



Demokracia në Veprim  
Demokratija na Delu  
Democracy in Action

Raporti për fushatën  
e zgjedhjeve lokale 2021

# DY RAUNDE TË ZGJEDHJEVE LOKALE – DY LLOJE FUSHATASH

Dhjetor, 2021





Raporti për fushatën e zgjedhjeve lokale 2021  
**Dy raunde të zgjedhjeve lokale – dy lloje fushatash**

Copyright ©2021. Demokracia në Veprim (DnV).

Publikimi i këtij raporti është bërë i mundur me mbështetjen e Olof Palme International Center (OPIC).

Opinionet, të gjeturat dhe rekomandimet e shprehura në këtë raport janë përgjegjësi e Demokracisë në Veprim dhe jo domosdoshmërisht paraqesin pikëpamjet e donatorit.

**Dizajni:** Envinion

**Demokracia në Veprim**

Rruga "Bajram Kelmendi" nr. 239

10 000 Prishtinë, Kosovë

Tel: +383 (0) 38 248 038

[www.demokracianeveprim.org](http://www.demokracianeveprim.org)

## Përmbajtja

6-7



Hyrje

8



Korniza ligjore

9-11



Fushata e (pa)kufizuar  
në kohë pandemie

12-13



Programet politike  
të kandidatëve

14-15



Mes fushatës tradicionale  
dhe asaj dixhitale

16-17



Paratë në fushatë

18-21



Kandidaturat dhe  
gjuha e fushatës

22-23



Rekomandime

## Hyrje

Kosova këtë vit organizoi zgjedhjet e shtata të rregullta lokale në histori, e të katërtat që nga shpallja e pavarësisë. Më 15 qershor, Presidentja Vjosa Osmani shpalli 17 tetorin si datë të mbajtjes së zgjedhjeve lokale, pas konsultimeve paraprake me subjektet politike.<sup>1</sup>

Përkundër shpalljes së datës së zgjedhjeve lokale, gjatë fillimit të muajit shtator, pak ditë para fillimit të periudhës zyrtare të fushatës zgjedhore, kishte qarkulluar ideja për shtyrjen e zgjedhjeve lokale, kryesisht si rezultat i situatës së përkeqësuar epidemiologjike në atë periudhë. Madje, më 10 shtator, pas kërkesës për vlerësim të situatës nga ana e presidentes, Instituti Kombëtar i Shëndetësisë Publike kishte rekomanduar shtyrjen e zgjedhjeve lokale deri në një vlerësim tjetër<sup>2</sup>. Ky rekomandim ishte pasuar nga mbajtja e takimeve konsultative të thirrura nga ana e Presidentes me subjektet politike me qëllim të diskutimit të një mundësie të tillë. Sidoqoftë, në mungesë të konsensusit – me partinë në pushtet e cila përkrahte shtyrjen dhe partitë opozitare që kundërshtonin kategorikisht një gjë të tillë<sup>3</sup> – Presidentja nuk kishte marrë vendim për shtyrjen apo ndryshimin e datës së zgjedhjeve<sup>4</sup>.

Fushata zgjedhore, si për raundin e parë ashtu edhe balotazhin, ishte paraprirë nga një parafushatë, e cila kishte filluar që nga shpallja e datës së zgjedhjeve nga Presidentja, ndërsa ishte intensifikuar pas certifikimit të kandidatëve nga ana e KQZ-së. Madje, pas përmbylljes së raundit të parë, menjëherë kishin filluar aktivitetet e subjekteve politike dhe kandidatëve që ishin pjesë e garës së balotazhit. Fushata zyrtare pesë ditore për raundin e dytë të zgjedhjeve, e përcaktuar nga KQZ-ja, në fakt kishte shërbyer vetëm si përmbyllje e

aktiviteteve nga subjektet politike, të cilat nuk e kishin ndërprerë fushatën për asnjë moment.

Ky punim paraqet një vlerësim kualitativ të rrjetit të organizatave vendore për vëzhgimin e zgjedhjeve "Demokracia në Veprim" (DnV), mbi fushatën zgjedhore, duke përfshirë edhe fushatën për raundin e dytë të zgjedhjeve për kryetarë. Vlerësimi është bërë duke u fokusuar në pesë elemente kyçe të fushatës zgjedhore, që përfshijnë respektimin e masave anti-COVID dhe rregullave zgjedhore, formatin e fushatës, ofertat politike, kandidaturat dhe aspektin gjinor, si dhe shpenzimet e kandidatëve të subjekteve politike.

Për këtë punim vlerësues, DnV ka aplikuar një metodologji të përzier, që konsiston në analizim të ecurisë e mbarëvajtjes së fushatës përmes hulumtimit në tavolinë (*desk research*) të burimeve sekondare, zhvillimin intervistave e takimeve me shtabet zgjedhore dhe përfaqësues të subjekteve kryesore politike<sup>5</sup>, si dhe intervistimin e kandidatëve të ndryshëm për kryetarë të disa komuna. Po ashtu, DnV ka zhvilluar takim edhe me Agjencinë e Ushqimit dhe Veterinarisë, institucion ky përgjegjës në zbatimin e masave anti-COVID, veçanërisht gjatë fushatës zgjedhore të raundit të parë. Gjatë periudhës së përpilimit të këtij raporti, janë zhvilluar takime edhe me përfaqësues të misioneve ndërkombëtare për vëzhgimin e zgjedhjeve, përfshirë EU-EOM, ENEMO dhe IESC, përfaqësues të institucioneve përgjegjëse për organizimin dhe administrimin e zgjedhjeve, si dhe me OJQ tjera vendore.

<sup>5</sup> Takime janë zhvilluar me subjektet politike parlamentare, duke përfshirë Partinë Demokratike të Kosovës (PDK), Lidhjen Demokratike të Kosovës (LDK) dhe Aleancën për Ardhmërinë e Kosovës (AAK). Përkundër përpjekjeve dhe kërkesave të DnV-së për zhvillim të një takimi me shtabin dhe përfaqësues të Lëvizjes Vetëvendosje, një takim i tillë nuk është zhvilluar.



Fushata zgjedhore, si për raundin e parë ashtu edhe balotazhin, ishte paraprirë nga një parafushatë, e cila kishte filluar që nga shpallja e datës së zgjedhjeve nga Presidentja, ndërsa ishte intensifikuar pas certifikimit të kandidatëve nga ana e KQZ-së.



DnV ka aplikuar një metodologji të përzier, që konsiston në analizim të ecurisë e mbarëvajtjes së fushatës përmes hulumtimit në tavolinë (*desk research*) të burimeve sekondare, zhvillimin intervistave e takimeve me shtabet zgjedhore dhe përfaqësues të subjekteve kryesore politike, si dhe intervistimin e kandidatëve të ndryshëm për kryetarë të disa komuna.



Gjatë periudhës së përpilimit të këtij raporti, janë zhvilluar takime edhe me përfaqësues të misioneve ndërkombëtare për vëzhgimin e zgjedhjeve, përfshirë EU-EOM, ENEMO dhe IESC, përfaqësues të institucioneve përgjegjëse për organizimin dhe administrimin e zgjedhjeve, si dhe me OJQ tjera vendore.

