STUDIM RASTI

# INFLUENCUESIT DHE REALITETI I RI MEDIATIK: RREZIKU NË RRITJE I NDIKIMIT TË HUAJ

Институт за комуникациски студии

DOI: 10.64370/AYAW6777

**Titulli origjinal:**
„Инфлуенсерите и новата медиумска реалност:
Растечкиот ризик од странски влијанија” - студија на случај

**Botues:**
Instituti për Studime të Komunikimit
Rr. Jurij Gagarin 17/1-1, Shkup
www.iks.edu.mk

**Për botuesin:**
Dr. Zhaneta Trajkoska

**Autor:**
Vladimir Gjorgjieski

**Redaktor:**
Bojan Georgievski

**Përkthim nga maqedonisht në shqip:**
Shenasi Jahiu

**Edicioni:**
ResPublica

**Lekturë:**
Simona Gruevska-Maxhoska

**Dizajni grafik:**
Tatjana Koceva Spirova

**Redaktimi grafik:**
Dejan Joveski

**Vendi dhe data:**
Shkup, viti 2025

CIP - Каталогизација во публикација
Национална и универзитетска библиотека «Св. Климент Охридски», Скопје

004.738.5-05:327.8]:34(4-672ЕУ:497.7)(078.7)

GJORGJIESKI, Vladimir
Influencuesit dhe realiteti i ri mediatik [Електронски извор] : preziku në pritje i indikimit të huaj : studim rasti / [autor Vladimir Gjorgjieski]. - Shkup : Instituti për Studime të Komunikimit, 2026. - (Edicioni ResPublica)

Начин на пристапување
(URL): https://respublica.edu.mk/wp-content/uploads/2025/12/studija-na-slucaj-influenserite-i-novata-mediumska-realnost_al.pdf.
- Превод на делото: Инфлуенсерите и новата медиумска реалност : растечкиот ризик од странски влијанија : студија на случај. - Текст во PDF формат, содржи 17 стр., илустр. - Наслов преземен од екранот. - Опис на изворот на ден 22.01.2026. - Фусноти кон текстот. - Библиографија: стр. 16-17

ISBN 978-608-4805-76-2

а) Инфлуенсери -- Странски влијанија -- Правна рамка -- Европска Унија -- Македонија -- Студии на случај

COBISS.MK-ID 67955973

# Hyrje

Në vitet e fundit, hapësira dixhitale në Maqedoni ka përjetuar ndryshime dramatike. Të rinjtë i marrin informacionet pothuajse tërësisht në TikTok, Instagram dhe YouTube. Këto platforma funksionojnë jashtë rregullave tradicionale të medias – pa redaktorë, pa verifikim faktesh dhe pa llogaridhënie për ndikimin që mund të krijojnë. Në këtë mjedis, influencuesit po bëhen "zërat e rinj publikë", të cilët mund të arrijnë dhjetëra mijëra njerëz brenda pak minutash me vetëm një video.

Ky zhvillim sjell shumë mundësi pozitive, por edhe rreziqe të konsiderueshme. Hulumtimet nga institucionet evropiane tregojnë se aktorët e huaj po investojnë gjithnjë e më shumë burime në kontrollin dhe riformësimin e hapësirës dixhitale - jo përmes mediave klasike, por përmes influencuesve, profileve të memeve dhe rrjeteve dixhitale të koordinuara. Maqedonia nuk bën përjashtim. Përkundrazi, mjedisi ynë i vogël mediatik, besimi i ulët në institucione dhe varësia e lartë nga rrjetet sociale na bëjnë të ndjeshëm ndaj operacioneve të tilla të ndikimit.

Agjencia për Shërbimet Mediatike Audio dhe Audiovizuale ka krijuar tashmë një kornizë normative për rregullimin e influencuesve, por zbatimi praktik - regjistri, monitorimi dhe analiza - ende mungojnë. Kjo është arsyeja pse ky studim synon të shpjegojë se si veprojnë ndikimet e huaja në hapësirën dixhitale, cilat grupe dhe platforma janë më të cenueshme dhe çfarë mund të bëhet për të forcuar sigurinë e medias.

Ky studim është përgatitur bazuar në një qasje të kombinuar metodologjike: analizën e rregulloreve evropiane (AVMSD, DSA, EMFA, Kodi i dezinformimit), shqyrtimin e raporteve evropiane dhe rajonale mbi NHMI-në dhe rreziqet dixhitale, qasjen në dokumentet dhe hulumtimet e AVMU-së, si dhe një analizë të detajuar të raporteve publike, politikave dhe përmbajtjeve mediatike në lidhje me influencuesit. Përveç kësaj, studimet e rasteve (p.sh. Rumania, RT/Sputnik) u përdorën për të ilustruar modele specifike të ndikimit dhe rreziqeve relevante për Maqedoninë. Kjo është një analizë cilësore e bazuar në burime dytësore dhe jo një hulumtim përfaqësues në terren.

Qëllimi i studimit është të shpjegojë se si influencuesit hyjnë në ekosistemin e ndërhyrjeve të huaja dhe manipulimit të informacionit (NHMI), cilat janë boshllëqet kryesore rregullatore dhe institucionale, dhe cilat janë rreziqet reale për median dhe kontekstin politik maqedonas. Duke hartëzuar standardet evropiane, rregulloret kombëtare dhe shembujt konkretë, studimi propozon udhëzime se si të rritet qëndrueshmëria/rezistenca e shtetit dhe e publikut.

Ky botim është i destinuar për organet rregullatore, institucionet përgjegjëse për sigurinë, proceset zgjedhore dhe politikën e jashtme, politikëbërësit në media dhe sferat dixhitale, gazetarët dhe redaktorët, organizatat e shoqërisë civile dhe studiuesit që punojnë në shkrim-leximin mediatik, dezinformimin dhe NHMI-në. Në të njëjtën kohë, teksti është i dobishëm edhe për vetë influencuesit dhe krijuesit e përmbajtjeve që duan të kuptojnë më mirë rregulloret, rreziqet dhe pritshmëritë në lidhje me transparencën dhe llogaridhënien.

