

ZGJEDHJET PËR ORGANET E QEVERISJES VENDORE

14 MAJ 2023

RAPORT PARAPRAK

MBI

TRANSPARENCËN DHE KONTROLLIN E FINANCIMIT TË FUSHATËS ZGJEDHORE

Address:

Rr. "Ymer Kurti",
Nd.4, H.2, Ap.3,
Nj.Adm.5,
Tirana

Mailing address:

P.O.Box. 2396
Tirana, 1001,
Albania

Tiranë, më 31 Korrik 2023!

P Ë R M B A J T J A

I. KONKLUZIONE PARAPRAKE DHE REKOMANDIME QË NEVOJITEN TË ADRESOHEN SA MË PARË	3
II. GJETJE PARAPRAKE	7
II.1. Kuadri ligjor dytësor mbi transparencën dhe kontrollin ndaj financimit të Zgjedhjeve .	7
II.2. Vetëraportimi financiar prej subjekteve zgjedhore	9
II.3. Monitorimi i fushatës nga Monitoruesit e kontraktuar prej KQZ-së	9
II.4. Disa zëra shpenzimesh për fushatën zgjedhore të identifikuar nga KRIIK	12
II.4.1. Shpenzimet për reklama politike në Facebook dhe Instagram	13
II.4.2. Shpenzimet për reklama politike në mediat audiovizive	17
II.4.3. Shpenzimet për reklama politike në faqe ueb	19
II.4.4. Auditimi i të ardhurave dhe shpenzimeve për fushatën zgjedhore	20

Address:

Rr. "Ymer Kurti",
Nd.4, H.2, Ap.3,
Nj.Adm.5,
Tirana

Mailing address:

P.O.Box. 2396
Tirana, 1001,
Albania

I. KONKLUZIONE PARAPRAKE DHE REKOMANDIME QË NEVOJITEN TË ADRESOHEN SA MË PARË

Burimet financiare janë thelbësore që kandidatët dhe subjektet zgjedhore të mund të paraqesin programet e tyre tek zgjedhësit, si dhe të komunikojnë me ta, duke mundësuar që këta të fundit të bëjnë një zgjedhje të informuar ditën e zgjedhjeve.

Por, ana tjetër e medaljes është se paratë mund të kenë një efekt negativ në politikëbërje pasi donatorët mund të blejnë influencën politike të vendimmarrësve.

Kjo është veçanërisht shqetësuese nëse burimet financiare vijnë nga burime të paligjshme, përfshi korrupsionin apo aktivitetin kriminal. Financimi i fushatave zgjedhore apo veprimtarisë politike nga para që vijnë nga burime të paligjshme mund të shtrembërojë vullnetin e zgjedhësve, duke eliminuar konkurrencën dhe garën e barabartë në zgjedhje, ndërkohë që hap rrugën për influencë korruptive të financuesve mbi politikanët, të cilët më tej kanë nevojë për financuesit pasi u duhen më tepër para për të mbajtur pushtetin, në një rreth vicioz.

Në mënyrë që të minimizohet ndikimi korruptiv që financimi mund të ketë mbi vendimmarrësit dhe politikën publike, është e domosdoshme që të rritet transparencja dhe llogaridhënia e partive politike në lidhje me burimet e tyre financiare dhe mënyrat e shpenzimit të fondeve.

Ky parim, thelbësor për një demokraci funksionale, është i sanksionuar edhe në Kushtetutën e Republikës së Shqipërisë¹ si dhe në legjislacionin zgjedhor² dhe kuadri ligjor ka ngarkuar Komisionin Qendror të Zgjedhjeve për zbatimin e tij në praktikë³.

Akoma më tepër merr rëndësi zbatimi pa ekuivok normave ligjore që mishërojnë parimet e transparencës dhe llogaridhënies në vende me institucione të dobëta, nivel të lartë të korrupsionit, dhe ku pastrimi i parave është një problem madhor. Siç evidentohet në Raportin Vjetor 2021 për Shqipërinë të Komitetit të Ekspertëve mbi Vlerësimin e Masave Kundër Pastrimit të Parave dhe Financimit të Terrorizmit (MONEYVAL)⁴, Shqipëria

¹ Neni 9, pika 3 e [Kushtetutës së Republikës së Shqipërisë](#): “Burimet financiare të partive, si dhe shpenzimet e tyre bëhen kurdoherë publike”

² [Kodi Zgjedhor i Republikës së Shqipërisë](#), Neni 3, pika 5/1: “Subjektet zgjedhore përfitojnë financime publike dhe jopublike në mbështetje të fushatës së tyre, sipas dispozitave ligjore përkatëse. Subjektet zgjedhore bartin detyrimin për transparencë dhe publikim të të ardhurave dhe shpenzimeve në zgjedhje kundrejt KQZ-së, personave të ngarkuar me auditimin apo monitorimin dhe publikut.”

³ - Po aty, Neni 19, pika 1/ë: “Komisioneri [Shtetëror i Zgjedhjeve] ka këto kompetenca: [...] monitoron nëpërmjet administratës së KQZ-së apo subjekteve të kontraktuara fushatën zgjedhore, të gjitha aspektet e financimit të fushatës zgjedhore, si dhe pasqyrimin e fushatës në media;”

- Po aty, Neni 20, pika 1.f: “[Komisioni Rregullator] shqyrton dhe miraton projektaktet me karakter normativ, të përgatitura nga administrata e KQZ-së ose nga anëtarët e tij, për: [...] rregullat për raportimin financiar të subjekteve zgjedhore, rolin dhe përgjegjësitë e financierëve të subjekteve zgjedhore, monitorimin dhe auditimin e pavarur të tyre, si dhe për hetimin administrativ të informacioneve, kërkesave, propozimeve, ankesave apo denoncimeve për shkelje lidhur me financimin apo shpenzimet e fushatës;”

⁴ MONEYVAL, [Raporti Vjetor 2021](#), faqe 19: “[Shqipëria] nuk ka përmirësuar në mënyrë domethënëse masat për të luftuar pastrimin e parave dhe financimin e terrorizmit, në linjë me Rekomandimet e TFVP [Task Forcës për Veprimin Financiar – Financial Action Task-Force – FATF]. Mes problematikave të tjera, raporti ekzaminoi aplikimin e kërkesave të reja ndërkombëtare për asetet virtuale, përfshi kriptovalutat dhe ofruesit e këtyre asetëve. MONEYVAL vendosi se Shqipëria duhet të rrijë në procedurat e ndjekjes së zgjeruar dhe të raportojë sërish mbi progresin në vazhdim për forcimin e implementimit të masave kundër KPP/KFT [Pastrimit të Parave/Financimit të Terrorizmit – Anti Money Laundering/Countering the Financing of Terrorism - AML/CFT] çdo vit.

Pas [Raportit Vlerësimit të Ndërsjellë të Raundit V](#) të Komitetit të Ekspertëve mbi Vlerësimin e Masave Kundër Pastrimit të Parave dhe Financimit të Terrorizmit (MONEYVAL), në Korrik 2018, Shqipëria u

Address:

Rr. "Ymer Kurti",
Nd.4, H.2, Ap.3,
Nj.Adm.5,
Tirana

Mailing address:

P.O.Box. 2396
Tirana, 1001,
Albania

vijon të bëjë pjesë në këtë grup shtetesh. Rezoluta e Parlamentit Europian, miratuar në 11 korrik 2023 thekson nevojën për transparencë në financimin e partive politike dhe fushatave zgjedhore si një nga pikat më të rëndësishme të reformës zgjedhore⁵.

Transparenca dhe mbikëqyrja efektive e financave politike në Shqipëri vazhdimisht ka vuajtur nga mangësi të theksuara të cilat e kanë pamundësuar llogaridhënien e partive politike dhe subjekteve zgjedhore ndaj publikut. Një pjesë e këtyre mangësive dhe problematikave e kanë zanafillën në një kuadër ligjor jo plotësisht adekuat, dhe një pjesë në implementimin e pjesshëm apo totalisht të munguar të normave ligjore ekzistuese.

Duke konsideruar sa më sipër, financimi i subjekteve zgjedhore dhe partive politike, si një nga elementët më të rëndësishëm që afekton integritetin e zgjedhjeve, ka qenë dhe është në fokus të aktivitetit të KRIIK në mënyrë të vazhdueshme. KRIIK e ndjek në vijimësi financimin politik në Shqipëri, përfshi financimin e subjekteve zgjedhore dhe atë vjetor të partive politike, përgjatë viteve jo elektorale.

Për Zgjedhjet për Organet e Qeverisjes Vendore të 14 majit 2023, KRIIK ka ndjekur nga afër disa prej elementëve të shpenzimeve të kryera nga subjektet zgjedhore apo palë të treta gjatë periudhës para ditës së zgjedhjeve, dhe do të përdorë të dhënat e grumbulluara gjatë kësaj periudhe për të kontrolluar raportimin e financimit të fushatës për sa u përket këtyre elementëve.

Gjithashtu, përgjatë gjithë periudhës parazgjedhore, KRIIK ka vëzhguar aktivitetin e KQZ-së në lidhje me financimin e zgjedhjeve, e cila ka konsistuar deri në këtë moment në ngritjen e infrastrukturës dhe përgatitjen/amendimin e akteve nënligjore të nevojshme, si dhe në monitorimin e fushatës nga ana e monitoruesve të kontraktuar, të dhënat e mbledhura nga të cilët duhet të përdoren në vazhdim për të kontrolluar vërtetësinë e vetëdeklarimit nga subjektet zgjedhore.

KRIIK ka kontribuar në forcimin e mekanizmit të verifikimit dhe kontrollit të financimit të fushatës zgjedhore, nëpërmjet një numri rekomandimesh për KQZ si me shkrim⁶, ashtu edhe verbalisht gjatë takimeve të shumta me përfaqësues të institucionit.

rikthye në listën e vendeve që duhet të monitorohen në mënyrë të zgjeruar, çka tregonte një hap prapa në efektivitetin e masave të ndërmarra kundër pastrimit të parave. Prej vitit 2018 MONEYVAL ka prodhuar tre raporte të Ndjekjes së Zgjeruar, në [dhjetor 2019](#), [prill 2021](#), [maj 2022](#), dhe më të fundit në [maj 2023](#). Pavarësisht se raportet e kanë identifikuar përmirësime progresive, Shqipëria vijon të mbetet në grupin e vendeve të cilat ndiqen në mënyrë të zgjeruar, edhe pse pritej që deri në maj 2022 të kishte adresuar të gjitha problematikat e vërejtura në 2018.

⁵ Parlamenti Europian “shpreh keqardhje për faktin që partitë kryesore politike nuk kanë arritur një marrëveshje për reformën zgjedhore; u bën thirrje autoriteteve shqiptare të zbatojnë urgjentisht ndryshimet e pazgjidhura në kuadrin e financimit të zgjedhjeve dhe partive, shumë përpara zgjedhjeve parlamentare të 2025-ës, në përputhje me rekomandimet e OSBE/ODIHR dhe Komisionit të Venecias...”, "[Raport mbi Raportin e Komisionit mbi Shqipërinë 2022 \(2022/2199\(INI\)\)](#), Democracy and the Rule of Law, pika 17.

⁶ - [Rekomandime](#) për përmirësimin e kuadrit rregullator ligjor për Zgjedhjet Vendore 2023.