<sup>1</sup> Për më shumë, shih njoftimin: <https://bit.ly/3GoZHYm>

<sup>2</sup> Për më shumë, shih: <https://bit.ly/300JM2D>

<sup>3</sup> Për më shumë, shih: <https://bit.ly/3lvmSli>

<sup>4</sup> Për më shumë, shih: <https://bit.ly/3EsPSrA>

## Korniza ligjore

Përpos Kushtetutës, Ligji për Zgjedhjet Lokale – dispozitat e të cilit vlejné *mutatis mutandis* sipas përcaktimeve në Ligjin për Zgjedhjet e Përgjithshme – paraqet kuadrin juridik mbi bazën e së cilit përcaktohet sistemi zgjedhor lokal, mënyra e organizimit dhe mbajtjes së zgjedhjeve si dhe rregullohen fushatat zgjedhore. Aspekte tjera të mbarëvajtjes së procesit zgjedhor dhe financimit të subjekteve politike janë të rregulluara edhe me Ligjin për Financimin e Subjekteve Politike si dhe Kodin Penal të Republikës së Kosovës. Dy ligje tjera të rëndësishme të cilat ndërlidhen me zgjedhjet lokale janë edhe Ligji për Vetëqeverisjen Lokale si dhe Ligji mbi Kufijtë Administrativ të Komunave.

Sa i përket fushatës, ligji ua garanton të gjitha subjekteve politike dhe kandidatëve të tyre lirinë për të zhvilluar fushatë e për të bërë propagandë zgjedhore në media, të organizojnë ngjarje politike dhe të shpërndajnë materiale të fushatës. Si aktivitet i fushatës përcaktohet çdo *“tubim ose fjalim politik, mbledhje, prezantim publik, ose ndonjë aktivitet i përgatitur për të propaganduar mesazh politik në lidhje me zgjedhjet”*<sup>6</sup>. Edhe pse ligji e përcakton fushatën zgjedhore si periudhë 30-ditore që përfundon një ditë para ditës së zgjedhjeve, ka mungesë të rregullimit ligjor për periudhën jashtë afatit zyrtar, ku në fakt zhvillohen një pjesë e konsiderueshme e aktiviteteve të subjekteve politike. Ligji gjithashtu parasheh mundësi të barabarta për pjesëmarrje në emisione në radio dhe televizione, fonde publike dhe forma të tjera të mbështetjes së subjekteve politike dhe kandidatëve të tyre, si dhe imponon ndalesa lidhur me veprimet e partive që dëmtojnë partitë tjera apo cenojnë parimet themelore të zgjedhjeve të lira dhe fer. Sa i përket shfrytëzimit të resurseve publike, ligji ndalon përdorimin e zyrave, buri-  
meve ose personelit të cilitdo institucion në nivel qen-

dror ose lokal me qëllim të mbështetjes së një subjekti politik në zgjedhje, si dhe ua ndalon subjekteve politike që të shfrytëzojnë nëpunësit civil përfshirë pozitën dhe burimet, për qëllime të fushatës zgjedhore. Ligji trajton po ashtu çështjen e shpenzimeve të fushatës, përkatësisht të kufizimit të tyre, mënyrës së raportimit dhe auditimit të të njëjtave. Edhe mënyra e funksionimit dhe operimit të mediave në relacion me zgjedhjet është e rregulluar me anë të ligjit.

Ndërsa, në kuadër të legjislacionit sekondar, rregullat zgjedhore, udhëzimet administrative dhe vendimet e nxjerra nga Komisioni Qendror i Zgjedhjeve (KQZ), rregullojnë aspekte specifike të procesit zgjedhor. Aktualisht janë në fuqi dy rregulla zgjedhore të miratuara që rregullojnë fushatën zgjedhore: Rregulla Zgjedhore mbi Fushatën e Zgjedhjeve dhe Njoftimin për Ngjarjet Politike<sup>7</sup> (bashkë me plotësim-ndryshimin<sup>8</sup>), si dhe Kodi i Mirësjelljes për Subjektet Politike, Mbështetësit e Tyre dhe Kandidatët<sup>9</sup>.

Meqë ky proces zgjedhor u zhvillua në kohë pandemie, ligj tjetër që ka prekur mënyrën e organizimit të procesit zgjedhor, e në veçanti të fushatës zgjedhore, është Ligji për Parandalimin dhe Luftimin e Pandemisë COVID-19 në territorin e Republikës së Kosovës. Ky ligj i jep autorizime dhe kompetenca institucioneve qendrore, përfshirë Ministrinë e Shëndetësisë dhe vet Qeverinë e Kosovës, në bashkërendim me inspektoratet dhe Policinë që të mbikëqyrin kufizimet e miratuara nga Qeveria. Kjo e fundit, me anë të vendimeve për masa të përgjithshme të veçanta, të cilat mes tjerash kufizojnë edhe numrin e pjesëmarrësve në tubime publike e private – si format kryesore të të bërit fushatë.

<sup>7</sup> Për më shumë, shih Rregullën Zgjedhore Nr. 13/2013. E qasshme në: <https://bit.ly/3ovrTSW>

<sup>8</sup> Për më shumë, shih Rregullën Zgjedhore Nr. 20/2019. E qasshme në: <https://bit.ly/3ExFRcN>

<sup>9</sup> Për më shumë, shih Rregullën Zgjedhore Nr. 11/2013. E qasshme në: <https://bit.ly/3drv5bU>

<sup>6</sup> Për më shumë, shih Ligjin për Zgjedhjet e Përgjithshme. I qasshëm në: <https://bit.ly/3y2a3Kq>

## Fushata e (pa)kufizuar në kohë pandemie

Proceset zgjedhore konsiderohen si një nga shtyllat bazë të demokracisë që mundësojnë pjesëmarrjen demokratike të qytetarëve në vendimmarrje. E në mbarë botën, pandemia COVID-19 ka ndryshuar mënyrën se si po zhvillohen fushatat zgjedhore.

Mbajtja e zgjedhjeve të treta më radhë në Kosovë në kohë pandemie, ka garantuar ushtrimin e drejtës kushtetuese të qytetarëve për të zgjedhur përfaqësuesit e tyre në institucionet e nivelit lokal – si e drejtë themelore në një shtet demokratik. Përvojat e krijuara nga dy palë zgjedhjet paraprake në Kosovë në kohë pandemie, u kanë dhënë komoditetin dhe kohën e nevojshme subjekteve politike që të hartojnë strategji me ide inovative e kreative se si mund të zhvillojnë fushatën zgjedhore, duke targetuar numër sa më të madh të njerëzve dhe në të njëjtën kohë të tentojnë të ruajnë shëndetin publik.

Meqë pak ditë para fillimit të periudhës zyrtare të fushatës, Kosova ndodhej në një situatë të përkeqësuar epidemiologjike, liderët e partive opozitare kishin parashtruar zyrtarisht kërkesë për shkurtrimin e periudhës së fushatës zgjedhore, në kohëzgjatje të ndryshme – 10 ditë, një javë dhe pesë ditë, respektivisht. Po ashtu, ishte kërkuar që rrjetet sociale dhe debatet televizive të shërbejnë si platforma të ballafaqimit politik. Një kërkesë e tillë, të paktën formalisht, nuk ishte përkrahur nga partia në pushtet. E në anën tjetër, duke ditur se që një shkurtrim të tillë të jetë formal, i barabartë, e të mos lihet në diskrecion të partive për t’u respektuar, duheshin ndryshime ligjore, kërkesat mbetën vetëm si shprehje e vullnetit të mirë. Të gjitha partitë, përfshirë ato që propozuan shkurtrim të fushatës por edhe ato që nuk u deklaruan, pothuajse pa dallim vijuan me organizimin e tubimeve të shumta gjatë gjithë fushatës, në respektim minimal të masave në fuqi.