# Çfarë është NHMI-ja?

Ndërhyrja e huaj dhe manipulimi i informacionit (NHMI) nuk është vetëm lajm i rremë apo një postim i izoluar në një rrjet social. Është një strategji e strukturuar, e koordinuar dhe afatgjatë. Qëllimi nuk është vetëm përhapja e informacionit të pasaktë, por krijimi i dyshimeve, përçarjes, mosbesimit në institucione, si dhe inkurajimi i qëndrimeve politike që i përshtaten interesave të aktorëve të huaj.

Një nga mekanizmat më të zakonshëm është postimi i sinkronizuar i përmbajtjeve në profile të shumta të ndryshme, në shikim të parë sikur të krijuara dhe të menaxhuara nga individë të ndryshëm. Hulumtimi i Institutit për Dialog Strategjik (ISD) mbi Maqedoninë identifikoi narrativa të koordinuara online që përhapen përmes rrjeteve sociale, me fokus në minimin e besimit në proceset e integrimit evropian. Formulimet më të përdorura janë "Fshirja e historisë maqedonase" dhe "Jo propozimit francez", të cilat e paraqesin procesin e anëtarësimit në Bashkimin Evropian si një kërcënim të drejtpërdrejtë për identitetin kombëtar. Këto mesazhe qarkullojnë nëpër profilet e TikTok, Instagram dhe YouTube me ndërveprim të lartë, gjë që tregon një taktikë sistematike për të flirtuar me audiencën e re. Në shikim të parë, këto video dhe postime me mesazhe të tilla duken si një fenomen organik, por pas tyre zakonisht fshihet një koordinim dhe një qëllim i përcaktuar saktësisht që duhet të arrihet me anë të mesazheve të tilla.

NHMI-ja shfrytëzon dobësitë njerëzore: emocionet, shpejtësinë e shpërndarjes së informacionit dhe besimin që përdoruesit kanë te influencuesit që ndjekin çdo ditë. Kjo është arsyeja pse influencuesit janë një shënjestër e lehtë për operacione të tilla, shpesh pa e ditur se po bëhen një mjet manipulimi. Postimet e tyre janë personale, të menjëhershme dhe informale, duke krijuar një përshtypje autenticiteti dhe afërsie me audiencën, dhe është pikërisht ky autenticitet që mund të abuzohet. Ky nuk është vetëm një rrezik teorik. Artikulli i BBC (Timeline of how online misinformation fuelled UK riots) rreth protestave të dhunshme në vitin 2024 tregoi se influencues individualë, përfshirë Andrew Tate, me mesazhet dhe videot e tyre kontribuan ndjeshëm në mobilizimin e audiencave të reja dhe përhapjen e narrativave të thjeshtuara dhe të ngarkuara emocionalisht, të cilat më pas u përdorën nga grupet e organizuara për të nxitur më tej tensionet.

Gjetjet e Digital News Report 2025 të Reuters Institute tregojnë se influencuesit po fitojnë besim dhe vëmendje midis të rinjve, në një kohë kur besimi në mediat tradicionale është në rënie. Ndjekësit e tyre ndihen sikur janë "një nga të vetët" dhe si njerëz me të cilët kanë një marrëdhënie joformale. Influencuesit kanë fuqinë të ndryshojnë sjelljen, qëndrimet dhe informacionin e audiencës së tyre, veçanërisht tek të rinjtë. Ndikimi i tyre bazohet në besim, autenticitet dhe afërsi, duke i bërë ata aktorë të rëndësishëm në formësimin e opinionit publik dhe trendeve kulturore. Por pikërisht kjo është arsyeja pse influencuesit mund të bëhen lehtësisht pjesë e strategjive të ndikimit.

Analizat evropiane tregojnë se profilet me shtrirje të gjerë, përfshirë influencuesit, shpesh përfundojnë si pjesë e përhapjes së përmbajtjes manipuluese. GADMO/CORRECTIV në hulumtimin mbi zgjedhjet gjermane dokumenton se më shumë përmbajtje pro-ruse ishte përhapur përmes influencuesve me një shtrirje të gjerë, si pjesë e një rrjeti të koordinuar.

Në të njëjtën kohë, një studim i Friedrich Naumann Foundation dhe Allensbach Institute tregon se përdoruesit e TikTok, veçanërisht të rinjtë, kanë një vetëdije kritike më të ulët për origjinën e përmbajtjes, gjë që i bën vetë krijuesit të prekshëm ndaj manipulimit. Kjo nuk do të thotë që ndikuesit po përhapin qëllimisht propagandë, por tregon se në një ekosistem ku përmbajtja bëhet virale në një kohë shumë të shkurtër, ata mund të bëhen lehtësisht transmetues të dezinformatave pa qëllim të vetëdijshëm.

Kjo ngre çështje të transparencës dhe llogaridhënies. Një influencues me 10,000 ndjekës ka një ndikim të vërtetë mediatik më të madh se një portal apo stacion radioje lokale. Prandaj, është e rëndësishme që puna e tyre të trajtohet me përgjegjësi dhe brenda kornizës së rregulloreve.

# Rregullorja evropiane – çfarë është më e rëndësishme për ne?

Bashkimi Evropian po zhvillon një sistem serioz për adresimin e manipulimeve dixhitale, duke pranuar se stabiliteti i informacionit është një pjesë kyçe e arkitekturës demokratike dhe të sigurisë. Korniza e re rregullatore është ndërtuar mbi tre shtylla qendrore: transparencën, qëndrueshmërinë/rezistueshmërinë dhe llogaridhënien.

