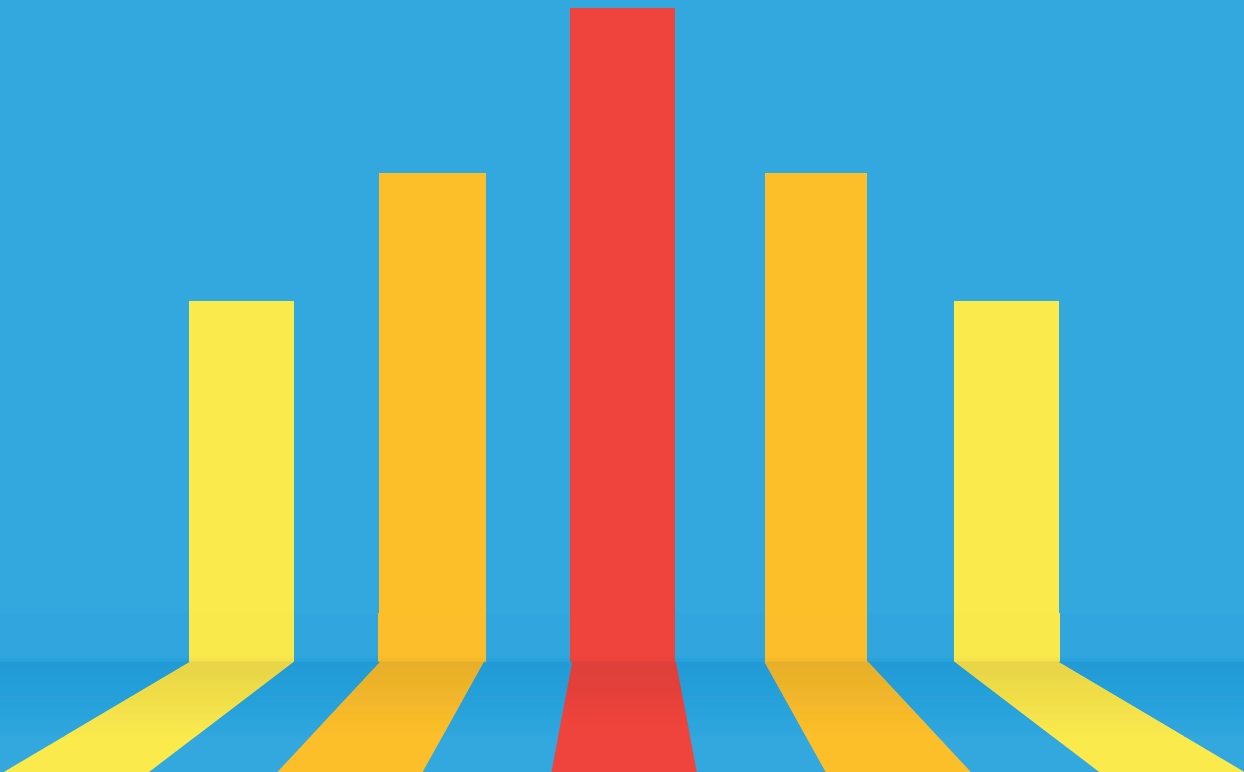




# Sa shpenzuan partitë politike për zgjedhjet e 11 qershorit?

Raport i monitorimit të kostos së fushatës së zgjedhjeve të 11 qershorit





# Sa shpenzuan partitë politike për zgjedhjet e 11 qershorit?

---

Raport i monitorimit të kostos  
së fushatës së zgjedhjeve  
të 11 qershorit



Të drejtat e autorit © 2017. Demokraci Plus (D+), Çohu!

Të gjitha të drejtat janë të rezervuara. Asnjë pjesë e këtij publikimi nuk mund të riprodhohet, ruhet apo transmetohet në çfarëdo forme apo përmes çfarëdo mjeti elektronik, mekanik, fotokopjohet apo të tjera, pa lejen e D+.

**Punim i përgatitur nga:** Isuf Zejna dhe Genc Nimoni

**Me kontributin:** Valmir Ismaili dhe Arton Demhasaj

**Dizajni grafik nga:** Vladan Jaćimović

# Përmbajtja

Lista e Shkurtesave.....	1
Hyrje.....	2
Përmbledhje.....	3
Metodologjia.....	5
Kufizimet e raportit.....	6
Shpenzimet në media.....	7
Shpenzimet në portale.....	11
Shpenzimet në gazetatat ditore.....	13
Shpenzimet e terrenit.....	14
Shpenzimet në tubime zgjedhore.....	19
Shpenzimet në vëzhgimin e zgjedhjeve.....	21
Gjobat nga PZAP.....	23
Përfundime.....	24
Rekomandimet.....	25
Falënderime.....	26



## Lista e shkurtesave

- Çohu!** Organizata për Demokraci, Anti-korrupsion dhe Dinjitet, Çohu!
  - D+** Demokraci Plus
- PZAP** Paneli Zgjedhor për Ankesa dhe Parashtresa
- KKZ** Komisioni Komunal i Zgjedhjeve
- KPM** Komisioni i Pavarur Mbikëqyrës
- KQZ** Komisioni Qendror i Zgjedhjeve
- LAA** Lidhja Demokratike e Kosovës, Aleanca Kosova e re dhe Alternativa Lëvizja Vetëvendosje
- LVV** Partia Demokratike e Kosovës, Aleanca për Ardhmërinë e Kosovës,
- PAN** Nisma për Kosovën
- PZAP** Paneli Zgjedhor për Ankesa dhe Parashtresa

## Hyrje

Financimi i subjekteve politike, veçanërisht në kohë të fushatave zgjedhore paratë u nevojiten më së shumti partive politike është çështje e cila merr vëmendje të gjerë në pothuajse çdo shtet me demokraci plurale. Mbikëqyrja e donatorëve privat dhe sidomos kompanive dhe individëve të cilët japin para apo shërbime për partitë politike për të marr në këmbim favore të ndryshme pasi të zgjedhën këta zyrtarë, vazhdon të jetë prioritet në luftën kundër korrupsion.

Një nga ligjet i cili vështirë aprovohet dhe ende më vështirë zbatohet pothuajse në çdo shtet është ai i cili vë rregulla për partitë politike dhe financat e tyre. Kjo meqë janë vetë përfaqësuesit e këtyre partive politike të cilët zgjidhen si ligjvënës dhe të cilët nuk kanë interes të rregullojnë këtë problematikë.

Në Kosovë ashtu sikurse edhe në një numër të konsiderueshëm të shteteve në rajon, rregullat për financimin e partive politike vazhdojnë të mbetën vetëm tekst në legjislacion i cili shumë pak zbatohet. Në raportet paraprake Demokraci Plus (D+)<sup>1</sup> dhe Çohu!<sup>2</sup> kanë nxjerr publikime të cilat kanë përshkruar problematikën e financimit të partive politike në Kosovë duke ofruar edhe rekomandimet përkatëse. Në këto raporte analitike janë prezantuar problemet sistematike në kontrollin dhe auditimin e financave të partive politike.

Nëpërmjet këtij monitorimi D+ dhe Çohu! synojnë shpërfaqjen e raportimit të pandershëm dhe të mangët të subjekteve politike në Komisionin Qendror të Zgjedhjeve, si dhe mungesën e mekanizmave kontrollues për shpenzimet e subjekteve politike. Raporti tenton të nxis debat në lidhje me një reformë më të thellë në fushën e financimit të subjekteve politike dhe të nxis institucionet e Kosovës që të adoptojnë legjislacion të ri në përputhje me praktikat e mira ndërkombëtare.

Probleme në këtë fushë kanë vende të ndryshme të botës, madje edhe ato me demokraci të konsoliduar si rasti i Zvicrës apo edhe Shteteve të Bashkuara të Amerikës, ku debatet janë të vazhdueshme mbi kontrollin dhe raportimin e financimit.

<sup>1</sup> Isuf Zejna, Sa kushton demokracia?, Demokraci Plus, 2016, Prishtinë.

<sup>2</sup> Altin Ademi dhe Arton Demhasaj, Përsiatja e Dështuar, Çohu!, 2016, Prishtinë.



## Përmbledhje

Ky raport analizon shpenzimet e subjekteve kryesore politike, të cilat garonin në dy koalicione dhe një parti politik si në vijim:

1. Partisë Demokratike të Kosovës me Aleancën për Ardhmërinë e Kosovës, Nisma për Kosovë et al (PAN);
2. Lidhjes Demokratike të Kosovë, Aleancës Kosova e Re dhe Alternativa (LAA), si dhe;
3. Lëvizjes Vetëvendosje (LVV).

Në këtë raport janë analizuar shpenzimet duke përdorur një metodologji të kombinuar e cila ka përfshirë shpenzimet e subjekteve në media, tubime elektorale, vëzhgimin e zgjedhjeve dhe shpenzimet në terren.<sup>3</sup>

Të dhënat e prezantuara nuk janë të krahasuara me raportet financiare të subjekteve politike të dorëzuara në Komisionin Qendror të Zgjedhjeve (KQZ), për shkak të mohimit të qasjes në këto dokumente nga KQZ dhe vet subjektet politike, edhe pse të njëjtat pas dorëzimit në KQZ, konsiderohen si dokumente zyrtare dhe publike. Të gjitha këto subjekte kanë marr kërkesa të shkruara në përfundim të afatit

<sup>3</sup> Shpenzimet e terrenit kanë përfshirë çdo shpenzim në billboard, poster, murale apo shpenzime të tjera të cilat janë lidhur me fushatën zgjedhore.

