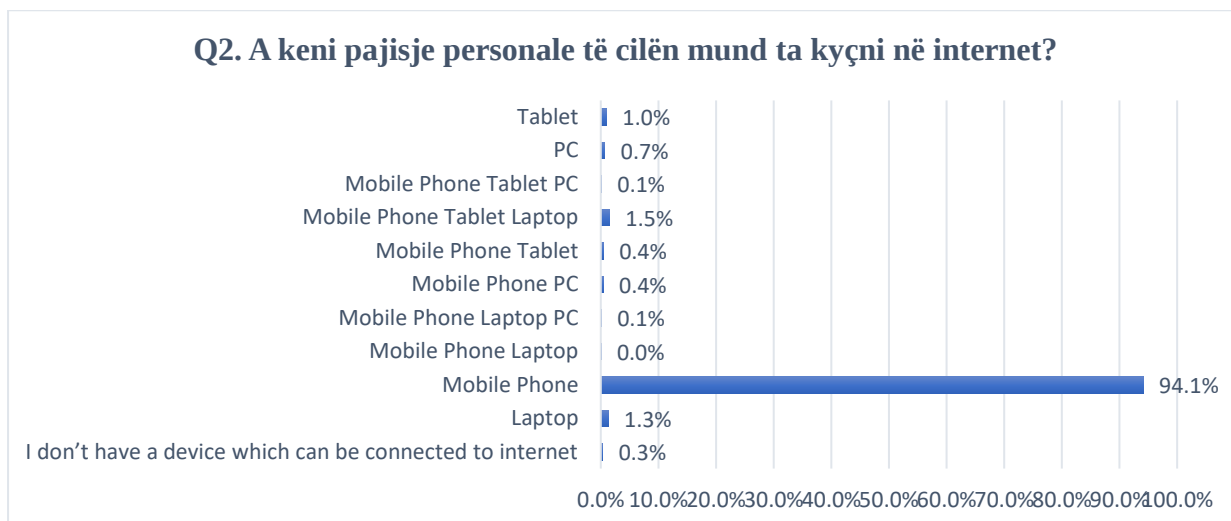


Figura 2 - A keni pajisje personale të cilën mund ta kyçni në internet?

Për më tepër, u parashtrua një pyetje për burimin e informacionit që ata përdorin dhe sa shpesh përdorin burimin e informacionit nga i cili janë informuar. Burimet kryesore të informacionit janë radio, media sociale, televizioni dhe portalet e lajmeve. Gazetat e shtypura janë burimi i fundit i informacionit që përdorin të anketuarit dhe i përdorin ato rrallë.

Burimet të anketuarit i përdorin shumë shpesh janë rrjetet sociale dhe portalet e lajmeve me një frekuencë të shpeshtë gjatë ditës dhe disa herë në ditë, pasuar nga radio me një frekuencë të lartë përdorimi prej disa herë në ditë.

Edhe burimet tjera përdoren, por në një shkallë shumë më të ulët, dhe detajet e rezultateve janë paraqitur më poshtë në tabelë.

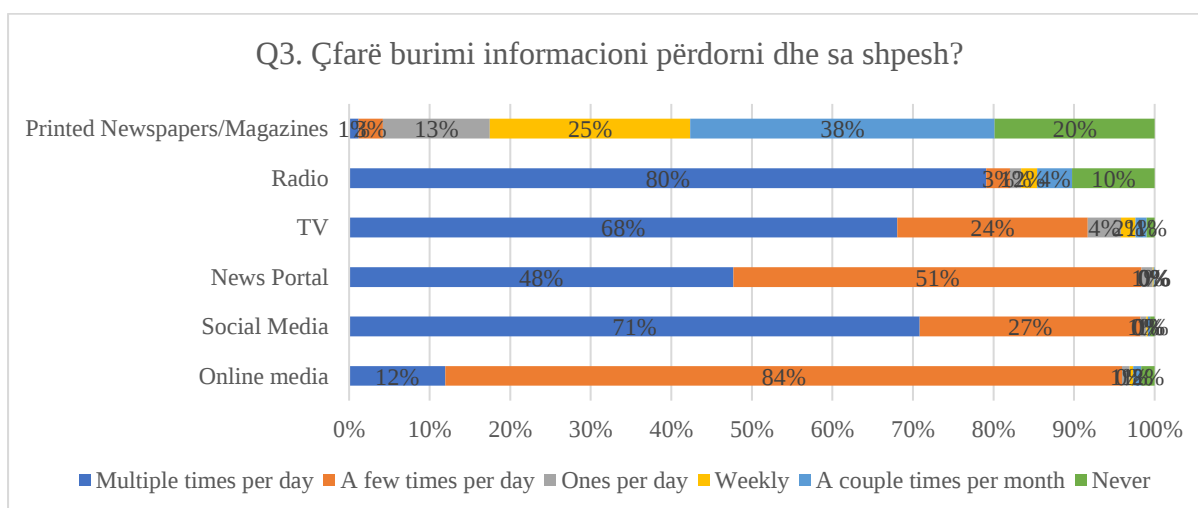


Figura 3 - Çfarë burimi informacioni përdorni dhe sa shpesh?

Rezultatet e mësipërme tregojnë se një pjesë e madhe e popullsisë përdor mediat sociale. Si e tillë, janë bërë analiza të mëtejshme se cilat aplikacione të rrjeteve sociale përdorin më së shumti.

Rezultatet tregojnë se rrjeti më i përdorur është Facebook, Instagram, Viber dhe WhatsApp. Frekuenca e përdorimit është gjithashtu shumë e lartë në të katër rrjetet, ku përqindja më e madhe e përdorimit mbetet shumë herë në ditë dhe disa herë në ditë.

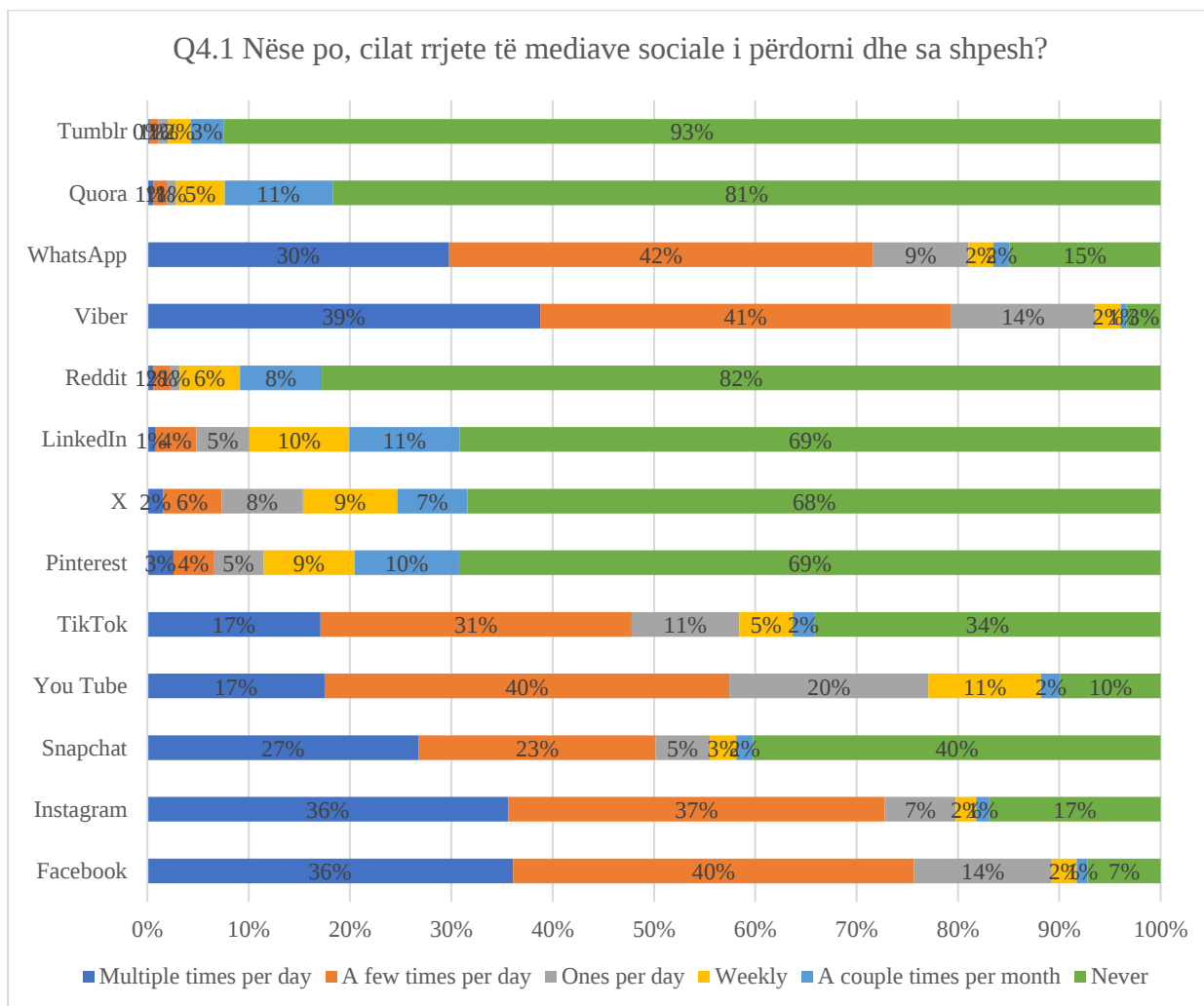


Figura 4 - Cilat rrjete të mediave sociale i përdorni dhe sa shpesh

Rrjetet sociale që nuk janë aq të njohura në Kosovë përfshijnë, Tumblr, Quora dhe Reddit. Këto rrjete kanë një përqindje prej mbi 80% se “asnjëherë” nuk i përdori. Ndërsa LinkedIn, X dhe Pinterest janë grupi i dytë më i madh pa interes dhe kurrë nuk përdorin këto aplikacione në këto rrjete është mbi 65%.

Koha e ditës që më së shumti preferohet nga banorët e Kosovës për përdorimin e rrjeteve sociale konsiderohet të jetë mbrëmja, me 32% të të anketuarve që e konfirmojnë këtë.

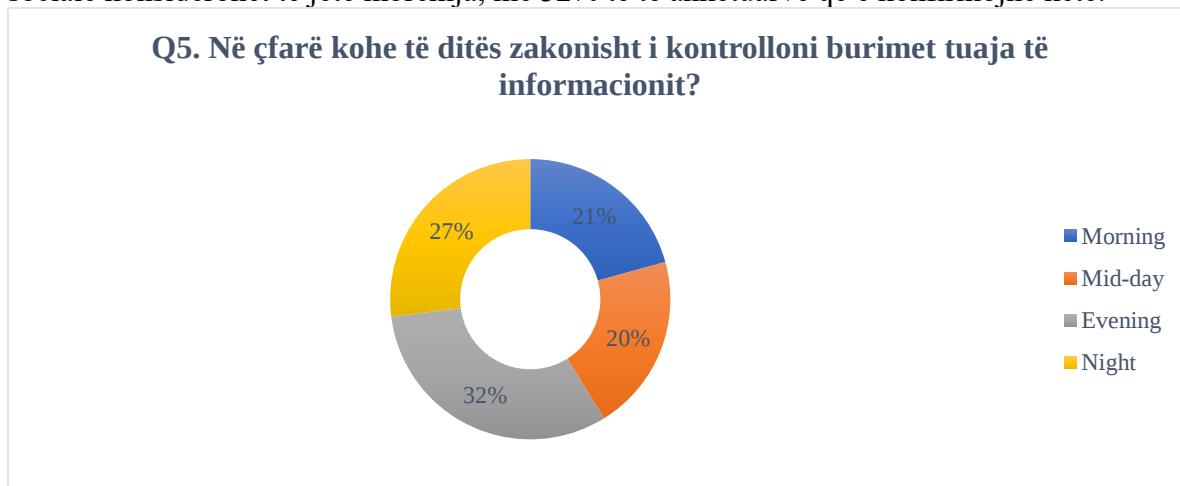


Figura 5 - Në çfarë kohe të ditës zakonisht i kontrolloni burimet tuaja të informacionit?