Sikurse në vendet e tjera të botës ku po mbahen zgjedhje në kohë pandemie, fushata zgjedhore për zgjedhjet lokale në të dyja raundet është zhvilluar nën masat kufizuese qeveritare për parandalimin e përhapjes së pandemisë COVID-19. Për fushatën zgjedhore të raundit të parë, më 11 shtator – pesë ditë para fillimit zyrtar fushatës – Qeveria e Kosovës kishte ndryshuar masat anti-COVID duke u mbështetur në rekomandimet e IK-SHPK-së dhe situatës epidemiologjike në vend. Sipas masave të miratuara nga Qeveria, subjektet politike dhe kandidatët lejoheshin të organizonin aktivitete zgjedhore në ambiente të mbyllura me vetëm deri në 20 persona, me distancë fizike prej 1.5 metër. Ndërsa në ambientet e jashtme, ishin të lejuara tubimet me deri 50 pjesëmarrës duke respektuar rregullin e mbajtjes së distancës fizike.<sup>10</sup> Ndërkaq, për fushatën zgjedhore për raundin e dytë të zgjedhjeve, Qeveria më 23 tetor kishte liruar deri diku masat në lidhje me tubimet, duke rritur numrin e personave të lejuar brenda hapësirave të mbyllura deri në tridhjetë (30) persona me kushtin që pjesëmarrësit të posedojnë certifikatën e vaksinimit, testi RT-PCR negativ për COVID-19, dëshminë se personi ka kaluar COVID-19 apo testin e shpejtë antigjen negativ. Në ambientet e hapura, numri i pjesëmarrësve ishte rritur deri në shtatëdhjetë (70) persona me kushtin e njëjtë për paraqitjen e dëshmive të lartpërmen-dura.<sup>11</sup>

Niveli i respektimit të masave anti-COVID gjatë fushatës zgjedhore në raundin e parë dhe në raundin e dytë ishte pakrahasimisht i ndryshëm. Ndonëse gjatë raundit të

<sup>10</sup> Vendimi i Qeverisë së Kosovës për Masat e përgjithshme dhe të veçanta për kontrollin, parandalimin dhe luftimin e pandemisë COVID-19, i datës 11 shtator 2021. I qasshëm në: [https://kryeministri.rks-gov.net/wp-content/uploads/2021/09/Masat-kunder-COVID-19\\_11092021.pdf](https://kryeministri.rks-gov.net/wp-content/uploads/2021/09/Masat-kunder-COVID-19_11092021.pdf)

<sup>11</sup> Për më shumë, shih njoftimin e Ministrisë së Shëndetësisë për masat e reja, i datës 23 tetor 2021. I qasshëm në: <https://msh.rks-gov.net/sq/qeveria-miratoi-masat-e-e-reja-anti-covid-19/>



Mbajtja e zgjedhjeve të treta më radhë në Kosovë në kohë pandemie, ka garantuar ushtrimin e drejtës kushtetuese të qytetarëve për të zgjedhur përfaqësuesit e tyre në institucionet e nivelit lokal – si e drejtë themelore në një shtet demokratik.



Niveli i respektimit të masave anti-COVID gjatë fushatës zgjedhore në raundin e parë dhe në raundin e dytë ishte pakrahasimisht i ndryshëm. Ndonëse gjatë raundit të parë numri i kandidatëve që po merrnin pjesë në garë ishte shumëfish më i madh, përgjithësisht kishte një kujdes të shtuar në respektim të masave. Sigurisht, ndikim në një situatë të tillë pati koncentrimi i aktiviteteve të fushatës kryesisht në formate dixhitale. Ndërsa, meqë në raundin e dytë fushata e kandidatëve të subjekteve politike u zhvendos nga ajo dixhitale tek aktivitetet tradicionale – duke përfshirë tubime me pjesëmarrje të madhe qytetare apo defilimeve nëpër sheshe publike – kishte përkeqësim të theksuar të nivelit të respektimit të masave.



## 120 inspektorë

Përkundër numrit relativisht të madh të inspektorëve, me afërisht 120 sosh të angazhuar, AUV nuk ka pasur për mandat **ex-officio** të kontrollit të aktiviteteve të subjekteve politike, apo shqiptim të gjobave pas mbajtjes së takimeve – duke u bazuar në fotografitë e postuara nga vet subjektet politike ku vërehej mosrespektim i masave.

parë numri i kandidatëve që po merrnin pjesë në garë ishte shumëfish më i madh, përgjithësisht kishte një kujdes të shtuar në respektim të masave. Sigurisht, ndikim në një situatë të tillë pati koncentrimi i aktiviteteve të fushatës kryesisht në formate dixhitale. Ndërsa, meqë në raundin e dytë fushata e kandidatëve të subjekteve politike u zhvendos nga ajo dixhitale tek aktivitetet tradicionale – duke përfshirë tubime me pjesëmarrje të madhe qytetare apo defilimeve nëpër sheshe publike – kishte përkeqësim të theksuar të nivelit të respektimit të masave. Aktivitetet e kandidatëve nëpër komuna, qofshin në hapësira të mbyllura apo të hapura, në masë të madhe janë zhvilluar në shkelje flagrante të të gjitha masave anti-COVID. Organizimi i tubimeve me numër shumëfish më të lartë të pjesëmarrësve se që është e lejuar, mosbartja e maskave dhe mungesa e distancës janë evidentuar në pothuajse të gjitha aktivitetet e organizuara.

Mungesa e kontroleve sistematike e rutinore nga Policia e Kosovës dhe AUV-i, si dhe gjobat e pamjaftueshme nga këto institucione, apo shqiptimi i tyre në kryesisht në vlera minimale, kanë bërë që takime të tilla të zhvillohen lirshëm gjithandej nëpër komuna, e posaçërisht gjatë ditëve të fundit të fushatës, ku numri i pjesëmarrësve në aktivitete varionte prej qindra deri në mijëra sosh. Edhe në rastet kur vet KQZ-ja ka raportuar për organizim të tubimeve në kundërshtim me masat fuqi, nuk janë ndërmarrë veprimet përkatëse ligjore, pa anashkaluar faktin që shumica e këtyre tubimeve kanë qenë publike apo të njëjtat janë reklamuar nga subjektet politike dhe kandidatët e tyre. Në këtë drejtim, subjektet politike kanë aplikuar qasje të ndryshme. Ato herë kanë tentuar të tregohen të kujdesshme në postimet të cilat i kanë bërë në rrjete sociale sa i përket aktiviteteve të mbajtura, të cilat ofronin një pasqyrë kinse të garantimit të distancës mes njerëzve dhe respektimit të numrit të lejuar të njerëzve në një hapësirë të caktuar, e në raste të tjera – posaçërisht gjatë fushatës për balotazh, nuk kanë hezitur të publikojnë fotografi nga takimet apo ecjet nëpër hapësira publike me deri në mijëra pjesëmarrës.

Një numër i madh i aktiviteteve janë zhvilluar edhe në hapësirat e shkollave të ndryshme nëpër komuna, madje në raste të caktuara edhe brenda ndërtesave të shkollave, që paraqet shkelje të vendimit të MASHT-it lidhur me këtë çështje.

Sa i përket institucioneve inspektuese, Agjencia e Ushqimit dhe Veterinarisë (AUV), si një ndër autoritetet mbikëqyrëse për zbatimin e masave anti-COVID-19, ka deklaruar<sup>12</sup> që atyre u është pamundësuar kontrolli për respektimin e masave në shumë prej aktiviteteve të subjekteve politike, për faktin që shumica e aktiviteteve të subjekteve politike janë zhvilluar nëpër hapësira private, në të cilat inspektimi lejohet vetëm me urdhër të Prokurorisë. Përkundër numrit relativisht të madh të inspektorëve, me afërisht 120 sosh të angazhuar, AUV nuk ka pasur për mandat *ex-officio* të kontrollit të aktiviteteve të subjekteve politike, apo shqiptim të gjobave pas mbajtjes së takimeve – duke u bazuar në fotografitë e postuara nga vet subjektet politike ku vërehej mosrespektim i masave. Kjo ka bërë që edhe numri i gjobave të shqiptuara nga ky institucion të jetë tejet i ulët, në krahasim me numrin e aktiviteteve të mbajtura në kundërshtim me masat në fuqi.