Tradicionalisht, rregullimi i medias në Evropë ka të bëjë vetëm me televizionin linear, pasi ai ishte mediumi dominues deri rreth vitit 2010. Po flasim për direktiva dhe rekomandime evropiane, të cilat jemi të detyruar t'i zbatojmë edhe në legjislacionin tonë. Megjithatë, me shfaqjen dhe rritjen e shërbimeve video-on-demand, në vitin 2010 rregullorja evropiane u ndryshua dhe u zgjerua – këta operatorë të rinj të shërbimeve mediatike fituan ndikim të rëndësishëm si në audiencë ashtu edhe në treg. Kështu, Direktiva e Këshillit Evropian për Shërbimet e Medias Audiovizuale (AVMS) përfshinte detyrime për to, kurse rregullatorët e medias u ngarkuan me detyrën e rregullimit të punës së tyre. Në vitin 2018, kjo Direktivë u ndryshua dhe u plotësua përsëri me një fushëveprim edhe më të gjerë: u përfshinë edhe platformat e ndarjes së videove dhe individët që ofrojnë shërbime mediatike audiovizuale sipas kërkesës, respektivisht, influencuesit. Direktiva i njeh influencuesit si aktorë mediatikë dhe përfaqëson mjetin më të rëndësishëm për rregullimin e tyre. Ajo zgjeron fushëveprimin e rregullimit të krijuesve individualë, kërkon transparencë në reklama dhe vendos standarde për mbrojtjen e audiencës. Kjo i siguron Maqedonisë një bazë për të zhvilluar rregullimin e vet të influencuesve dhe për t'i vendosur ata në një kornizë që mbron qytetarët, por gjithashtu rrit rezistencën e vendit ndaj praktikave manipuluese.

**Akti i Shërbimeve Dixhitale (DSA)** është instrumenti më i strukturuar dhe gjithëpërfshirës për menaxhimin e rreziqeve të përmbajtjes dhe kufizimin e praktikave manipuluese në platformat e mëdha. Ky akt prezanton detyrime për të vlerësuar dhe zbutur rreziqet sistemike, duke përfshirë ato që rrjedhin nga dezinformimi, fushatat manipuluese dhe çrregullimi i proceseve zgjedhore. DSA kërkon transparencë të algoritmeve, qasje në të dhëna për studiuesit dhe organet mbikëqyrëse, dhe krijon një mekanizëm për raportim të rregullt mbi masat e marra nga platformat.

**Kodi për luftimin e dezinformimit**, megjithëse zyrtarisht një dokument vullnetar, po bëhet një element i rëndësishëm në qasjen evropiane falë përafrimit të tij me DSA-në. Platformat që i bashkohen kodit angazhohen për demonetizimin e përmbajtjes së dezinformimit, duke ofruar arkiva të reklamave politike, duke bashkëpunuar me verifikuesit e fakteve dhe duke përmirësuar etiketimin e përmbajtjeve të rrezikshme.

**Akti Evropian për Lirinë e Medias (EMFA)** përqendrohet në stabilitetin strukturor dhe pavarësinë e sektorit të medias. Ai kërkon transparencë të pronësisë së medias, garanton pavarësinë editoriale dhe kufizon presionet politike. Këta elementë forcojnë në mënyrë indirekte rezistencën e shteteve ndaj NHMI-së, pasi sistemet e qëndrueshme të medias kanë një kapacitet më të madh për të dalluar informacionin legjitim nga fushatat manipuluese.

Deri më sot, vendi ynë e ka harmonizuar plotësisht legjislacionin e tij vetëm me Direktivën e Shërbimeve të Medias Audiovizuale, ndërsa harmonizimi me aktet e tjera të BE-së duhet të fillojë

vitin e ardhshëm. Megjithatë, është shumë e rëndësishme të theksohet se problemi i vërtetë është se mekanizmat e DSA-së zbatohen vetëm në shtetet anëtare. Platformat nuk janë të detyruara t'u përgjigjen kërkesave nga institucionet maqedonase.

Kontaktet e fundit dhe bashkëpunimi rajonal me rregullatorët nga vendet fqinje, tregojnë qartë se rruga më efektive për vendin tonë është një qasje kolektive, rajonale ndaj platformave dixhitale dhe përafrimi me standardet evropiane. Kjo do të thotë që jo vetëm ne, por të gjitha vendet e Ballkanit duhet të pozicionohen së bashku para institucioneve evropiane si një front i vetëm. Kjo ide mori formë konkrete në forumin në Athinë, ku rregullatorët diskutuan mundësitë për veprim të përbashkët, duke ndarë përvoja dhe koordinim.

Arsyeja për këtë është e thjeshtë: mekanizmat e ofruara nga DSA zbatohen vetëm për shtetet anëtare të BE-së, kështu që rregullatorët tanë nuk kanë një mënyrë të drejtpërdrejtë për të kërkuar një reagim nga platformat kur lind një problem. Nëse rajoni vepron në një mënyrë të koordinuar, pesha është shumë më e madhe, është më e lehtë të merret mbështetje nga BE-ja dhe platformat i trajtojnë kërkesat e përbashkëta më seriozisht. Një qasje e tillë e përbashkët rekomandohet edhe nga Këshilli i Evropës në raportin e tij rajonal PRO-FREX.

# IV Pse është i rëndësishëm rregullimi në rrafsh kombëtar?

Rregullimi i influencuesve në Maqedoni nuk lindi vetëm për shkakun sepse kërkohet nga legjislacioni evropian. Konteksti i brendshëm gjithashtu pati një ndikim të madh. Në vitet e fundit, influencuesit janë bërë një nga aktorët më me ndikim në hapësirën publike dhe, për një pjesë të madhe të audiencës së re, ata janë burimi kryesor i lajmeve, këshillave, qëndrimeve dhe modeleve të sjelljes. Është e lehtë të shihet se reklamuesit shumë shpesh bëjnë marrëveshje me ta për të reklamuar produktet dhe shërbimet e tyre, gjë që ka rritur nevojën për rregulla më të qarta dhe përgjegjësi më të madhe në lidhje me përmbajtjen që ata ndajnë.