Për sa i përket asaj se sa të aftë banorët e Kosovës e shohin veten për të lundruar nëpër burime të ndryshme në internet, 48% e tyre kanë deklaruar se janë deri diku të aftë, dhe 37% të aftë, duke lënë kështu vetëm 15% të të anketuarve që kanë deklaruar me “jo aq shumë” dhe “aspak të aftë” në lundrimin nëpër burime të ndryshme në internet.

Kështu, mund të konkludojmë se shumica e banorëve të Kosovës janë të aftë të përdorin pajisje të ndryshme për të lundruar nëpër burime të ndryshme në internet.

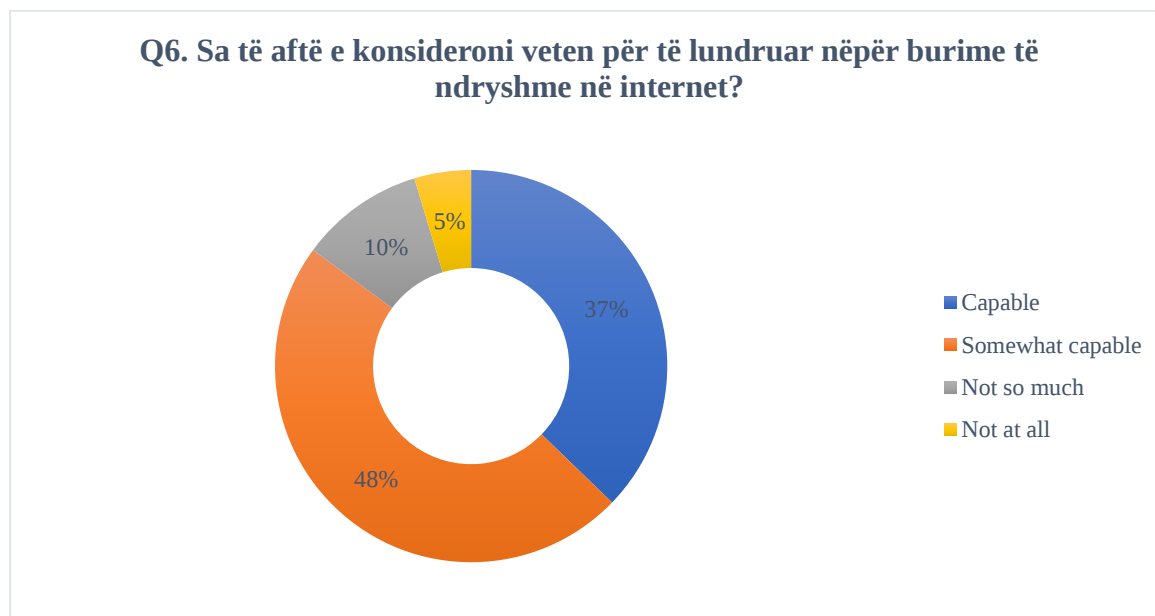


Figura 6 - Sa të aftë e konsideroni veten për të lundruar nëpër burime të ndryshme në internet?

Seksioni 2: Edukimi medial

Seksioni i dytë i anketës analizon aspektin e edukimit medial. Pyetjet e mëposhtme paraqesin nivelin e edukimit medial në mesin e banorëve të Kosovës. Për më tepër, këtu analizohen sfidat kryesore të mjedisit të mediave dixhitale, çfarë mendojnë të anketuarit për informacionet e marra përmes kanaleve mediatike, nëse ata u besojnë informacioneve të tilla, dhe a duhet të jetë pjesë e kurrikulës arsimore edukimi medial.

Sa i përket asaj se sa e njohin banorët e Kosovës termin “edukimi medial”, 28% e të anketuarve kanë deklaruar se janë të njohur me termin, ndërsa 47% e tyre kanë deklaruar se deri diku e njohin termin edukimi medial. Një numër më i vogël i të anketuarve kanë deklaruar se nuk e njohin këtë term, ndërsa vetëm 5% kanë deklaruar se nuk kanë dëgjuar kurrë për këtë term. Si përfundim, banorët e Kosovës në përgjithësi e kuptojnë termin edukim medial.

Q7. A jeni të njohur me termin "edukim medial"?

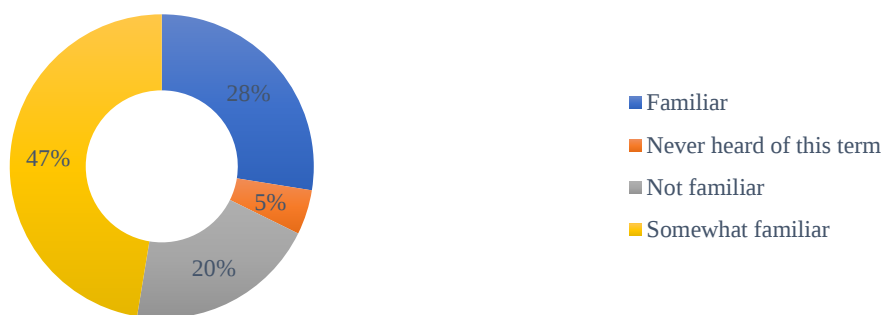


Figura 7 - A jeni të njohur me termin "edukim medial"?

Sfidat kryesore të mjedisit të mediave dixhitale konsiderohet të jenë dezinformata, ku 22% e të anketuarve e mbështesin këtë deklaratë, dhe lajmet e rreme, si sfida e dytë më e madhe.

Faktorë të tjerë si "gjuha e urrejtjes" dhe "siguria në internet" gjithashtu besohet të jenë sfida të mëdha, pasuar nga "teoritë e konspiracionit". Mbledhja e të dhënave dhe reklammat/lajmet e synuara besohet se janë shumë më pak sfida, me një përqindje të ulët të të anketuarve që besonin se këta dy faktorë janë sfida (6% dhe 5%, respektivisht).

Q8. Cilat mendoni se janë sfidat kryesore të mjedisit të mediave dixhitale?

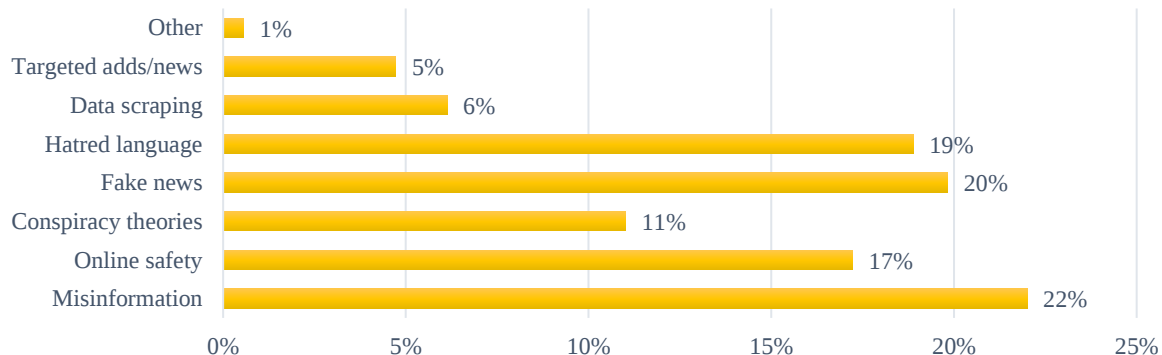


Figura 8 - Cilat mendoni se janë sfidat kryesore të mjedisit të mediave dixhitale?

Sa i përket numrit të banorëve të Kosovës që kanë hasur tituj lajmesh që nuk pasqyrojnë përmbajtjen e artikullit, 70% e të anketuarve besojnë se kanë hasur në tituj të tillë, 20% e të anketuarve kanë deklaruar se nuk kanë hasur në lajme të tilla, ndërsa 10% kanë deklaruar se nuk e dinë nëse kanë hasur ndonjëherë në tituj lajmesh që nuk pasqyrojnë përmbajtjen e artikullit.

Kështu, kanalet e mediave priren të nxjerrin në pah titujt e artikujve vetëm me qëllim që të kenë një numër të madh shikimesh në postim, pavarësisht se përmbajtja nuk është aq e rëndësishme sa titulli i postimit.

Q9. A keni hasur ndonjëherë tituj lajmesh që nuk pasqyrojnë përmbajtjen e artikullit?

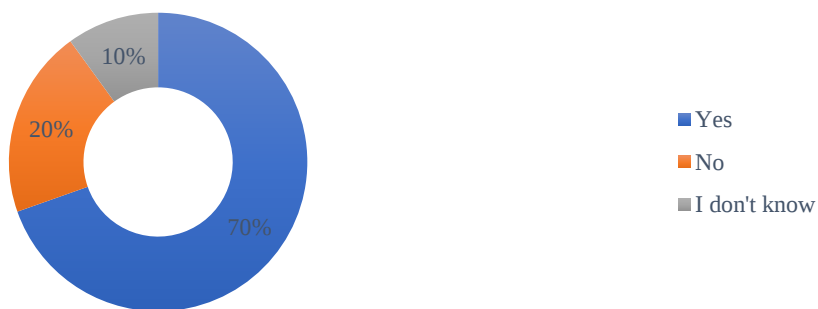


Figura 9 - A keni hasur ndonjëherë tituj lajmesh që nuk pasqyrojnë përmbajtjen e artikullit?

Faktori që konsiderohet i besueshëm për informacionin/lajmin është deklarimi i burimit të informacionit; 40% e të anketuarve e besojnë këtë faktor si të vërtetë. Ngjashëm me këtë, mbështetja e informacionit me të dhëna nga burime të besueshme është faktori i dytë më i rëndësishëm, pasi 25% e të anketuarve e besojnë këtë.

Kontrolli i dyfishtë i burimit të informacionit konsiderohet si faktori i tretë, ku 24% e të anketuarve e konsiderojnë këtë si faktor të rëndësishëm. Bashkëpunimi me palët përgjegjëse është faktori më pak i besueshëm.

Q10. Çfarë mendoni se e bënë informacionin/lajmin të besueshëm?

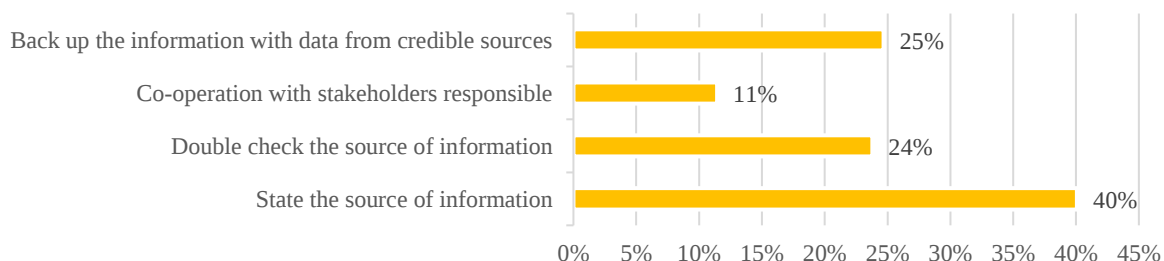


Figura 10 - Çfarë mendoni se e bënë informacionin/lajmin të besueshëm?