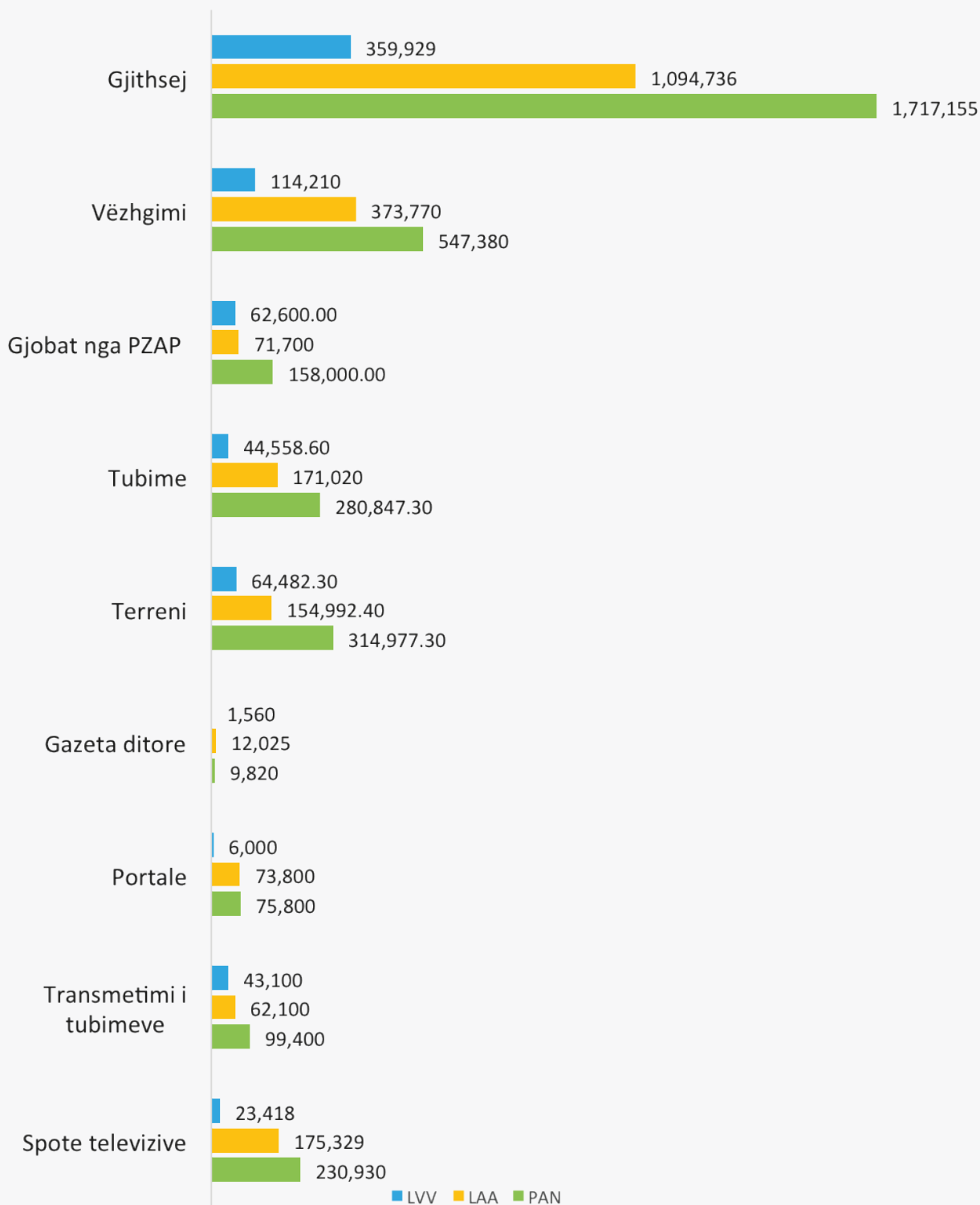
ligjor për dorëzimin e raporteve në KQZ.<sup>4</sup> Të gjitha pa përjashtim e kanë injoruar një kërkesë të tillë dhe nuk janë përgjigjur në lidhje me thirrjen për t'i publikuar financat e fushatës së tyre. Matja e shpenzimeve të subjekteve politike, është bazuar në çmimet e përafërta të tregut, duke i krahasuar shpenzimet në njërën anë me ofertat e kompanive private në anën tjetër. Në këtë raport përfshihen shpenzimet e subjekteve politike, kandidatëve të tyre dhe simpatizantëve të cilët kanë ndodhur gjatë fushatës zgjedhore, duke përfshirë ditën e zgjedhjeve.

Nga analizimi i të dhënave të raportit, shihet se dy koalicionet e mëdha PAN dhe LAA kanë pasur shpenzimet më të mëdha gjatë kësaj fushate, përderisa LVV ka shpenzuar brenda kufizimeve ligjore prej 50 cent për votues. Në të gjitha kategoritë koalicioni PAN ka shpenzuar EU 1,717,155<sup>5</sup> - koalicioni LAA EU 1,094,076 - ndërsa LVV EU 359,929. Nga këto të dhëna të vlerësimit të shpenzimeve, të cilat jo domosdoshmërisht paraqesin tërësinë e shpenzimeve të subjekteve

<sup>4</sup> D+ me datës 30 korrik 2017, u ka dërguar kërkesa për qasje në raportet financiare të fushatës zgjedhore KQZ-së, koalicionit PAN, Koalicionit LAA dhe Lëvizjes Vetëvendosje.

<sup>5</sup> Në këto shuma përfshihen edhe shpenzimet e vëzhgimit të zgjedhjeve, për më tepër lexo pjesën e shpenzimeve të vëzhgimit në të cilën detajisht sqarohet përlllogaritja e vlerës së shpenzuar nga subjektet





**Figura 1.** Paraqet Shpenzimet e subjekteve politike në fushatë zgjedhore, duke përfshirë të gjitha kategoritë e monitoruara dhe totalin e shpenzimeve



politike, pasi që ato kanë pasur edhe shpenzime të tjera të cilat nuk ka qenë e mundur të monitorohen. Shumat e sakta sa kanë paguar subjektet politike nuk mund të dihen pa u ofruar qasje në raportet financiare, mirëpo duke i analizuar të dhënat e monitorimi vërehet se nga vlera e tregut të atyre shpenzimeve dy subjektet më të mëdha kanë bërë shkelle të legjislacionit duke shpenzuar mbi kufizimin e përcaktuar.<sup>6</sup> Kur këtyre shpenzimeve t'i shtohen kategoritë e pa monitoruara, si këshilltarët e fushatës, shpenzimet e transportit, rrjetet sociale, pagesat për organizatorët e tubimeve, pagesat për vendosjen e materialeve elektorale në terren, këto shuma mund të rriten ndjeshëm.

## Metodologjia

Në këtë raport D+ dhe Çohu! kanë përdorur metodologji të kombinuar kryesisht duke u bazuar në metodologjinë e Open Society Foundation, Udhëzuesin për Organizatat Jo-qeveritare<sup>7</sup>, për të përcjell shpenzimet e subjekteve politike. Në këtë mënyrë për

<sup>6</sup> Ligji për Zgjedhjet e Përgjithshme, Neni 39, Kufizimi i Shpenzimeve të Fushatës dhe Kontributet.

<sup>7</sup> Open Society Justice Initiative, Monitoring Election Campaign Finance, A Handbook for NGOs (New York; Open Society Institute 2005)

monitorimin e 23 komunave, janë angazhuar 24 vëzhgues, duke përfshirë komunat: Prishtinë, Prizren, Gjiilan, Pejë, Gjakovë, Ferizaj, Mitrovicë, Suharekë, Deçan, Malishevë, Kamenicë, Podujevë, Shtime, Klinë, Rahovec,

Skenderaj, Lipjan, Istog, Obiliq, Fushë Kosovë, Junik, Drenas dhe Vushtrri.

Në anën tjetër për monitorimin e kostos në televizione dhe gazeta, është angazhuar një kompani profesionale e cila me një aplikacion të veçantë ka matur shpenzimet e subjekteve politike në katër televizione, duke përfshirë Radio Televizionin e Kosovës, kanalën 1 (RTK1), Radio Televizionin 21 (RTV 21), Kohavision (KTV) dhe Klan Kosova. Për më tepër organizatat Çohu! dhe D+ kanë bërë monitorimin e tetë portaleve kryesore duke përfshirë, Gazeta Express, Koha.net, Telegrafi, Zeri.info, Insajderi, Indeksonline, Gazeta Blic, dhe Lajmi.net.

Përveç monitorimit të drejtpërdrejtë të tubimeve, terrenit dhe mediave, D+ dhe Çohu! kanë monitoruar në masë të madhe edhe postimet e ngjarjeve në llogaritë në rrjetet sociale, kryesisht Facebook, nga i cili janë identifikuar edhe një numër i konsiderueshëm i shpenzimeve, kryesisht mbrëmje rinore, iftare dhe takime të ndryshme të subjekteve politike të cilat nuk janë paralajmëruar në Komisionet Komunale Zgjedhore (KKZ).

Numrit të përgjithshëm të shpenzimeve të subjekteve politike i janë shtuar edhe vëzhguesit e akredituar në KQZ nga këto subjekte politike, gjë e cila paraqet një nga shpenzimet më domethënëse në secilin cikël zgjedhorë.

## Kufizimet e raportit

Në këtë raport nuk përfshihet një kategori e konsiderueshme e shpenzimeve të subjekteve politike, për shkak të kufizimeve kohore dhe logjistike, meqë organizimi i zgjedhjeve të jashtëzakonshme ka ndodhur për një kohë të shkurtër si pasojë e mocionit për shkarkimin e qeverise Mustafa. Në këtë kuadër brenda 45 ditësh është dashur që të organizohet i gjithë monitorimi, i cili për shkak të mungesave financiare dhe njerëzore është fokusuar në komunat kryesore të vendit, ku edhe janë pritur shpenzimet më të mëdha, si dhe monitorimin e mediave të cilat konsiderohen si nacionale.

Për shkak të arsyeve të lartcekura një numër i madh i televizioneve regionale dhe lokale, duke përfshirë edhe radiot, portalet dhe mediat e tjera nuk janë monitoruar. Për pasojë shpenzimet e subjekteve politike në këto institucione mbeten të panjohura. Po ashtu ka qenë e pa mundur të dihet nëse subjektet politike kanë angazhuar këshilltar për planifikimin dhe

organizimin e fushatave. Nga bisedat me përfaqësuesit e subjekteve politike janë përmendur kompani të ndryshme që janë angazhuar për të planifikuar dhe realizuar fushatën. Anëtarët e subjekteve politike të cilët marrin mëditje për angazhimin në lidhje me organizimin e tubimeve politike, shpenzimet e transportit dhe të tjera shpenzime të cilat mund të kenë ndikuar që një pjesë e shpenzimeve politike të mos jenë të identifikuara në këtë raport.

