

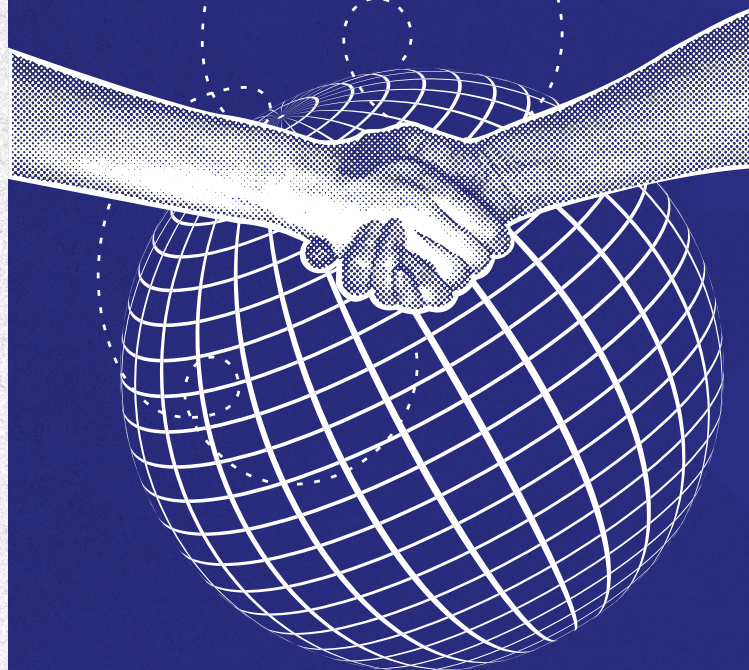
Njohja dhe perceptimi i të rinjve në Shqipëri mbi legjislacionin kundër lajmeve të rreme dhe nevoja për ndërhyrje ligjore.

- Vetëm 12% e të rinjve besojnë se në Shqipëri ka ligje ose udhëzime të mjaftueshme kundër lajmeve të rreme dhe dezinformimit.
- 78% mendojnë se këto ligje mungojnë ose janë të pamjaftueshme.
- Vetëm 20% janë në dijeni të ligjeve ekzistuese; njohuritë janë disi më të larta te grupmosha 25–34 vjeç.
- 94% e të rinjve e konsiderojnë të nevojshme një ligj specifik për dezinformimin (75% pro, 19% ndoshta).
- 85% besojnë se ka pasur rritje të ndjeshme të përhapjes së lajmeve të rreme në vitet e fundit.
- Vetëm 20% dinë cilat vende evropiane kanë ligje specifike për dezinformimin; më të përmendurat janë: Gjermania, Franca, Italia dhe vendet skandinave.



Franca dhe marrëdhëniet me Shqipërinë

- 50% e të rinjve mendojnë se imazhi i Francës është përmirësuar vitet e fundit.
- 40% e konsiderojnë Francën si partner të afërt të Shqipërisë.



FAKE

FAKT

Gjetjet kryesore të studimit
sasior mbi perceptimin e Fake
News në Shqipëri.

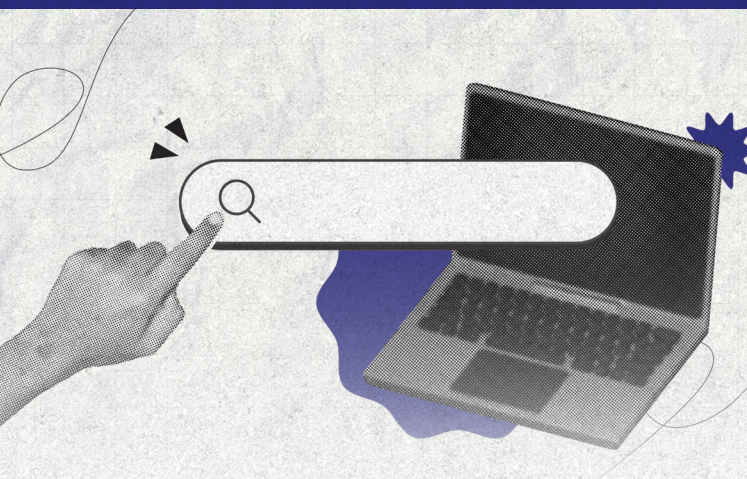
Studimi u realizua nga **Data Centrum**.
Marzhi i gabimit $\pm 4\%$ në nivelin e besueshmërisë 95%.

Studim sasior në zonat urbane në 12 Njësi Administrative të Shqipërisë.