Ky trend mund të shihet lehtësisht në ekosistemin dixhital maqedonas. Për shembull, Lila Filipovska, me mbi 230,000 ndjekës në Instagram, mbulon tema që lidhen me stilin e jetës, modën, bukurinë dhe opinionet personale në baza ditore - përmbajtje që krijon një ndjesi afërsie dhe ndikon fuqishëm në perceptimet e ndjekësve të saj. Stefan Lazarov, me rreth 159,000 ndjekës, ka zhvilluar një model hibrid të influencuesit dhe prezantuesit të podkasteve, ku përveç temave të stilit të jetës, ai herë pas here përfshin biseda me të ftuar nga orientime të ndryshme politike, gjë që e pozicionon platformën e tij si një hapësirë ku mesazhet shoqërore dhe politike arrijnë tek popullata e re që tradicionalisht nuk ndjek mediat klasike. Nga ana tjetër, Branko Ognjanovski, i njohur ndryshe si Mile Panika, krijon fushata marketingu me shtrirje të lartë dhe një aftësi të fortë për përhapje masive virale përmes videove satirike dhe komike.

Këta shembuj tregojnë se influencuesit në Maqedoni nuk janë më vetëm “krijues përmbajtjesh”. Ato po bëhen gjithnjë e më shumë pika të rëndësishme komunikimi që mund të mobilizojnë një numër të madh njerëzish, të ndikojnë në opinionin publik dhe të përcjellin mesazhe të ndryshme, nga ato komerciale deri te ato shoqërore dhe politike. Prandaj, nevojitet një kornizë e qartë rregullatore që do të mbrojë interesin publik, do të rrisë transparencën dhe do të vendosë rregulla themelore për informacion dhe komunikim të përgjegjshëm në hapësirën dixhitale.

Rregullorja e AVMU-së për personat fizikë që ofrojnë shërbime mediatike audiovizuale sipas kërkesës (influencues/vlogerë/krijues) përcakton një kornizë të qartë dhe të matshme: një profil me të paktën 10,000 ndjekës ose abonentë, publikim të rregullt (të paktën 24 video në një periudhë 12-mujore), aktivitet ekonomik dhe kontroll editorial konsiderohet operator i shërbimit mediatik.

Drafti fillestar i Rregullores parashikonte një prag sasior më të lartë: të paktën 30,000 ndjekës. Ky numër rezultoi nga analizat se sa influencues do të mbuloheshin nga rregullorja dhe cilat janë kapacitetet e rregullatorit për monitorimin e cilësisë së aktivitetit të tyre. Megjithatë, gjatë dëgjesës publike të mbajtur në vitin 2024, vetë influencuesit treguan se një numër i konsiderueshëm krijuesish me më pak ndjekës kanë një ndikim real dhe të qëndrueshëm në audiencën në Maqedoni. Bazuar në argumentet e tyre, u propozua një ulje e pragut, pas së cilës shifra prej 10,000 ndjekësish u përfshi në versionin përfundimtar të Rregullores.

Por rregullorja është vetëm një pjesë e historisë. Që të funksionojë, nevojiten dy hapa praktikë: një regjistër për të regjistruar influencuesit dhe monitorim për të ndjekur aktivitetet e tyre, veçanërisht gjatë periudhave të ndjeshme si zgjedhjet. Këto mekanizma janë ende në proces të

krijimit. Influencuesit kanë afat deri më 31.12.2025 për t'u regjistruar në regjistër, kurse monitorimi aktiv do të fillojë vitin e ardhshëm. Pas këtij afati, të gjitha subjektet që plotësojnë kërkesat sipas Rregullores, por nuk janë regjistruar, do të kontaktohen. Mosrespektimi i këtij detyrimi do të rezultojë në sanksione në përputhje me Ligjin për Shërbimet Mediatike Audio dhe Audiovizuale. Deri atëherë, AVMU nuk ka mundësinë për të kryer monitorimin, as autoritetin ligjor për të vlerësuar rreziqet nga NHMI-ja, por mund të vendosë rregulla, të promovojë transparencën dhe të kontribuojë përmes shkrim-leximit mediatik.

Gjatë zgjedhjeve të fundit lokale, AVMU kreu një monitorim pilot të fillimisht 53 influencuesve që ndanin përmbajtje në TikTok, Instagram dhe Facebook – analiza e parë e këtij lloji në vendin tonë. Monitorimi kishte për qëllim ekskluzivisht të përcaktonte nëse influencuesit ndanin përmbajtje që lidhej me zgjedhjet lokale të vitit 2025. Një analizë do të finalizohet në fillim të vitit të ardhshëm dhe do të ofrojë një pamje më të qartë se si komunikojnë influencuesit me audiencën e tyre dhe ku duhet të përqendrohet monitorimi në të ardhmen.

# V

# Konteksti dhe rreziqet për Maqedoninë

Institucionet evropiane kanë paralajmëruar prej kohësh se ndikimi i huaj dhe manipulimi i informacionit janë ndër kërcënimet më serioze për demokracinë. Në vend të lajmeve klasike të rreme, fushatat e sotme mbështeten në metoda shumë më delikate: informacion pjesërisht të saktë të nxjerrë jashtë kontekstit, mesazhe emocionale dhe përhapjen e tyre të shpejtë përmes algoritmeve të platformave. Inteligjenca artificiale e bën këtë edhe më të vështirë për t'u dalluar - brenda pak sekondash mund të krijojmë video ose audio që është reale, por është plotësisht e sajuar. Kjo është dokumentuar në analizat evropiane të rreziqeve që lidhen me inteligjencën artificiale. Kjo ndryshon gjithçka dhe kërkon mënyra të reja për të mbrojtur hapësirën publike. Cilat janë rreziqet për vendin tonë?