Pengesë tjetër në monitorim të shpenzimeve ka paraqitur gjithashtu fakti se akreditimi i vëzhguesve nuk është bërë në kohë nga KQZ dhe disa prej përfaqësuesve të KKZ-ve në komuna kanë qenë hezitues të bashkëpunojnë në ditët e para të fushatës. Sidoqoftë, një pengesë e tillë është tejkaluar falë bashkëpunimit të shpejtë të sekretariatit të KQZ në Prishtinë.

Një ndër kufizimet serioze të këtij raporti është edhe monitorimi i artikujve të sponsorizuar në Google dhe Facebook. Në këtë dimension subjektet politike dhe kandidatët kanë investuar mjete të konsiderueshme financiare, mirëpo që monitorimi i artikujve me targete specifike duke u bazuar në rajone gjeografike, grup moshë dhe specifika të tjera që e kanë bërë pamundur matjen e përafërt të mjeteve të shpenzuara. Sidoqoftë,



D+ dhe Çohu! kanë të identifikuar një numër të madh të kandidatëve të cilët kanë pasur artikuj të sponsorizuar dhe pas publikimit të raporteve financiare do të shohim nëse këto shpenzime janë prezantuar apo jo në raport financiar.

## Shpenzimet në media

Një ndër shpenzimet e mëdha për partitë politike gjatë fushatës janë reklamat në televizione. Koha kryesore (Prime-time) në televizionet e Kosovës është blerë në masën më të madhe nga partitë politike, madje edhe para kohës së fillimit zyrtarë të fushatës zgjedhore. Në kuadër të hapësirës në televizione, D+ dhe Çohu! kanë monitoruar katër televizione kombëtare, duke përfshirë:

1. Radio Televizionin e Kosovës 1 (RTK-1);
2. Televizionin 21 (RTV-21);
3. KohaVisionin (KTV), dhe;
4. Televizionin Klan-Kosova (Klan).

Partitë politike janë përcjell në tre lloje

të shpenzimeve në televizione, duke përfshirë transmetimin e spoteve televizive (reklamave), transmetimin e tubimeve duke përfshirë ato me transmetim të drejtpërdrejtë dhe hapësira të tjera të sponsorizuara si reportazhet me pagesë apo të tjera. Përveç kësaj është monitoruar edhe vlera e spoteve dhe reklamave të xhiruara duke e kostuar vlerën e këtyre spoteve në konsultim të ngushtë me kompanitë të cilat merren me prodhimin dhe xhirimin e spoteve të tilla.

Sipas të dhënave të monitorimit, me shpenzime në transmetimin e reklamave në televizione prinë koalicioni PAN, i përcjellë nga LAA dhe Vetëvendosje.

Partitë politike në anën tjetër kanë pasur preferenca të ndryshme në lidhje me transmetimin e materialeve të tyre zgjedhore bazuar në televizionet të ndryshme.

Një nga problemet e evidentuara në

Subjekti	Vlera EU	Sekonda	Xhirimi i spoteve EU	Totali
PAN	173,520	49,577	57,410	230,930
LAA	111,199	32,978	64,130	175,329
VV	19,268	5,505	4,150	23,418

**Tabela 1.** Paraqet shpenzimet e subjekteve politike në fushatë zgjedhore në raport me xhirimin dhe transmetimin e spoteve politike në televizione

këtë drejtim është edhe raportimi në KPM si institucion rregullator i mediave. Përkundër obligimit ligjor që kanë mediat që t'i përgjigjen thirrjeve të KPM-së për të raportuar në lidhje me hapësirën mediale për fushatë zgjedhore, në këtë radhë të zgjedhjeve një numër i madh i mediave nuk e kanë respektuar<sup>8</sup>. Në anën tjetër edhe vet KPM është dëshmuar e pa interesuar për t'i qortuar mediat që nuk kanë raportuar, pasi që nuk ka aplikuar asnjë masë ndaj atyre që nuk kanë respektuar thirrjen e tyre. Për më tepër në kërkesën për qasje në ditaret e televizioneve nacionale, KPM ka shkelur Ligjin për Qasje në Dokumente Publike, fillimisht duke e zhgënjitur me

muaj përgjigjen në kërkesë zyrtare, dhe më pas duke ofruar vetëm shikimin e dokumenteve por jo edhe marrjen e kopjes së këtyre ditareve. Kjo përbën një shkelje të legjislacionit për të drejtën e informimit dhe KPM si institucion i pavarur duhet që të mos jetë në shërbim të krijimit të frymës së mos transparencës në financim të partive politike.

Koalicioni PAN ka pasur këto shpenzime në televizionet nacionale:

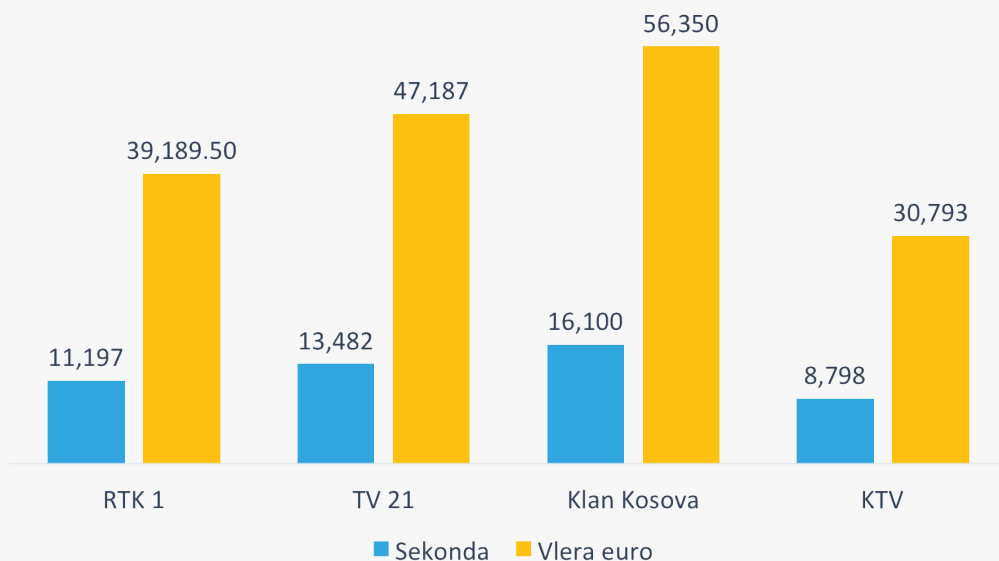


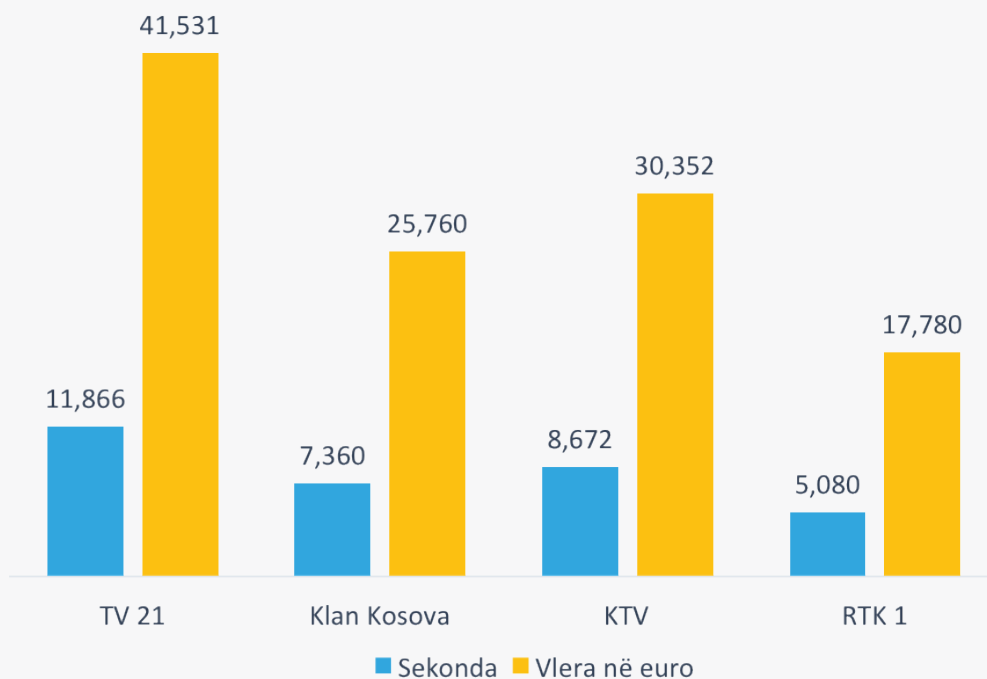
Figura 2. Transmetimi i spoteve televizive nga koalicioni PAN në katër televizionet nacionale

<sup>8</sup> Ligji për Zgjedhjet e Përgjithshme, Neni 53, Mirëmbajtja e Ditaret të Mbulimit të Mediave.



Nga këto të dhëna vërehet se PAN pjesën më të madhe të shpenzimeve e ka bërë në Klan Kosova dhe TV 21. Koha Vizion në anën tjetër ka përfituar më së paku nga katër televizionet e tjera në transmetimin e videospoteve elektorale nga Koalicioni PAN.