Sipas drejtuesve të këtij institucioni, nga të gjitha inspektimet e bëra në aktivitetet që ata i kanë monitoruar, gjatë raundit të parë të zgjedhjeve është vërejtur respektim i masave kryesisht nëpër zona urbane, ndërsa respektim i pjesshëm nëpër zona rurale. Sidoqoftë, në raundin e dytë, niveli i respektimit të masave ka qenë pothuajse zero, qoftë si rezultat i inspektimeve të pakta, por edhe gjobave, vlera e së cilave ishte e papërfillshme. Sipas përfaqësuesve të tij, AUV-i po ashtu ka tentuar që të ruajë neutralitetin funksional, meqë në disa raste ajo është tentuar të portretizohet si palë e fushatës zgjedhore. Një prej problematikave më të mëdha që AUV ka hasur gjatë këtij procesi sipas tyre është mungesa e komunikimit ndërinstucional gjegjësisht mes tyre dhe KQZ përfshirë dhe Komisionet Komunale Zgjedhore (KKZ). Duke qenë se KKZ-të janë përgjegjëse për hartimin dhe shpërndarjen e kalendarit të takimeve dhe aktiviteteve zgjedhore, duke përfshirë intervalet kohore dhe vendet se ku janë mbajtur tubimet në baza ditore të subjekteve politike. Në mungesë të këtij komunikimi, sipas zyrtarëve të AUV-it, ata nuk ka pasur informacione se ku po zhvillohen aktivitete zgjedhore dhe inspektimin e kanë bërë në mënyrë ad-hoc varësisht nga informatat që kanë marrë nga terreni.

<sup>12</sup> Intervista e zhvilluar me Flamur Kadriu – Drejtor Ekzekutiv i AUV-it, Ibrahim Tërshnjaku – Kryeinspektor sanitar në AUV dhe Lamir Taçi – Zyrtar për Informim në AUV.





## Programet politike të kandidatëve

Ndryshe nga fushatat e proceseve të kaluara zgjedhore, shpalosja e programeve politike është duke u bërë që nga fillimi i fushatës dhe duke u parë nga kandidatët si element që mund të përbëjë përparësi konkurruese në garë. Debutimi i tyre me oferta më të qarta programore është duke e ndryshuar për të mirë edhe diskutimin dhe gjuhën e fushatës, krahasuar me diskutimet e dikurshme, që përbërës kryesorë kishin akuzat e kundër-akuzat.

Rrjetet sociale – sidomos platformat “Facebook” dhe “Instagram” – si dhe debatet televizive, janë dy kanalet më të përdorura për publikimin e platformave politike. Në raste të caktuara, pikat kryesore të programeve politike janë shpërndarë edhe përmes konferencave për media. Sa i përket rrjeteve sociale, është shënuar avancim i konsiderueshëm edhe lidhur me publikimin e programeve të plota politike, në format të shkruar dhe PDF, e të cilat janë publikuar nëpër faqet zyrtare të kandidatëve. Madje, vizuelizimi i shumë prej projekteve, sidomos atyre infrastrukturore, ka ndikuar pozitivisht në elektoratin përkatës, meqë votuesit kanë pasur mundësi të përjetojnë më mirë vizionin e kandidatëve lidhur me projekte të caktuara. Takimet me grupe të vogla të qytetarëve në hapësira publike si dhe takimet me grupe të interesit, janë forma tjera të përdorura nga kandidatët për shpalosjen e programeve të tyre politike.

Partitë politike kanë luajtur një rol në përgatitjen e programeve të kandidatëve të tyre, ndonëse është ruajtur një autonomi e konsiderueshme e kandidatëve dhe degëve respektive në këtë drejtim, për shkak edhe të specifikave të ndryshme të komunave. Pothuajse të gjitha partitë politike apo kandidatët e tyre kanë deklaruar kandidatëve dhe degëve u është lënë në diskrecion pothuajse të plotë përpilimi i planit qeverisës, sidomos në rastet ku kandidati ka qenë praktikisht kryetar apo pjesë e ekzekutivit. Partitë janë përfshirë në raste të caktuara vetëm për rishikim apo

komentim të pjesëve të caktuara, si dhe në raste ku janë evidentuar premtime të parealizueshme. Partitë kanë ofruar asistencë edhe në rastet kur apo kur ka pasur nevojë për ekspertizë në elaborimin e planeve të zbatimit. Ndërsa, në rastet kur kandidatët nuk kanë qenë më parë në ekzekutiv kanë hasur në vështirësi për përpilimin e programeve zgjedhore, atyre u është ofruar ndihmë nga ekipe të specializuara nga niveli qendror i partive. Të gjitha partitë i kanë kushtuar vëmendje, resurse dhe ekspertizë shtesë garës për kryeqytetin.

Përmbajtja e programeve apo planeve qeverisëse të kandidatëve ka avancuar ndjeshëm në krahasim me proceset e kaluara zgjedhore. Investimet kapitale janë kryefjala e programeve politike të shumicës së kandidatëve, duke shënuar një kalim nga ofrimi i premtimeve që në esencë janë të karakterit mirëmbajtës të gjendjes aktuale, tek projektet transformuese. Megjithatë, për këto të fundit, në disa raste kanë munguar planet e veprimit, afatet kohore, si dhe nuk janë ofruar informata të qarta mbi koston e realizimit dhe sigurimit të burimeve financiare për realizimin e tyre. Kjo ka bërë që në sytë e një pjese të qytetarëve, ato të shihen si të parealizueshme. Pjesa dërrmuese e premtimeve të kandidatëve janë brenda fushëveprimit dhe kompetencave që kanë komunat. Sidoqoftë, mbetet tejet i diskutueshëm kapaciteti buxhetor që komunat kanë në dispozicion për realizimin e të gjitha intervenimeve apo investimeve të premtuara.

Pikat kryesore të ofertave politike të kandidatëve përfshijnë përmirësimin e infrastrukturës, punësimin, subvencionet në bujqësi, kulturën, sportin dhe të ngjashme. Kjo vë në pah strategjitë e tyre për të tërhequr votues nga grupe të ndryshme demografike e profesionale. Një vlerë e shtuar e programeve të një pjese të konsiderueshme të kandidatëve për kryetarë komunash janë edhe politikat ambientaliste, të cilat kanë gjetur hapësirë dukshëm më të madhe në programet e tyre,



Një vlerë e shtuar e programeve të një pjese të konsiderueshme të kandidatëve për kryetarë komunash janë edhe politikat ambientaliste, të cilat kanë gjetur hapësirë dukshëm më të madhe në programet e tyre, por edhe përgjatë tërë fushatës në përgjithësi. Vlen të theksohet që politikat ambientaliste dhe projektet e gjelbra kanë pasur një hapësirë të prioritzuar brenda programeve qeverisëse.



Gjatë raundit të dytë, dukuria e koalicioneve në mes të subjekteve politike apo kandidatëve të tyre nëpër komuna të ndryshme ka qenë mjaft e shprehur, edhe pse në raste të caktuara ato nuk janë formalizuar.

por edhe përgjatë tërë fushatës në përgjithësi. Vlen të theksohet që politikat ambientaliste dhe projektet e gjelbra kanë pasur një hapësirë të prioritzuar brenda programeve qeverisëse.

Edhe në këto zgjedhje nuk kanë munguar rastet kur kandidatët të caktuar kanë dhënë premtime apo kanë përfshirë në programet e tyre çështje që janë në kompetencë të nivelit qendror, të tilla si krijimi i zonave ekonomike, ndërtimi i stadumeve e të tjera. Si rëndom, këto premtime janë dhënë kryesisht nga kandidatët të caktuar të subjektit politik në pushtet. Kandidatët nga radhët e subjektit politik në pushtet kanë tentuar që t'a kthejnë në avantazh të tyre, duke llogaritur në ndihmën e Qeverisë për realizimin e këtyre projekteve dhe investimeve të premtuara. Ndërsa, deri diku kanë qenë të shprehura edhe rastet kur edhe kandidatët për kuvende komunale kanë dhënë premtime elektorale, zbatimin e të cilave nuk është pothuajse fare në dorë të kuvendeve komunale.