Të dhënat nga anketat tregojnë se 62% e të anketuarve besojnë se mediat në Kosovë po përdoren për të promovuar përmbajtje joadekuate. 19% e të anketuarve nuk besojnë se mediat po përdoret për të promovuar përmbajtje joadekuate, dhe një përqindje e ngjashme e njerëzve nuk dinë për këtë problematikë. Kjo do të thotë se shumë burime informacioni po përdoren për të promovuar përmbajtje joadekuate.

Q11. A mendoni se mediat në Kosovë po përdoren për të promovuar përmbajtje joadekuate?



Figura 11 - A mendoni se mediat në Kosovë po përdoren për të promovuar përmbajtje joadekuate?

Grupi më i cenueshëm në kanalet e mediave konsiderohet se janë fëmijët dhe gratë, me përkatësisht 40% dhe 28% të të anketuarve që e deklarojnë atë si problematikë.

Komunitetet joshumicë përbëjnë grupin e tretë të konsideruar si i cenueshëm në kanalet e mediave me 13%, dhe personat me aftësi të kufizuara me 9%.

Grupet e tjera, duke përfshirë të moshuarit dhe LGBTQI+ besohet shumë më pak se janë grup i cenueshëm në kanalet e mediave.

Q12. Kush mendoni se janë më të pambrojtur në kanalet e mediave?

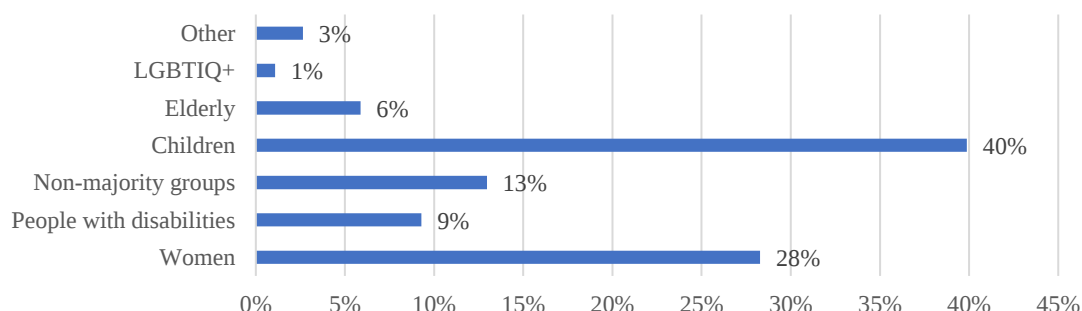


Figura 12 - Kush mendoni se janë më të pambrojtur në kanalet e mediave?

Aspekti i edukimit medial, që është pjesë e kurrikulës së arsimit formal, ka qenë një aspekt tjetër që është analizuar në anketë. 77% e të anketuarve besojnë se edukimi medial duhet të jetë pjesë e kurrikulës së arsimit formal, dhe 15% nuk e dinë nëse duhet të jetë pjesë e saj. Megjithatë, vetëm 8% konsiderojnë se edukimi medial nuk duhet të jetë pjesë e kurrikulës.

Q13. A mendoni se arsimi formal duhet të përdorë edukimin medial në kurrikulat e tij?



Figura13- A mendoni se arsimi formal duhet të përdorë edukimin medial në kurrikulat e tij?

Në pyetjen: “A duhet të zhvillojnë ministritë përkatëse strategji lidhur me edukimin medial?”, 77% e të intervistuarve janë përgjigjur me “po duhet”, dhe 16% me “nuk e di” nëse ministritë përkatëse duhet të zhvillojnë strategji të tilla arsimore. Vetëm 7% nuk janë të mendimit se ministritë duhet të zhvillojnë strategji arsimore lidhur me edukimin medial.

Q14. A mendoni se ministria përkatëse duhet të zhvillojë strategji arsimore lidhur me edukimin medial?



Figura 14 - A mendoni se ministria përkatëse duhet të zhvillojë strategji arsimore lidhur me edukimin medial?

Në pyetjen nëse të anketuarit përcjellin mediat në gjuhë të tjera, 61% e të anketuarve janë përgjigjur me “po”, dhe 39% kanë deklaruar se nuk i përcjellin mediat në gjuhë të tjera përveçse në gjuhët e tyre amtare.

Q15. A i përcjellni mediat në gjuhë të tjera?



Figura 15 - A i përcjellni mediat në gjuhë të tjera?

Anketa ka analizuar nëse lajmet raportohen ndryshe në mediat në gjuhën shqipe dhe atë serbe, ku rezulton se vetëm 36% e të anketuarve besojnë se kanë qenë dëshmitarë që mediat raportojnë lajme ndryshe në gjuhën shqipe dhe serbe.

Megjithatë, 30% e të intervistuarve konfirmojnë se nuk kanë qenë dëshmitarë të lajmeve që raportohen ndryshe në gjuhën shqipe dhe serbe; ndërsa 34% e mbetur nuk janë në dijeni nëse ekziston një rast i tillë.

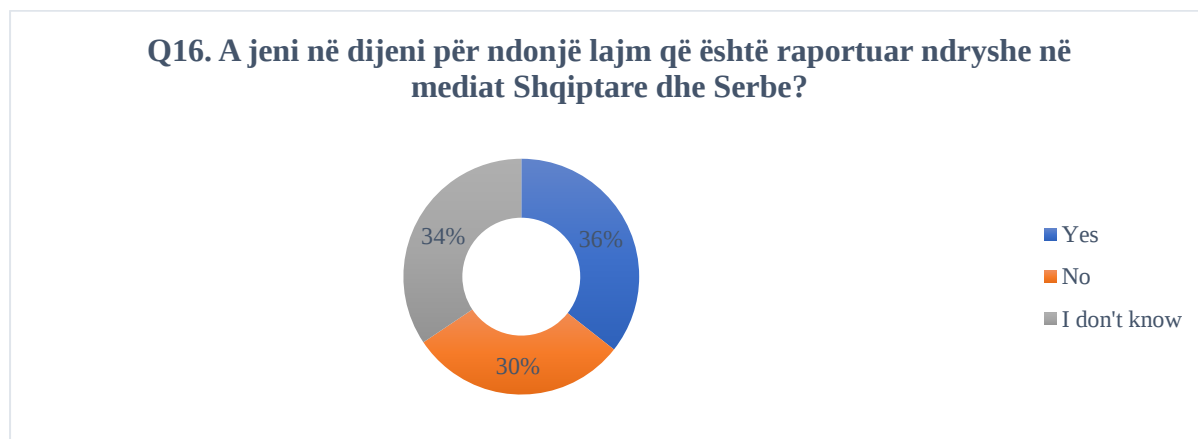


Figura 16 – A jeni në dijeni për ndonjë lajm që është raportuar ndryshe në mediat Shqiptare dhe Serbe?

Seksioni 3: Siguria e Informacionit

Anketa ka analizuar edhe aspektin e sigurisë së informacionit në lidhje me informacionin e marrë përmes mediave: sa shpesh qytetarët kanë hasur në informacione përmes mediave që nuk ishin të vërteta, kush janë viktimat kryesore të lajmeve të rreme dhe cilat janë kanalet mediatike më të besueshme. Rezultatet e mëposhtme përfaqësojnë opinionin e të anketuarve.

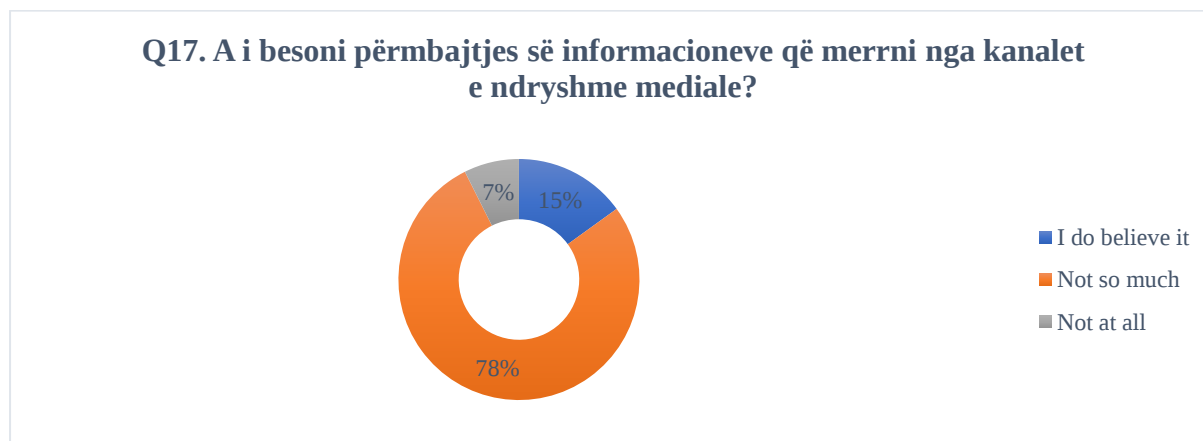


Figura 17 - A i besoni përmbajtjes së informacioneve që merrni nga kanalet e ndryshme mediale?

Bazuar në përgjigjet e 2,500 të anketuarve në mbarë Kosovën, 78% e tyre janë përgjigjur me “jo aq shumë” nëse besojnë në përmbajtjen e informacioneve që marrin nga kanalet e ndryshme mediale. Pra, shumica e të intervistuarve nuk e besojnë realisht përmbajtjen e informacionit të marrë nga kanalet mediale.

Nga pjesa e mbetur prej 22%, 15% e tyre kanë deklaruar se besojnë përmbajtjen, dhe 7% e të anketuarve deklaruan se nuk besojnë fare përmbajtjen e informacionit që marrin përmes kanaleve të ndryshme mediale.

Q18. Sa shpesh keni hasur në media përmbajtje që nuk ka qenë e vërtetë?



Figura 18 - Sa shpesh keni hasur në media përmbajtje që nuk ka qenë e vërtetë?

Sa i përket asaj se sa shpesh banorët e Kosovës kanë hasur në informacione mediale që nuk kanë qenë të vërteta, 28% e tyre kanë deklaruar se janë përballur shumë shpesh me informacione të rreme, dhe 62% e tyre janë përgjigjur se ndonjëherë kanë hasur në informacione që nuk kanë qenë të vërteta. Kjo lidhet me pyetjet e mësipërme, ku 78% e të intervistuarve nuk besojnë aq shumë në përmbajtjen e informacioneve të marra nga kanale të ndryshme mediale.

Vetëm 3% e të anketuarve ka deklaruar se nuk janë përballur kurrë me informacione që nuk ishin të vërteta, dhe 7% e mbetur ka deklaruar se rrallëherë u janë ekspozuar informacioneve në media që nuk ishin të vërteta.

Q19. A keni raportuar ndonjëherë një media apo kanal medial për transmetimin e lajmeve të rreme?



Figura 19 - A keni raportuar ndonjëherë një media apo kanal medial për transmetimin e lajmeve të rreme?

Ata që u janë ekspozuar informacioneve të rreme janë pyetur nëse kanë raportuar ndonjëherë ndonjë media apo kanal medial për lajme të rreme, 62% e tyre janë përgjigjur se i kanë raportuar, dhe 38% kanë thënë se nuk kanë raportuar ndonjë media apo kanal medial për transmetim të lajmeve të rreme.

Përveç kësaj, të anketuarit janë pyetur se ku i kanë raportuar lajmet e tilla, me ç'rast shumica e tyre kanë deklaruar se kanë raportuar duke u "përgjigjur në faqen e tyre të internetit" ose duke "komentuar në lajme", dhe vetëm disa prej tyre kanë deklaruar se kanë "raportuar lajmet në institucionet përkatëse".