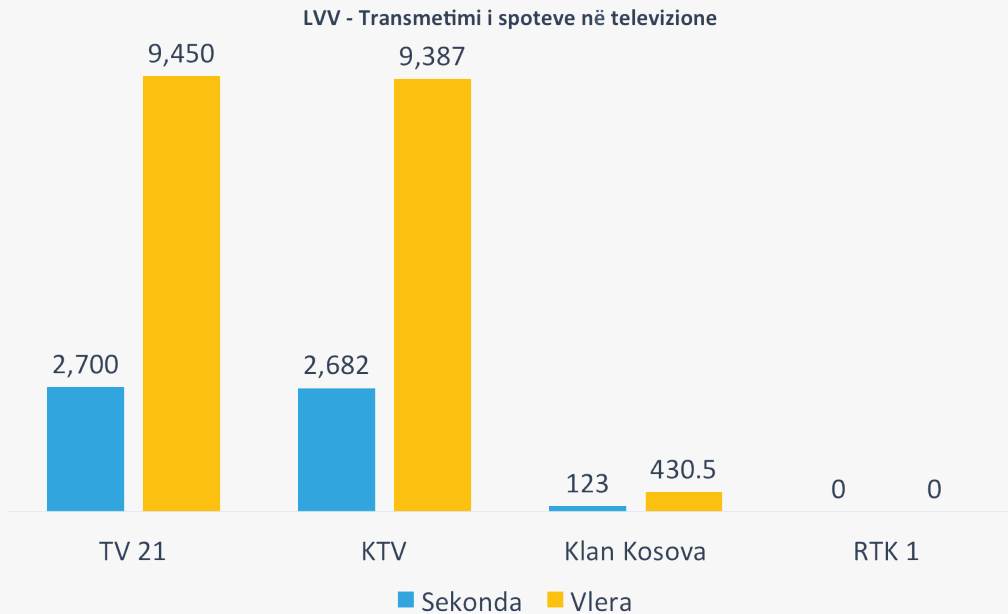
Koalicioni tjetër LAA ka pasur po ashtu një buxhet të konsiderueshëm të shpenzuar në transmetimin e spoteve elektorale:



**Figura 3.** Transmetimi i spoteve televizive nga koalicioni LAA në katër televizionet nacionale

Ndryshe nga PAN i cili kishte shpenzuar më së shumti në Televizionin KLAN, bazuar në monitorimin e kostos në televizione, Koalicioni LAA kishte shpenzuar më shumë në Televizionin 21, pasuar me Televizionin KTV. Të gjitha janë pasqyruar si në Figurën 3.

E fundit në radhë për nga vlera e shpenzimeve në transmetimin e spoteve televizive është LVV, e cila ka transmetuar materiale në vlerë prej EU 19,268 sipas vlerësimeve të metodologjisë së raportit.



**Figura 4.** Transmetimi i spoteve televizive nga LVV në katër televizionet nacionale

Sidoqoftë, transmetimi i spoteve televizive nuk ka qenë i vetmi shpenzim që partitë politike dhe koalicionet kanë bërë në televizione. Në shumë raste partitë politike kanë zgjedhur që t'i transmetojnë gjerësisht tubimet e tyre elektorale, qoftë në tërësi apo pjesërisht, përmes blerjes së hapësirave mediale. Ky lloj transmetimi ka krijuar dy lloje të shpenzimeve kryesore për subjektet politike. E para ka qenë blerja e hapësirës mediale dhe e dyta, xhirimi profesional i tubimeve. Nga analizimi i të dhënave vërehet se subjektet politike sidomos

dy koalicionet e mëdha PAN dhe LAA, por edhe Vetëvendosje, kanë pasur xhirime profesionale të tubimeve dhe ngjarjeve tjera të tyre. Xhirimet profesionale kanë përfshirë kamerat, ekipin, transmetimet live, dronët dhe pajisje të tjera të kushtueshme të cilat e kanë rritur koston e shpenzimeve. Nga analizimi i të dhënave të monitorimit të televizioneve dhe kostimi i përafërt i këtyre shpenzimeve duke u bazuar edhe në deklaratimet e dhëna në Komisionin e Pavarur të Mediave (KPM), D+ dhe Çohu! ka gjetur se janë shpenzuar vlerat në vijim:



Transmetimet e tubimeve			
	PAN	LAA	VV
RTK 1	32,978	64,130	175,329
KTV	5,505	4,150	23,418
TV 21	32,978	64,130	175,329
Klan Kosova	5,505	4,150	23,418
Shpenzimet e xhirimit	32,978	64,130	175,329
<b>Totali</b>	<b>5,505</b>	<b>4,150</b>	<b>23,418</b>

**Tabela 2.** Paraqet transmetimin e tubimeve koalicioni PAN në katër televizionet nacionale

Nga këto të dhëna të paraqitura në këtë figurë vërehet se koalicioni PAN ka pasur shpenzimet më të mëdha në transmetimin e tubimeve elektorale. Kjo arsyetohet edhe për nga fakti se tri partitë politike kryesore të këtij koalicioni PDK, AAK dhe Nisma në të shumtën e rasteve kanë mbajtur tubime të veçanta, transmetime të veçantë dhe në shumë më pak raste kanë pasur tubime të përbashkëta. Në veçanti AAK dhe PDK kanë blerë hapësirë mediale të konsiderueshme dhe kanë pasur xhirime me kompani profesionale të cilat kanë çmime të larta.

## Shpenzimet në portale

Një ndër format e popullarizuara të marketingut zgjedhor e cila çdo herë e më shumë po merr vëmendje nga kandidatët për shkak të targetimit të votuesve janë gjithashtu portalet informative apo gazetatat online. Në këtë fushatë zgjedhore D+ dhe Çohu! kanë përcjellë tetë portale apo gazeta online për të identifikuar shpenzimet e partive politike dhe kandidatëve të tyre. Çmimet e kalkuluara në këtë raport janë në përputhje me ofertat e këtyre portaleve të cilat i kanë ndarë gjatë kohës së fushatës zgjedhore. Sidoqoftë, për shkak të marrëveshjeve të ndryshme dhe negociimeve individuale, këto shifra mund të variojnë bazuar në numrin e shfaqjeve, artikujve të sponsorizuar të cilat në shumicën e rasteve nuk identifikohen si të tilla dhe faktor të tjerë të cilët mund ta ngrisin ose ulin vlerën e ofertës.



Në këtë fushatë zgjedhore gjatë monitorimit janë përcjell gjithsej tetë portale apo gazeta online, në të cilat është konsideruar se mund të ketë më shumë reklama dhe lexues. Në këtë mënyrë janë kontrolluar versionet desktop të portaleve dhe janë evidentuar shfrytëzimi i banerave të portaleve për qëllimet të marketingut elektoral. Hapsira mediale e vetme e monitoruar është ballina e portaleve. Hapësirat në rubrika specifike nuk janë mbuluar, ashtu sikurse nuk është monitoruar hapësira e artikujve të sponsorizuar dhe llogaritë në media sociale të portaleve. Në kuadër të portaleve të monitoruara janë:

1. Gazeta Express
2. Koha.net
3. Telegrafi
4. Zeri.info
5. Insajderi
6. Indeksonline
7. Gazeta Blic, dhe
8. Lajmi.net

Gjetjet e monitorimit vejnë në dukje se dy koalicionet e mëdha PAN dhe LAA kanë bërë më së shumti reklama në portale, me shifra të cilat sipas gjetjeve të monitorimit arrijnë në 75,800 euro për koalicionin PAN, 73,800 euro për koalicionin LAA dhe 6,000 euro për LVV.

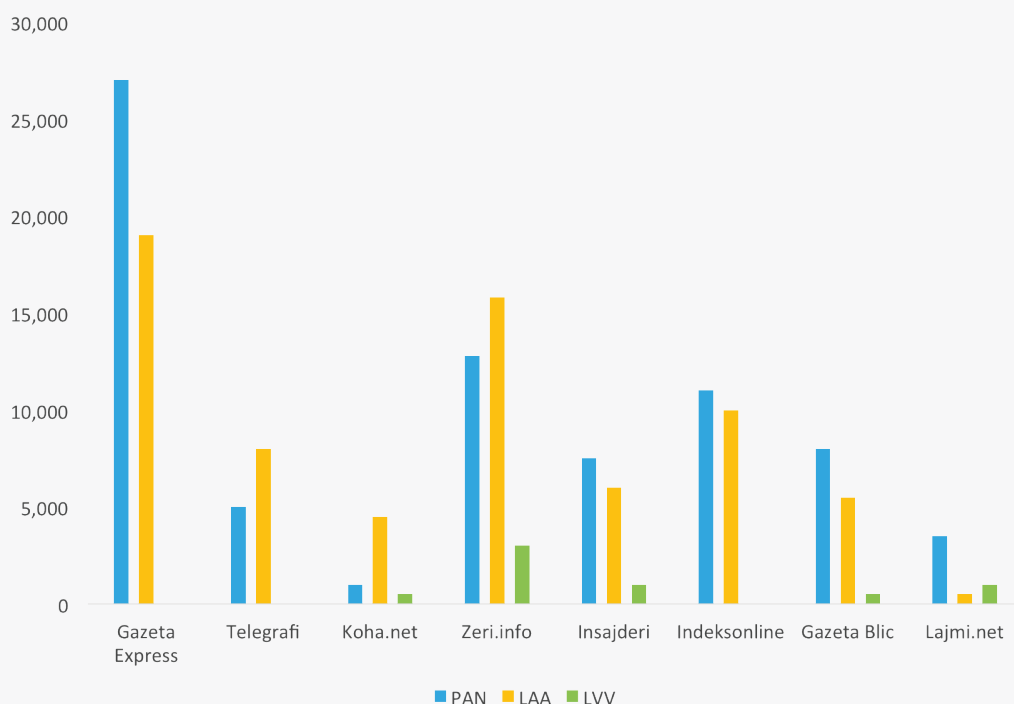


Figura 5. Shpërndarja e reklamave në portale nga kandidatët e subjekteve politike



## Shpenzimet në gazetat ditore

Përderisa në fushatat paraprake gazetat kanë qenë në fokusin e reklamave të partive politike, në këtë fushatë vlera e shpenzuar në gazeta ditore ka qenë minimale. Monitorimi në këtë pjesë është bërë në pesë të përditshme, duke përfshirë;

1. Koha Ditore
2. Zëri
3. Kosova Sot
4. Epoka e Re, dhe
5. Bota Sot

Bazuar në gjetjet e monitorimit, shpenzimet në këtë kategori, për shfaqje dhe reklama, arrijnë shumën deri në 23,405 euro.