Ndër tiparet dalluese të fushatës, sidomos asaj për raundin e parë të zgjedhjeve, ka qenë edhe strategjia e disa kandidatëve, që në kohë të fushatës të shihen së bashku me komunitetet e lagjeve duke intervenuar dhe rregulluar probleme bazike, si formë e tërheqjes së përkrahjes qytetare, promovimit të frymës së punës në komunitet dhe krijimit të një imazhi të një qeverisje praktike.

Gjatë fushatës për raundin e dytë, programet politike kanë reflektuar ndryshime minimale. Programet si të tilla ishin kryesisht të njëjta me ato që janë prezantuar

para votuesve në raundin e parë të zgjedhjeve, ndonëse në raste të caktuara, qoftë si rezultat i ndjeshmërisë për problemeve të ngritura nga qytetarët apo koalicioneve me subjekte tjera, kandidatët kanë përditësuar programet e tyre. Edhe gjatë raundit të dytë, është vijuar me trendin e bërjes publike të planprogrameve qeverisëse, si në formë të broshurave – që janë shpërndarë në hapësira publike apo edhe nëpër lagje të caktuara – ashtu edhe në formate elektronike. Sidoqoftë, ndonëse programet janë bërë publike, nuk janë bërë e ditur se kush do të jenë personat përgjegjës për implementimin e programit në sektorë të caktuar. Në këtë drejtim, asnjë nga kandidatët për kryetarë komune, as gjatë raundit të parë e as gjatë garës së balotazhit, nuk e ka bërë publike përbërjen eventuale të kabineteve qeverisëse të nivelit lokal.

Gjatë raundit të dytë, dukuria e koalicioneve në mes të subjekteve politike apo kandidatëve të tyre nëpër komuna të ndryshme ka qenë mjaft e shprehur, edhe pse në raste të caktuara ato nuk janë formalizuar. Sidoqoftë, në disa komuna, subjektet politike dhe kandidatët kanë deklaruar se nuk do të lidhin koalicione me subjektet tjera. E në rastet kur ka pasur koalicione, fatkeqësisht as në këtë proces zgjedhor, marrëveshjet për koalicione nuk janë bërë publike. Kësisoj, qytetarët kanë mbetur të painformuar mbi pikat e dakorduara programore apo ndarjen e përgjegjësisë qeverisëse, gjë që paraqet mungesë transparence në raport me qytetarët. Një pjesë e këtyre koalicioneve janë formalizuar pas ditës së zgjedhjeve, sidomos në mesin e kandidatëve fitues. Megjithatë, pjesa dërrmuese e këtyre marrëveshjeve nuk janë bërë publike.



## Mes fushatës tradicionale dhe asaj dixhitale

Qysh para se të fillonte zyrtarisht fushata për raundin e parë të zgjedhjeve, subjektet politike kishin deklaruar që fushata e tyre do të orientohet më shumë në rrjetet sociale dhe forma të tjera, për shkak të implikimeve që "terreni" do të mund të kishte në përkeqësimin e situatës me pandeminë COVID-19. Kufizimet e imponuara nga masat anti-COVID sa i përket organizimeve të tubimeve, u kanë pamundësuar të gjithë qytetarëve që në mënyrë të barabartë të marrin pjesë në aktivitetet zgjedhore fizike të partive politike.

Përpos ndikimit nga pandemia, zhvillimet teknologjike, por edhe potenciali i rrjeteve sociale, i kanë shtyrë subjektet politike dhe kandidatët e tyre të bëjnë një kapërcim të konsiderueshëm nga mënyra tradicionale e të bërit fushatë, tek fushata kryesisht dixhitale. Kjo, të paktën gjatë raundit të parë të zgjedhjeve, gjatë së cilit kandidatët e subjekteve politike në këtë fushatë kanë orientuar kapacitetet e tyre më shumë drejt formave dixhitale dhe inovative, kryesisht në rrjete sociale. Këtu po flasim për postime, video-mesazhe, sesione të drejtpërdrejta diskutimesh me qytetarë – por duke mos anashkaluar edhe takimet e targetuara me grupe të vogla pjesëmarrësish, debatet televizive e të tjera.

Ndër përparësitë e një transformimi të tillë të fushatës janë numri më i madh i qytetarëve që mund të arrihen përmes komunikimit digjital, pranimi i reagimeve dhe pikëpamjeve të qytetarëve lidhur me kandidaturat apo programet politike dhe ulja e rrezikut për shpërndarjen e virusit. Element tjetër i rëndësishëm i fushatës dixhitale është ndikimi pozitiv që ajo ka në ruajtjen e ambientit, duke ditur se është ulur pothuajse në zero shpërndarja e broshurave dhe vendosja e posterëve në hapësira publike. Madje, mund të konkludohet se kjo është fushata më "e pastër" – në kuptimin ambiental – që është organizuar deri më tani. Kjo, duke marrë parasysh faktin që në proceset e kaluara zgjedhore, PZAP kishte shqiptuar qindra-mijëra euro gjoba ndaj

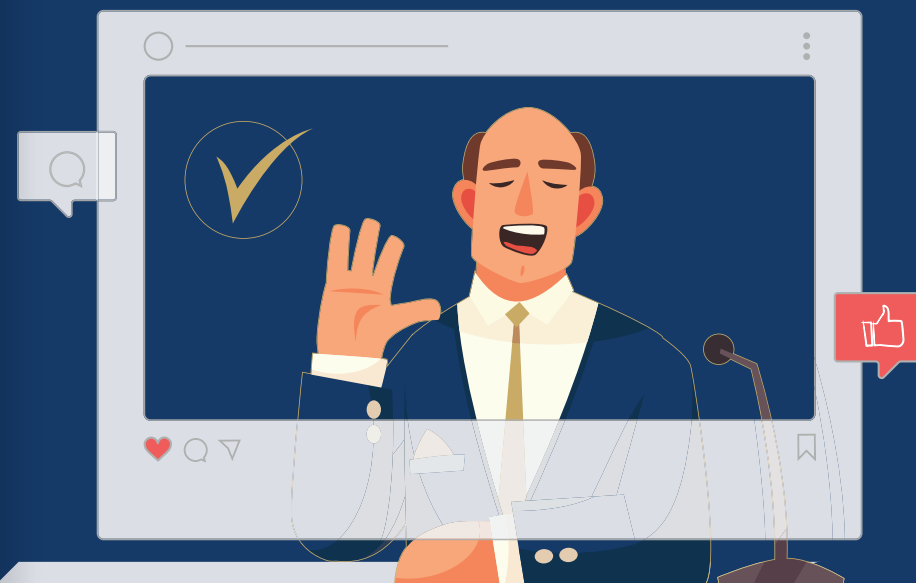
subjekteve politike, pikërisht për shkak të vendosjes së billbordeve, posterëve dhe materialeve tjera promovuese në hapësira të ndaluara.

Faktor që ka ndikuar në ndryshimin e mënyrës së konceptimit të fushatës ka të ngjarë të jenë edhe ndryshimet brenda udhëheqësive të partive politike. Disa prej tyre, kanë deklaruar se kryetarët e rinj kanë pasur qasje të re në raport me rrjetet sociale, për dallim nga kryetarët paraprakë të cilët kanë pasur një qasje më konservatore që u ka rezistuar fushatave dixhitale. Faktor tjetër del të jetë edhe kostoja e fushatës dixhitale, e cila është disa herë më pak e kushtueshme se ajo tradicionale.