- [REKOMANDIM](#) - Lidhur me projekt-vendimin “Për raportimin financiar në platformën elektronike të raportimit financiar (PERF) nga subjektet zgjedhore për zgjedhjet e organeve të qeverisjes vendore të datës 14 Maj 2023”

- [REKOMANDIME](#) - Lidhur me projekt-vendimin “Për përcaktimin e sasisë së fondit nga buxheti i shtetit që do t’u shpërndahet si paradhënie partive pjesëmarrëse në zgjedhjet për organet e qeverisjes vendore, të datës 14 maj 2023”

- [REKOMANDIME](#) - Lidhur me projekt-vendimin “Për miratimin e rregullave për raportimin financiar të partive politike/subjekteve zgjedhore, kontrollin dhe verifikimin e financimeve dhe shpenzimeve të tyre gjatë fushatës zgjedhore, për zgjedhjet për organet e qeverisjes vendore”

Address:

Rr. "Ymer Kurti",
Nd.4, H.2, Ap.3,
Nj. Adm.5,
Tirana

Mailing address:

P.O.Box. 2396
Tirana, 1001,
Albania

Ndërkohë që pritet certifikimi i rezultatit përfundimtar të zgjedhjeve nga Komisioni Rregullator në fillim të muajit gusht⁷, procesi do të hyjë në një tjetër fazë, shpesh jashtë vëmendjes së mediave, publikut dhe vëzhguesve ndërkombëtarë, por po aq thelbësore për integritetin e procesit zgjedhor. Është procesi i vetëdeklarimit nga ana e subjekteve zgjedhore të financave të fushatës zgjedhore të kryer, i verifikimit dhe kontrollit të tyre nga KQZ-ja dhe auditimit më pas prej audituesit ligjorë, duke konkluduar në fund në një vendimmarrje finale prej KQZ-së, nëpërmjet së cilës merren masa dhe sanksionohet çdo shkelje e ligjit, pavarësisht se kush aktor e ka kryer atë.

Në këtë kuptim, ky proces është thelbësor, jo vetëm në raport me sanksionimin në emër të barazisë elektorale përpara zbatimit të ligjit, por edhe në krijimin e klimës së ligjzbatimit paekuivok dhe të dhënies fund të pandërshkueshmërisë së shkeljeve të kryera prej apo në favor të politikës.

Kjo qasje nuk është as më shumë dhe as më pak, veçse përmbushje e detyrimeve që kërkon Kushtetuta e vendit prej Institucioneve të pavarura, në këtë rast të KQZ-së, në ndërtimin e shtetit ligjor e të së drejtës, e cila në kontekstin e sotëm, merr një vlerë akoma më të rëndësishme duke ndihmuar edhe proceset e tjera reformuese në vend, siç është efikasiteti i reformës në drejtësi në aplikimin e ligjit në barazi të plotë ndaj të gjithë shtetasve, pavarësisht pozicioneve, funksioneve, lidhjeve apo pushtetit që mund të zotërojnë.

Me synimin që procesi i transparencës dhe kontrollit të financave të jetë brenda shinave të shtratit kushtetues dhe ligjor vendas dhe në përputhje me standardet ndërkombëtare për zgjedhje demokratike, si dhe që qytetarëve shqiptarë t'u ofrohet transparencë e plotë mbi financimin e zgjedhjeve, KRIIK nëpërmjet këtij Raporti Paraprak *nxist Komisionin Qendror të Zgjedhjeve, subjektet zgjedhore, si dhe institucionet apo aktorët e tjerë të përfshirë që të ndërmarrin të gjithë hapat e nevojshëm që ky proces të kryhet me gjithë seriozitetin dhe rëndësinë thelbësore që duhet të mbartë.*

Pavarësisht përpjekjeve të KQZ-së për të rritur transparencën financiare të fushatës pas zgjedhjeve parlamentare të vitit 2021, të cilat meriton të vlerësohen pozitivisht, KRIIK gjykon se hapat e ndërmarrë në atë moment ishin të pamjaftueshëm dhe se *KQZ do të duhet të respektojë tashmë kuadrin ligjor katërcipërisht dhe të bëjë transparencë të plotë në lidhje me fushatën për Zgjedhjet për Qeverisjen Vendore të 14 majit 2023, përfshirë fushatën për Zgjedhjet e Përsëritura për Kryetar të Bashkisë Rrogozhinë më datë 23 korrik 2023.*

Mungesa e një transparence të plotë për këto zgjedhje, në gjykimin e KRIIK, mund të vijë vetëm prej mungesës së një vullneti të qëllimshëm.

Asnjë arsye objektive nuk mund të përlligjë mos-transparencën dhe llogaridhënien e munguar edhe për këto zgjedhje, ndaj KRIIK:

Address:

Rr. "Ymer Kurti",
Nd.4, H.2, Ap.3,
Nj.Adm.5,
Tirana

Mailing address:

P.O.Box. 2396
Tirana, 1001,
Albania

- **REKOMANDIM** - Për shtytjen e vendimmarrjes lidhur me projekt-vendimin "Për shpërndarjen e fondeve vjetore partive politike në formën e ndihmës financiare vjetore për vitin 2023"

- **REKOMANDIME** - Lidhur me Projekt-udhëzimin "Për përcaktimin e kritereve për përzgjedhjen e monitoruesve në zgjedhje dhe procedurën e emërimit të tyre."

⁷ Në datën 1 gusht 2023 Komisioneri do të miratojë vendimin për dhënien e mandatit të Kryetarit të Bashkisë Rrogozhinë z. Edison Memolla. Pas përfundimit të afateve ankimese të kësaj vendimmarrje Komisioni Rregullator duhet të certifikojë rezultatit përfundimtar të zgjedhjeve të datës 14 maj 2023.

Së pari, i rikujton KQZ-së, si institucioni i ngarkuar nga ligji për mbikëqyrjen e financimit politik se fryma e ligjit, e mishëruar në pikën 3 të nenit 9 të Kushtetutës është transparenca e plotë në lidhje me financimin politik dhe se germa e ligjit nuk mundet në asnjë rast të përdoret për të evituar përmbushjen e aspiratave kushtetuese dhe parimeve të transparencës dhe llogaridhënies, mbi të cilat një shoqëri demokratike, e drejtë dhe ku mbizotëron shteti ligjor duhet të ngrihet.

Në këtë frymë, KRIIK i bën thirrje Komisionit Qendror të Zgjedhjeve, veçanërisht Komisionit Rregullator dhe administratës së KQZ-së, që të marrin në shqyrtim rekomandimet e dërguara nga KRIIK përgjatë periudhës parazgjedhore, duke nisur nga shtatori i vitit të shkuar (2022), për të përmirësuar kuadrin rregullator për financimin e zgjedhjeve dhe, veçanërisht, implementimin e tij në praktikë.

Barra kryesore për implementimin e kuadrit ligjor ekzistues, i cili, pavarësisht mungesave, është në përgjithësi i mjaftueshëm për të mundësuar transparencën e financimit zgjedhor, bie mbi administratën e KQZ-së, e cila ka detyrën të kontrollojë të dhënat e vetëdeklaruar nga subjektet zgjedhore, kryqëzojë ato me të dhënat nga monitoruesit e fushatës apo indicie të tjera, përfshi denoncimet nga organizata të shoqërisë civile gjatë periudhës parazgjedhore, dhe evidentojë problematikat që mund të ekzistojnë.

Përgjegjshmëria, profesionalizmi dhe vullneti për të zbatuar ligjin nga administrata pa kompromis dhe ekuivok mbeten thelbësore në garantimin e transparencës së financave të përdorura nga politika për fushatë zgjedhore.

Së dyti, u bën thirrje subjekteve zgjedhore që të raportojnë të gjitha shpenzimet e kryera me seriozitet dhe përgjegjshmëri, qofshin ato edhe më minimalet.

KRIIK u kujton subjekteve zgjedhore se transparenca ndaj publikut në lidhje me financimin e zgjedhjeve, përveçse një detyrim eksplicit kushtetues, është minimumi i përgjegjshmërisë që duhet të tregojë një entitet politik, i cili kërkon të votëbesohet për të qeverisur e marrë përgjegjësi publike përsipër.

Transparenca dhe llogaridhënia e qeverisësve apo atyre që aspirojnë të qeverisin ndaj qytetarëve është një nga elementët thelbësorë që dallon një shoqëri demokratike nga një regjim autokratik apo diktatorial.

Së treti, u bën thirrje auditëve ligjorë, që do të kontraktohen nga KQZ-ja për të audituar financat e fushatës, të kryejnë detyrën e vet duke zbatuar katërcipërisht dhe deri në fund kuadrin ligjor, duke mos pranuar në asnjë rast asnjë burim financiar, shpenzim apo raportim që shkon kundër kuadrit ligjor shqiptar.

Address:

Rr. "Ymer Kurti",
Nd.4, H.2, Ap.3,
Nj.Adm.5,
Tirana

Mailing address:

P.O.Box. 2396
Tirana, 1001,
Albania

II. GJETJE PARAPRAKE

II.1. Kuadri ligjor dytësor mbi transparencën dhe kontrollin ndaj financimit të Zgjedhjeve

Komisioni Qendror i Zgjedhjeve miratoi disa akte nënligjore për rregullimin e financimit të fushatës zgjedhore 2023. Risi është raportimi financiar nga partitë politike dhe kandidatët për kryetar bashkie nëpërmjet Platformës Elektronike të Raportimit Financiar (PERF), të administruar nga KQZ.

Një tjetër risi ishte rritja e numrit të monitoruesve të kontraktuar nga KQZ për të monitoruar fushatën zgjedhore, me dyfish në krahasim me zgjedhjet e vitit 2021.

Ndërkohë që e ka vlerësuar pozitivisht iniciativën për raportimin në mënyrë elektronike nga ana e subjekteve zgjedhore, KRIIK ka vënë në dukje disa mangësi, përfshi vonesën në aplikimin e saj, duke i miratuar aktet e nevojshme nënligjore, sikurse në zgjedhjet e 2021⁸, me shumë vonesë, vetëm një javë përpara ditës së zgjedhjeve⁹.

Nuk është e kuptueshme arsyeja e vonesës në hartimin dhe miratimin e akteve nënligjore përkatëse, duke qenë se PERF ka qenë gati në muajin shkurt 2023, madje financierët e partive u trajnuan për përdorimin e saj.

Gjithësesi, shprehet konsiderata se pavarësisht vonesës, kjo e fundit nuk duhet të përdoret në asnjë rast si arsye për të krijuar probleme eventuale në implementimin e mekanizmit apo relativizuar zbatimin e tij.

Arsyetimi i përdorur nga administrata e KQZ-së, në procesin ankimor të lidhur me aplikimin e votimit dhe numërimit elektronik në bashkitë Kamëz dhe Elbasan, ku nuk u aplikua konfirmimi i fletës së printuar të votimit sikurse parashikon vendimi i Komisionit Rregullator, me arsyetimin se nuk kishte kohë të mjaftueshme, nuk duhet në asnjë rast të përdoret si arsye edhe në procesin e kontrollit të financave të subjekteve zgjedhore.

Nëse një ndryshim apo përmirësim i akteve nënligjore gjykohet i nevojshëm nga administrata e KQZ-së, e cila e ka tashmë të gjithë informacionin se çfarë procesi i verifikimit dhe kontrollit do të përfshijë praktikisht, atëherë ky ndryshim do të duhet të reflektohet urgjentisht në kuadrin ligjor rregullator. Vetëm një qasje e tillë do të mundësojë më pas që çdo hap dhe detaj i përfshirë, të përmbushë zbatimin pa asnjë ekuivok të ligjit nga palët në proces.

Pasi u njoh me përmbajtjen e aktit, nëpërmjet komunikimit të vazhdueshëm me KQZ, si shkresor¹⁰ ashtu edhe verbal, KRIIK ka kërkuar që detyrimin për raportimin në këtë platformë ta mbartin edhe kandidatët për anëtarë të Këshillave Bashkiake, por KQZ-ja

⁸ Rregullat për raportimin dhe kontrollin e financave të subjekteve zgjedhore për zgjedhjet e vitit 2021, u miratuan 20 ditë para ditës së zgjedhjeve me [vendimin nr. 13 datë 6.04.2021](#) “Për përcaktimin e rregullave për raportimin financiar të subjekteve zgjedhore, kontrollin dhe verifikimin e financimeve dhe shpenzimeve të tyre gjatë fushatës zgjedhore”.

⁹ [Vendim nr. 458, datë 6.5.2023 i Komisionerit Shtetëror të Zgjedhjeve “Për raportimin financiar në Platformën Elektronike të Raportimit Financiar \(PERF\) nga subjektet zgjedhore, për zgjedhjet e organeve të qeverisjes vendore të datës 14 maj 2023”.](#)

¹⁰ [REKOMANDIM](#) - Lidhur me projekt-vendimin “Për raportimin financiar në platformën elektronike të raportimit financiar (PERF) nga subjektet zgjedhore për zgjedhjet e organeve të qeverisjes vendore të datës 14 Maj 2023”

Address:

Rr. "Ymer Kurti",
Nd.4, H.2, Ap.3,
Nj.Adm.5,
Tirana

Mailing address:

P.O.Box. 2396
Tirana, 1001,
Albania

nuk e bëri pjesë të akteve nënligjore përkatëse, duke deklaruar se do ta marrë vetë institucioni¹¹ barrën e hedhjes së të dhënave të këtyre raporteve në PERF.