Shpenzimet e identifikuara në këtë kategori për PAN, LAA dhe LVV duke i bazuar në çmimet e ofertave të rregullta të gazetave janë si në vijim:

Subjekti politik	Shfaqje	Reklama	Vlera
PAN	88	13	9,820.00
LAA	118	16	12,025.00
LVV	12	2	1,560.00
<b>TOTALI</b>			<b>23,405.00</b>

**Tabela 3.** Paraqet shpenzimet e subjekteve politike në pesë gazeta ditore

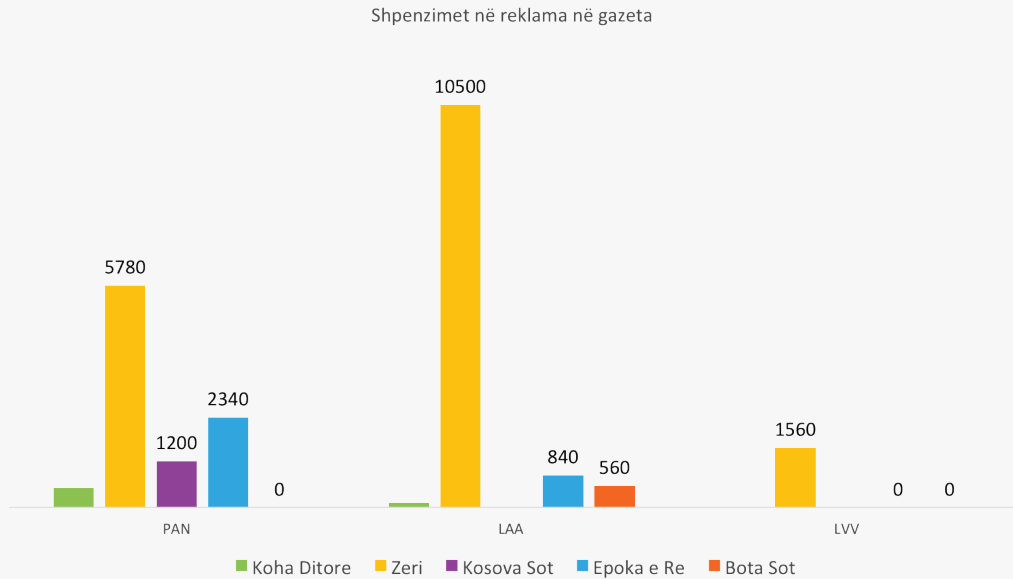


Figura 6. Shpërndarja e reklamave në gazetat ditore nga kandidatët dhe subjektet politike

## Shpenzimet e terrenit

Billboard, posterë, flamuj, fletushka, vizitkarta, muralet dhe tenda Bazuar në të dhënat e monitoruara nga D+ dhe Çohu!, koalicioni PAN del të jetë shpenzuesi më i madh edhe në shpenzimet e terrenit, në të cilat përfshihen Billboardet, posterët e formateve të ndryshëm, muralet,

flamujt, fletushkat, vizitkartat dhe tendat.

Tutje sipas të dhënave të përgjithshme të monitorimit, vetëm për këto lloje të shpenzimeve, figurojnë rreth gjysmë milioni Euro të shpenzuara për periudhën 10 ditore të fushatës zgjedhore, përkatësisht 534,382 euro.

### Billboardë, Murale, Posterë, Flamuj, Fletushka, Vizitkarta dhe Tenda

	PAN	LAA	LVV	Gjithsej
Gjithsej	314,977	154,992	64,482	534,382

Tabela 4. Shpenzimet e subjekteve në terren, duke përfshirë vendosjen e billboardëve, muraleve, posterëve, flamujve, shpërndarjen e vizitkartave dhe vendosjen e tendave të ndryshme



Sipas të dhënave të monitorimit, Koalicioni PAN figuron si shpenzuesi me shumën më të lartë, me 314,977 euro nga gjithsej 534,382 euro të identifikuar si të shpenzuara për billboardë, posterë, flamuj, fletushka, vizitkarta dhe tenda nga subjektet/koalicionet. Bazuar në këto të dhëna të monitorimit, LAA kishte shpenzuar 154,992 euro ndërsa LVV me 64,482.3.

Nëse krahasojmë shpenzimet e ndara për Billboardë dhe të tjera, përsëri Koalicioni PAN figuron të jetë shpenzuesi me i madh i fushatës

zgjedhore. Bazuar në po këto të dhëna të cilat janë matur nga monitorimi i fushatës zgjedhore për 23 komuna në Kosovë, Koalicioni PAN përfshinë shumën 174,310 euro për shpenzimet në Billboardë<sup>9</sup>, e vijuar me koalicionin LAA me 103,450 euro si dhe e pasuar me LVV me 35,630 euro.

Në tabelën si me poshtë, janë listuar të gjitha shpenzimet për të gjitha llojet e Billboard-ëve, të renditura sipas qyteteve me shumën më të lartë të shpenzimeve:

---

<sup>9</sup> Shënim: Në këto shpenzime, përfshihen të gjitha llojet e Billboardeve si: Billboard i thjeshtë, billboard të formatit City-light dhe Mega-Light.

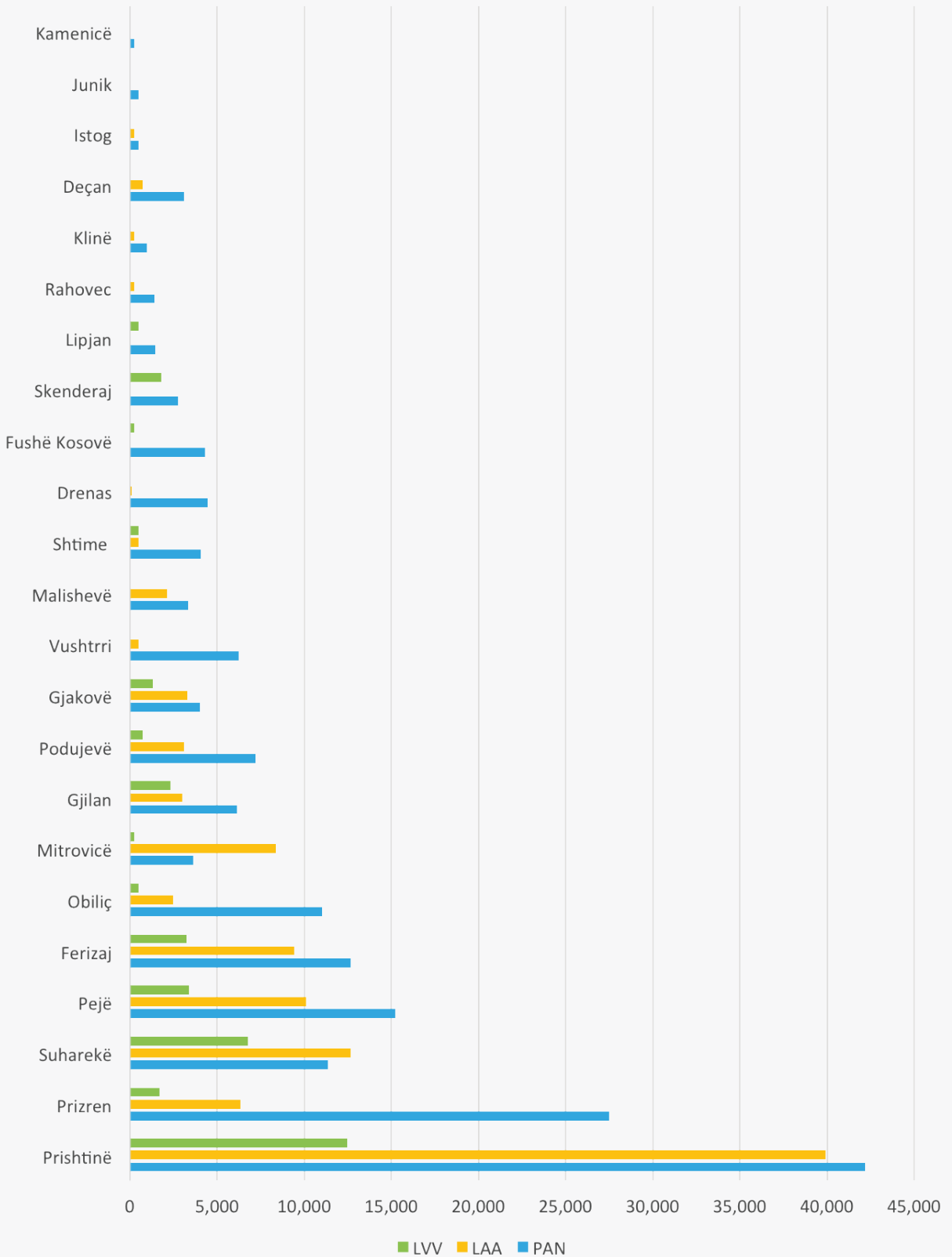


Figura 7. Shpenzimet e subjekteve politike në vendosjen e billboardëve nëpër 23 komunat e Kosovës



Në komunën e Prishtinës, janë bërë shpenzimet me të mëdha nga të tre subjektet politike të monitoruara. Sipas të dhënave, derisa Koalicioni PAN prinë me 42,170 euro shpenzime, Koalicioni LAA kishte shpenzuar 39,930 euro, ndërsa LVV kishte shpenzuar 12,460 euro për Billboarde. Sipas po këtyre të dhënave të monitorimit, të gjitha subjektet/koalicionet, kishin shpenzuar gjithsej 94,560 euro në komunën më të madhe, përkatësisht në Prishtinë.