Sidoqoftë, me përmbylljen e raundit të parë, subjektet politike dhe kandidatët e tyre për kryetarë në komunat që shkuan në balotazh, u fokusuan sërish drejt formave tradicionale të të bërit fushatë, duke përfshirë tubime publike me numër të madh të qytetarëve, takimeve derë më derë apo ecjet nëpër sheshe e hapësira tjera publike. Fushatat tradicionale kanë mundësuar një komunikim më direkt e të prekshëm mes kandidatëve dhe qytetarëve. Organizimi i aktiviteteve të tilla ishte lehtësuar me masat e liruara nga ana e Qeverisë në lidhje me tubimet publike ku ishte rritur numri i lejuar i pjesëmarrës.

Përveç grupmoshave të targetuara, dallimet në zbatim të fushatës dixhitale dhe asaj tradicionale janë vërejtur sidomos nga perspektiva demografike. Në zonat rurale, ka pasur numër shumëfish më të madh të aktiviteteve të formës tradicionale të fushatës, ndryshe nga zonat urbane – e posaçërisht në qendrat e mëdha – ku fushata dixhitale ka eklipsuar në masë të madhe fushatën tradicionale, ndonëse në raundin e dytë format tradicionale kishin zënë sërish një vend të konsiderueshëm.

Megjithatë, për disa prej kandidatëve, fushata 'online' ka qenë penalizuese, sepse ajo ka pamundësuar zhvillim-



Me orientimin e fushatës drejt formatit tradicional është risjellë në pah dukuria e abuzimit me resurset publike për qëllime të fushatës. Kjo dukuri qenë dukshëm më pranishme në garën e balotazhit, kurse është manifestuar përmes pjesëmarrjes së anëtarëve të kabinetit qeveritar në tubime publike apo ecjeve nëpër sheshe, kryesisht gjatë orarit të punës.

in e takimeve fizike qytetarë, veçanërisht duke njohur rëndësinë e takimeve me përbërjen e elektoratit që kandidatët mund të kenë. Bazuar në intervistat me disa prej kandidatëve të subjekteve të ndryshme politike, është thënë që pjesa më e madhe e elektoratit të tyre është vështirë të targetohet përmes platformave online. Kjo sidomos vlen për partitë politike që kanë elektorat të moshave të shtyra që nuk janë shumë të familjarizuar me përdorimin e rrjeteve sociale. Ndonëse shumica e kandidatëve e pranojnë që edhe metodat e përdorura për të bërë fushatë dixhitale ka përfitimet e veta, të njëjtit vlerësojnë që ato nuk mund t'i zëvendësojnë takimet fizike – që sipas tyre i sjellin më afër me votuesit.

Debatet televizive janë parë si element përbërës i të dyja llojeve të fushat. Megjithatë, emisionet dhe debatet televizive mes kandidatëve kanë qenë vlerë e shtuar e këtyre zgjedhjeve, për dallim nga proceset e kaluara ku debatet ishin të pakta. Formatit i debateve vetëm me dy kandidatë ka mundësuar diskutime më të thukëta e përmbajtësore lidhur me ofertat programore të kandidatëve, për dallim nga debatet e raundit të parë kur kjo është pamundësuar nga numri i madh i kandidatëve pjesëmarrës dhe hapësira e ngushtë kohore. Edhe pse është shënuar përmirësim në këtë drejtim, sërish mbetet hapësirë për avancim të mëtutjeshëm, meqenëse për një pjesë të komunave janë zhvilluar

vetëm emisione individuale me kandidatët përkatës, madje edhe gjatë raundit të dytë.

Sa i përket gjuhës së kandidatëve në fushatë, ndryshe nga raundi i parë i zgjedhjeve ku fushata ishte përgjithësisht e qetë dhe e balancuar, rastet e acarimit të gjuhës dhe ashpërsimit të diskursit mes kandidatëve kanë qenë mjaft të shprehura, sidomos gjatë debateve televizive, por duke mos përjashtuar fjalimet dhe komunikimet në rrjete sociale.

Me orientimin e fushatës drejt formatit tradicional është risjellë në pah dukuria e abuzimit me resurset publike për qëllime të fushatës. Kjo dukuri qenë dukshëm më pranishme në garën e balotazhit, kurse është manifestuar përmes pjesëmarrjes së anëtarëve të kabinetit qeveritar në tubime publike apo ecjeve nëpër sheshe, kryesisht gjatë orarit të punës. Njëkohësisht, përfshirja e ekzekutivit të nivelit qendror në garën lokale përmes ofrimit të mbështetjes për kandidatët e atij subjekti politik, duke ndërlidhur zbatimin e projekteve të caktuara me ofrimin e ndihmës financiare nga Qeveria, ka ndikuar në parimin e garës së barabartë zgjedhore. Po ashtu, edhe deputetë nga pothuajse të gjitha partitë politike, kanë qenë aktivisht të përfshirë në aktivitetet e fushatës.



## Paratë në fushatë

Duke pasur parasysh trendët e orientimit të aktivitetëve të subjekteve politike drejt fushatave dixhitale, ka qenë e pritshme që një pjesë e madhe e kandidatëve, duke përfshirë edhe kandidatët për kuvendeve komunale, të orientojnë një pjesë të mjeteve të tyre financiare në reklamim dhe sponsorizim të artikujve dhe postimeve të tyre në rrjetet sociale, sidomos në platformat "Facebook" dhe "Instagram". Kjo vërehet edhe nga numri i madh i artikujve apo postimeve të cilat mbajnë shenjën e sponsorizimit në faqet e këtyre kandidatëve. Një gjë e tillë vërtetohet edhe nga fakti që sipas një hulumtimi të KDI-së, afër 90% e kandidatëve për kryetarë komunash, kanë deklaruar që "Facebook" paraqet platformën zyrtare të komunikimit mes tyre dhe qytetarëve gjatë fushatës. Për shkak që këto platforma nuk i kanë të qasshme informatat që lidhen me shumatat që shpenzuara, grupet e targetuara dhe informatat tjera demografike, është teknikisht e pamundur të projektohet sa para po shpenzojnë subjektet për reklama në platforma digjitale. Megjithatë, bazuar në normat standarde të kostos së sponsorizimit, një pjesë e konsiderueshme e buxhetit shpenzohet në këtë drejtim.

Nga përvoja e deritanishme, shpenzimet e subjekteve politike dhe kandidatëve të tyre në rrjetet sociale apo platformat tjera dixhitale nuk janë raportuar dhe nuk janë përfshirë në raportet financiare të fushatës. Kjo ka rezultuar në shpenzime të pakontrolluara, si dhe ka cenuar parimin e garës së barabartë zgjedhore, meqenëse këto shpenzime nuk janë përfshirë në tavanin e shpenzimeve maksimale të lejuara për subjektet politike, të caktuar nga KQZ-ja.

Subjektet politike kanë deklaruar se financat e tyre kanë qenë të kufizuara, andaj shpërndarja e financave është bërë përmes prioritizimit<sup>13</sup>, me përjashtim të LVV-

së, kandidatët e së cilës kanë deklaruar që ndarja e fondeve bëhet për komunat bazuar në numrin e votuesve<sup>14</sup>. Ndërsa, PDK u ka ofruar resurse përmes blerjes së hapësirës televizive për kandidatët, hapësirë e cila ka qenë e ndarë proporcionalisht sipas numrit të votuesve por në disa raste edhe të potencialit të subjektit politik për të fituar zgjedhjet në ato komuna.<sup>15</sup> Madje, duke qenë se shumica e subjekteve kanë deklaruar se janë ballafaquar me probleme financiare gjatë periudhës së pandemisë, ato kanë tentuar që edhe në rrjetet sociale të kenë sa më pak shpenzime, ndërsa tubimet e mëdha t'i zëvendësojnë me takime me grupe të targetuara ose individuale – të cilat i kanë vlerësuar si më efektive në rritje të përkrahjes qytetare.<sup>16</sup> Faqet në rrjetet sociale të kandidatëve të LVV-së është thënë se menaxhohen dhe popullohen me të dhëna kryesisht nga aktivistët e subjektit politik.