Së pari, flatformat. Një hulumtim mbi njohuritë mediatike midis nxënësve në vitin e parë dhe të dytë të arsimit të mesëm, e publikuar nga AVMU në vitin 2024, tregoi se një pjesë e madhe e të rinjve kanë profile në Instagram (93.1), TikTok (87.6) dhe Facebook (81.3), që do të thotë se audienca e të rinjve është masivisht e ekspozuar ndaj përmbajtjve në rrjetet sociale. Videot e TikTok janë më të njohurat dhe kanë ndikimin më të madh tek të rinjtë, dhe algoritmi i tij shpërblen përmbajtjet që ngjallin emocione të forta. Instagram, përmes videove të shkurtra, kombinon mesazhet e stilit të jetës dhe ato politike. YouTube, i përdorur më shpesh nga blogerët e videove, lejon krijimin e videove më të gjata, fragmente të të cilave shpesh ndahen në rrjete të tjera sociale si Facebook, dhe për këtë arsye narrativat e përfshira në to kanë një jetëgjatësi më të madhe. Është për këto arsye që këto tre platforma në veçanti janë në fokus të rregullores sonë.

Së dyti, llojet e influencuesve. Nga analizat paraprake të deritanishme për sa i përket llojit të shërbimit që ofrojnë (zhanrit), mund të konkludohet se më të përfaqësuarit dhe më të ndjekurit janë ata influencues që mbulojnë tema nga jeta e përditshme (gatim, udhëtime, sporte, etj.). Është ky grup që gëzon besimin më të madh tek të rinjtë, dhe bashkë me të edhe rrezikun e futjes së mesazheve delikate politike ose përmbajtjes manipuluese "ndër të tjera". Komentuesit politikë informalë shpesh nuk kanë kontroll editorial dhe janë të ndjeshëm ndaj ndikimit.

Së treti, narrativat. Po përhapen interpretime gjeopolitike rreth BE-së, NATO-s dhe Rusisë, të përforcuara nga mesazhe që dëmtojnë besimin në institucione dhe procesin zgjedhor. Paralelisht, temat etnike dhe fetare po keqpërdoren për polarizim të shpejtë, kurse përmbajtjet e synuara drejt grupeve të ndryshme po helmojnë më tej hapësirën publike.

# VI

# Analiza e rasteve

## Rumani 2024 – rreziqet e informacionit, teknikat e NHMI-së dhe anulimi i procesit zgjedhor

Zgjedhjet rumune të vitit 2024 vendosën një precedent në historinë politike evropiane, pasi për herë të parë një raund i tërë zgjedhor u anulua për shkak të dyshimeve për ndikim të huaj dhe aktiviteteve të koordinuara manipuluese në internet. Rasti po shqyrtohet nga afër nga Komisioni Evropian, Parlamenti Evropian dhe Këshilli i Evropës si një shembull se si integriteti zgjedhor mund të minohet pa mashtrim fizik, por përmes operacioneve dixhitale që veprojnë në heshtje, shpejt dhe në platforma të shumta njëkohësisht.

Në raundin e parë të zgjedhjeve presidenciale në Rumani (2024), TikTok doli si një kanal kyç për komunikim politik për të rinjtë. Analizat nga TechPolicy.Press (2024), dokumenti i Observatorit Audiovizual Evropian dhe disa organizata monitoruese tregojnë se në periudhën menjëherë para zgjedhjeve, u regjistrua një aktivizim masiv i profileve të reja ose më parë joaktive, me përkatësi editoriale të paqartë, të cilat prodhuan dhe shpërndanë në mënyrë sinkrone përmbajtje politike. Këto rrjete kanë kontribuar që TikTok të bëhet burimi dominues i videove dhe mesazheve politike për votuesit e rinj, gjë që u konfirmua edhe në analizat pas zgjedhjeve të Komisionit Evropian në kontekstin e procedurës DSA kundër platformës. Edhe pse nuk ka të dhëna zyrtare sasiore mbi përqindjen e saktë të të rinjve që morën informacion politik përmes TikTok, të gjitha burimet përkatëse tregojnë një disproporcion të konsiderueshëm krahasuar me platformat dhe mediat e tjera.

Disa qendra evropiane të angazhuara në monitorimin online, siç janë Observatori Evropian i Medias Dixhitale (EDMO), Observatori Bullgaro-Rumun i Medias Dixhitale (BROD) dhe partnerë të jashtëm të shoqërisë civile, kanë vënë re një vëllim në rritje të sjelljes së koordinuar joautentike.

Momenti kyç ishte kur Komisioni Evropian, duke përdorur mekanizmin për platformat e mëdha online të parashikuar në Aktin e Shërbimeve Dixhitale, lëshoi një, urdhër për ruajtjen e të dhënave për TikTok. Ky urdhër i kërkonte kësaj platforme të ruante të gjitha të dhënat dhe informacionet që lidheshin me sistemet e saj, si dhe përpjekjet që platforma ka bërë kundër një sjelljeje të tillë joautentike. Kjo masë e ruajtjes së të dhënave synon të sigurojë që të gjitha provat do të jenë të disponueshme në të ardhmen për hetime të mundshme në të ardhmen. Sigurisht, shkaku për vendosjen e kësaj mase ishin dyshimet për manipulim të huaj, reklama politike pa shenja dalluese, abuzim me renditjen algoritmike dhe lidhje të mundshme me aktorë të jashtëm. Kjo ishte hera e parë që KE kishte aktivizuar një masë të tillë brenda kornizës së DSA-së për të mbrojtur procesin zgjedhor në një shtet anëtar të BE-së.