Në gjykimin e KRIIK, kjo nuk i shërben qëllimit të lehtësimit të kontrollit dhe verifikimit për KQZ-në, përkundrazi vështirëson më shumë punën e administratës në këtë drejtim, duke ulur efikasitetin e mekanizmit. Nga ana tjetër, kjo mënyrë zgjidhjeje krijon mundësinë e rezultimit të gabimeve njerëzore nga ana e administratës së KQZ-së në hedhjen e të dhënave dhe, si rrjedhim, do të vështirësojë procesin e verifikimit, kontrollit apo edhe sanksionimit të shkeljeve potenciale.

Lidhur me Vendimin¹² e Komisionit Rregullator, i cili miratoi rregullat për raportimin financiar të subjekteve zgjedhore, rekomandimet¹³ e KRIIK nuk u morën në konsideratë për shkak të kohës së pa mjaftueshme, sipas tyre, por u artikulua publikisht se do të shihen në vijim për t'u përfshirë me pas në vendim se çfarë do të gjykohej e nevojshme¹⁴.

Mos përfshirja në aktin rregullator e rekomandimeve të paraqitura, në gjykimin e KRIIK, mund të lërë sërish vend për krijimin e kushteve të pamundësisë objektive të kryqëzimit dhe kontrollit të të dhënave të deklaruara.

Në kushtet kur vetëraportimi financiar i subjekteve zgjedhore do të duhet të kryhet deri në 60 ditë pas shpalljes së rezultatit përfundimtar të zgjedhjeve¹⁵, KRIIK i bën sërish thirrje KQZ-së dhe Komisionit Rregullator, të konsiderojnë me seriozitet dhe marrë në shqyrtim sa më shpejt të jetë e mundur këto rekomandime.

¹¹ Në komunikimin verbal të KRIIK me Drejtoreshën e Drejtorisë së Subjekteve Zgjedhore, Mbikëqyrjes, Financimit dhe Monitorimit dhe Komisionerin Shtetëror të Zgjedhjeve, u pohua se do të jetë administrata e KQZ-së që do të kryejë hedhjen në PERF të të gjitha raporteve, që do të dorëzohen nga kandidatët e listave shumëmemërore për anëtarë të Këshillave Bashkiakë.

¹² [Vendim nr. 15, datë 07.04.2023](#) “Për miratimin e rregullave për raportimin financiar të partive politike/subjekteve zgjedhore, kontrollin dhe verifikimin e të ardhurave dhe shpenzimeve të tyre gjatë fushatës zgjedhore, për zgjedhjet për Organet e Qeverisjes Vendore”.

¹³ Në datën 7 prill 2023 KRIIK i dërgoi KQZ-së dokumentin [REKOMANDIME](#) – Lidhur me projekt-vendimin “Për miratimin e rregullave për raportimin financiar të partive politike/subjekteve zgjedhore, kontrollin dhe verifikimin e financimeve dhe shpenzimeve të tyre gjatë fushatës zgjedhore, për zgjedhjet për organet e qeverisjes vendore”.

¹⁴ Disa nga rekomandimet e përfshira në dokument konsistonin në: Përcaktimin në akt specifikisht të detajeve të formatit të dorëzimit të raporteve në funksion të publikimit të të dhënave në format të kuptueshëm dhe përpunueshëm (Excel); Normimi në akt i drejtës së KQZ për kthimin e raportit si të paplotë, deri në konsiderimin të pa dorëzuar të tij, në rast të dorëzimit të një raporti jashtë formatit të standardizuar, Excel, nga partia politike; Publikimin e çdo komunikimi institucional me subjektet zgjedhore apo auditët në funksion të raportimit; Hartimin e një formati tip brenda raportit për deklarimin e kuotave të anëtarësisë nga partitë politike; Kanalizimi i kryerjes së veprimtarive financiare vetëm nëpërmjet llogarisë bankare, etj.; si dhe një sërë rekomandimesh të cilat i referohen plotësisht të vetë formës së raportimit, elemente të cilat pavarësisht se janë detaje, bazuar në eksperiencën e mëparshme të kontrollit të raporteve nga KRIIK, e bëjnë raportin të kuptueshëm dhe përpunueshëm, ç’ka ndikon drejtpërdrejt edhe në mundësinë e kontrollit dhe kryqëzimit të të dhënave.

¹⁵ [Kodi Zgjedhor](#), Neni 92/3 pika 1.

Address:

Rr. "Ymer Kurti",
Nd.4, H.2, Ap.3,
Nj.Adm.5,
Tirana

Mailing address:

P.O.Box. 2396
Tirana, 1001,
Albania

II.2. Vetëraportimi financiar prej subjekteve zgjedhore

Numri i subjekteve zgjedhore të cilët duhet të raportojnë në këto zgjedhje është tejet i lartë, 23,907¹⁶ kandidatë, dhe 44 parti politike.

Të gjithë bartin detyrimin ligjor për raportim të të ardhurave dhe shpenzimeve të kryera në funksion të fushatës elektorale, pavarësisht numrit të votave që kanë marrë¹⁷ apo sasisë së parave të përfituar e shpenzuar.

Çdo kandidat apo parti politike pjesëmarrëse në zgjedhje, duhet të deklarojë me përgjegjshmëri të lartë çdo aktivitet financiar të kryer në funksion të fushatës, duke patur në konsideratë çdo detyrim ligjor, si dhe precedentin e vendosur¹⁸ nga Komisioni i Ankimimeve dhe Sanksioneve me vendimmarrjen e tij të janarit 2023, sipas të cilit fushatë elektorale me kosto zero nuk mund të ketë¹⁹.

Ekzistenca e kandidatëve që nuk bëjnë në asnjë moment fushatë aktive, duke rezultuar në zero të ardhura apo shpenzime gjatë saj është tregues i faktit se partitë politike përfshijnë në listat e veta të kandidatëve një numër individësh në mënyrë fiktive. Këta kandidatë nuk kanë pritshmëri të marrin mandat dhe përfshihen në listë nga ana e partive vetëm për të plotësuar detyrimin ligjor të numrit të emrave në listë²⁰, ndërkohë që vetë partitë kanë pritshmëri të marrin shumë më pak vende në këshillin bashkiak përkatës.

Ky fiktivitet në listat e kandidatëve në thelb përbën mashtrim me ofertën elektorale nga ana e partive politike dhe mungesë përgjegjshmërie ndaj procesit zgjedhor dhe ndaj qytetarëve të cilëve u kërkohet vota.

II.3. Monitorimi i fushatës nga Monitoruesit e kontraktuar prej KQZ-së

Një risi e Zgjedhjeve Vendore 2023 është rritja e numrit të monitoruesve të kontraktuar nga KQZ-ja për të monitoruar përputhshmërinë me ligjin të fushatës zgjedhore të zhvilluar prej subjekteve zgjedhore, si dhe mospërdorimin e burimeve shtetërore²¹ prej tyre.

¹⁶ Nga të cilët 144 kandidatë për kryetar bashkie dhe 23,763 kandidatë për anëtarë të Këshillave Bashkiakë.

¹⁷ [Vendim nr. 07, datë 25.01.2023](#) i KAS “Nëse një parti e vogël politike zgjedh me vetëdije konkurrimin si parti në zgjedhje, atëherë ajo duhet të pranojë dhe respektojë të gjitha kushtet dhe kriteret e vendosura nga Kodi për partitë politike, përndryshe i takon të përballet me pasojat që Kodi ka parashikuar për kundërvajtjen”.

¹⁸ [Vendim nr. 07, datë 25.01.2023](#) “Për shqyrtimin e kërkesës nr. 04, datë 14.12.2022 të Komisionerit Shtetëror të Zgjedhjeve”.

¹⁹ KAS-i çmon se pretendimi për fushatë të kandidatëve “pa shpenzime” është një pretendim jo real, i cili mund të vijë nga padija, paaftësia për të ruajtur disiplinë financiare apo për të organizuar siç duhet punën, por mund të vijë edhe si tentativë për mosraportim të saktë, për fshehje apo devijim të një pjese të të ardhurave dhe shpenzimeve në kanale informale, apo si shmangie nga tavanet ligjore etj. Pavarësisht nga motivet, pretendimi për kandidatë “pa shpenzime” nuk mund të pranohet nga KAS-i, sepse një pretendim i tillë është de-facto i pavërtetë.

²⁰ Neni 67, pika 4 e Kodit Zgjedhor “Emrat në listën shumemërore të subjektit zgjedhor paraqiten të renditura sipas rendit shifror, duke filluar nga numri një. Numri i kandidatëve në listën shumemërore nuk mund të jetë më i vogël se numri i mandateve që do të zgjidhen në zonën zgjedhore përkatëse, shtuar dy...”.

²¹ Neni 3, pika 3 e [Udhëzimit nr. 3](#), datë 3.11. 2022, të Komisionerit Shtetëror të Zgjedhjeve, “Për përcaktimin e kriterëve për përzgjedhjen e monitoruesve në zgjedhje dhe procedurën e emërimit të tyre”: “Monitorimi kufizohet në vëzhgimin lehtësisht të verifikueshëm të respektimit të përbushjes së

Address:

Rr. "Ymer Kurti",
Nd.4, H.2, Ap.3,
Nj.Adm.5,
Tirana

Mailing address:

P.O.Box. 2396
Tirana, 1001,
Albania

Nga rreth 60 monitorues që u angazhuan për Zgjedhjet për Kuvendin e Shqipërisë të vitit 2021, për Zgjedhjet Lokale 2023 u angazhuan dyfishi i tyre, mbi 120 monitorues.

KRIIK ka shprehur rezerva në lidhje me këtë mekanizëm monitorimi prej adoptimit të tij në vitin 2020, për mungesën e efektivitetit pasi monitoruesit janë shumë vulnerabël ndaj pushteteve, pa asnjë status e të pambrojtur, e rrjedhimisht cedojnë në objektivitet dhe paanshmërinë që duhet të manifestojnë. Ndërkohë nga ana tjetër ata tashmë nuk ngarkohen më të kryejnë asnjë lloj kostimi të aktiviteteve të fushatës, por vetëm i monitorojnë ato²². Ky ndryshim i mekanizmit u konsiderua një hap pas krahasuar me mekanizmin e suksesshëm, megjithë problematikat minore të vërejtura, të aplikuar në zgjedhjet e vitit 2017 dhe 2019 kur monitorimi kryhej nga Ekspertë Financiarë, të cilët përpos integritetit dhe mbrojtjes që gëzonin në kryerjen e detyrës së tyre, kryenin edhe kostim të aktiviteteve, përveçse i monitoronin²³ ato.

Në këtë mënyrë ngrihen dyshime të forta mbi dobinë e gjetjeve të këtyre monitoruesve, pasi ato mund të përdoren në mënyrë shumë të kufizuar për kryqëzimin e të dhënave financiare të raportuara nga partitë politike, duke ndikuar kështu në të kundërt në tërësi në funksionalitetin e mekanizmit të kontrollit të financave të tyre nga KQZ dhe auditët ligjorë.

Nga ndjekja e procesit të hartimit²⁴ dhe miratimit të akteve nënligjore përkatëse²⁵, emërimit dhe trajnimit²⁶ të monitoruesve dhe këqyrja e raporteve të tyre, KRIIK

detyrimeve nga ana e partive politike, subjekteve zgjedhore dhe kandidatëve për periudhën e monitorimit, si më poshtë vijon: a) Organizimi i takimeve, veprimtarive e tubimeve elektorale, b) Përdorimi i materialeve propagandistike, ngritja dhe veprimtaria në zyrat zgjedhore, referuar udhëzimeve të Komisionerit Shtetëror të Zgjedhjeve për përdorimin e materialeve propagandistike, c) Respektimi i ndalimeve dhe kufizimeve për veprimtari të caktuara para datës së zgjedhjeve si dhe përdorimi/shpërdorimi i burimeve shtetërore gjatë periudhës së monitorimit. Organizimin e takimeve, veprimtarive e tubimeve elektorale, b) Përdorimin e materialeve propagandistike, ngritjen dhe veprimtarinë në zyrat zgjedhore, c) Respektimin e ndalimeve dhe kufizimeve për veprimtari të caktuara para datës së zgjedhjeve si dhe përdorimin/shpërdorimin e burimeve shtetërore gjatë periudhës së monitorimit, ç) Monitorimin e mediave online si dhe të rrjeteve sociale të tilla por jo vetëm, Facebook, Instagram, lidhur me aktivitetet institucionale, aktivitetet elektorale të subjekteve zgjedhore, si dhe faqet e sponsorizuara nga partia dhe/ose kandidatët.