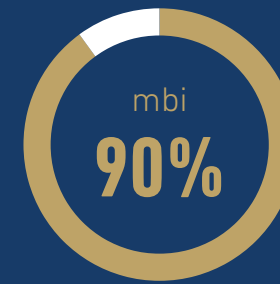
Ndër format që subjektet politike kanë deklaruar si përkrahje ndaj kandidatëve ka qenë përpilimi i një brendingu të përgjithshëm përmes një 'brandbook' që është ndarë me kandidatët, angazhimi i kompanive të caktuara për xhirimin e spoteve të ndryshme, si dhe ofrimi i asistencës në përgatitje të programit qeverisës, sidomos për kandidatët që kanë garuar për herë të parë. Në raste të caktuara, brendingu i kandidatëve në disa komuna ka tejkaluar edhe atë të partive përkatëse. Kompanitë e marketingut (PR) janë cilësuar në shumë raste si të mbivlerësuara nga subjektet politike, andaj subjektet politike nuk kanë angazhuar të tilla për përpilimin e planit të fushatës në nivel qendror. Megjithatë, kandidatët të caktuar, përmes burimeve vetanake kanë angazhuar kompani vendore të marketingut, të cilat janë marrë me aspekte të caktuara të fushatës.

<sup>14</sup> Intervista me kandidatët Armend Agusholli (Pejë) dhe Kadri Rahimaj (Kamenicë).

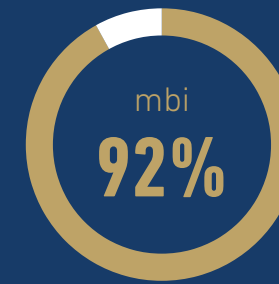
<sup>15</sup> Intervista me shtabin zgjedhor të PDK-së: Betim Gjoshi dhe Arianit Elshani.

<sup>16</sup> Intervista me shtabin zgjedhor të AAK-së: Muharrem Nitaj.

<sup>13</sup> Intervista me shtabin zgjedhor të LDK-së: Arben Gashi.



e kandidatëve vlerësojnë që transparenca financiare ndikon në qeverisje llogaridhënëse dhe që e njëjta është e rëndësishme në gjenerimin e përkrahjes popullore



të kandidatëve kanë deklaruar se mjetet vetanake janë burim kryesor i financimit të kampanjave të tyre, qoftë si burim i vetëm apo i pjesshëm i financimit.



e kandidatëve kanë deklaruar se buxheti vetanak është forma e vetme e financimit të fushatës së tyre zgjedhore.

Asnjë prej subjekteve politike nuk ka paraparë specifikisht buxhetim gjinor, si mënyrë e përkrahjes dhe nxitjes së pjesëmarrjes së grave në zgjedhje. Sidoqoftë, në rastin e PDK-së, është deklaruar që gratë kandidate janë promovuar përmes përkrahjes së shtuar që atyre u është ofruar nga udhëheqësia e partisë, e sidomos nga kryetari dhe nënkryetari.

Instituti Demokratik i Kosovës (KDI), si udhëheqës i koalicionit të OJQ-ve vendore për vëzhgimin e zgjedhjeve "Demokracia në Veprim" (DnV), ka zhvilluar një hulumtim të veçantë sa i përket transparencës financiare të kandidatëve për kryetarë komunash.<sup>17</sup> Ky hulumtim ka përfshirë çështje që ndërlidhen me transparencën financiare, duke përfshirë edhe atë lidhur me fushatën në rrjetet sociale, planifikimin financiar dhe mënyrën e financimit të fushatave.

Bazuar në të gjeturat kryesore të këtij hulumtimi, del se ndonëse mbi 90% e kandidatëve vlerësojnë që transparenca financiare ndikon në qeverisje llogaridhënëse dhe që e njëjta është e rëndësishme në gjenerimin e përkrahjes popullore, jo të gjithë kandidatët kanë qenë vet transparent lidhur me fushatën e tyre. Në anën tjetër, në saje të rritjes së nivelit të përdorimit të rrjeteve sociale për qëllime të fushatës, ka pasur rënie

të rasteve kur platformat dhe programet politike nuk kanë qenë të publikuara në internet, me vetëm rreth 30% e kandidatëve që nuk i kanë pasur programet e tyre të qasshme në platforma dixhitale. Sa i përket planifikimeve financiare, gati çereku i kandidatëve për kryetarë komunash (23.5% e tyre) nuk kanë pasur asnjë përlogaritje apo planifikim mbi shpenzimet potenciale gjatë fushatës.

Ndonëse subjektet politike vazhdimisht proklamojnë se i përkrahin financiarisht në mënyrë të barabartë kandidatët e tyre, bazuar në këtë hulumtim, vërehet që pothuajse të gjithë kandidatët i financojnë fushatën e tyre me mjete vetanake. Mbi 92% të kandidatëve kanë deklaruar se mjetet vetanake janë burim kryesor i financimit të kampanjave të tyre, qoftë si burim i vetëm apo i pjesshëm i financimit. Rreth 40% e kandidatëve kanë deklaruar se buxheti vetanak është forma e vetme e financimit të fushatës së tyre zgjedhore.

Ndërsa, në kuadër të përkrahjes së ofruar nga subjekti politik, dominojnë mbulimi i shpenzimeve të transportit, ofrimi i burimeve njerëzore, asistencë në shërbime të marketingut, si dhe format tjera të përkrahjes jo-financiare, që përfshijnë vullnetarët, hapësira reklamuese falas dhe performancat falas. Në kuadër të të gjeturave të këtij hulumtimi, ndonëse rregullativa ligjore nuk parasheh raportim financiar individual të kandidatëve, theksohet që 98% e kandidatëve për kryetarë kanë deklaruar se janë 'pro' që edhe kandidatët të obligohen ligjërisht që të deklarojnë financat e tyre të fushatës.

<sup>17</sup> Raporti i plotë të KDI-së mbi transparencën financiare të kandidatëve për kryetarë të komunave në zgjedhjet lokale të vitit 2021, është i qasshëm në: <https://kdi-kosova.org/wp-content/uploads/2021/11/59-Raporti-per-financat-e-kandidat-ve-per-kryetare-03.pdf>



## Kandidaturat dhe gjuha e fushatës

Garës zgjedhore lokale i janë rrekur mbi 5,200 kandidatë për kuvendet komunale, si dhe rreth 166 kandidatë për kryetarë komunash. Në kuadër të kandidaturave për kryetarë të komunave, më shumë se gjysma e kandidatëve (rreth 55%) ishin kandidatë që nuk kanë garuar më parë, tregues ky për përpjekjet e vazhdueshme të partive për nxjerrjen e kuadrove dhe personaliteteve të reja. Kjo ishte e shprehur sidomos në kryeqytet, ku gjashtë nga shtatë kandidatët garuan për herë të parë. Kurse, partitë të cilat në komuna të caktuara kanë fituar zgjedhjet me kandidatin e njëjtë më shumë se një herë, kanë deklaruar se pas zgjedhjeve do të fillohet me punë për përgatitjen e kandidaturave të reja për procesin e ardhshëm zgjedhor pas katër viteve.<sup>18</sup>

Po ashtu, karakteristikë e kandidaturave ishte edhe garimi i kandidatëve për kryetarë, njëkohësisht edhe si bartës të listave për kuvendet komunale. Afërsisht një e treta e kandidatëve për kryetarë komunash, përkatësisht 50 sosh, janë edhe bartës të listave për kuvendet komunale. Kjo u ka pamundësuar kandidatëve të nivelit lokal që të kenë mundësi më të mëdha për t'u zgjedhur. Ndërsa, si bartës të listave për kuvendet komunale kemi edhe pesë deputetë të Kuvendit, tre prej të cilëve janë edhe kandidatë për kryetar komune.