Për më tepër, sipas analizës së Fondacionit Ndërkombëtar për Sistemet Zgjedhore (IFES), fushata nuk veproi në mënyrë të izoluar: pati një amplifikim të konsiderueshëm përmes profileve që më vonë rezultuan të ishin pjesë e rrjeteve më të gjera që përhapnin rregullisht narrativa kritike pro-ruse në rajon. Operacione sjelljeje joautentike janë vërejtur dhe stimuluar gjithashtu përmes botëve dhe rrjeteve të mikro-influencuesve, një taktikë e përdorur shpesh nga aktorët e huaj për të rritur dukshmërinë e mesazheve të caktuara politike. Nga një perspektivë sigurie, Këshilli i Evropës vëren se në Rumani pati përpjekje për të manipuluar procesin zgjedhor përmes aktiviteteve kibernetike, financimit të paqartë dhe aktivizimit të mijëra profileve në TikTok vetëm dy javë para votimit.

Kur Gjykata Kushtetuese anuloi rezultatet e raundit të parë të zgjedhjeve, justifikimi formal nuk ishte se votimi ishte teknikisht i parregullt, por se mjedisi i informacionit ishte "i çrregulluar mjaftueshëm" për të garantuar vlefshmërinë e rezultatit të zgjedhjeve. Me këtë vendim, Rumania u bë shembulli i parë evropian ku procesi zgjedhor u anulua për shkak të ndikimit në sferën dixhitale.

Për Maqedoninë, ky rast është jashtëzakonisht i rëndësishëm për disa arsye: (1) varësia e të rinjve nga të njëjtat platforma, veçanërisht TikTok; (2) mungesa e mekanizmave për monitorimin e reklamave politike në hapësirën dixhitale dhe sjelljes joautentike; (3) mungesa e aksesit institucional në të dhënat që platformat u ofrojnë shteteve anëtare të BE-së sipas DSA-së; dhe (4) roli në rritje i influencuesve në krijimin e narrativave publike. Shembulli rumun tregon qartë se operacionet dixhitale mund të paraqesin një rrezik serioz demokratik edhe në vendet me kapacitete institucionale shumë më të forta.

## RT - Russia Today dhe Sputnik: Përgjigjet rregullatore dhe korniza politike

Pasi Bashkimi Evropian vendosi masa kufizuese kundër mediave ruse të kontrolluara nga shteti RT – Russia Today, Sputnik, Rossiya RTR / RTR Planeta, Rossiya 24 / Russia 24, TV Cenre International, NTV/NTV Mir, Rossiya 1, REN TV dhe Pervyi Kanal, disa vende kanë kufizuar shpërndarjen e tyre për shkak të vlerësimit se ato funksionojnë si instrumente për përhapjen e propagandës dhe narrativave manipuluese.

Maqedonia, në vitet 2022 dhe 2023, pas vendimeve të miratuara më parë për të futur masa kufizuese në përputhje me Ligjin për Masat Kufizuese, ndaloi gjithashtu transmetimin e tyre përmes operatorëve të rrjeteve publike të komunikimit elektronik. Edhe pse shteti ndaloi ritransmetimin e këtyre shërbimeve programore, përmbajtja e tyre nuk u zhduk plotësisht nga hapësira dixhitale. Ekziston një mundësi reale që pjesë të mesazheve të tyre të vazhdojnë të qarkullojnë përmes formateve të tjera online, siç janë videot e shkurtra, memet ose materialet "analitike" të ripaketuara që përdoruesit ndajnë në rrjetet sociale. Ky model është vërejtur tashmë në vende të tjera evropiane dhe në rajon, ku përmbajtja me një narrativë të ngjashme shfaqet në profile, faqe ose portale që nuk janë të lidhura drejtpërdrejt me median origjinale. Edhe pse nuk ka analiza formale për Maqedoninë, ekosistemi mediatik dhe mënyra se si funksionojnë platformat tregojnë se është gjithashtu e mundur që mesazhe ose tema të caktuara të vazhdojnë të përhapen në një format të modifikuar ose të lokalizuar në vendin tonë.

VI

# Modele rajonale të fushatave të koordinuara

Analizat evropiane të ndikimit të huaj tregojnë se Ballkani Perëndimor është veçanërisht i ndjeshëm ndaj aktiviteteve të koordinuara të dezinformimit. Raporti i Observatorit Audiovizual Evropian thekson se rajoni është tashmë nën presion të shtuar për shkak të luftës në Ukrainë dhe se aktorët e huaj po përdorin fushata manipulimi të informacionit për të ndikuar në proceset politike. Duke vepruar kështu, vija ndarëse midis influencuesve "të huaj" dhe "vendas" bëhet e paqartë, pasi hapësira mediatike, gjuhët dhe lidhjet politike mbivendosen në të gjithë rajonin.

Hulumtimi nga Instituti për Dialog Strategjik ofron një pamje më të qartë se si duken këto modele në praktikë: analiza tregon se në Bosnjë dhe Hercegovinë, Kosovë, Maqedoninë e Veriut dhe Serbi, pjesa më e madhe e dezinformimit përhapet nga aktorë politikë vendas dhe media të afërta me partitë, jo vetëm nga burime të huaja. Shumica e mesazheve kanë një ton anti-perëndimor dhe një pjesë e konsiderueshme mbështesin qëndrimet e Kremlinit.

Në pjesën për Maqedoninë, ky raport vëren se janë të pranishme mesazhe euroskeptike në diskursin publik dhe se fushatat e organizuara online me mesazhe të tilla si "Fshirja e historisë maqedonase" dhe "Jo propozimit francez" po shfaqen përmes platformave X, Facebook dhe YouTube. Këto përmbajtje e paraqesin procesin evropian si një kërcënim për identitetin dhe minojnë besimin në institucione dhe integrimin evropian. Në përgjithësi, gjetjet tregojnë se fushatat e koordinuara nuk janë vetëm një rrezik teorik për Maqedoninë, ato janë tashmë të dokumentuara dhe janë pjesë e një modeli më të gjerë të aktiviteteve me ndikim në rajon.