Q20. A keni qenë ndonjëherë ju apo ndonjë prej anëtarëve të familjes tuaj viktimë e lajmeve të rreme apo dezinformatave në burimet e mediave?

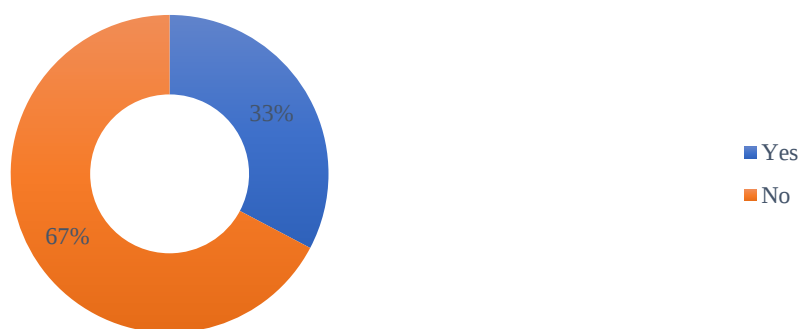


Figura 20 - A keni qenë ndonjëherë ju apo ndonjë prej anëtarëve të familjes tuaj viktimë e lajmeve të rreme apo dezinformatave në burimet e mediave?

Në pyetjen nëse ata apo ndonjë prej familjarëve të tyre kanë qenë viktimë e lajmeve të rreme në media, apo e dezinformimit në burimet e mediave, 67% e të anketuarve kanë deklaruar se nuk kanë qenë viktimë e lajmeve të rreme dhe dezinformatave. 33% të tjerë kanë deklaruar se ata ose ndonjë anëtar i familjes së tyre kanë qenë viktima të lajmeve të rreme dhe dezinformatave.

Q21. Në bazë të mendimit tuaj, ju lutem na tregoni se cilit burim të mediave i besoni më së shumti?

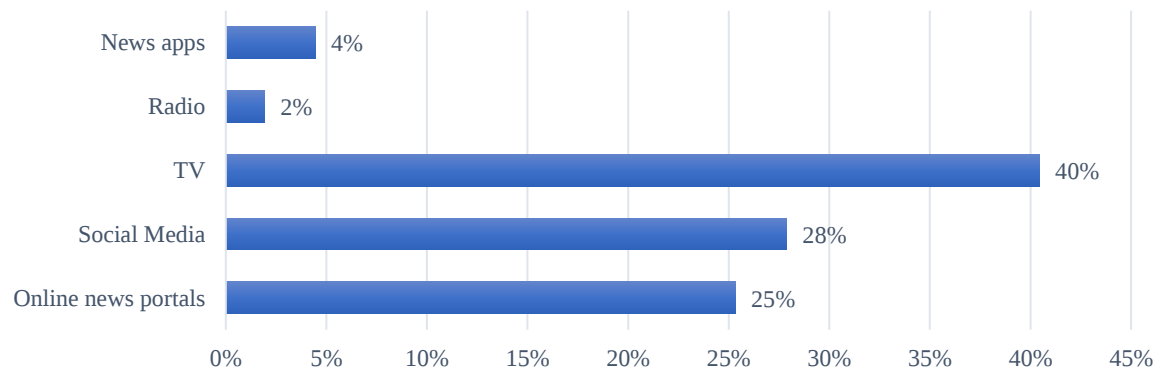


Figura 21 - Në bazë të mendimit tuaj, ju lutem na tregoni se cilit burim të mediave i besoni më së shumti?

Burimi më i besueshëm i informacionit bazuar në rezultatet e anketës është shpallur të jetë TV-ja, me 40% të të anketuarve që e mbështesin këtë. Mediat sociale dhe portalet e lajmeve në internet janë dy burimet tjera që të anketuarit u besojnë, përkatësisht me 28% dhe 25%.

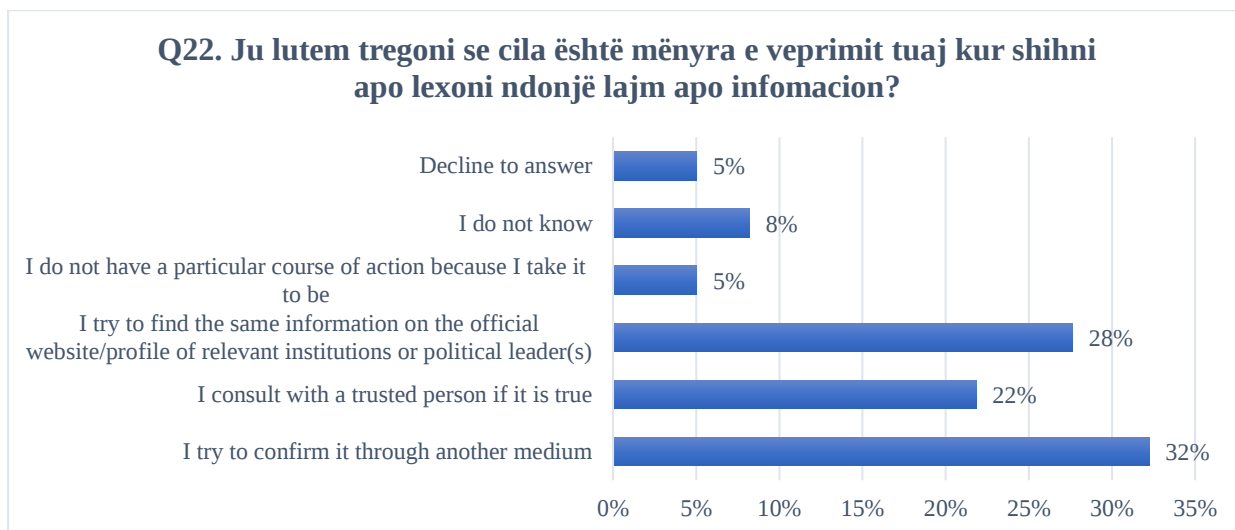


Figura 22 - Ju lutemi tregoni se cila është mënyra e veprimit tuaj kur shihni apo lexoni ndonjë lajm apo informacion?

Mënyra kryesore e veprimit kur të anketuarit lexojnë një lajm ose informacion është të provojnë ta konfirmojnë atë përmes një mediumi tjetër, ose përpiqen të gjejnë të njëjtin informacion në faqen zyrtare/profilin e institucioneve përkatëse ose të drejtuesit politik. Këto dy mënyra veprimi janë kryesoret që ndërmerren për verifikimin e informacionit që lexojnë, secila prej tyre me një përqindje përfaqësuese 32% dhe 28% përkatësisht.

Konsultimi me një person të besuar nëse informacioni është i vërtetë apo jo është opsioni i tretë i konsideruar nga të anketuarit, ku vetëm 22% e tyre provojnë këtë mënyrë për të konfirmuar lajmin. Veprimet e tjera konsiderohen shumë më pak për të konfirmuar informacionin e marrë nga kanale të ndryshme mediale.

Seksioni 4: Përmbajtja fyese në media

Pjesa e katërt e anketës analizon aspektin e përmbajtjes fyese në media. Ky seksion do të paraqesë më tej mendimin e të anketuarve lidhur me shpeshhtësinë e hasjes së përmbajtjeve fyese, nëse ata janë kërcënuar nga një përmbajtje e tillë, nëse ajo duhet të ndalohej dhe çfarë duhet të adresohet nga ana e institucioneve.

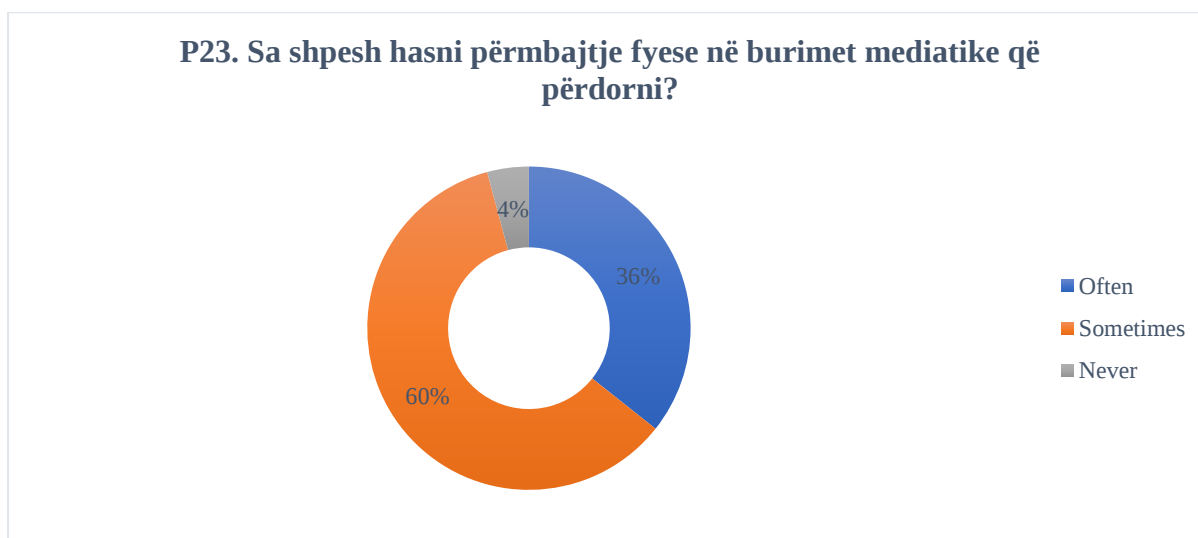


Figura 23- Sa shpesh hasni përmbajtje fyese në burimet mediatike që përdorni?

Në pyetjen se sa shpesh të anketuarit hasin përmbajtje fyese në burimet mediatike që përdorin, 36% e të anketuarve janë deklaruar se janë përballur shpesh me informacione fyese dhe shumica e tyre, 60%, kanë deklaruar se ndonjëherë kanë hasur në informacione fyese në burimet mediatike që përdorin. Vetëm 4% e të anketuarve deklaruan se nuk janë përballur kurrë me informacione fyese në burimet mediatike që përdorin zakonisht.

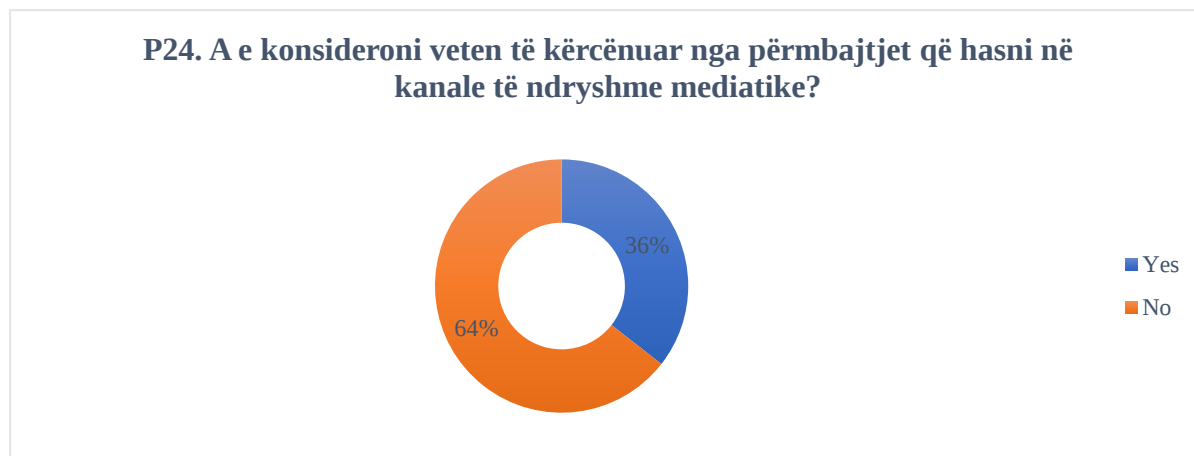


Figura 24 - A e konsideroni veten të kërcënuar nga përmbajtjet që hasni në kanale të ndryshme mediatike?