²² Kodi Zgjedhor përcakton qartë se monitoruesit nuk kryejnë kostim të shpenzimeve totale për fushatë (neni 94/2, pika 3), megjithatë në asnjë pikë nuk ndalon që ata të bëjnë kostim të pjesshëm të atyre aktiviteteve që kanë vëzhguar, çka do të ndihmonte Komisionin Qendror të Zgjedhjeve në kontrollin e vërtetësisë së shpenzimeve të fushatës nga ana e subjekteve zgjedhore.

²³ Me ndryshimet në Ligjin për Partitë Politiken të vitit 2017 ([Ligji nr. 90/2017](#), datë 22.05.2017) u përdorën për herë të parë monitorues të fushatës zgjedhore të kontraktuar nga KQZ-ja. KRIIK e ka vlerësuar këtë mekanizëm si pozitiv në frymë dhe me potencial për rritjen e transparencës të financave të fushatës zgjedhore, pavarësisht kritikave që ka shprehur për mënyrën se si mekanizmi u aplikua në praktikë, veçanërisht në zgjedhjet e vitit 2019. Por me ndryshimet në Kodin Zgjedhor të korrikut 2020 ([Ligji nr. 101/2020](#), datë 23.07.2020), detyrimi për të angazhuar ekspertë financiarë si monitorues u eliminua, ndërkohë që Kodi Zgjedhor përcaktoi se monitoruesit nuk kryejnë më asnjë kostim.

²⁴ Para miratimit të projekt udhëzimit përkatës KRIIK i dërgoi KQZ-së dokumentin [REKOMANDIME](#) lidhur me Projekt-udhëzimin “Për përcaktimin e kriterëve për përzgjedhjen e monitoruesve në zgjedhje dhe procedurën e emërimit të tyre.”

²⁵ Në [udhëzimin e miratuar](#) KQZ vendosi të integronte dy prej rekomandimeve të KRIIK që konsistonin në aplikimin e testimit me shkrim para emërimit për monitoruesit si dhe futjen e rrjeteve sociale si hallkë për monitorim nga monitoruesit. Për pjesën tjetër të rekomandimeve u ra dakord publikisht se ato do të shpjegoheshin në trajnime dhe implementoheshin përgjatë punës së KQZ dhe monitoruesve.

²⁶ Në procesin e rekrutimit, i filluar nga KQZ me shumë vonesë, KQZ ndeshi në problematikën e numrit shumë të ulët aplikimeve. Në kushtet e një numri sa për të plotësuar nevojën e numrit dhe tejkalimit të afateve ligjore, KQZ zhvilloi trajnime shumë të shkurtra, dhe thajse nuk implementoi hallkën e testimit me shkrim për monitoruesit përpara emërimit të tyre, si dhe nuk kreu asnjë kontroll për përputhshmërinë e

Address:

Rr. "Ymer Kurti",
Nd.4, H.2, Ap.3,
Nj.Adm.5,
Tirana

Mailing address:

P.O.Box. 2396
Tirana, 1001,
Albania

konkludon se edhe në këto zgjedhje monitorimi ka qenë shumë i kufizuar nga pikëpamja e efikasitetit dhe se gjetjet e monitoruesve nuk justifikojnë burimet e vendosura në dispozicion të tyre nga KQZ-ja, nga pikëpamja e burimeve financiare, logjistike e njerëzore²⁷, apo nga pikëpamja e efektivitetit dhe rezultateve që mund të sjellin si rrjedhojë e fuqisë dhe kompetencës që legjislacioni u njeh²⁸.

Jo vetëm kaq, por pikëpyetje mund të vendosen edhe mbi paanësinë e monitoruesve të angazhuar në përmbushjen e detyrave të veta, duke qenë se KQZ-ja nuk ka bërë asnjë verifikim të konfliktit potencial të interesit nga ana e tyre, por është mjaftuar vetëm me vetëdeklarimin e monitoruesve se ata nuk janë në konflikt interesi²⁹.

Shqetësimi madhor në lidhje me sa më sipër është se, për të tretën herë që aplikohet, sërish mekanizmi i monitorimit po rezulton të jetë jo efektiv, duke theksuar precedentin e mosfunksionimit të mekanizmave në dispozicion të institucioneve për të verifikuar në mënyrë të pavarur vetëdeklarimin e subjekteve zgjedhore dhe, si rrjedhim, bazuar të gjithë procesin e kontrollit mbi këtë vetëdeklarim.

Përgjegjësia për këtë performancë të munguar bie mbi administratën e KQZ-së që nuk ka gjetur mënyrat për të maksimalizuar përdorimin e tij.

Në çdo rast, pavarësisht kufizimeve ligjore dhe efektivitetit shumë të limituar³⁰ të implementimit të mekanizmit të monitorimit, si në procese të mëparshme zgjedhore ashtu edhe në këto zgjedhje, KRIIK gjykon *se ai mund të përdoret me shumë më tepër efektivitet nga çfarë është përdorur deri në këtë moment, dhe i rekomandon KQZ-së që të përdorë ato gjetje që monitoruesit kanë, sado të limituara, për verifikimin e shpenzimeve të raportuara nga subjektet zgjedhore.*

Gjithashtu, KQZ është institucioni përgjegjës, *i cili duhet të analizojë dhe të gjejë arsyet se pse mekanizmi i monitorimit nëpërmjet monitoruesve nuk funksionoi siç duhet, si dhe të eksplorojë dhe implementojë të gjitha mundësitë që ky mekanizëm i integruar në Kodin Zgjedhor, të jetë funksional.*

aplikantëve më kriteret ligjore, pavarësisht se kjo është edhe në angazhimin personal të aplikantëve për monitorues.

²⁷ Komunikimi i KQZ me monitoruesit qoftë për nevoja verifikimi të evidentuara nga KQZ gjatë periudhës zgjedhore të angazhimit të tyre, qoftë për përgjigje ta ardhura jo nëpërmjet raporteve të hedhura nga monitoruesit në PERF ka qenë tërësisht jo publik.

²⁸ Për aq sa KRIIK monitori trajnimet e monitoruesve në qytetet e Shqipërisë, si dhe nga këqyrja e raporteve të tyre nuk ka asnjë të dhënë të informimit dhe shfrytëzimit prej monitoruesve të mekanizmit të investimit me kërkesë zyrtare subjekteve apo institucioneve për çdo informacion të nevojshëm për ta në funksion të monitorimit, sikurse ligji i jep atyre të drejtë.

²⁹ KRIIK vërejt një monitoruese të emëruar e cila ishte anëtare e Këshillit Bashkiak, si dhe dy monitorues të cilët kanë emër të njëjtë me po aq kandidatë për këshilla bashkiakë në të njëjtën bashki ku monitoruesit kanë ushtruar detyrën e vet. Nuk është e mundur në këtë moment të evidentohet me saktësi nëse këta janë të njëjtët persona.

³⁰ Në raportet e monitoruesve ka një numër shumë të pakët gjetjesh apo problematikash të vërejtura, përgjithësisht në pikëpamje të evidentimit të materialeve propagandistike statike apo zyrove zgjedhore në shkelje të ligjit. Ndërkohë, nuk ka të dhëna në lidhje me përdorimin e burimeve shtetërore për fushatë zgjedhore, ndërkohë që organizatat e shoqërisë civile, përfshi KRIIK, kanë denoncuar një numër shumë të lartë të tyre dhe fenomeni ka zënë një vend të rëndësishëm edhe në [Deklaratën e Konkluzioneve Parapake të ODIHR](#).

Raportet thuajse nuk kanë të dhëna në lidhje me median lokale apo median sociale, ndërkohë që sipas Udhëzimit të Komisionerit ata kanë detyrimin t'i monitorojnë ato.

Gjithashtu, nuk u evidentua në asnjë rast dhe nuk është e qartë se cili ka qenë roli i monitoruesve në monitorimin e aktiviteteve të ndaluara prej KQZ-së, ndërkohë që KRIIK i ka monitoruar dhe evidentuar kryerjen e tyre pavarësisht ndalimit të bërë.

Address:

Rr. "Ymer Kurti",
Nd.4, H.2, Ap.3,
Nj.Adm.5,
Tirana

Mailing address:

P.O.Box. 2396
Tirana, 1001,
Albania

II.4. Disa zëra shpenzimesh për fushatën zgjedhore të identifikuar nga KRIIK

Përgjatë periudhës parazgjedhore, nga dita e shpalljes së datës së zgjedhjeve nga Presidenti i Republikës deri në ditën e zgjedhjeve, KRIIK ka identifikuar disa elementë të shpenzimeve të kryera në funksion të fushatës nga subjektet zgjedhore dhe kandidatët, konkretisht shpenzimet në rrjetet sociale Facebook dhe Instagram³¹, numrin e minutave të reklamave politike në disa nga mediat audiovizive të monitoruara nga Autoriteti i Medias Audiovizive³², nga e cila mund të përlllogariten me përafërsi shpenzimet për këto reklama, si dhe reklama politike në disa faqe interneti online³³.

Përzgjedhja e këtyre tri elementëve u diktua nga lehtësia për të mbledhur të dhënat. Për dy të parat të dhënat bëhen të mundura nga palë të treta, përkatësisht nga Kompania Meta dhe Autoriteti i Medias Audiovizive.

Të dhënat nga Meta janë të kostuara me përafërsi, me një marzh gabimi të diktuar nga kufizimet e platformës së Librarisë së Reklamave të Meta³⁴.

Minutazhi i reklamave në mediat online është kostuar gjithashtu me përafërsi, duke kryqëzuar minutazhin me tarifat e deklaruara të mediave për reklama, në faqen e KQZ-së, për ato media ku këto tarifa ekzistojnë.

Elementi i tretë është lehtësisht i identifikueshëm, edhe me burimet e kufizuara në dispozicion të KRIIK për këto zgjedhje, por jo i kostueshëm në mungesë të tarifave që

³¹ Shpenzimet e kryera për reklamë politike në mediat sociale [bëhen publike nga kompania Meta](#), e cila ka në pronësi rrjetet sociale Facebook dhe Instagram. KRIIK ka shkarkuar në mënyrë konsistente, çdo javë, prej ditës së shpalljes së datës së zgjedhjeve prej Presidentit deri në ditën e zgjedhjeve të dhënat në lidhje me këto shpenzime. Të dhënat e përpunuara mund të shihen në [faqen ueb të KRIIK](#).

³² Minutat e reklamave janë nxjerrë nga raportet ditore të prodhuara nga Autoriteti i Medias Audiovizive për monitorimin e mbulimit mediatic të fushatës. Raportet ditore mund të gjenden në [faqen ueb të KQZ-së](#). të dhënat e përpunuara mund të shihen në faqen ueb të KRIIK, për [subjektet zgjedhore](#) dhe për [individët](#). Problematike mbetet mungesa e raporteve monitoruese ditore të AMA-s lidhur me fushatën e Zgjedhjeve të përsëritura për Kryetar të Bashkisë Rrogzohinë, për periudhën nga data 10 – 23 Korrik 2023.

³³ KRIIK ka kontrolluar një numër faqesh internet dhe identifikuar prezencën e reklamave politike në to përgjatë periudhës së fushatës zgjedhore. Lista e faqeve të internetit të monitoruara nuk është shteruese, por faqet më kryesore në vend janë kontrolluar.