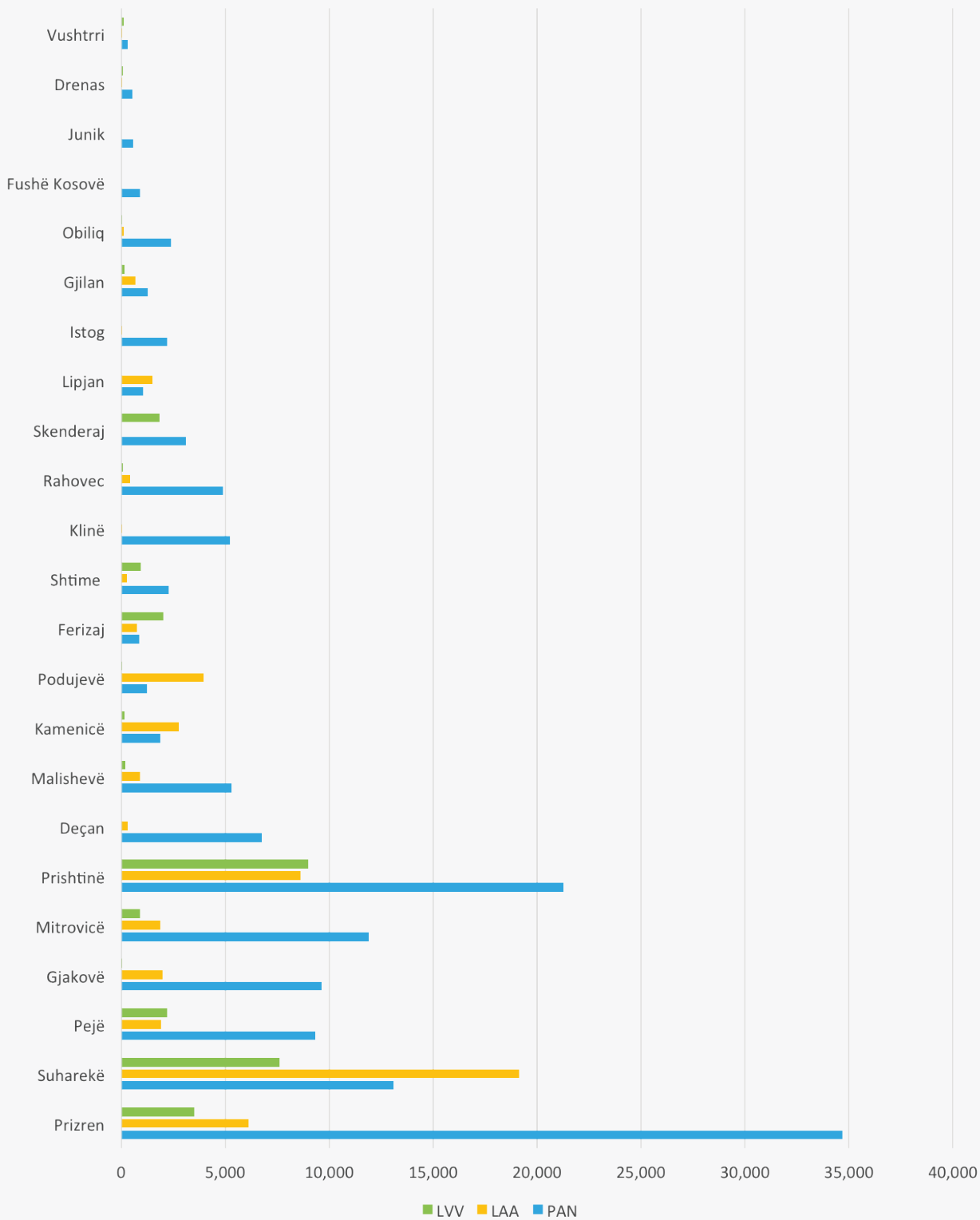
Tutje Prizreni është komuna e dytë në të cilën subjektet/koalicionet politike, kishin vendosur të shpenzonin për Billboarde. Nga gjithsej 35,550 euro të shpenzuara në këtë komunë, Koalicioni PAN është shpenzuesi me i madh me gjithsej 27,510 euro, pasuar nga LAA me 6,320 euro dhe LVV me 1,720 euro shpenzime në komunën e Prizrenit.

Sipas monitorimit të D+ dhe Çohul, komuna e Mitrovicës dhe ajo e Suharekës janë të vetmet komuna në të cilat Koalicioni LAA kishte shpenzuar më shumë për Billboarde krahasuar me shpenzimet e PAN dhe LVV, derisa LVV mbetet me shpenzime me të ulëta. Derisa në Mitrovicë LAA kishte shpenzuar 8,390 euro për Billboard-e, PAN kishte shpenzuar 3,650 euro, ndërsa LVV vetëm 240 euro nga gjithsej 12,280 të shpenzuara.

Të gjitha shpenzimet për Billboard-e, sipas subjekteve/koalicioneve nëpër

komuna, janë listuar në tabelën më lartë.

Tabela tjetër në vijim, pasqyron shpenzimet për posterë, muralet, flamuj, fletushka, vizitkarta dhe tenda, të monitoruara në terren për komunat e njëjta për periudhën 10 ditore të fushatës.



**Figura 8.** Shpenzimet e terrenit të subjekteve politike, duke përfshirë posterët, muralet, flamujt, fletushkat, vizitkartat, tendat dhe shpenzimet e tjera



Sipas të dhënave të monitorimit, subjektet politike PAN, LAA dhe LVV gjithsej kanë shpenzuar 220,992 euro në 23 komunat e listuara në tabelë. Edhe për këtë lloj shpenzimi në të cilin përfshihen posterë, muralet, flamuj, fletushka, vizitkarta dhe tenda, shpenzuesi më i madh figuron të jetë përsëri PAN me gjithsej 140,667 euro, pasuar nga LAA me 52,472 euro dhe LVV me 28,852 euro.

Ndryshe nga tabela paraprake, ajo e shpenzimeve për Billboard-et, në shpenzimet për posterë, murale, flamuj, fletushka, vizitkarta dhe tenda, Prizreni figuron si komuna me më shumë shpenzime, e pasuar nga Prishtina, Suhareka, Peja dhe Gjakova bazuar në të dhënat e pranuar nga monitoruesit e terrenit.

Gjatë periudhës 10 ditore të monitorimit të fushatës zgjedhore, në Prizren PAN kishte shpenzuar gjithsej 32,222 euro pasuar nga LAA me 4,913 euro dhe LVV me 2,450 euro i cili shpenzim gjithsej kapë shifrën prej 39,585 euro. Bazuar në monitorim, në Prishtinë janë shpenzuar 21,253 euro nga PAN, 8,620 euro nga LAA dhe 8,992 euro nga LVV. Në Suharekë shpenzimet përfshijnë 38,910 euro (PAN: 13,110 euro LAA: 19,150 euro dhe LVV: 6,650 euro) ndërsa në Pejë 13,466 euro (PAN: 9,345 euro, LAA: 1,904 euro dhe LVV: 2,217 euro).

Monitorimi ka identifikuar se në shumicën e komunave, PAN kishte shpenzuar më shumë, krahasuar me LAA dhe LVV (shpenzimet për posterë, murale, flamuj, fletushka, vizitkarta dhe tenda). Nga gjithsej 23 komunat e mbuluara në monitorim, vetëm në katër prej tyre, LAA kishte shpenzuar shuma më të larta se PAN dhe LVV, përkatësisht në Prishtinë, Suharekë, Podujevë, Kamenicë dhe Lipjan.

Ndërsa LVV prinë me më shumë shpenzime për posterë, flamuj, fletushka, vizitkarta dhe tenda në Komunën e Ferizajt, krahasuar me PAN dhe LAA ndërsa më shumë se LAA ka shpenzuar gjithashtu në komunat Pejë, Shtime, Skenderaj, Drenas dhe Vushtrri.

## Shpenzimet në tubime zgjedhore

Tubimet me qytetarë gjithashtu kanë përbërë një pjesë të rëndësishme të shpenzimeve për subjektet politike. Në këto tubime janë monitoruar shpenzimet e artikujve të cilët kanë përfshirë zërimin, skenën, ekranet, ndriçimin, dekorimin dhe shpenzime të tjera. Ajo çfarë nuk ka mundur të monitorohet është se cilat kompani kanë qenë të angazhuara për organizimin e tubimeve dhe me çfarë kostoje. Sidoqoftë, edhe pa e njohur



këtë lloj të shpenzimit të partive për tubime, dhe shpenzimeve tjera si angazhimi i aktivistëve, kompanive të sigurimit dhe shpenzimet e transportit, prapë se prapë shpenzimet e identifikuara në tubime kanë qenë mjaft të mëdha. Në këto tubime, duke mos i llogaritur xhirimin del se tri subjektet kryesore kanë shpenzuar me sa vijon:

PAN – 280,847 euro

LAA – 171,020 euro

LVV – 44,558.6 euro

Në anën tjetër nga analizimi i të dhënave të terrenit vërehet se subjektet politike tubimet më të shtrenjta i kanë mbajtur në qytetet e mëdha të Kosovës, në të cilat kanë shpenzuar shumë në skena të sofistikuara dhe dekorime të shtrenjta. Në anën tjetër në komunat më të vogla shpenzimet kanë qenë më të pa përfillshme.