Në pyetjen nëse të anketuarit e konsiderojnë veten të kërcënuar nga përmbajtja e kanaleve të ndryshme mediatike ndaj të cilave janë të ekspozuar, 36% e tyre thanë po, dhe 64% e tyre thanë jo nuk kërcënohen nga përmbajtja e kanaleve të ndryshme mediatike.

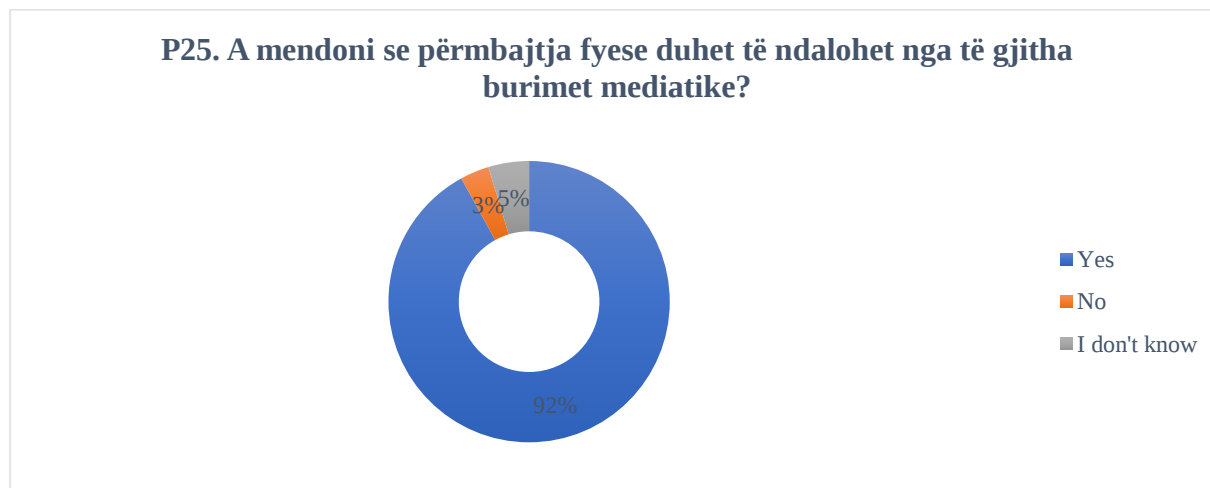


Figura 25 – A mendoni se përmbajtja fyese duhet të ndalohet nga të gjitha burimet mediatike?

Në pyetjen “A duhet të ndalohet përmbajtja fyese nga të gjitha burimet mediatike?”, 92% e të anketuarve janë shprehur se “Po”, duhet të ndalohet. Një përqindje e vogël prej vetëm 5% nuk janë të sigurt nëse informacione të tilla duhet të ndalohen; ndërsa, 3% e të anketuarve deklaruan se informacionet fyese nuk duhet të ndalohen nga të gjitha burimet mediatike.

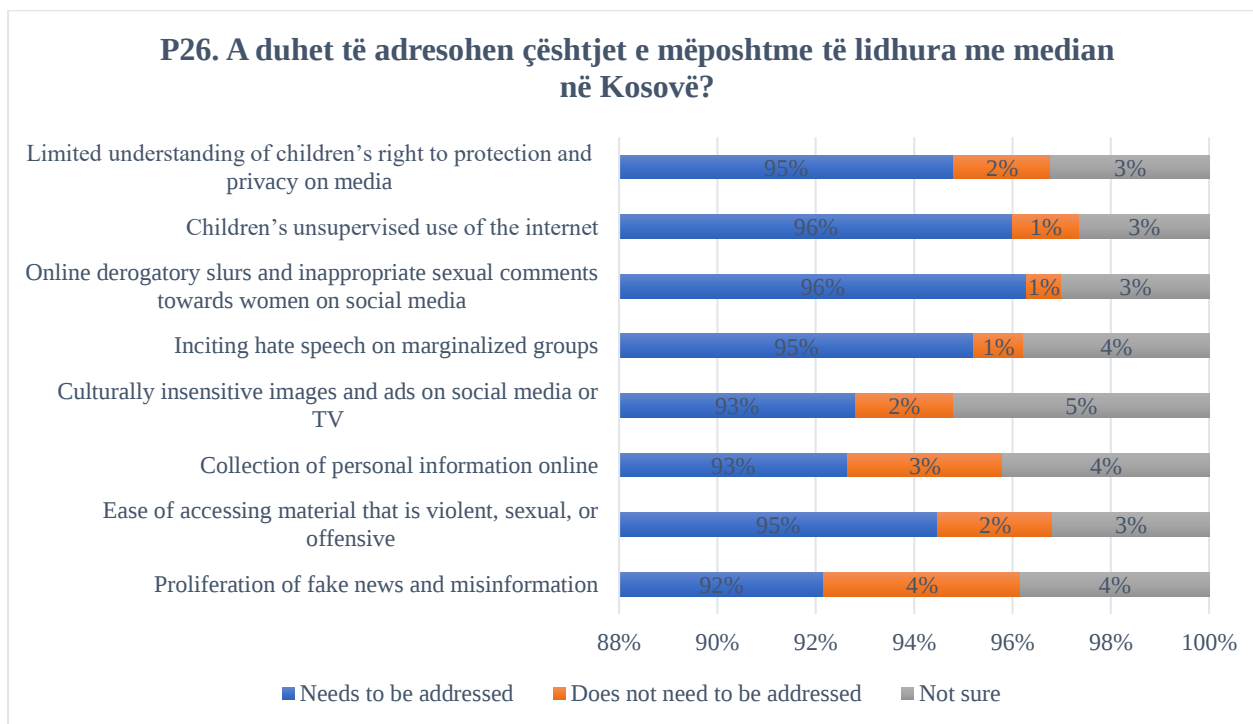


Figura 26 - A duhet të adresohen çështjet e mëposhtme të lidhura me median në Kosovë?

Kur u pyetën se cilat çështje të lidhura me median duhet të adresohen, shumica e të anketuarve që përfaqësojnë më shumë se 90% deklaruan se të gjitha çështjet e renditura në pyetësor duhet të adresohen. Kështu, të gjitha çështjet e renditura më sipër janë konsideruar si shumë të rëndësishme, pa përjashtim.

Si të tilla, çështjet si gjuha e urrejtjes, përdorimi i pambikëqyrur i internetit nga ana e fëmijëve, komentet seksuale, imazhet e ndjeshme dhe mbledhja e të dhënave personale, dhuna dhe lajmet e rreme, duhet të adresohen në Kosovë.

Seksioni 5: Privatësia dhe siguria në internet

Seksioni i fundit i anketës ka analizuar aspektin e privatësisë dhe sigurisë në internet. Më poshtë ka informacione nëse kanalet mediatike kërkojnë leje për përdorimin e përmbajtjes personale, nëse ato duhet të kërkojnë leje përpara se ta përdorin atë përmbajtje, si dhe nëse të anketuarit janë të informuar për politikën e privatësisë dhe nëse e kuptojnë përmbajtjen.

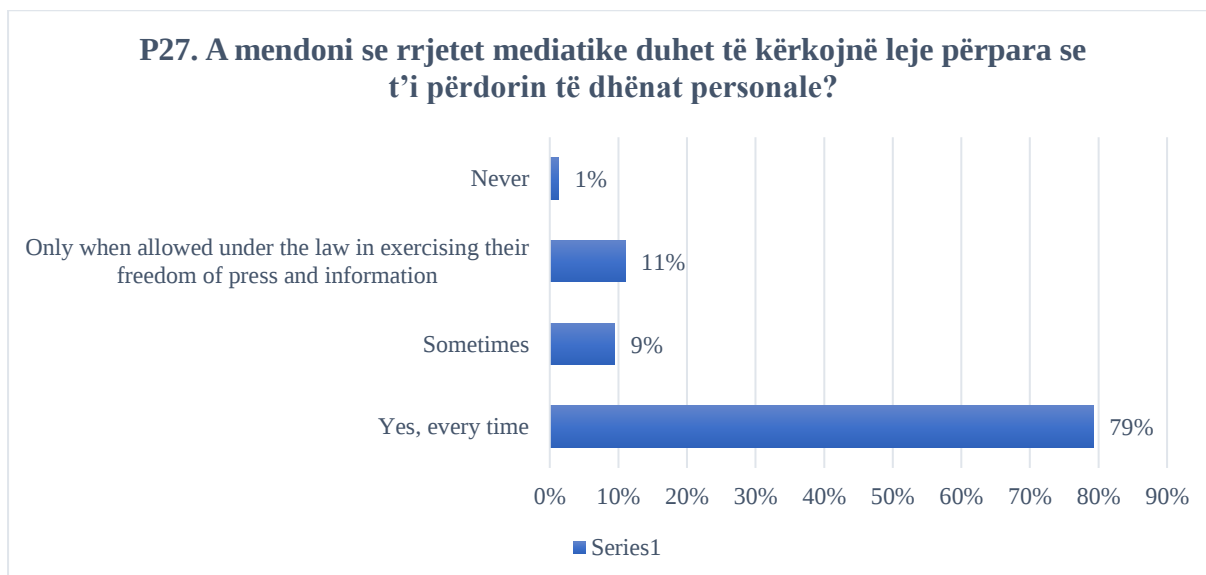


Figura 27 - A mendoni se rrjetet mediatike duhet të kërkojnë leje përpara se t'i përdorin të dhënat personale?

Në pyetjen nëse rrjetet mediatike duhet të kërkojnë leje përpara se t'i përdorin të dhënat personale, 79% e të anketuarve deklaruan se ato duhet të kërkojnë leje çdo herë, 9% e të anketuarve mendojnë se ndonjëherë duhet të kërkojnë leje, ndërsa 11% e tyre deklaruan se rrjetet mediatike duhet të kërkojnë leje vetëm kur lejohet me ligj në ushtrimin e lirisë së tyre të shtypit dhe informimit.

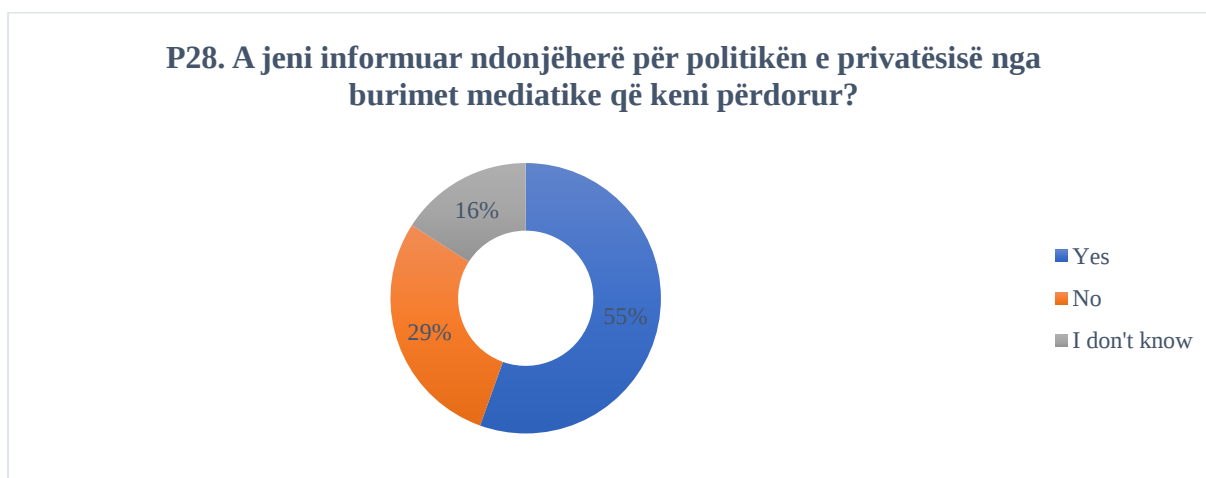


Figura 28 - A jeni informuar ndonjëherë për politikën e privatësisë nga burimet mediatike që keni përdorur?