³⁴ [Platforma e Reklamave Politike e Kompanisë Meta](#) (që ka në pronësi rrjetet sociale Facebook dhe Instagram, ndër të tjera) mundëson të shohësh kosto të përafërta për reklamat politike në këto dy rrjete sociale. [Raporti](#) i gjeneruar nga kjo Librari lejon të shkarkohen në format të hapur (.csv) kostot për reklama politike për faqet, përfshi edhe disclaimer (entiteti që ka paguar për reklamën, sipas vetëdeklarimit) numrin e reklamave si dhe vendndodhja gjeografike e personave që e kanë parë reklamën. Megjithatë, Raporti ka disa kufizime:

- periudha kohore për të cilën mund të shkarkohen reklamat është e fiksuar paraprakisht në disa kategori të paracaktuara (dita e fundit, 7 ditët e fundit, 30 ditët e fundit, 90 ditët e fundit, apo gjithë kohën. E fundit përfshin të dhëna për reklama nga data 11 mars 2021 (data në të cilën Meta ka nisur të bëjë publike Librarinë e reklamave politike për Shqipërinë) deri në datën aktuale (data në të cilën shkarkohet raporti). Nuk ekziston mundësia që përdoruesi të përzgjedhë një periudhë kohore të ndryshme nga sa më sipër, ç'ka kufizon mundësinë për të mbledhur të dhëna për ato periudha që mund të ketë interes kërkuesi që e shkarkon.
- Nëse një faqe e caktuar ka shpenzuar më pak se 100 dollarë amerikanë gjatë periudhës kohore për të cilën shkarkohen të dhënat (qoftë kjo një ditë apo e gjithë koha), Raporti e shfaq këtë të dhënë si më pak se 100 dollarë.

Address:

Rr. "Ymer Kurti",
Nd.4, H.2, Ap.3,
Nj.Adm.5,
Tirana

Mailing address:

P.O.Box. 2396
Tirana, 1001,
Albania

apllojnë faqet e internetit për reklamat në to apo nëse janë vetë këto faqe që i kanë pranuar reklamat si të tilla apo ato janë diktuar nga të tretë³⁵.

II.4.1. Shpenzimet për reklama politike në Facebook dhe Instagram

Subjektet zgjedhore patën shpenzime të kursyera për reklama politike në Facebook dhe Instagram gjatë periudhës zgjedhore, në krahasim me fushatën për Zgjedhjet për Kuvend të vitit 2021. Shpenzimet u rritën përgjatë periudhës zyrtare të fushatës zgjedhore.

Nga dita e caktimit të ditës së zgjedhjeve nga Presidenti i Republikës deri në ditën e zgjedhjeve, janë harxhuar nga 133,561 në 146,910 dollarë amerikanë, për 3,332 reklama politike³⁶.

Subjekti zgjedhor për llogari të të cilit është shpenzuar më tepër është Koalicioni “Bashkë Fitojmë”, për llogari të të cilit janë shpenzuar nga 50,612 në 56,288 dollarë, për 1,706

³⁵ P.sh., një faqe internet mund të vendosë të pranojë reklama dhe të bëhet pjesë e programit të Google AdSense, i cili vendos reklama në këto faqe varësisht rankimit që ato kanë, pra nuk janë vetë menaxhuesit e faqeve të internetit që pranojnë reklamat nga subjektet zgjedhore.

³⁶ Duke qenë se libreria e reklamave politike të Meta nuk jep një shifër të saktë për faqet që shpenzojnë më pak se 100 dollarë amerikanë gjatë periudhës për të cilën mbledhen të dhënat si dhe nuk të lejon të përzgjedhësh një periudhë kohore, por i paracakton periudhat duke kufizuar mundësinë për të marrë të dhëna të sakta (për më shumë shih *footnote nr. 34*), për të mbledhur të dhëna sa më të sakta për të gjithë periudhën zgjedhore KRIIK ndoqi një metodologji të mbledhjes së të dhënave si më poshtë:

- për tri javët e para (nga data 25 tetor 2022 në datën 13 nëntor 2022) të dhënat u shkarkuan për çdo 7 ditë dhe u mbledhën.
- Për periudhën e mbetur (nga data 14 nëntor 2022 në datën 14 maj 2023) të dhënat u shkarkuan për çdo 30 ditë.

Nëse një subjekt nuk ka shpenzuar më tepër se 100 dollarë amerikanë në asnjë nga periudhat e sipërpërmendura, përllogaritja e shpenzimeve të tij është shuma e periudhave por më pak se 100 dollarë. P.sh., nëse në tri nga periudhat subjekti ka shpenzuar më pak se 100 dhe asnjë më tepër, shpenzimi i përllogaritur total është më pak se 300 dollarë amerikanë.

Nëse një subjekt ka shpenzime të sakta për një periudhë (pasi ka shpenzuar më tepër se 100 dollarë) dhe më pak se 100 në një periudhë tjetër, shuma e vlerësuar është shuma për periudhën e parë dhe rangi më pak se 100 për të dytën. P.sh. nëse një subjekt ka shpenzuar 101 dollarë në një periudhë dhe më pak se 100 në dy të tjera, shuma e vlerësuar është nga 101 në 301 dollarë.

Nëse një subjekt ka shpenzuar më tepër se 100 dollarë në të gjitha periudhat ose më tepër se 100 në disa dhe zero në të tjerat, shuma totale është e saktë dhe jo e vlerësuar me rang. P.sh., nëse një subjekt ka shpenzuar 101 dollarë në një periudhë dhe zero në të gjitha të tjerat, shuma totale është 101.

Address:

Rr. "Ymer Kurti",
Nd.4, H.2, Ap.3,
Nj.Adm.5,
Tirana

Mailing address:

P.O.Box. 2396
Tirana, 1001,
Albania

reklama³⁷ (pa përfshirë nga 523 në 822 dollarë për 32 reklama që janë shpenzuar nga dy kandidatë të primareve³⁸).

Më pas vjen subjekti zgjedhor Partia Socialiste, për llogari të të cilit janë shpenzuar nga 45,634 në 47,921 dollarë, për 431 reklama³⁹.

Subjektet e tjera zgjedhore vijnë me një shuma më të vogla krahasuar me dy të parat.

Konkretisht:

- Nisma Thurje, nga 7,052 në 7,844 dollarë, 204 reklama⁴⁰;
- Aleanca Progresiste LZHK, nga 2,807 në 3,006 dollarë, 32 reklama⁴¹;
- Partia Drejtësi, Integrim dhe Unitet, nga 2,638 në 2,936 dollarë, 58 reklama⁴²;
- Partia Demokratike, nga 1,120 në 2,615 dollarë, 103 reklama⁴³;

³⁷ Faqet: [Belind Këllici](#), nga 15419 në 15716 dollarë, 535 reklama; [Ilir Meta](#), 9359 dollarë, 141 reklama; [Bardh Spahia](#), 4869 dollarë, 244 reklama; [Grigels Muçollari](#), 3305 dollarë, 82 reklama; [Ledina Alolli](#), nga 2312 në 2510 dollarë, 44 reklama; [Klevis Balliu](#), nga 1914 në 2013 dollarë, 56 reklama; [Luçiano Boçi](#), 1728 dollarë, 30 reklama; [Zija Ismaili](#), nga 1389 në 1587 dollarë, 19 reklama; [Igli Cara](#), nga 1206 në 1503 dollarë, 31 reklama; [Besnik Dushaj](#), nga 1250 në 1349 dollarë, 74 reklama; [Bashkë Fitojmë](#), nga 1084 në 1183 dollarë, 11 reklama; [Pashk Gjoni](#), 1151 dollarë, 84 reklama; [Behar Haxhiu](#), nga 925 në 1024 dollarë, 53 reklama; [Hysni Sharra](#), nga 675 në 972 dollarë, 28 reklama; [Sofije Kryeziu Alushaj](#), 704 dollarë, 45 reklama; [Elvis Hajderlli](#), nga 574 në 673 dollarë, 41 reklama; [Atird Hoxha](#), nga 287 në 584 dollarë, 11 reklama; [Bujar Leskaj](#), më pak se 500 dollarë, 20 reklama; [Aurel Malko](#), 426 dollarë, 6 reklama; [Arjan Hoxha](#), 397 dollarë, 31 reklama; [Isa Ramaj](#), 396 dollarë, 21 reklama; [Ina K. Zhupa](#), nga 159 në 357 dollarë, 12 reklama; [Eduart Sharka](#), nga 229 në 328 dollarë, 8 reklama; [Edmond Komino](#), 315 dollarë, 16 reklama; [Partia Demokratike Dega Tropoje](#), 304 dollarë, 12 reklama; [Ardit Cikuli - Faqja zyrtare](#), më pak se 300 dollarë, 4 reklama; [Zef Hila-Faqja Zyrtare](#), 235 dollarë, 8 reklama; [Akil Kraja](#), më pak se 200 dollarë, 4 reklama; [Eno Bozdo](#), më pak se 200 dollarë, 5 reklama; [Partia Demokratike Dega Paskuqan](#), më pak se 200 dollarë, 2 reklama; [Silvi Bardhi](#), më pak se 200 dollarë, 3 reklama; [Admir Sinamati](#), më pak se 100 dollarë, 1 reklamë; [Bedri Qypsi - Faqja Zyrtare](#), më pak se 100 dollarë, 2 reklama; [Eksel Celepija](#), më pak se 100 dollarë, 1 reklamë; [Evdar Kodheli](#), më pak se 100 dollarë, 2 reklama; [Fisnik Qosja](#), më pak se 100 dollarë, 2 reklama; [Fisnik Qosja](#), më pak se 100 dollarë, 1 reklamë; [Flamur Noka](#), më pak se 100 dollarë, 2 reklama; [Genc Deromemaj](#), më pak se 100 dollarë, 2 reklama; [Klodian Xhyheri](#), më pak se 100 dollarë, 2 reklama; [Resmi Shanaj](#), më pak se 100 dollarë, 1 reklamë; [Rezeart Tusha](#), më pak se 100 dollarë, 1 reklamë; [Servet Duzha](#), më pak se 100 dollarë, 2 reklama; [Servet Duzha - Faqja Zyrtare](#), më pak se 100 dollarë, 1 reklamë; [Shefki Cota-Faqja zyrtare](#), më pak se 100 dollarë, 2 reklama; [Skënder Gjuci - Faqja Zyrtare](#), më pak se 100 dollarë, 1 reklamë; [Suzana Topi - Faqja Zyrtare](#), më pak se 100 dollarë, 1 reklamë; [Zini Tollozhina](#), më pak se 100 dollarë, 1 reklamë.

³⁸ [Gerti Bogdani](#), nga 523 në 622 dollarë, 23 reklama; [Gjon Ndoj - Faqja Zyrtare](#), më pak se 200 dollarë, 9 reklama.

³⁹ [Erion Veliaj](#), nga 18645 në 18843 dollarë, 66 reklama; [Partia Socialiste e Shqipërisë](#), 12057 dollarë, 105 reklama; [Emiriana Sako](#), nga 6981 në 7080 dollarë, 87 reklama; [Oltion Çaçi](#), 3177 dollarë, 18 reklama; [Benet Beci](#), 1406 dollarë, 52 reklama; [Vullnet Ruzhdi Sinaj](#), nga 839 në 938 dollarë, 7 reklama; [Klodian Taçe - Faqja Zyrtare e Kryetarit të Bashkisë Gramsh](#), nga 656 në 755 dollarë, 21 reklama; [Gledian Llatja](#), nga 430 në 628 dollarë, 7 reklama; [Ervin Demo](#), nga 415 në 613 dollarë, 4 reklama; [Ermal Dredha](#), 527 dollarë, 23 reklama; [Etjen Xhafaj](#), nga 101 në 497 dollarë, 23 reklama; [Kastriot Gurra](#), më pak se 400 dollarë, 4 reklama; [Sotiraj Filo](#), 400 dollarë, 5 reklama; [Anduel Tahiraj](#), më pak se 100 dollarë, 1 reklamë; [Eduard Duro](#), më pak se 100 dollarë, 2 reklama; [Eriselda Sefa](#), më pak se 100 dollarë, 2 reklama; [Mariglen Disha - Faqja Zyrtare](#), më pak se 100 dollarë, 1 reklamë; [Nasip Naco](#), më pak se 100 dollarë, 2 reklama; [Redjan Krali](#), më pak se 100 dollarë, 1 reklamë.