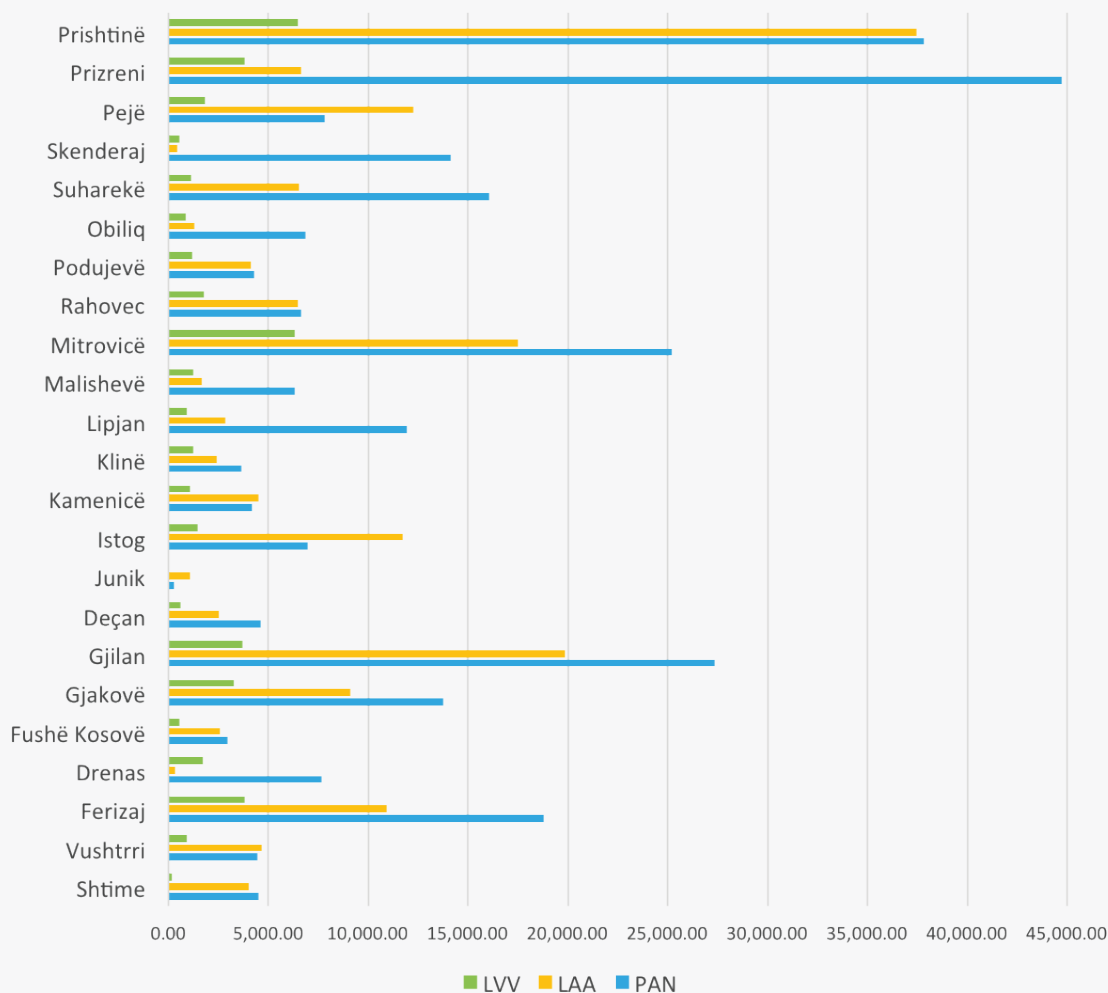


Figura 9. Paraqet shpenzimet e subjekteve politike në tubime elektorale në 23 komuna



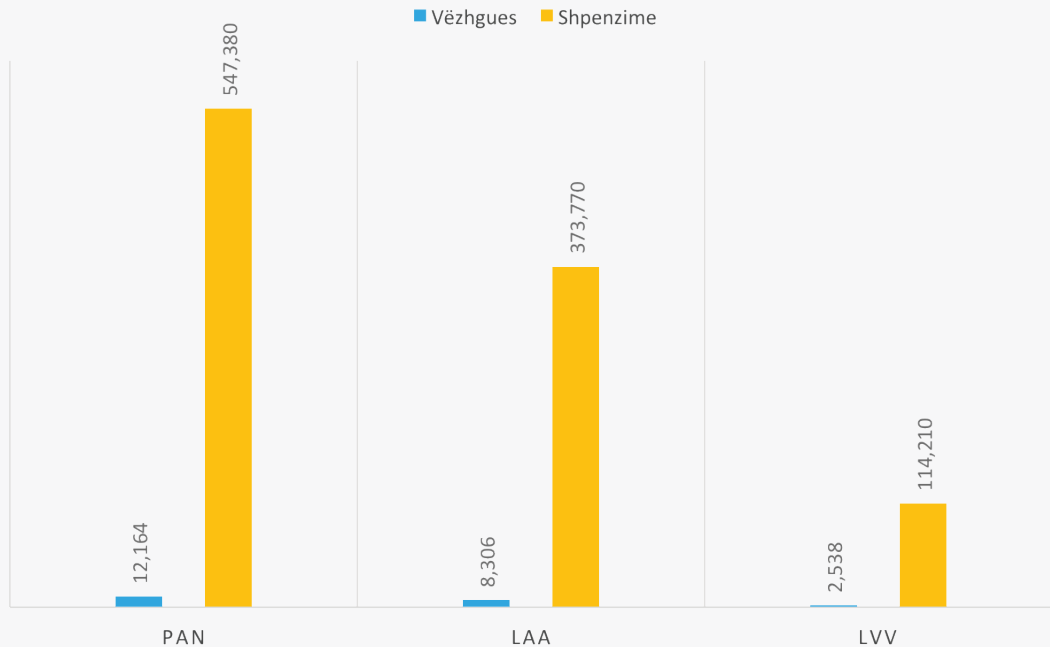
## Shpenzimet në vëzhgimin e zgjedhjeve

Pavarësisht fushatës zgjedhore dhe harxhimeve të jashtëzakonshme në media, tubime dhe shpenzime të tjera në terren për promovim elektoral, subjektet politike duhet që në ditën e zgjedhjeve të harxhojnë edhe një shumë të konsiderueshme për vëzhgim. Në këtë cikël zgjedhorë si asnjëherë më parë kemi pasur një numër të madh të vëzhguesve të certifikuar nga subjektet politike. Angazhimi i një numri kaq të madh të vëzhguesve kërkon mjete financiare të jashtëzakonshme, meqë kërkohet që përveç pagesave për këta vëzhgues, të financohen edhe shpenzime të tjera përcjellëse, si transporti, ushqimi, shpenzimet e komunikimit, trajnimit, taksat dhe tatimet, transferet bankare, koordinimit dhe shpenzime të tjera përcjellëse. Duke i marr për bazë të gjitha këto nevoja D+ ka kalkuluar shpenzimet e subjekteve politike duke llogaritur 45 euro shpenzimin për një vëzhgues në të cilën shifër përfshihet, pagesa për vëzhguesin, ushqimi, shpenzimet e komunikimit, trajnimi dhe të tjera. Në këtë rast është me rëndësi të nënvizohet fakti se për herë të parë, subjektet politike kanë akredituar vëzhgues edhe në emër të organizatave jo qeveritare siç është rasti me dy

organizatat jo qeveritare Instituti Rajonal për Demokraci të Drejtat e Njeriut dhe Studime Politike dhe Instituti për Studime Ndërkombëtare. Të dy këto organizata kanë akredituar një numër të konsiderueshëm të vëzhguesve, duke e kaluar edhe numrin e koalicionit më të madh të organizatave jo qeveritare Demokracia në Veprim, e cila nuk kishte as gjysmën e vëzhguesve të këtyre dy organizatave. Të dy këto organizata kanë qenë të pa dëgjua deri në këto palë zgjedhje dhe nuk janë marr në të kaluarën me monitorim të zgjedhjeve dhe nuk kanë raportuar publikut në lidhje me gjetjet e tyre në zgjedhje. Në edicionet e lajmeve të Klan Kosova më datën 11 qershor 2017 vëzhguesit e këtyre organizatave kanë thënë publikisht se janë vëzhgues të PAN dhe nuk dijnë gjë për organizatën e të cilën janë akredituar për monitorim. Për këtë arsye edhe këto shpenzime të monitorimit do t'i faturohen në këtë raport koalicionit PAN.<sup>10</sup>

Figura 10, paraqet në vijim shpenzimet e subjekteve politike në vëzhgimin e zgjedhjeve, duke përfshirë angazhimin e vëzhguesve, koordinimin, trajnimin dhe shpenzimet e tjera përcjellëse:

<sup>10</sup> Kosova Press, Vëzhgues të OJQ-së së dyshimtë deklarohen se janë të AAK-së.  
<https://www.youtube.com/watch?v=Ubdqwn4UKvA>



**Figura 10.** Paraqet shpenzimet e subjekteve politike në vëzhgimin e zgjedhjeve, duke përfshirë angazhimin e vëzhguesve, koordinimin, trajnimin dhe shpenzimet e tjera përcjellëse

Sipas të dhënave të pasqyruara në grafën më sipër, Koalicioni PAN kishte të angazhuar 12,164 vëzhgues për të cilët kishte shpenzuar 547.380 euro, pasuar me LAA-në me 8,306 vëzhgues të angazhur dhe 373,770 euro shpenzime si dhe LVV-në me 2,538 vëzhgues dhe 114,210 euro shpenzime.

Në veçanti D+ dhe Çohu! konsiderojnë se angazhimi i vëzhguesve nga subjektet politike nën petkun e organizatave të shoqërisë civile, është shkelje e cila edhe nxitë dyshimet për mënyrën e financimit, veprimtarinë dhe deklarimet apo mos-deklarimet financiare të këtyre organizatave fantome. D+ dhe Çohu! kishin reaguar

publikisht përmes një komunikate për media lidhur me dyshimet për angazhimin e këtyre organizatave me ç' rast gjithashtu kishte kërkuar nga prokuroria që të hetojnë për keqpërdorimet eventuale. Përkundër kësaj, ende nuk shihet të jenë ndërmarr masa dhe D+ dhe Çohu!, vazhdojnë të kërkojnë hetimin nga prokuroria lidhur me keqpërdorimet dhe përgjegjësinë eventuale të mënyrës "ligjore" të financimit dhe deklarimit, si dhe veprimtarisë së këtyre organizatave.