Sa i përket informacioneve për politikën e privatësisë, 55% e të anketuarve kanë deklaruar se janë informuar për politikën e privatësisë nga burimet mediatike që kanë përdorur dhe 29% kanë deklaruar se jo.

Pjesa e mbetur prej 16% deklaruan se nuk e dinë nëse ishin të informuar apo jo për politikën e privatësisë.

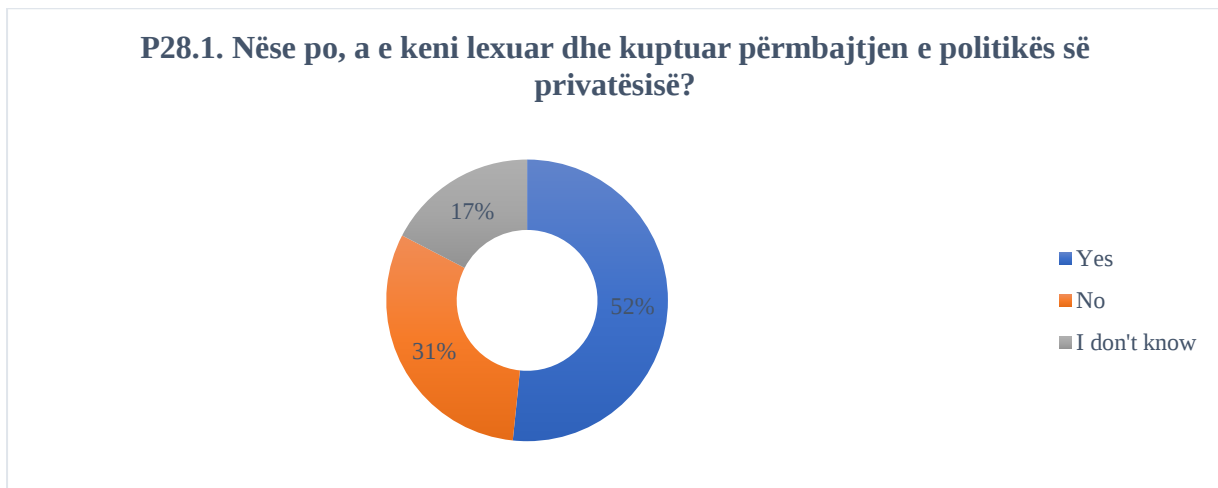


Figura 29 - Nëse po, a e keni lexuar dhe kuptuar përmbajtjen e politikës së privatësisë?

Të anketuarit që deklaruan se janë informuar për politikën e privatësisë më pas janë pyetur nëse e kanë lexuar dhe kuptuar përmbajtjen e politikës, dhe 52% kanë deklaruar se e kanë lexuar dhe 31% thanë se nuk e kanë lexuar. 17% e të anketuarve janë shprehur se nuk e dinë nëse e kanë kuptuar apo jo përmbajtjen.

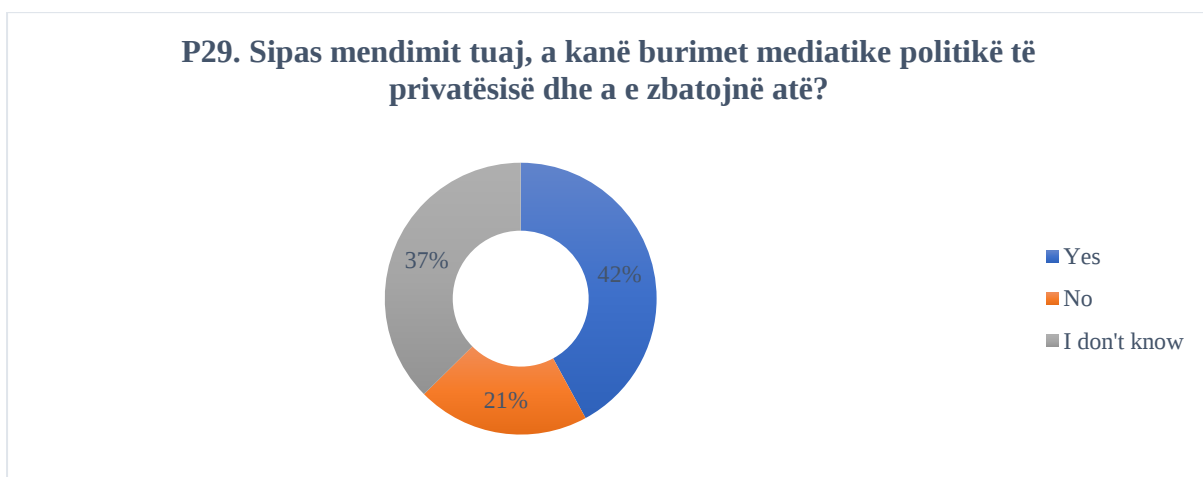


Figura 30 - Sipas mendimit tuaj, a kanë burimet mediatike politikë të privatësisë dhe a e zbatojnë atë?

Të anketuarve iu parashtrua edhe pyetja nëse burimet mediatike kanë politikë të privatësisë dhe nëse e zbatojnë atë, dhe 42% e të anketuarve thonë se mendojnë se burimet mediatike kanë politikë të privatësisë, dhe 37% nuk dinë për të. 21% e të anketuarve të mbetur deklaruan se nuk mendojnë se burimet mediatike kanë politikë të privatësisë.

P30. A jeni në dijeni për të drejtat tuaja si subjekt i të dhënave të parashikuara në Ligjin për Mbrojtjen e të Dhënave Personale?

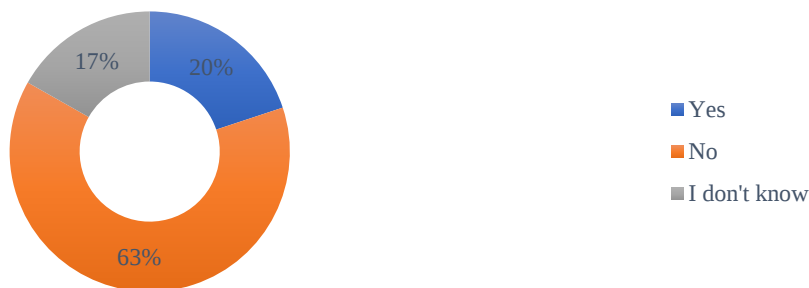


Figura 31 - A jeni në dijeni për të drejtat tuaja si subjekt i të dhënave të parashikuara në Ligjin për Mbrojtjen e të Dhënave Personale?

Sa i përket pyetjes lidhur me Ligjin për Mbrojtjen e të Dhënave Personale dhe dijeninë e të anketuarve për të drejtat e tyre si subjekt i të dhënave, 20% e të anketuarve besojnë se janë në dijeni për të drejtat e tyre si subjekt i të dhënave. Megjithatë, shumica e tyre, ose 63%, deklarojnë se nuk janë në dijeni për të drejtat e tyre si subjekte të të dhënave dhe 17% nuk janë të sigurt për të drejtat e tyre si subjekte të të dhënave.

P31. A jeni ekspozuar ndonjëherë ndaj informacioneve që përfshinin pikat si në vijim?



Figura 32 - A jeni ekspozuar ndonjëherë ndaj informacioneve që përfshinin pikat si në vijim?

Lidhur me pyetjen nëse ata kanë qenë të ekspozuar ndonjëherë ndaj informacioneve që përfshinin reklama/lajme të synuara, siguri kibernetike apo shkelje të të dhënave, shumica e të anketuarve, ose 53%, deklaruan se kanë qenë subjekt i reklamave/lajmeve të synuara. Siguria kibernetike dhe shkelja e të dhënave janë konsideruar gjithashtu si çështje ndaj të cilave ata janë ekspozuar, por me një përqindje shumë më të ulët, përkatësisht 27% dhe 20%.

Përfundimet

Si përfundim, 80% e të anketuarve kanë qasje në internet dhe kanë një pajisje personale nga e cila mund të kenë qasje në informacione të ndryshme nga kanale të ndryshme mediatike. Përmbajtja e informacioneve ndaj të cilave ata ekspozohen nuk përshkruhen gjithmonë në mënyrë adekuate dhe as nuk perceptohen si të vërteta. Përveç kësaj, të anketuarit kanë deklaruar se burimet mediatike që përdorin më së shumti janë mediat sociale, dhe shumica e të anketuarve të intervistuar kanë konfirmuar se kanë një pajisje personale me të cilën mund të eksplorojnë në internet.

Kanalet e mediave sociale që përdoren më së shumti në Kosovë përfshijnë Viber, Facebook, Instagram dhe WhatsApp. Këto katër kanale mediatike janë më së shumti të përdorura nga banorët e Kosovës në përgjithësi, ndjekur nga Snapchat, YouTube dhe TikTok. Koha që të anketuarit zakonisht kontrollojnë burime të ndryshme informacioni dhe media sociale është në mbrëmje.

Rezultatet nga të dhënat tregojnë se të anketuarit kanë njohuri mbi mesataren për navigimin në pajisje të ndryshme, qasjen në kanale të shumta mediale sociale dhe përfshirjen aktive në burimet e informacionit në internet. Të dhënat tregojnë se të anketuarit janë të vetëdijshëm për dezinformimin, lajmet e rreme dhe informacionin jo të besueshëm dhe shumica e tyre (62%) kanë deklaruar se kanë raportuar kanale mediatike për transmetimin e lajmeve të rreme.

Për sa i përket shkrim-leximit mediatik, shumica e të anketuarve kanë deklaruar se ose janë të familjarizuar ose disi të familjarizuar me termin; megjithatë, sfidat kryesore të mjedisit të medias digjitale ende konsiderohen të jenë dezinformatat, lajmet e rreme, gjuha e urrejtjes dhe siguria në internet. 70% e të anketuarve kanë deklaruar se janë ekspozuar ndaj titujve të rinj që nuk përfaqësojnë përmbajtjen e artikujve dhe më shumë se 90% e tyre kanë deklaruar se kanë hasur, shumë shpesh ose ndonjëherë, përmbajtje në media që nuk ishin të vërteta. Në përgjithësi, të anketuarit perceptojnë se mediat po përdoren për të promovuar përmbajtje dhe informacione joadekuate të cilat nuk filtrohen. Të gjitha grupet, pa përjashtim, janë të ekspozuar ndaj informacioneve të tilla, ndërsa ata që konsiderohen si më të cenueshmit nga informacione të tillë janë fëmijët dhe gratë.

Ato që të anketuarit i kanë konsideruar si informacione të besueshme janë kur kanalet mediatike deklarojnë burimin e informacionit, mbështesin burimin e informacionit me të dhëna nga burime të besueshme ose kontrollojnë dyfish informacionin.