⁴⁰ [Dr. Endrit Shabani](#), nga 3505 në 3703 dollarë, 93 reklama; [Nisma #Thurje](#), nga 3021 në 3120 dollarë, 85 reklama; [Denis Dema](#), nga 114 në 609 dollarë, 17 reklama; [Nisma #Thurje Korçë](#), 245 dollarë, 5 reklama; [Brunilda Dhrami](#), 167 dollarë, 4 reklama.

⁴¹ [Dashamir Shehi](#), 2254 dollarë, 18 reklama; [Aleanca Progresiste LZHK](#), nga 553 në 652 dollarë, 13 reklama; [Shyqiri Balla](#), më pak se 100 dollarë, 1 reklamë.

⁴² [Partia Drejtësi, Integrim dhe Unitet](#), nga 1403 në 1601 dollarë, 24 reklama; [Lajla Pernaska](#), 1046 dollarë, 31 reklama; [Lumturi Hasa](#), 189 dollarë, 2 reklama; [Shpëtim Idrizi](#), më pak se 100 dollarë, 1 reklamë.

⁴³ [Gazment Bardhi](#), nga 366 në 762 dollarë, 22 reklama; [Eriselda Zotaj Celaj](#), 413 dollarë, 10 reklama; [Partia Demokratike Dega Korçë](#), më pak se 300 dollarë, 6 reklama; [Andia Ulliri](#), nga 109 në 208 dollarë,

Address:

Rr. "Ymer Kurti",
Nd.4, H.2, Ap.3,
Nj. Adm.5,
Tirana

Mailing address:

P.O.Box. 2396
Tirana, 1001,
Albania

- Lëvizja Bashkë, nga 2,248 në 2,554 dollarë, 34 reklama⁴⁴;
- Partia Agrare Ambientaliste, 914 dollarë, 32 reklama⁴⁵;
- Partia Republikane, nga 387 në 487 dollarë, 9 reklama⁴⁶;
- Partia Socialdemokrate, nga 116 në 315 dollarë, 8 reklama⁴⁷;
- Lëvizja e Re, më pak se 300 dollarë, 5 reklama⁴⁸;
- Partia Demokracia Sociale, 300 dollarë, 6 reklama⁴⁹;
- Partia Balli Kombëtar, më pak se 200 dollarë, 7 reklama⁵⁰;
- Aleanca Arbnore Kombëtare, 161 dollarë, 3 reklama⁵¹;
- Partia Lëvizja e Legalitetit, 160 dollarë, 5 reklama⁵²;
- Partia për Europianizimin dhe Integrimin e Shqipërisë, më pak se 100 dollarë, 3 reklama⁵³.

Ndërkohë që pjesa më e madhe e shpenzimeve u kryen nga subjektet zgjedhore apo kandidatët, ka patur edhe shpenzime në një masë të konsiderueshme nga palë të treta.

KRIIK evidenton me shqetësim se ka faqe në Facebook, të cilat u përkasin mediave online dhe të cilat kanë reklamuar përgjatë periudhës zgjedhore artikuj mbi politikën të mediave përkatëse. Këto shpenzime janë konsideruar si shpenzime fushate nga palë të treta, duke qenë se përmbajtja e artikujve nuk ka qenë neutrale por me një linjë të qartë editoriale, përgjithësisht kundër subjekteve të caktuar zgjedhorë dhe, si rrjedhim, kanë potencialin të kenë ndikuar opinionin e zgjedhësve.

Në pak raste ka patur edhe reklamë të hapur në mbështetje të ndonjë kandidati apo subjekti zgjedhor⁵⁴. Ky trend është tepër shqetësues, veçanërisht në dy raste kur këto media kanë shpenzuar në mënyrë konsistente për çdo javë shuma të konsiderueshme, si në rastin e [Lexo.al Politikë](http://Lexo.al) (12608 dollarë, 303 reklama) dhe CNA.al (5303 dollarë, 197 reklama).

16 reklama; [Alfrida Marku - Dedgjonaj](#), më pak se 200 dollarë, 20 reklama; [Hysen Kadiu](#), më pak se 200 dollarë, 7 reklama; [Dr. Bilbil Bajraktari - Faqe Zyrtare](#), 127 dollarë, 7 reklama; [Partia Demokratike Fushe Kruje](#), 105 dollarë, 3 reklama; [Agron Loka](#), më pak se 100 dollarë, 1 reklamë; [Roland Bejko](#), më pak se 100 dollarë, 10 reklama; [Taulant Zeneli](#), më pak se 100 dollarë, 1 reklamë.

⁴⁴ [Lëvizja BASHKË](#), nga 2248 në 2554 dollarë, 34 reklama.

⁴⁵ [Agron Duka](#), 914 dollarë; 32 reklama.

⁴⁶ [Albi Jahelezi](#), 387 dollarë, 8 reklama; [Erion Haruni](#), më pak se 100 dollarë, 1 reklamë.

⁴⁷ [PSD Dega Sarandë](#), nga 116 në 215 dollarë, 6 reklama; [Flavia Nuraj](#), më pak se 100 dollarë, 2 reklama.

⁴⁸ [Arian Galdini](#), më pak se 300 dollarë, 5 reklama.

⁴⁹ [Zhylljen Sava](#), 300 dollarë, 6 reklama.

⁵⁰ [Partia Balli Kombëtar - Dega Elbasan](#), më pak se 200 dollarë, 7 reklama.

⁵¹ [AV ERJON GJONI](#), 161 dollarë, 3 reklama.

⁵² [Partia Lëvizja e Legalitetit - PLL - Dega Kavajë](#), 160 dollarë, 5 reklama.

⁵³ [Abedin Oruçi - Faqja Zyrtare](#), më pak se 100 dollarë, 3 reklama.

⁵⁴ [Lexo.al Politikë](#), 12608 dollarë, 303 reklama - kundër Koalicionit Bashkë Fitojmë; [CNA.al](#), 5303 dollarë, 197 reklama – kundër Partisë Socialiste dhe Partisë Demokratike si dhe pak reklama haptas në mbështetje të Aleancës Progresiste – LZHK; [Info24.al](#), 736 dollarë, 20 reklama, në mbështetje të kandidatit të Partisë Socialiste për Bashkinë Tiranë dhe kundër kandidatit të Koalicionit Bashkë Fitojmë për Bashkinë Tiranë; [Voto Belindin](#), nga 242 në 440 dollarë, 16 reklama – në mbështetje të kandidatit të Koalicionit Bashkë Fitojmë për Bashkinë Tiranë; [Alfapress.al](#), më pak se 300 dollarë, 5 reklama - kundër Koalicionit Bashkë Fitojmë dhe Partisë Socialiste; [Vlora Media Online](#), më pak se 200 dollarë, 6 reklama – ka reklama si për kandidatit e Bashkë Fitojmë për Bashkinë Vlorë, ashtu edhe për atë të Partisë Socialiste në të njëjtën; [Elbasani Flash](#), më pak se 100 dollarë, 1 reklamë – kundër kandidatit të Bashkë Fitojmë në Elbasan; [Egnatia News](#), më pak se 100 dollarë, 2 reklama – në mbështetje të një kandidati të PSD për Këshillin Bashkiak Elbasan; [Himara SOT](#), më pak se 100 dollarë, 3 reklama – në mbështetje të kandidatit të Bashkë Fitojmë për Bashkinë Himarë.

Address:

Rr. "Ymer Kurti",
Nd.4, H.2, Ap.3,
Nj.Adm.5,
Tirana

Mailing address:

P.O.Box. 2396
Tirana, 1001,
Albania

Gjithashtu, KRIIK ka evidentuar edhe disa persona të cilët janë eksponentë politikë të subjekteve zgjedhore përkatëse, por jo kandidatë, të cilët kanë shpenzuar për reklama politike në Facebook dhe Instagram⁵⁵.

Duke qenë se këta persona nuk kanë detyrimin për të raportuar shpenzimin në KQZ, pasi nuk janë subjekte zgjedhore, dhe shpenzimet janë bërë personalisht dhe drejtpërdrejt prej tyre, *KRIIK rikujton subjektet zgjedhore përfituese⁵⁶ se ato kanë detyrimin që këto shpenzime t'i raportojnë në KQZ si dhurime në natyrë.*

Duke qenë se një pjesë e shpenzimeve të përshkruara këtu janë me rang, i cili në disa raste mund të jetë edhe tepër i madh, për hir të kufizimeve të Librarisë së Reklamave, në gjykimin e KRIIK, *Komisioni Qendror i Zgjedhjeve, në frymën e qasjes proaktive dhe transparencës së plotë duhet t'i drejtohet Kompanisë Meta që zotëron Facebook dhe Instagram dhe t'u kërkojë të dhëna të plota për shpenzimet e kryera për reklama politike në platformat e kësaj kompanie përgjatë periudhës zgjedhore, përfshi shifrat e sakta të shpenzuara⁵⁷.*

KRIIK gjithashtu evidenton se Udhëzuesi për Raportimin Financiar i miratuar nga KQZ⁵⁸ përcakton qartas se shpenzimet për reklama në mediat sociale duhet të përfshihen në një zë të veçantë⁵⁹, dhe jo me të tjera reklama online, nëpër portale apo media online që mund të jenë kryer.

Lidhur me këtë parashikim, KRIIK *u kujton subjekteve zgjedhorë që kanë detyrimin për të raportuar, se është e nevojshme që në raportimin e vet të identifikojnë edhe median sociale specifike në të cilën është kryer shpenzimi.*

Rastet e shpenzimeve të faktuara të kryera në mediat sociale nga subjektet zgjedhore, por të pa raportuara apo të raportuara pjesërisht në zgjedhjet e vitit 2021, për të cilat KQZ në shkelje të ligjit nuk ndërmori asnjë sanksion⁶⁰ administrativ, nuk duhet të përsëriten.

⁵⁵ P.sh., në faqen e [Grigels Muçollari](#) në Facebook janë shpenzuar 3.134 dollarë, në faqen e [Klevis Balliu](#) në Facebook, janë shpenzuar 1.550 dollarë gjatë periudhës zgjedhore, të paguara drejtpërdrejt nga këta persona. Gjithashtu, edhe disa kryetarë partish kanë shpenzuar në të njëjtën mënyrë. P.sh në faqen kryetarit të Partisë së Lirisë [Ilir Meta](#) janë shpenzuar 9.538 dollarë, në faqen kryetarit të Partisë së Agrare Ambientaliste [Agron Duka](#) janë shpenzuar 880 dollarë, në faqen kryetarit të Partisë Aleanca Progresiste LZHK [Dashamir Shehi](#) janë shpenzuar 2.254 dollarë. Gjithashtu në faqen e Sekretarit të Përgjithshëm të Partisë Demokratike [Gazment Bardhi](#) janë shpenzuar 112 dollarë. Të tjerë kanë shpenzuar shuma më të vogla.

⁵⁶ Koalicioni “Bashkë Fitojmë” nëpërmjet partive përbërëse të tij, Partia Demokratike, Partia Aleanca Progresiste LZHK, Partia Agrare Ambientaliste, Partia Demokratike.

⁵⁷ [Transparenca e reklamave politike](#), KQZ takim virtual me përfaqësuesit e META.

⁵⁸ [Vendim Nr. 20, datë 20.4.2023 i Komisionit Rregullator "Për miratimin e udhëzuesve për mënyrën e raportimit financiar gjatë fushatës zgjedhore për zgjedhjet për organet e qeverisjes vendore udhëzues për mënyrën e raportimit financiar për kandidatët e listave shumemërore për fushatën zgjedhore për organet e qeverisjes vendore"](#)

⁵⁹ Po aty, faqe 20.

⁶⁰ KRIIK i [yuri në dispozicion KQZ-së](#), përpos gjetjeve të tjera, edhe të gjitha shpenzimet e faktuara të kryera në mediat sociale por të pa raportuara apo të raportuara pjesërisht, duke listuar 3 subjekte zgjedhore (2 parti politike dhe një kandidat i pavarur) dhe 69 Kandidatë të cilët kishin kryer shpenzime por nuk i kishin deklaruar ato, si dhe 63 kandidatë të cilët kishin kryer shpenzime, por që i kishin deklaruar pjesërisht. KQZ-ja me arsyetimin se mediat sociale nuk janë media apo komponent që njihen nga Kodi Zgjedhor, arsyetim i cili është përtej detyrimit të deklarimit të shpenzimeve pavarësisht se për çfarë kryen ato, nuk i bëri pjesë të raportit të saj të auditimit të të ardhurave dhe shpenzimeve të subjekteve zgjedhore për zgjedhjet e vitit 2021, këto gjetje duke i lënë totalisht jashtë kontrollit.