## Gjobat nga PZAP

Paneli Zgjedhor për Ankesa dhe Parashtresa (PZAP) si asnjëherë më parë ka dënuar subjektet politike në këtë proces zgjedhor. Nga 421 ankesa të dorëzuara janë shqiptuar gjoba në vlerë prej 348,900 euro. Ndërsa në vitin 2014 gjobat e shqiptuara nga ky institucion arrinin vlerën e 86,700 euro. Vlera e dënimeve të partive politike të mëdha janë si në vijim:

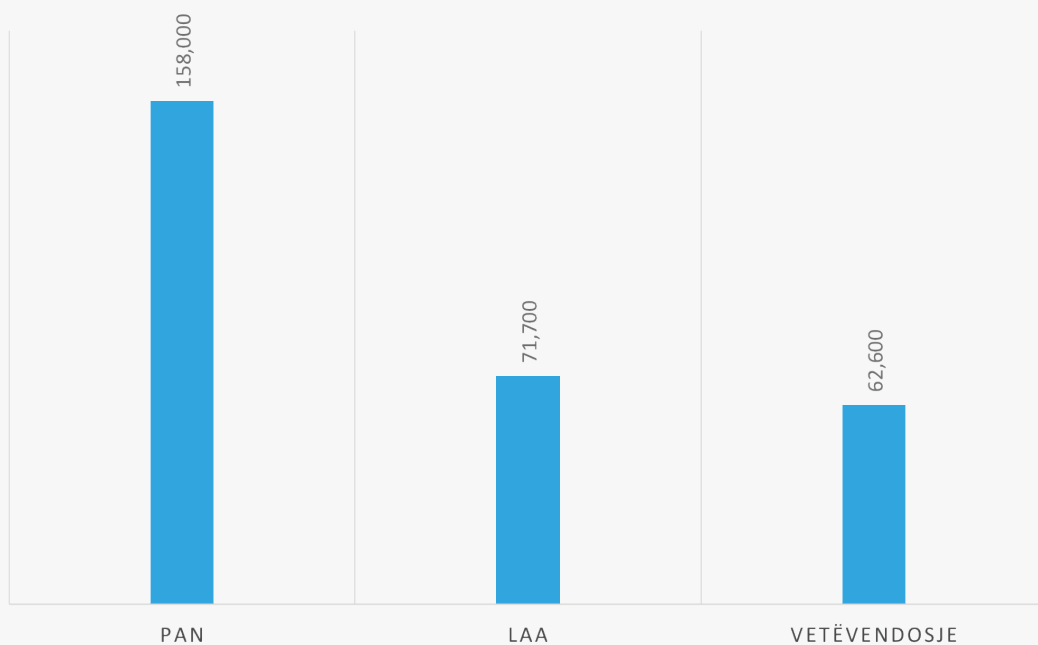


Figura 11. Vlera e gjobave të shqiptuara nga PZAP për subjektet politike

## Përfundime

Nga monitorimi i shpenzimeve në terren dhe matja e përafërt e këtyre shpenzimeve duke u bazuar në çmimet e tregut, vërehet se subjektet politike kanë tejkaluar kufizimin ligjor për shpenzime në fushatë zgjedhore. Sipas KQZ-së këto shpenzime kufizohen në 0.50 euro për votues. Në listën e certifikuar e votuesve, vërehet se në Kosovë të drejtë vote kanë 1,885,147 votues, që do të thotë se subjektet politike kanë pasur të drejtë të shpenzojnë 942,573.5 euro. Në këtë shifër duhet të përfshihen të gjitha shpenzimet e fushatës, duke i përfshirë edhe kontributet në natyrë që janë ofruar për subjektin politik dhe shpenzimet e të gjithë kandidatëve individual.

KQZ ka dështuar të përcjellë shpenzimet e fushatës dhe për të vënë mbikëqyrje përball shpenzimeve të partive politike. Megjithëse është i paqartë mandati ligjor i KQZ-së në mbikëqyrjen e zbatimit të Ligjit për Financimin e Subjekteve Politike, prapëseprapë KQZ duhet të sigurohet se fondi për të cilin i raportohet është duke u shpenzuar në përputhje me kufizimet dhe rregullat e sajë për shkak të paqartësive ligjore me legjislacionin dhe shpërndarjen e tanishme të përgjegjësive tek institucionet, gjendja

me financimin e subjekteve politike ka pak gjasë që të përmirësohet.’

KQZ nuk ka lejuar qasje në dokumente të shpenzimeve, përkatësisht në raportet financiare të fushatës. Injorimi i kërkesës për të pasur qasje në raportet financiare të subjekteve politike për fushatë zgjedhore ilustron mungesën e vullnetit të KQZ-së për të ofruar transparencë në shpenzimet e fushatës. Për më tepër një mos ofrimi i qasjes në dokumente zyrtare përbënë shkelje të legjislacionit për qasje në dokumente zyrtare. Kërkesës për këto raporte financiare nuk u janë përgjigjur as tri subjektet politike kryesore në vend, PAN, LAA dhe LVV.

Një numër i madh i mediave duke përfshirë televizione nacionale nuk i kanë raportuar KPM-së lidhje me hapësirat mediale për paritë politike dhe vlerën e shitjes së kësaj hapësire. Përkundër këtij mos raportimi KPM nuk ka paraparë kurrfarë masa për mediat të cilat kanë injoruar thirrjet e këtij institucioni rregullativ. Meditar janë një nga aktorët me rëndësi në fushën e financimit të subjekteve politike, të cilat do të mund të ofronin asistencë të çmueshme në identifikimin e shpenzimeve të subjekteve politike.



## Rekomandimet

1. Subjektet politike duhet t'i përmbahen kufizimeve ligjore sa i përket shpenzimeve në fushatë;
2. KQZ duhet të lejojë qasje në raportet financiare për shpenzimet në fushatë nga subjektet politike;
3. KQZ duhet të marr masa ndaj subjekteve politike të cilat nuk raportojnë në KQZ brenda afateve ligjore për shpenzimet në fushatë;
4. Subjektet politike duhet të ofrojnë qasje në raportet e tyre financiare lidhur me të hyrat dhe shpenzimet që kanë pasur në fushatë;
5. Mediat duhet të raportojnë lidhur me hapësirat mediale dhe çmimet për përdorimet e hapësirave mediale gjatë fushatës zgjedhore;
6. KPM duhet të jetë transparente dhe të ofrojë qasje në raportet/ditarët e raportimeve mediale për hapësirat e shfrytëzuara mediale nga subjektet politike gjatë fushatës zgjedhore;
7. KPM duhet të marrë masa ndaj mediave të cilat nuk raportojnë për hapësirat mediale të shfrytëzuara nga subjektet politike si dhe për çmimet për përdorimet e hapësirave mediale gjatë fushatës zgjedhore.

## Falënderime

D+ dhe Çohu! u janë mirënjohës dhe falënderojnë vëzhguesit e angazhuar në këtë fushatë

- |                    |                      |                            |
|--------------------|----------------------|----------------------------|
| 1. Admir Shala     | 9. Donjeta Leka      | 17. Mirlinda Shigjeqi      |
| 2. Alban Sopi      | 10. Drilon Dobruna   | 18. Nasim Demhasaj         |
| 3. Amir Jakupi     | 11. Edlira Kastrati  | 19. Qëndrim Bunjaku        |
| 4. Artina Hamitaga | 12. Elbasan Rracaj   | 20. Ragip Fetahu           |
| 5. Besa Kalaja     | 13. Hazir Isufi      | 21. Vjollca Selimi-Gurgule |
| 6. Besnik Boletini | 14. Kushtrim Komoni  | 22. Vlera Hajdini          |
| 7. Blerim Hulaj    | 15. Laura Krasniqi   | 23. Vlora Siqani           |
| 8. Bunjamin Hysaj  | 16. Leonida Molliqaj | 24. Ylber Reçica           |

Falënderime të veçanta për Enis Halimin Kryesues i Sekretariatit të KQZ dhe Nexhmedin Hysenin Koordinator i Zyrtarëve Komunal në KQZ dhe Zyrtarët Komunal Zgjedhor për bashkëpunimin e vazhdueshëm.

Përfaqësuesit e të gjitha kompanive të cilat bashkëpunuan në ndarjen e ofertave dhe krahasimin e çmimeve për artikujt e identifikuar.

Demokrasi Plus (D+) është organizatë e pavarur dhe jo fitimprurëse e themeluar nga një grup aktivistësh që besojnë fuqishëm në vlera demokratike dhe në një Kosovë me demokraci të mirëfilltë. Qëllimi kryesor i D+ është të nxisë vlera dhe praktika demokratike, si dhe politika që ndërtojnë një shoqëri aktive. D+ është e përkushtuar të kontribuojë në fushën e qeverisjes së mirë, sundim të ligjit, zgjedhjeve dhe çështjeve sociale.

[DPLUS-KS.ORG](http://DPLUS-KS.ORG)

[FACEBOOK @democracyplus](https://www.facebook.com/democracyplus)

Organizata për Demokraci, Anti-korrupsion dhe Dinjitet, Çohu! është organizatë jo-fitimprurëse e pavarur e cila është themeluar në shtator të vitit 2005. Qëllimi i Organizatës Çohu është kufizimi i ndikimit të korrupsionit politik në institucionet publike të Kosovës. Çohu angazhohet për institucione transparente dhe llogaridhënëse. Në kuadër të aktiviteteve të saj, Çohu i monitoron rastet e dyshuara të korrupsionit në gjykatat e Kosovës, monitoron dhe raporton mbi parashkrimin e lëndëve të korrupsionit, rishikon dhe propozon ndryshime të infrastrukturës ligjore dhe institucionale kundër korrupsionit. Këto aktivitete kryhen nga Zyra Ligjore dhe Kundër korrupsion e Çohu-t. Rishikimi dhe analizimi i kontratave të prokurimit publik është aktivitet në të cilin organizata është specializuar dhe ka zhvilluar metodologji të veten hulumtuese duke gjeneruar kështu të dhëna të rëndësishme mbi shpenzimet publike. Organizata Çohu ka themeluar gjithashtu krahun e saj gazetaresk, Qendrën Kosovare për Gazetari Hulumtuese (QKGH) e cila e publikon revistën "Preportr".





Raporti dhe projekti janë përkrahur nga Fondacioni i Kosovës për Shoqëri të Hapur (KFOS). Pikëpamjet dhe mendimet e shprehura në këtë raport janë të autorëve dhe Organizatave D+ dhe Çohu!. Këto pikëpamje dhe mendime jo domosdoshmërisht pasqyrojnë politikat zyrtare apo pozicionin e KFOS.