# VII Çfarë duhet të bëjë Maqedonia për të mbrojtur influencuesit dhe publikun?

Influencuesit sot luajnë një rol që vetëm televizioni e kishte disa vite më parë: ata formojnë qëndrimet, ndikojnë në sjellje dhe shpesh janë burimi i parë i informacionit për të rinjtë. Kjo është arsyeja pse është e rëndësishme të krijohet një sistem që do t'i mbrojë si ata ashtu edhe publikun nga manipulimi dhe ndikimet e huaja.

Nevojiten tre hapa të qartë dhe të arritshëm për ta arritur këtë.

1. **Plotësimi i regjistrit dhe futja e monitorimit të rregullt**
   Regjistri është kërkesa e parë për të ditur se cilët influencues kanë një shtrirje dhe ndikim të madh. Pasi të plotësohet kjo bazë të dhënash, hapi tjetër është monitorimi i rregullt, veçanërisht gjatë periudhave zgjedhore ose rasteve kur ka një rritje të përmbajtjeve manipuluese.

2. **Transparencë më e madhe në përmbajtjen e influencuesve**
   Audienca duhet ta dijë qartë kur një përmbajtje paguhet ose mbështetet nga një entitet i caktuar, qoftë ky një produkt, një mesazh politik apo një çështje shoqërore. Kjo është e rëndësishme sepse influencuesit shpesh kanë një nivel të lartë besimi midis të rinjve dhe ky besim mund të shfrytëzohet nga palë të treta.

3. **Një qasje e përbashkët institucionale për monitorimin e rrezikut**
   Asnjë institucion i vetëm nuk mund të merret i vetëm me ndikimin e huaj. AVMU-ja përcakton rregulloret; institucionet e tjera kanë një rol në identifikimin e rreziqeve. Nevojitet koordinim, një sistem në të cilin institucionet shkëmbejnë informacion mbi trendet, sjelljet joautentike dhe fushatat e mundshme manipuluese.

# VII

# Influencuesit si media të reja

Influencuesit sot kryejnë funksionin që media tradicionale po e humbet. Ata komunikojnë drejtpërdrejt, pa barriera formale dhe filtra editorialë. Për të rinjtë, kjo krijon një ndjenjë afërsie dhe besimi, diçka që asnjë media klasike nuk mund ta arrijë më. Por është pikërisht kjo afërsi që i bën influencuesit vulnerabël ndaj manipulimit.

Shembulli i Rumanisë tregon se ndikimet e huaja mund të shtrembërojnë procesin zgjedhor duke përdorur rrjete profilesh dhe mikro-influencuesish.

Ky studim tregon disa mesazhe kyçe:

» Influencuesit janë një pjesë e rëndësishme e ekosistemit mediatik dhe duhet të trajtohen si të tillë.

» Ata mund të jenë si shënjestër ashtu edhe mjet i ndikimit të huaj, ndonjëherë pa e ditur as vetë.

» Me rregullore të duhura, transparencë dhe koordinim institucional, influencuesit mund të bëhen pjesë e zgjidhjes, jo pika e dobët në sistemin dixhital.

Është shumë e rëndësishme të theksohet se influencuesit nuk kërcënojnë hapësirën publike.

Është kërcënuese që nuk kemi rregulla, mjete dhe mekanizma të qartë që i mbrojnë ata dhe audiencën.

Me një regjistër të fortë, standarde të qarta dhe koordinim më të mirë, Maqedonia mund të krijojë një mjedis dixhital në të cilin influencuesit mund të krijojnë, komunikojnë dhe ndikojnë lirisht, por brenda një kuadri që mbron demokracinë dhe rrit qëndrueshmërinë e të gjithë shoqërisë.

# Bibliografia/materiale të përdorura


1. **AVMU (2022)** Raport mbi punën e AVMU-së për vitin 2022. I disponueshëm në: https://avmu.mk/wp-content/uploads/2023/12/1.-%D0%98%D0%B7%D0%B2%D0%B5%D1%88%D1%82%D0%B0%D1%98-%D0%B7%D0%B0-%D1%80%D0%B0%D0%B1%D0%BE%D1%82%D0%B0%D1%82%D0%B0-%D0%BD%D0%B0-%D0%90%D0%92%D0%9C%D0%A3-%D0%B2%D0%BE-2022-%D0%B3%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D0%BD%D0%B0.pdf
2. **AVMU (2023)** Raport mbi punën e AVMUS-së për vitin 2023. I disponueshëm në: https://avmu.mk/wp-content/uploads/2024/03/%D0%98%D0%B7%D0%B2%D0%B5%D1%88%D1%82%D0%B0%D1%98-%D0%B7%D0%B0-%D1%80%D0%B0%D0%B1%D0%BE%D1%82%D0%B0-%D0%BD%D0%B0-%D0%90%D0%92%D0%9C%D0%A3-%D0%B7%D0%B0-2023-%D0%B3%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D0%BD%D0%B0.pdf
3. **AVMU (2024)** Hulumtim mbi shkrim-leximin mediatik tek nxënësit e vitit të parë dhe të dytë të arsimit të mesëm. I disponueshëm në: https://avmu.mk/2024/06/27/%D0%BC%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D1%83%D0%BC%D1%81%D0%BA%D0%B0%D1%82%D0%B0-%D0%BF%D0%B8%D1%81%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82-%D0%BA%D0%B0%D1%98-%D1%83%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D1%86%D0%B8%D1%82%D0%B5/
4. **AVMU Rregullorja për personat fizikë që ofrojnë shërbime mediatike audiovizuale sipas kërkesës (influencues/vlogerë/krijues)**. I disponueshëm në: https://avmu.mk/%d0%b4%d0%be%d0%bc%d0%b0%d1%88%d0%bd%d0%b0-%d1%80%d0%b5%d0%b3%d1%83%d0%bb%d0%b0%d1%82%d0%b8%d0%b2%d0%b0/
5. **BBC News,** Timeline of how online misinformation fuelled UK riots. I disponueshëm në: https://www.bbc.co.uk/bitesize/articles/zshjs82
6. **Bleyer-Simon, K. and Institute of Communication Studies,** Addressing Foreign Information Manipulation in the Context of European Regulation. I disponueshëm në: https://iks.edu.mk/en/research-analysis/policy-paper-addressing-foreign-information-manipulation-in-the-context-of-european-regulations/
7. **Council of Europe,** Protecting Freedom of Expression and of the Media in the Western Balkans PRO-FREX – The Role of Regulators in Countering Harmful Content. I disponueshëm në: https://rm.coe.int/dc-foe-2024-21-the-role-of-regulators-in-countering-harmful-content-we/1680b3bea6
8. **Council of Europe,** The implementation of EU sanctions against RT and Sputnik. I disponueshëm në: https://rm.coe.int/note-rt-sputnik/1680a5dd5d
9. **Council of Europe,** Western Balkan Regulators Call for Stronger Support to Align with European Standards. I disponueshëm në: https://www.coe.int/en/web/freedom-expression/-/western-balkan-regulators-call-for-stronger-support-to-align-with-european-standards
10. **Directive 2010/13/EU (2010)** Audiovisual Media Services Directive (AVMSD). I disponueshëm në: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32010L0013
11. **Directive (EU) 2018/1808 (2018)** Amending Directive 2010/13/EU on the provision of audiovisual media services. I disponueshëm në: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32018L1808