Address:

Rr. "Ymer Kurti",
Nd.4, H.2, Ap.3,
Nj.Adm.5,
Tirana

Mailing address:

P.O.Box. 2396
Tirana, 1001,
Albania

KQZ, nëpërmjet kujtesave dhe komunikimeve publike, nevojitet të rikujtojë çdo Subjekt Zgjedhor lidhur me detyrimet që mbartin sa i përket raportimit të financave të fushatës zgjedhore, duke mbyllur çdo rrugë justifikimi me gjoja padijeni mbi ligjin prej subjekteve zgjedhore, si dhe për t'i siguruar ata se KQZ-ja do të mbetet e angazhuar në respektimin e plotë të detyrimit ligjor të mos pranimit të raporteve të vetëdeklarimit të cilat kanë mangësi apo parregullsi në plotësim⁶¹.

II.4.2. Shpenzimet për reklama politike në mediat audiovizive

Reklama politike e transmetuar në mediat audiovizive është subjekt kontrolli në pikëpamje të minutazhit nga Autoriteti i Mediave Audiovizive. Nga ana tjetër mediat kanë detyrimin ligjor të dorëzimit dhe publikimit të tarifave të reklamimit, në Komisionin Qendror të Zgjedhjeve. KRIIK vërejt se një numër mediash nuk e përmbushën këtë detyrim ligjor, ndërkohë që transmetuan reklama politike⁶².

Bazuar në të dhënat e minutazhit të reklamave sipas monitorimit të AMA-s, KRIIK përllogarit me përafërsi⁶³ shumën e shpenzuar për reklamë politike⁶⁴ në media nga subjektet zgjedhore. Përllogaritja përfaqëson një mesatare të përafërt, pasi mënyra e deklarimit të tarifave e bën shumë të vështirë një përllogaritje të saktë⁶⁵. Gjithashtu, për mediat të cilat nuk kanë dorëzuar dhe publikuar tarifat e reklamave në KQZ, KRIIK ka kryer një përllogaritje me vlerën mesatare të çmimit për sekondë reklame në të gjitha mediat që kanë depozituar tarifat⁶⁶.

Sipas këtyre përllogaritjeve, subjektet zgjedhore kanë shpenzuar për reklamë politike së paku 133 milionë lekë⁶⁷, përgjatë periudhës së fushatës zgjedhore⁶⁸.

Në gjykimin e KRIIK, në funksion të kryerjes së procesit të verifikimit të raportimeve financiare, *KQZ duhet t'i kërkojë të gjitha mediave audiovizive të dorëzojnë tarifat e*

⁶¹ Për më shumë shih [Kërkesën zyrtare të KRIIK drejtuar KQZ-së](#) për vendosjen e sanksioneve, në zbatim të ligjit, ndaj subjekteve zgjedhore dhe kandidatëve të partive politike, garues në Zgjedhjet Parlamentare të 25 prillit 2021, për shkelje të kryera prej tyre në raport me financimin e fushatës zgjedhore.

⁶² Media audiovizive të cilat kanë bërë reklamë në këto zgjedhje por që nuk kanë dorëzuar tarifat zyrtare janë Bulevard TV, CNA TV, Shijak TV, RTV Ora News, Bulqiza TV, Top Albania Radio, Top News. Nga ana tjetër, duke qenë se monitorimi i AMA-s nuk shtrihej në të gjitha mediat audiovizive në vend, dhe një pjesë e atyre që monitoroheshin nuk janë monitoruar gjatë gjithë kohës, mund të ketë edhe të tjera media që kanë transmetuar reklama politike por të mos jenë të përfshira në minutazhin e monitoruar nga AMA.

⁶³ Minutat e reklamës politike janë marrë nga çdo raport ditor i publikuar nga AMA, dhe është bërë mbledhja e tyre për të gjithë muajin e fushatës. Tarifat e medias janë përllogaritur, duke vendosur një vlerë mesatare në rast se mediat aplikojnë tarifa të ndryshme në fasha të ndryshme orare, si dhe tarifa fikse nëse media ka publikuar se aplikon një të tillë.

⁶⁴ Përllogaritjet janë vetëm për reklama, jo për prezencë në emisione apo çdo lloj shërbimi tjetër të ofruar prej tij.

⁶⁵ Tarifat e deklaruara nga mediat janë me fasha orare apo në varësi të programacionit në momentin kur transmetohet reklama, ndërkohë që monitorimi i AMA është me minuta në total, pa specifikuar orarin apo programin gjatë të cilit reklamat janë transmetuar. Si rrjedhim nuk është e mundur që çmimet të përllogariten me saktësi. Në çdo rast KRIIK ka përllogaritur minimumin e shpenzimit në ato raste kur përllogaritja e saktë ka qenë e pamundur.

⁶⁶ Mesatarja e çmimit për sekondë reklame në tarifat e publikuara në faqen e KQZ-së nga 22 media është 1000 lek/sek.

⁶⁷ Nga të cilat rreth 63 milionë lekë të përllogaritura të shpenzuara në mediat të cilat kanë deklaruar tarifat e reklamës dhe rreth 70 milionë lekë të përllogaritura të shpenzuara në mediat të cilat nuk i kanë deklaruar tarifat e reklamës.

⁶⁸ Të ndara sipas Partive: - Partia Socialiste 46.046.739 lekë; - Koalicioni Bashkë Fitojmë 71.199.844 lekë; - Partia Republikane 5.768.010 lekë; - Partia Drejtësi, Integrim dhe Unitet 4.405.344 lekë; - Partia Demokratike 3.880.428 lekë; - Partia Agrare Ambientaliste 2.111.400 lekë; - Partia Social Demokrate 369.290 lekë; - Partia Lëvizja Bashkë 51.600 lekë.

Address:

Rr. "Ymer Kurti",
Nd.4, H.2, Ap.3,
Nj.Adm.5,
Tirana

Mailing address:

P.O.Box. 2396
Tirana, 1001,
Albania

reklamimit në këtë moment, minimalisht për ato media të cilat janë evidentuar nga AMA të kenë bërë reklamë politike, dhe të vendosë sanksione në rast mosdorëzimi.

Në mënyrë që të jetë më efikase, KRIIK gjykon se do të ishte e udhës që KQZ të tregohet akoma më proaktive dhe t'u kërkojë mediave të cilat janë evidentuar të kenë transmetuar reklamë politike që të dorëzojnë në KQZ edhe kontratat e lidhura me subjektet zgjedhore për reklamë politike që në këtë moment, për të patur më pas mundësi përlllogaritjesh dhe kontrolli mbi shumën e shpenzuara nga subjektet zgjedhore për reklama politike në mediat audiovizive.

Një tjetër problem mbetet mosmonitorimi nga AMA i disa mediave (qoftë në rastin e mediave që nuk janë monitoruar gjatë gjithë kohës qoftë ato që nuk janë monitoruar fare), të cilat potencialisht mund të kenë transmetuar reklamë politike.

Faktimi nëse ato kanë transmetuar të tilla mund të kryhet në këtë moment nëpërmjet regjistrimeve të depozituara nga këto media në AMA. Për të adresuar sa është e mundur këtë problem, KRIIK gjykon se KQZ duhet të tregojë një qëndrim proaktiv duke i kërkuar paraprakisht të gjitha mediave të deklarojnë nëse kanë transmetuar reklamë politike⁶⁹, dhe nëse po të vendoset në dispozicion kontrata edhe për ato.

Dorëzimi paraprakisht i kontratave bëhet akoma më i rëndësishëm, nëse konsiderohet se ka disa media të cilat në tarifat e dorëzuara në KQZ pohojnë se aplikojnë pagesë edhe për ndjekje të aktiviteteve të fushatës nga gazetarët e vet, speciale me kandidatët, apo edhe për transmetim të materialeve video të vëna në dispozicion nga subjektet zgjedhore⁷⁰.

Ndërkohë, nga eksperiencia e zgjedhjeve të shkuara, është evidentuar se ka media të cilat nuk kanë depozituar të tilla tarifa por kanë pranuar pagesa për emisione me kandidatë. Nëse këto media kanë transmetuar të tillë materiale me pagesë, me shumë gjasë ato nuk janë evidentuar si reklamë politike nga AMA, pasi janë reportazhe apo lajme.

KRIIK inkurajon Komisionin Qendror të Zgjedhjeve që në mënyrë që të mund të evidentohen të gjitha shpenzimet e kryera nga subjektet zgjedhore për mbulim mediatik, qoftë në formën e reklamave klasike qoftë në forma të tjera, të kërkojnë informacion nga monitoruesit e angazhuar gjatë fushatës zgjedhore në lidhje me reklama në mediat sociale apo të tjera informacione që ata mund të kenë në lidhje me praktikën e mediave për të ofruar mbulim për fushatën zgjedhore përkundrejt pagesës, si dhe indicie nga KZAZ-të apo subjektet zgjedhore. Sa më sipër, me qëllimin që i gjithë informacioni i mundshëm të mblidhet në kohë, në mënyrë që kryqëzimi i raportimeve të subjekteve zgjedhore të mund të kryhet me efikasitet dhe të parandalohet fshehja e shpenzimeve.

Ky fenomen është evidentuar në zgjedhjet e vitit 2021⁷¹ dhe bazuar në këtë eksperiencë,

⁶⁹ Madje për të nxitur një deklaram të vërtetë, KQZ-ja mund të bashkëveprojë me AMA-n, për të kryer edhe verifikim me përzgjedhje rastësore të regjistrimeve të depozituara nga mediat, të cilat AMA nuk i ka monitoruar, por për të cilat ka regjistrimet përkatëse gjatë kohës së fushatës zgjedhore. Kjo do t'i shërbente edhe një kontrolli për atë se çfarë mediat i deklarojnë KQZ-së.

⁷⁰ [Fax News](#), [Sot 7 TV](#), [Syri TV](#), [TV Kopliku](#).

⁷¹ Detyrimi për dorëzimin e tarifave zyrtare në zgjedhjet e vitit 2021 u plotësua nga vetëm 17 media, ndërkohë numri i televizioneve të monitoruara nga AMA dhe që transmetuan reklamë ishte 33. Përpos kësaj, u vërejtën parti të cilat kishin deklaruar shpenzime dhe pagesa të kryera ndaj disa televizioneve, ndërkohë që nga monitorimi i këtyre të fundit prej AMA-s, rezultoi se nga këto media nuk kishte transmetuar asnjë reklamë politike për subjektet në fjalë. (Për më shumë shih Raportin Përfundimtar të Vëzhgimit të Zgjedhjeve 2021" të KRIIK, Seksioni VIII.2.2.3. "Shpenzimet për media", apo [Dokumentin](#) "Kërkesë për vendosjen e sanksioneve, në zbatim të ligjit, ndaj subjekteve zgjedhore dhe kandidatëve të partive politike, garues në Zgjedhjet Parlamentare të 25 prillit 2021, për shkelje të kryera prej tyre në raport me financimin e fushatës zgjedhore" dërguar KQZ-së, pjesa B.II.

Address:

Rr. "Ymer Kurti",
Nd.4, H.2, Ap.3,
Nj.Adm.5,
Tirana

Mailing address:

P.O.Box. 2396
Tirana, 1001,
Albania

në funksion të rritjes së transparencës dhe efijencës së kontrollit KRIIK i kërkoi KQZ-së⁷², që të vepronte paraprakisht në komunikimin me median për të evituar përsëritjen e situatës⁷³.