Për më tepër, të anketuarit kanë mbështetur idenë që sistemi i arsimit formal të përdorë shkrim-leximin medial në kurrikulat e tij. 77% e të intervistuarve e kanë mbështetur këtë ide dhe e njëjta përqindje kanë deklaruar se ministrinë përkatëse duhet të zhvillojnë strategji arsimore lidhur me edukimin mediatik.

Përveç lajmeve të rreme, një problematikë gjithnjë e më e përhapur është edhe përmbajtja fyese në burimet mediatike, pasi 96% e të anketuarve janë shprehur se janë përballur mjaft shpesh dhe herë pas here me përmbajtje ofenduese në kanalet mediatike. Lidhur me këtë çështje, 92% e të anketuarve deklaruan se përmbajtja fyese duhet të ndalohej nga të gjitha burimet mediatike. Çështje të tjera që duhet të adresohen në Kosovë konsiderohen si lehtësia e qasjes në materiale që janë të dhunshme, seksuale ose fyese, mbledhja e informacioneve personale, inicimi i gjuhës së urrejtjes ndaj grupeve të marginalizuara, fyerjet nënçmuese në internet dhe komentet e papërshtatshme seksuale ndaj grave, përdorimi i pambikëqyrur i internetit nga ana e fëmijëve, etj.

Burimi më i besueshëm i informacionit është konsideruar televizori me 40% të të intervistuarve që e mbështesin, ndjekur nga mediat sociale me 28% dhe portalet e lajmeve online me 25%. Praktika kryesore e të anketuarve për konfirmimin e informacionit që marrin përmes kanaleve të ndryshme mediatike është konfirmimi i tij me një medium tjetër ose përpjekja për të gjetur ndonjë informacion në faqen zyrtare/profilet e institucioneve përkatëse. Konsultimi me një person të besuar nëse informacioni është i vërtetë është veprimi i tretë i konfirmimit të informacionit.

Për më tepër, ajo që duhet të adresohet menjëherë është edhe kërkesa për të pasur leje përpara përdorimit të të dhënave personale dhe informimin e individëve që ekspozohen në lidhje me politikën e privatësisë. 79% e të intervistuarve deklarojnë se rrjetet mediatike duhet të kërkojnë leje sa herë që përdorin të dhëna personale dhe 9% besojnë se ndonjëherë duhet të kërkojnë leje.

Në pyetjen nëse janë informuar për politikën e privatësisë nga burimet mediatike që kanë përdorur, 55% deklarojnë se janë informuar dhe prej tyre vetëm 52% kanë lexuar dhe kuptuar përmbajtjen e politikës së privatësisë. Në pyetjen nëse burimet mediatike kanë politikën e privatësisë në fuqi dhe nëse e zbatojnë atë, 42% e të intervistuarve besojnë se e kanë, ndërsa shumica e tyre mendojnë se burimet mediatike nuk kanë politikë të privatësisë ose nuk janë të sigurt për këtë.

Përderisa më shumë se 63% e të anketuarve deklaruan se nuk janë në dijeni për të drejtat e tyre si subjekte të të dhënave të parashikuara në Ligjin për Mbrojtjen e të Dhënave Personale, 20% e tjerë deklarojnë se janë në dijeni dhe 17% nuk dinë për këtë. Në pyetjen nëse kanë qenë ndonjëherë të ekspozuar ndaj informacioneve që ishin reklama/lajme të targetuara, siguri kibernetike ose shkelje e të dhënave, 53% e të intervistuarve besonin se ishin ekspozuar ndaj reklamave/lajmeve të targetuara.

Praktikat nga vendet evropiane, konkretisht Finlanda, tregojnë se kanë krijuar një proces monitorimi të medias që është i pavarur nga politika dhe arsimi formal dhe po zbatojnë të gjitha kufizimet në lidhje me lajmet e rreme, dezinformimin, ekspozimin e individëve pa miratimin e tyre dhe kufizime të tjera të parashikuara në ligjet në fuqi.

Në Kosovë, nuk ka asnjë politikë që kërkon arsimim mediatik në kurrikulat e arsimit formal. Si të tillë, të anketuarit besojnë se ministritë përkatëse duhet të zhvillojnë një strategji arsimore lidhur me edukimin mediatik dhe se procesi i adresimit të çështjeve të mësipërme duhet të fillojë duke edukuar të anketuarit për të drejtat e tyre, pasojat e paraqitjes së lajmeve të rreme dhe dezinformatave.

Si përfundim, bazuar në rezultatet e anketës, mund të themi se çështjet që kanë të bëjnë me kanalet mediatike, mënyra e funksionimit të tyre, përmbajtja e pafiltruar e ofruar përmes rrjeteve sociale i bën individët në Kosovë shumë të ekspozuar dhe të cenueshëm ndaj qëllimeve dashakeqe të individëve që janë në gjendje të paraqesin lajme/informata që nuk janë të vërteta dhe ata nuk ndëshkohen për to.

Edhe pse shumica e banorëve janë të vetëdijshëm për anomali të tilla ndaj të cilave janë të ekspozuar dhe nuk i besojnë shumicës së përmbajtjeve që lexojnë, ligjet dhe rregulloret duhet të ndryshohen në mënyrë që të mos ndodhin çështje të tilla, pa ndërhyrë në lirinë e medias.

Rekomandime

Rekomandimet tona në lidhje me shkrim-leximin mediatik dhe informativ, bazuar në rezultatet e anketës, janë si më poshtë:

1. Zbatimi i programit të shkrim-leximit mediatik në programin e edukimit formal për nxënësit e shkollave të mesme. Kur edukoni një fëmijë/adoleshent, ju edukoni të gjithë familjen. Fëmija që kupton konceptin e lajmeve të rreme dhe efektin që ai ka në shoqëri do të jetë në gjendje t'ua transmetojë atë prindërve dhe të afërmeve dhe t'u kërkojë atyre t'i konfirmojnë lajmet dhe t'i raportojnë ato kur konstatohet se janë të rreme.
2. Integrimi i edukimit mediatik në kurrikulat e shkollave të mesme dhe integrimi i çështjeve gjinore në arsimin MIL dhe mësimin joformal.
3. Zhvillimi i politikave për edukimin mediatik, informimin dhe edukimin digjital.
4. Krijimi i mjeteve të informacionit që do t'i shpërndahen shoqërisë si materiale informuese mbi efektet e lajmeve të rreme dhe si duhet t'i trajtojnë ato.
5. Krijimi i mekanizmave rregullatorë legjislativë që ndalojnë ose ndëshkojnë kanalet e medias që prodhojnë informacione të rreme ose informacione pa lejen e autorit ose personave që ekspozohen ndaj lajmeve të tilla.
6. Ofrimi i një programi trajnimi dhe seminare për gazetarë, zyrtarë publikë, OSHC-të dhe banorë mbi Ligjin për Mbrojtjen e të Dhënave Personale
7. Organizimi i trajnimeve me mësimdhënësit dhe të rinjtë mbi Shkrim-Leximin Mediatik dhe Informativ dhe Edukimin Mediatik.
8. Zhvillimi i një politike mediatike brenda institucioneve përkatëse mbi edukimin dhe aftësitë mediatike që do t'u ofrohen nxënësve dhe mësimdhënësvë.
9. Inkurajimi i bashkëpunimit ndërmjet organizatave të shoqërisë civile që janë të përfshira në edukimin dhe shkrim-leximin mediatik dhe kanaleve mediatike, duke u mundësuar atyre të shkëmbejnë perspektiva.
10. Organizimi i një seminari me kanalet mediatike në Kosovë dhe ofrimi i informacioneve mbi shkrim-leximin mediatik dhe informativ dhe edukimin mediatik.
11. Mbajtja e trajnimeve me mësimdhënësit për sigurinë në internet dhe linqet e dëmshme.

Shtojca 1 – Shpërndarja e mostrës për komunë

Prezantimi i të dhënave demografike

Tabela 11- Shpërndarja e popullsisë për komunë

Komuna	Vendbanimi	Numri i intervistave	Komuna	Vendbanimi	Numri i intervistave
Deçan/Deçane	Urban	5	Prishtinë/Priština	Urban	232
	Rural	52		Rural	53
Gjakovë/Đakovica	Urban	59	Prizren/Prizren	Urban	136
	Rural	77		Rural	120
Glllogoc/Glogovac	Urban	9	Skenderaj/Srbica	Urban	10
	Rural	75		Rural	64
Gjilan/Gnjilane	Urban	78	Shtime/Štimlje	Urban	10
	Rural	52		Rural	29
Dragash/Dragaš	Urban	2	Shtërpçë/Štrpce	Urban	2
	Rural	47		Rural	8
Istog/Istok	Urban	7	Suharekë/Suva Reka	Urban	15
	Rural	49		Rural	71
Kaçanik/Kaçanik	Urban	15	Ferizaj/Uroševac	Urban	61
	Rural	33		Rural	95
Klinë/Klina	Urban	8	Viti/Vitina	Urban	7
	Rural	47		Rural	60
Fushë Kosovë/Kosovo Polje	Urban	27	Vushtrri/Vučitrn	Urban	39
	Rural	23		Rural	61
Kamenicë/Kamenica	Urban	11	Malishevë/Mališevo	Urban	5
	Rural	41		Rural	74
Mitrovicë e Jugut/Južna Mitrovica	Urban	45	Junik/Junik	Urban	0
	Rural	5		Rural	9
Mitrovicë e Veriut/Severna Mitrovica	Urban	20	Mamushë/Mamuša	Urban	0
	Rural	5		Rural	8
Lipjan/Lipljan	Urban	10	Hani i Elezit/Elez Han	Urban	0
	Rural	73		Rural	14
Novobërdë/Novo Brdo	Urban	0	Graçanicë/Gračanica	Urban	0
	Rural	10		Rural	15
Obiliq/Obilić	Urban	10	Ranillug/Ranilug	Urban	0
	Rural	21		Rural	6
Rahovec/Orahovac	Urban	23	Partesh/Parteš	Urban	0
	Rural	58		Rural	3
Pejë/Peć	Urban	70	Klllokot/Klokot	Urban	0
	Rural	68		Rural	4
Podujevë/Podujevo	Urban	34	Zubin Potok/Zubin Potol	Urban	0
	Rural	93		Rural	8
Leposavić/Leposaviq	Urban	0	Zvečan/Zvečan	Urban	0
	Rural	9		Rural	8

Tabela 2 - Shpërndarja sipas gjinisë dhe moshës

Shpërndarja sipas moshës	Përqindja		Numrat	
	Mashkull	Femër	Mashkull	Femër
15-19 vjeç	7%	7%	181	169
20-29 vjeç	13%	12%	313	291
30-39 vjeç	9%	11%	249	261
40-49 vjeç	7%	9%	198	208
50-59 vjeç	6%	6%	145	147
60-64 vjeç	2%	2%	51	55
65+ vjeç	4%	5%	108	124
Gjithsej	48%	52%	1245	1255

Tabela 2 - Shpërndarja etnike

Përkatësia etnike	Përqindja	Intervistat
Shqiptar i Kosovës	87%	2184
Serb i Kosovës	5%	130
Turk i Kosovës	2%	50
Boshnjak i Kosovës	1%	25
Rom i Kosovës	1%	25
Ashkali i Kosovës	1%	25
Egjiptian i Kosovës	1%	25
Goran i Kosovës	0.5%	13
Tjetër	0.5%	10
Preferoj të mos e them	1%	13
Totali i madh		2500

Tabela 4 - Gjendja civile

Gjendja civile		
Etiketimi	Vlera	Përqindja
I/e martuar	1367	55%
Bashkëjeton me një partner/e	103	5%
I/e ndarë/divorcuar	34	1%
Beqar/e	881	35%
I/e ve	83	3%
Preferoj të mos e them	32	1%
Totali i madh	2500	100%

Tabela 5 - Statusi i punësimit

Statusi i punësimit		
Etiketimi	Vlera	Përqindja
Punon në një vend pune me pagesë me orar të plotë ose gjysmë orari	1337	53%
I/e vetëpunësuar	298	12%
I/e papunë	393	16%
Në arsim apo trajnim	304	12%
I/e pensionuar	166	7%

Tjetër	2	0%
Totali i madh	2500	100%

Tabela 6 - Niveli i arsimit

Niveli i arsimit		
Etiketimi	Vlera	Përqindja
Pa arsim ose vetëm arsimit fillor	251	10%
Nxënës/e i/e shkollës së mesme	1099	44%
Student/e universiteti	990	40%
Diplomë Master dhe/ose Doktoraturë	160	6%
Totali i madh	2500	100%

Shtojca 2: Pyetësi i anketës

Anketa: Vlerësimi publik i shkrim-leximit mediatik dhe informativ

PYETËSORI

D1. Cila është gjinia juaj?