Kampion përfaqësues: **16 – 40 vjeç.**



Vihet re se rrjetet sociale (portalet) përdoren më së shumti për informim. Televizioni renditet i treti për sa i përket përdorimit për tu informuar, por i dyti në besueshmëri. Televizioni përdoret më shumë nga grup moshat më të mëdha të studimit, pra **35–40 vjeç**, krahasuar me grup moshat e reja **16–24 vjeç** të cilët përdorin më shumë burimet digjitale.



Lloji informacionit që kërkojnë online:

Respondentët kërkojnë kryesisht informacione të përgjithshme (**48%**), lajme mbi aktualitetin (**27%**), çështje sociale dhe politike (**25%**), lajme ekonomike (**23%**) dhe showbiz (**19%**). Ekzistojnë dallime të theksuara midis grupmoshave: ata që i përkasin grupmoshës **35–40 vjeç** tregojnë më shumë interes për lajmet politike dhe ekonomike, ndërsa të rinjtë e moshës **16–24 vjeç** fokusohen kryesisht te temat që lidhen me shkollën dhe showbizin. Gjithashtu, vërehen ndryshime në interesat mes femrave dhe meshkujve.

FAKE NEWS



Mediat sociale:

Të anketuarit përdorin kryesisht Instagramin (**86%**), Facebook-un (**56%**) dhe You Tube-in (**33%**). Për sa i përket marrjes së lajmeve, platformat më të përdorura janë Instagrami (**67%**), Facebook-u (**40%**). Përdorimi i mediave sociale ndryshon ndjeshëm midis grupmoshave. Facebook-u është më i preferuar nga grupmoshat më të mëdha të kampionimit, veçanërisht **35–40 vjeç**, ndërsa të rinjtë e moshës **16–24 vjeç** përdorin më shpesh Instagramin.



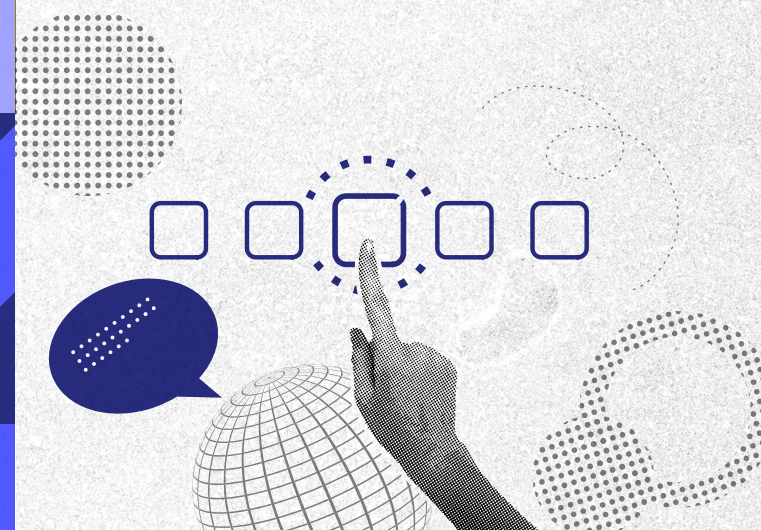
Burimet e informacionit dhe besueshmëria

- 81% e të rinjve informohen përmes rrjeteve sociale, ku 54% i konsiderojnë burim të besueshëm.
- Televizioni përdoret nga 57%, por ka nivel më të lartë besueshmërie (45%) sesa rrjetet sociale.



Ndërgjegjësimi dhe perceptimi për lajmet e rreme

- **67%** e të anketuarve besojnë se ka një prani të lartë të lajmeve të rreme në Shqipëri.
- Vetëm **6%** e të rinjve deklarojnë se kanë shumë njohuri për këtë fenomen; **52%** nuk kanë fare njohuri.
- Fushat me më shumë lajme të rreme janë: showbiz (**71%**), politika (**61%**), ekonomia dhe aktualiteti (**24%**).
- Vetëm **20%** dinë si të raportojnë lajme të rreme.



Qëndrimet ndaj rrezikshmërisë së lajmeve të rreme.

- **50%** e të rinjve janë të shqetësuar për dezinformimin; **52%** nuk e shohin si rrezik personal.
- **96%** kërkojnë që autorët e lajmeve të rreme të mbajnë përgjegjësi ligjore.
- **94%** mbështesin ligj specifik për dezinformimin dhe **91%** kërkojnë licencim të mediave online.