12. **Digital News Report 2025 (2025)** Reuters Institute Digital News Report 2025 – Executive summary. Reuters Institute for the Study of Journalism. I disponueshëm në: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2025/dnr-executive-summary
13. **EEAS (2024a)** Report on EEAS Activities to Counter Foreign Information Manipulation and Interference (FIMI). European External Action Service. I disponueshëm në: https://www.eeas.europa.eu/sites/default/files/2025/documents/2024%20Report%20on%20EEAS%20Activities%20to%20Counter%20FIMI.pdf
14. **EEAS (2024b)** Second Report on FIMI Threats. European External Action Service. I disponueshëm në: https://www.eeas.europa.eu/sites/default/files/documents/2024/EEAS-2nd-Report%20on%20FIMI%20Threats-January-2024_0.pdf
15. **European Audiovisual Observatory,** Annulment of the electoral process for the election of the President of Romania in 2024. I disponueshëm në: https://merlin.obs.coe.int/article/10222
16. **European Audiovisual Observatory,** National rules applicable to influencers. I disponueshëm në: https://www.obs.coe.int/en/web/observatoire/-/how-are-social-media-influencers-and-their-activities-covered-by-european-law-
17. **European Audiovisual Observatory,** User empowerment against disinformation. I disponueshëm në: https://rm.coe.int/iris-plus-2022en3-user-empowerment-against-disinformation/1680a963c4
18. **European Audiovisual Observatory,** Resilience to foreign information manipulation and interference (FIMI) – Case studies in Eastern Europe, the Western Balkans and Türkiye.
19. **European Commission (2022)** Regulation (EU) 2022/2065 on a Single Market for Digital Services (Digital Services Act). I disponueshëm në: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32022R2065
20. **European Commission (2024a)** Formal proceedings against TikTok (IP/24/6487). I disponueshëm në: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_24_6487
21. **European Commission (2024b)** Regulation (EU) 2024/1083 – European Media Freedom Act. I disponueshëm në: https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2024/1083
22. **European Commission (2022b)** Strengthened Code of Practice on Disinformation. I disponueshëm në: https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/code-practice-disinformation
23. **European Parliament (2025)** Strengthening resilience – Towards the European Democracy Shield. I disponueshëm në: https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/IUST_STU(2025)777917
24. **Friedrich Naumann Foundation and Allensbach Institute,** Studie: Desinformation unter jungen Menschen weit verbreitet. I disponueshëm në: https://www.freiheit.org/de/pressemitteilung/studie-desinformation-unter-jungen-menschen-weit-verbreitet
25. **IFES (2024)** Romanian 2024 Election Annulment – Addressing Emerging Threats to Electoral Integrity. International Foundation for Electoral Systems. https://www.ifes.org/publications/romanian-2024-election-annulment-addressing-emerging-threats-electoral-integrity
26. **Institute for Strategic Dialogue,** Monitoring Influence & Disinformation Campaigns in the Western Balkans. https://www.isdglobal.org/isd-publications/monitoring-influence-disinformation-campaigns-in-the-western-balkans-mediweb/
27. **Regulation (EU) 2022/2065 (2022)** Digital Services Act. I disponueshëm në: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32022R2065
28. **Regulation (EU) 2024/1083 (2024)** European Media Freedom Act. I disponueshëm në: https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2024/1083
29. **Reuters (2024)** EU orders TikTok to freeze Romanian election data. I disponueshëm në: https://www.reuters.com/world/europe/eu-orders-tiktok-to-freeze-romanian-elections-data-2024-12-05/
30. **TechPolicy.Press,** TikTok, Telegram, and Trust: Urgent lessons from Romania's election. I disponueshëm në: https://www.techpolicy.press/tiktok-telegram-and-trust-urgent-lessons-from-romanias-election/
31. **Western Balkan Regulators (Council of Europe)** Western Balkan Regulators Call for Stronger Support to Align with European Standards. I disponueshëm në: https://www.coe.int/en/web/freedom-expression/-/western-balkan-regulators-call-for-stronger-support-to-align-with-european-standards

Институт за
комуникациски
студии