Në mënyrë që të evitohet e njëjta situatë dhe që Komisioni Qendror i Zgjedhjeve të gjendet sërish përpara faktit të kryer të një raportimi të paplotë apo me mangësi, KRIIK gjykon se *Komisioni Qendror i Zgjedhjeve duhet, në mënyrë urgjente të komunikojë si me mediat ashtu edhe me subjektet zgjedhore për të rikujtuar detyrimet e tyre në funksion të transparencës së financave politike, sipas propozimeve sa më sipër apo edhe nëpërmjet mënyrave të tjera.*

Duke qenë se ka ende minimumi dy muaj që subjektet zgjedhore të përfundojnë dhe dorëzojnë në KQZ raportet financiare, në opinionin e KRIIK, KQZ, dhe në veçanti Drejtoria që mbikëqyr raportimin financiar të subjekteve zgjedhore i ka të gjitha mundësitë t'i paraprijë një situatë si ajo e ndodhur për Zgjedhjet për Kuvendin të vitit 2021 ku një shifër tejet e lartë reklamash politike nuk u raportua⁷⁴ dhe nuk pati asnjë masë për shkelësit e ligjit⁷⁵.

KRIIK shpreh konsideratën se e vetmja arsye për një përsëritje të së njëjtës situatë të vitit 2021, mbetet të jetë mungesa e qëllimshme e vullnetit për të bërë transparencë tashmë në 2023.

II.4.3. Shpenzimet për reklama politike në faqe ueb

Subjektet zgjedhore kanë bërë gjithashtu reklamë politike edhe online, përfshi media online apo siç njihen ndryshe portale.

Ngelet shqetësues fakti që kjo kategori mediash nuk njihen nga ligji si të tilla, dhe për rrjedhim ato nuk mbartin detyrimin ligjor të depozitimit dhe bëjnë publike në KQZ tarifata që aplikojnë për reklama, përpos se mbeten jashtë çdo monitorimi nga institucionet.

Përfundimisht në këtë rast bëjnë mediat audiovizive që kanë edhe faqe interneti, të cilat duhet të publikojnë tarifata për këto lloje reklamash, por ligji nuk i detyron në mënyrë eksplicite për të depozituar edhe tarifata e faqes së internetit. Disa media i kanë depozituar tarifata edhe për faqet e internetit, por jo të gjitha që kanë të tilla.

⁷² [REKOMANDIME](#) për përmirësimin e kuadrit rregullator ligjor për zgjedhjet vendore 2023, pika 3 "Monitorimi i medias".

⁷³ Dokumenti i rekomandimeve, pika 3.2 "Edhe depozitimi i tarifave të reklamës në media, ishte një detyrim ligjor i pa përmbushur nga të gjitha OSHMA-të në zgjedhjet pararendëse. Në mënyrë që shkelja të evitohet për sa është e mundur, dhe të gjithë aktorët të jenë të informuar, KQZ duhet të jetë në komunikim të vazhdueshëm me AMA-n si dhe çdo OSHMA, për të përmbushur detyrimin ligjor të depozitimit të tarifave të reklamës prej tyre në afatin e përcaktuar nga Kodi Zgjedhor. Gjithashtu, për çdo OSHMA duhet të bëhet me dije se privilegjimi në tarifa për subjektet zgjedhore nuk është i lejuar. Për një transparencë sa më të lartë në raport me qytetarët, vetë subjektet zgjedhore, si dhe palët e treta të interesuara për të punuar me to, sugjerohet që të gjitha tarifata e depozituara nga OSHMA-të në KQZ, duhet të publikohen edhe në faqet e tyre zyrtare në internet".

⁷⁴ Referuar përllëgaritjeve të kryera nga KRIIK lidhur me zgjedhjet e vitit 2021 rezultoi një diferencë prej rreth 9 milionë USD të padeklaruara. Për më shumë shih [Dokumentin](#) "Kërkesë për vendosjen e sanksioneve, në zbatim të ligjit, ndaj subjekteve zgjedhore dhe kandidatëve të partive politike, garues në Zgjedhjet Parlamentare të 25 prillit 2021, për shkelje të kryera prej tyre në raport me financimin e fushatës zgjedhore" dërguar KQZ-së, pjesa B.II, pikat 21, 22 dhe 23.

⁷⁵ Pavarësisht diferencave të mëdha midis shumave të deklaruara dhe shpenzuara në zgjedhjet e vitit 2021, nuk pati asnjë sanksionim për këtë çështje as ndaj mediave dhe as ndaj subjekteve zgjedhore.

Address:

Rr. "Ymer Kurti",
Nd.4, H.2, Ap.3,
Nj.Adm.5,
Tirana

Mailing address:

P.O.Box. 2396
Tirana, 1001,
Albania

Nga monitorimi jo sistematik i KRIIK⁷⁶ rezulton se 30 faqe interneti⁷⁷ kanë publikuar gjatë fushatës reklamë politike për subjektet zgjedhore.

Pavarësisht se këto shpenzime nuk mund të përlogariten paraprakisht, për shkak të mungesës së çmimit, në gjykimin e KRIIK, *KQZ-ja duhet të jetë në kontakt për të marrë listën e çmimeve dhe kontratat e lidhura ndërmjet tyre dhe subjekteve zgjedhore, nëse ka të tilla.*

Në rastin e mediave audiovizive që kanë patur reklama të paguara qoftë në transmetim, qoftë në faqet e internetit, do të duhet që KQZ-ja të evidentojë shpenzimet për secilën kategori më vete, sipas kontratave të lidhura mes medias dhe subjekteve zgjedhore.

KRIIK gjithashtu nxit Komisionin Qendror të Zgjedhjeve që në këtë proces verifikimi të ndërveprojë me të tjera institucione të cilat mund ta ndihmojnë në evidentimin e saktë të shpenzimeve në mediat online, si p.sh. organet tatimore dhe Autoritetin e Komunikimeve Elektronike dhe Postare, për të nxitur transparencën dhe kontrollin e shpenzimeve për reklama politike në faqet e internetit.

II.4.4. Auditimi i të ardhurave dhe shpenzimeve për fushatën zgjedhore

Procesi i raportimit dhe verifikimit të financave të subjekteve zgjedhore mbetet shumë më i gjerë se sa më sipër dhe parashtron nevojën e një fokusi të veçantë nga subjektet dhe KQZ në vazhdim, pasi mbi tërë këtë dokumentacion të vetëraportuar përfshirë indiciet e mundshme apo verifikimet paraprake të bëra prej administratës së KQZ-së, do të kontrollojnë dhe konkludojnë audituesit ligjorë.

Procesi i auditimi mbetet thelbësor për verifikimin e shpenzimeve financiare të subjekteve politike për fushatën zgjedhore. Nëpërmjet auditimit, evidentohen të dhëna që nxjerrin në pah aspekte të fushatës zgjedhore, nga pikëpamja e përdorimit dhe shpenzimit të fondeve. Që procesi i auditimit të kryhet sipas ligjit, është e nevojshme, që informacioni që i vihet në dispozicion audituesve nga subjektet të jetë i besueshëm, i verifikueshëm, i rëndësishëm dhe i raportuar në kohë.

⁷⁶ Për të patur një listë shteruese të të gjitha portaleve që operojnë në Shqipëri KRIIK i është drejtuar me kërkesë zyrtare Autoritetit të Komunikimeve Elektronike dhe Postare. Ky i fundit nuk na ka vënë në dispozicion një listë të tillë, me arsyetimin se AKEP nuk mban regjistra të tillë.

⁷⁷Portale që kanë bërë reklamë për Partinë Socialiste: EuroNews.al <https://euroNews.al/http://www.panorama.com.al/>; AbcNeës.al <https://abcNews.al/>; Tvklan.al <https://tvklan.al/>; TV Klan-News <https://tvklan.al/kategoria/klan-News/>; Top-channel.tv <https://top-channel.tv/>; TopNewslive <https://top-channel.tv/topNewslive/>; Gazetatema.net <https://www.gazetatema.net/>; Anabelmagazine.com <https://www.anabelmagazine.com/>; Dritare.net <https://dritare.net/>; Dosja.al <https://dosja.al/>; Cna.al <https://www.cna.al/>; Lapsi.al <https://lapsi.al/>; Albeu.com <https://albeu.com/>; Classlifestyle.com <https://www.classlifestyle.com/>; Gazetadita.al <https://gazetadita.al/>; JavaNews.al <https://javaNews.al/>; Kohajone.com <https://kohajone.com/>; Living.al <https://living.al/>; Newsbomb.al <https://Newsbomb.al/>; Noa.al <https://www.noa.al/>; Shqiptarja.com <https://shqiptarja.com/home>; Report-tv.al <https://www.report-tv.al/home>; Sot.com.al <https://sot.com.al/>; Gazeta-shqip.com <https://www.gazeta-shqip.com/>; Opozita.com <https://www.opozita.com/>; Bulevardionline.com <https://bulevardionline.com/>; Opinion.al <https://opinion.al/>; Portale që kanë bërë reklamë për Partinë Drejtësi, Integrim dhe Unitet: Panorama.com.al <http://www.panorama.com.al/> dhe Balkanëeb.com <https://www.balkanweb.com/>; Portale që kanë bërë reklamë për Partinë Socialdemokrate: Cna.al <https://www.cna.al/>

Address:

Rr. "Ymer Kurti",
Nd.4, H.2, Ap.3,
Nj. Adm.5,
Tirana

Mailing address:

P.O.Box. 2396
Tirana, 1001,
Albania

Nga monitorimet e proceseve të mëparshme, KRIIK ka vërejtur realizimin e një kontrolli jo të plotë nga auditët⁷⁸.

Një element shumë i rëndësishëm i cili do duhet të kihet në konsideratë nga auditët është kryqëzimi i të dhënave të gjetura nga auditimi me ato të pasqyruara në raportet e monitorimit nga monitoruesit e fushatës zgjedhore⁷⁹.

Bazuar në problematikat e zgjedhjeve të vitit 2021, të ndeshura tek auditët, *KQZ-ja duhet të ketë komunikim dhe trajnime paraprake me ta, për të qartësuar çdo element që duhet të mbahet në konsideratë prej tyre, si dhe duke i kujtuar mbi rëndësinë dhe domosdoshmërinë e kryerjes së një auditimi sa më profesional dhe të plotë prej tyre.*

Në çdo rast kontrolli i gjithanshëm kërkon një angazhim maksimal nga subjektet zgjedhore, monitoruesit dhe audituesit e kontraktuar nga KQZ, dhe nga vetë KQZ-ja.

Në konsideratën e KRIIK, *KQZ-ja ndryshe nga mirëkuptimi dhe tolerimi deri në kufijtë e shkeljes së ligjit, i treguar për kontrollin dhe verifikimin e financave të subjekteve zgjedhore për zgjedhjet e vitit 2021, duhet të tregojë një qasje tërësisht të angazhuar për zbatimin pa asnjë ekuivok të ligjit.*

Për të patur një auditim sa më të plotë dhe të kryer në kohë nga KQZ, përpos gjithë sa më sipër, KRIIK i rekomandon KQZ-së⁸⁰, nevojën e hartimit të një metodologjie konkrete kontrolli të financave të subjekteve zgjedhore. *Kjo metodologji duhet të përmbajë jo vetëm hapat konkretë dhe të detajuar që duhet të kryejë administrata KQZ, por edhe afatet konkrete në të cilat do duhet të implementohet çdo hallkë si më sipër cituar.*

Në gjykimin e KRIIK, përpos se kontrolli duhet të jetë i plotë dhe i gjithanshëm, ai duhet gjithashtu të kryhet në kohën e duhur.

* * *

Address:

Rr. "Ymer Kurti",
Nd.4, H.2, Ap.3,
Nj.Adm.5,
Tirana

Mailing address:

P.O.Box. 2396
Tirana, 1001,
Albania

⁷⁸ Në një gjykim të përgjithshëm vërehet se auditimi i realizuar nga ekspertët ligjorë ka qenë sipërfaqësor, pa u thelluar në disa elemente të rëndësishëm të veprimtarisë financiare të partive.

Janë evidentuar raste të paraqitjes së raporteve të paplotësuara tërësisht sipas formatit të ri të miratuar nga KQZ-ja në vitin 2021 apo raporte me gabime materiale.

⁷⁹ Ky kryqëzim në zgjedhjet e vitit 2021 u evitua plotësisht nga auditët, madje edhe KQZ-ja në kryqëzimin e mëpasshëm të të dhënave nuk morri në konsideratë gjetjet e tyre.

⁸⁰ Një rekomandim i bërë edhe më herët nëpërmjet dokumenteve zyrtare të përcjella në KQZ si edhe nëpërmjet komunikimeve zyrtare verbale.