- Femër
- Mashkull
- Identitet tjetër gjinor
- Preferoj të mos e shpalos

D2. Sa vjeç jeni?

- 15-19
- 20-29
- 30-39
- 40-49
- 50-59
- 60-64
- 65+

D3. Cila është gjendja juaj civile?

- I/e martuar
- Bashkëjeton me një partner/e
- I/e ndarë/ divorcuar
- Beqar/e
- I/e ve
- Preferoj të mos e them

D4. Niveli i arsimit

- Pa arsim ose vetëm arsim fillor
- Nxënës/e i/e shkollës së mesme
- Student/e universiteti
- Diplomë Master dhe/ose Doktoraturë

D5. Cili është statusi juaj i punësimit?

- Punon në një vend punë me pagesë me orar të plotë ose gjysmë orari
- I/e vetëpunësuar
- I/e papunë
- Në arsim apo trajnim
- I/e pensionuar
- Tjetër

D6. Në cilën komunë jetoni?

1. Deçan/Dečane
2. Dragaš/Dragash
3. Ferizaj/Uroševac
4. Fushë Kosovë/Kosovo Polje
5. Gjakovë/Đakovica
6. Gjiilan/Gnjilane
7. Glogoc/Glogovac
8. Gračanica/Gračanicë
9. Hani i Elezit/Elez Han
10. Istog/Istok
11. Junik/Junik

12. Kaçanik/Kaçanik
13. Kamenicë/Kamenica
14. Klokot/Klllokot
15. Klinë/Klina
16. Leposavić/Leposaviq
17. Lipjan/Lipljan
18. Malishevë/Mališevo
19. Mamushë/Mamuša
20. Južna Mitrovica/Mitrovicë e Jugut
21. Severna Mitrovica/Mitrovica e Veriut
22. Novo Brdo/Novobërdë
23. Obiliq/Obilić
24. Parteš/Partesh
25. Pejë/Peć
26. Podujevë/Podujevo
27. Prishtinë/Priština
28. Prizren/Prizren
29. Rahovec/Orahovac
30. Ranilug/Ranillug
31. Štrpce/Shtërpçë
32. Shtime/Štimlje
33. Skenderaj/Srbica
34. Suharekë/Suva Reka
35. Viti/Vitina
36. Vushtrri/Vučitrn
37. Zubin Potok/Zubin Potok
38. Zvečan/Zvečan

D7. Cila është prejardhja juaj etnike/kulturore?

Ju lutemi zgjidhni opsionin që përshkruan më së miri prejardhjen tuaj etnike/kulturore

- Shqiptar i Kosovës
- Serb i Kosovës
- Turk i Kosovës
- Boshnjak i Kosovës
- Rom i Kosovës
- Ashkali i Kosovës
- Egjiptian i Kosovës
- Goran i Kosovës
- Tjetër
- Preferoj të mos e them

Seksioni 1: Konsumi i medias, përdorimi dhe frekuenca

P1. A keni qasje në internet?

- Po
- Jo

P2. A posedoni pajisje personale të cilën mund ta lidhni me internet?

- Telefon celular
- Tablet
- Laptop
- Kompjuter
- Tjetër

- Nuk kam pajisje që mund të lidhet me internet

P3. Çfarë burimi informacioni përdorni dhe sa shpesh?

	Shumë herë në ditë	Disa herë në ditë	Një herë në ditë	Në baza javore	Disa herë në muaj
Mediat online					
Mediat sociale					
Portalet e lajmeve					
TV					
Radio					
Gazeta/revista të shtypura					
Tjetër					

P4.1 Nëse po, cilat rrjete të mediave sociale i përdorni dhe sa shpesh:

	Shumë herë në ditë	Disa herë në ditë	Një herë në ditë	Në baza javore	Disa herë në muaj
Facebook					
Instagram					
Snapchat					
YouTube					
TikTok					
Pinterest					
X					
LinkedIn					
Reddit					
Viber					
WhatsApp					
Quora					
Tumblr					
Tjetër					

P5. Në cilën pjesë të ditës zakonisht e kontrolloni burimin tuaj të informacionit?

- Në mëngjes
- Në mesditë
- Në mbrëmje
- Natën

P6. Sa të aftë e konsideroni veten për të naviguar nëpër burime të ndryshme në internet?

- I/e aftë
- Disi i/e aftë
- Jo aq shumë
- Aspak

P7. A jeni të familjarizuar me termin “edukim mediatik”?

- I/e familjarizuar
- Disi i/e familjarizuar
- Nuk jam i/e familjarizuar
- Nuk kam dëgjuar kurrë për këtë term

P8. Cilat mendoni se janë sfidat kryesore të mjedisit të medias digjitale? (Lejohen shumë përgjigje)

- Dezinformatat
- Siguria në internet
- Teoritë konspirative
- Lajmet e rreme
- Gjuha e urrejtjes
- Nxjerrja (*scraping*) e të dhënave
- Reklammat/lajmet e targetuara
- Tjetër

P9. A keni hasur ndonjëherë tituj lajmesh që nuk pasqyrojnë përmbajtjen e artikullit?

- Po
- Jo
- Nuk e di

P10. Çfarë mendoni se e bën informacionin/lajmin të besueshëm?

- Kur tregohet burimi i informacionit
- Kontrollimi i dyfishtë i burimit të informacionit
- Bashkëpunimi me akterët përgjegjës
- Mbështetja e informacionit me të dhëna nga burime të besueshme

P11. A mendoni se mediat në Kosovë po përdoren për të promovuar përmbajtje joadekuatë?

- Po
- Jo
- Nuk e di

P12. Kush mendoni se janë më të cenuarit në kanalet mediatike?

- Gratë
- Personat me aftësi të kufizuara
- Grupet joshumicë
- Fëmijët
- Të moshuarit
- LGBTIQ+
- Tjetër

P13. A mendoni se arsimi formal duhet ta përfshijë shkrim-leximin mediatik në kurrikulën e tij?

- Po
- Jo
- Nuk e di

P14. A mendoni se ministria përkatëse duhet të zhvillojë strategji arsimore lidhur me edukimin mediatik?

- Po
- Jo
- Nuk e di

P15. A ndiqni mediat në gjuhë të tjera?

- Po
- Jo

P16. A jeni në dijeni për ndonjë lajm që është raportuar ndryshe në mediat shqiptare dhe serbe?

- Po
- Jo
- Nuk e di

Seksioni 3: Siguria e informacionit

P17. A i besoni përmbajtjes së informacionit që merrni nga kanale të ndryshme mediatike?

- I besoj
- Jo aq shumë
- Aspak

P18. Sa shpesh keni hasur në përmbajtje në media që nuk ishte e vërtetë?

- Shumë shpesh
- Ndonjëherë
- Rrallë
- Kurrë

P19. A keni raportuar ndonjëherë ndonjë media apo kanal mediatik për publikim të lajmeve të rreme?

- Po
- Jo

P20. A keni qenë ndonjëherë ju apo ndonjë nga anëtarët e familjes suaj viktimë e mediave nga lajmet e rreme apo dezinformatat në burime mediatike?

- Po
- Jo

P21. Sipas mendimit tuaj, ju lutemi na tregoni se cilit burim mediatik i besoni më shumë?

- Portalet e lajmeve në internet
- Mediat sociale
- TV
- Radio
- Aplikacionet e lajmeve

P22. Ju lutemi, na tregoni se cila është mënyra juaj e veprimit kur shihni ose lexoni ndonjë lajm apo informacion?

- Mundohem ta konfirmoj përmes një media tjetër
- Konsultohem me një person të besuar nëse është e vërtetë

- Përpigem ta gjej të njëjtin informacion në faqen zyrtare/profilin e institucioneve përkatëse ose liderëve politikë
- Nuk kam ndonjë mënyrë të veçantë veprimi, sepse e konsideroj atë të vërtetë
- Nuk e di
- Refuzoj të përgjigjem

Seksioni 4: Përmbajtjet fyese në media

P23. Sa shpesh hasni përmbajtje fyese në burimet mediatike që përdorni?

- Shpeshherë
- Ndonjëherë
- Kurrë

P24. A e konsideroni veten të kërcënuar nga përmbajtjet që hasni në kanale të ndryshme mediatike?

- Po
- Jo

P25. A mendoni se përmbajtja fyese duhet të ndalohet nga të gjitha burimet mediatike?

- Po
- Jo
- Nuk e di

P26. A duhet të adresohen çështjet e mëposhtme në lidhje me median në Kosovë?

	Duhet adresuar	Nuk duhet adresuar	Nuk jam i/e sigurt
Përhapja e lajmeve të rreme dhe dezinformatave			
Lehtësia e qasjes në materiale që është e dhunshme, seksuale ose fyese			
Mbledhja e informacionit personal në internet			
Imazhe dhe reklama të pandjeshme nga aspekti kulturor në mediat sociale ose TV			
Nxitja e gjuhës së urrejtjes ndaj grupeve të marginalizuara			
Ofendimet nënçmuese në internet dhe komentet e papërshtatshme seksuale ndaj grave në mediat sociale			
Përdorimi i pambikëqyrur i			

internetit nga ana e fëmijëve			
Të kuptuarit e kufizuar e të drejtës së fëmijëve për mbrojtje dhe privatësi në media			

Seksioni 5: Privatësia dhe siguria në internet

P27. A mendoni se rrjetet mediatike duhet të kërkojnë leje përpara se t'i përdorin të dhënat personale?

- Po, çdo herë
- Ndonjëherë
- Vetëm kur lejohet sipas ligjit në ushtrimin e lirisë së tyre të shtypit dhe informimit
- Kurrë

P28. A jeni informuar ndonjëherë për politikën e privatësisë nga burimet mediatike që keni përdorur?

- Po
- Jo
- Nuk e di

P28.1. Nëse po, a e keni lexuar dhe kuptuar përmbajtjen e politikës së privatësisë?

- Po
- Jo
- Nuk e di

P29. Sipas mendimit tuaj, a kanë burimet mediatike politike të privatësisë dhe a e zbatojnë atë?

- Po
- Jo
- Nuk e di

P30. A jeni në dijeni për të drejtat tuaja si subjekt i të dhënave të parashikuara në Ligjin për mbrojtjen e të dhënave personale?

- Po
- Jo
- Nuk e di

P31. A jeni ekspozuar ndonjëherë ndaj informacioneve që përfshinin ndonjërin nga opsionet vijuese (lejohen më shumë përgjigje)?

- Reklama/lajme të targetuara,
- Siguria kibernetike,
- Shkelja e të dhënave