Pothuajse gjitha subjektet përmes normave të tyre statutare parashohin procedura të ndryshme për përzgjedhjen e kandidatëve për kryetarë komunash, por edhe atyre për kuvendet komunale. Përkundër nivelit të lartë të autonomisë vendimmarrëse që u përcaktohet njësitë lokale të partive (degë, nëndegë, qendra apo pika), bazuar në intervistat e zhvilluara me akterët relevant politik, vërehet një përfshirje e nivelit qendror të partisë në përcaktimin e kandidatëve në komuna specifike, ndonëse edhe në ato raste vijohet me proce-

durat formale të miratimit. Disa prej partive kanë vënë theksin tek rastet kur kandidati për kryetar nuk është njëkohësisht kryetar i degës në fjalë, situata këto të cilat kanë prodhuar probleme të ndryshme në funksionimin lokal të partive.

Gjatë fushatës për raundin e parë është vërejtur një koncentrim dukshëm më i madh i aktiviteteve të fushatës në promovimin e kandidatëve për kryetarë komunash, duke lënë në hije kandidatët për kuvendet komunale. Kjo nuk është diçka e re për fushatat zgjedhore në Kosovë, pasi që tradicionalisht subjektet politike e kanë vendosur gati se plotësisht fokusin tek kandidatët për kryetar komunash. Në anën tjetër, kandidatët për kuvende komunale janë parë më shumë si "dekor" gjatë aktiviteteve apo takimeve të subjekteve politike. Ndërsa, avancim është shënuar sa i përket hapësirës mediale që u është ofruar kandidatëve për kuvendet komunale, për të cilët janë organizuar veçanërisht disa debate televizive.

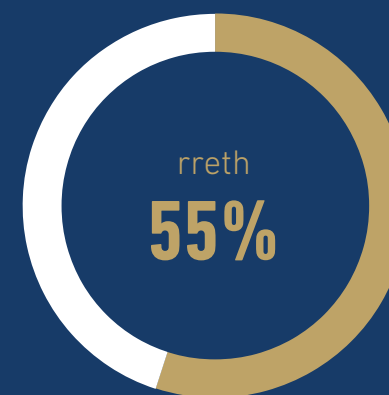
Sa i përket gjuhës së përdorur nga kandidatët, ndonëse në nivel të përgjithshëm ajo ishte e balancuar, situata ishte "me dy fytyra", me dallime substanciale mes dy rundeve të zgjedhjeve. Deri sa raundi i parë është karakterizuar me një gjuhë të relaksuar të kandidatëve dhe pa ndonjë rast të përdorimit të gjuhës së urrejtjes ndaj kandidatëve, gjatë raundit të dytë, rastet e acarimit të gjuhës dhe ashpërsimit të diskursit mes kandidatëve kanë qenë mjaft të shprehura, sidomos gjatë debateve televizive, por pa përjashtuar edhe fjalimet apo komunikimet në rrjete sociale. I vetmi rast atipik raport me gjuhën dhe korrektësinë politike ishte organizimi i një lloji proteste nga ana e përkrahësve të një subjekti politik (LVV), kundër kandidatit nga radhët e një subjekti tjetër (PDK), para zhvillimit të raundit të parë. Kjo formë e 'fushatës negative', që ka për synim sulmin ndaj kundërkandidatëve kryesisht në dimensionin personal, duke u fokusuar në qëndrimet apo veprimet

Garës zgjedhore lokale i janë rrekur mbi

**5,200** kandidatë për kuvendet komunale

si dhe rreth

**166** kandidatë për kryetarë komunash



Në kuadër të kandidaturave për kryetarë të komunave, më shumë se gjysma e kandidatëve ishin kandidatë që nuk kanë garuar më parë



Nga

**166** kandidatë

sa ishin pjesë e garës për të parin e komunës,

**13** kandidatë



Janë Gra

Në afër

**75%**

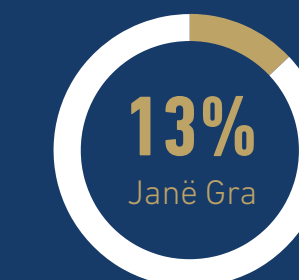
komunave të Kosovës nuk ka pasur asnjë grua që ka garuar për t'u zgjedhur si kryetare e komunës

Sa i përket bartësve të listave

**270** sosh

në nivel vendi

**34** prej tyre



Janë Gra

18 Intervista me shtabin zgjedhor të AAK-së: Muharrem Nitaj.



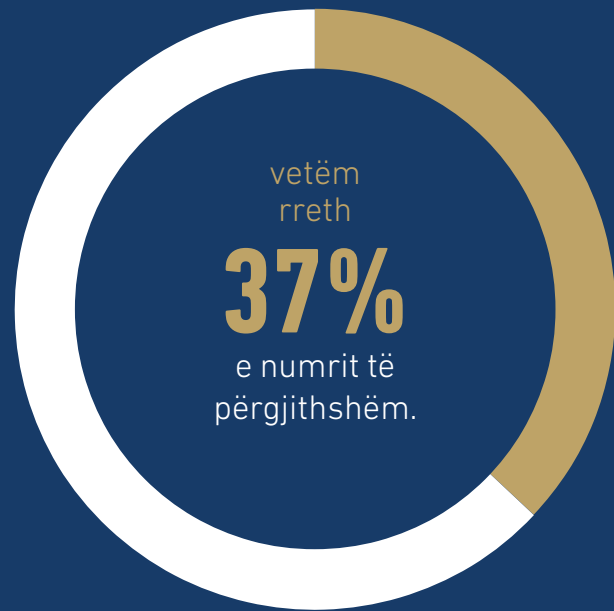
Kurse, nga rreth

**5,300**

kandidatë të certifikuar për kuvendet komunale,

vetëm

**1,943** prej tyre janë gra,



Së pari, në fillim të fushatës, tashmë ish-deputeti nga radhët e Partisë Demokratike të Kosovës, Uran Ismaili, i cili garonte për kryetar të Prishtinës kishte dhënë dorëheqje, ndërsa tashmë ish-ministri i Shëndetësisë nga radhët e Lëvizjes Vetëvendosje, Arben Vitia, kishte dhënë dorëheqje në mes të fushatës.



Element tjetër i rëndësishëm që dëshmon për pjekurinë e subjekteve politike dhe kandidatëve në garë, është pranimi i menjëhershëm i rezultatit zgjedhor. Në të gjitha komunat, të gjithë kryetarët e zgjedhur kanë pranuar mandatin e tyre pa ndonjë problem, ndërsa në rastet kur ka pasur ndërrim pushtetesh, tranzicioni ka qenë i qetë dhe ka shpërfaqur korrektësi politike mes kandidatëve.

e tyre të mëparshme – me qëllim të krijimit të një perceptimi sa më negativ për ta, nuk është i shprehur edhe në komunat tjera. Sidoqoftë, para fillimit të periudhës zyrtare 30 ditore të fushatës janë evidentuar raste të tilla të izoluar.

Kandidimi në zgjedhjet lokale i zyrtarëve që veçse janë zgjedhur apo emëruar në një pozitë tjetër të lartë publike, ka qenë gjithashtu fenomen i shprehur në këto zgjedhje. Ndër ta, kemi të paktën 12 deputetë dhe një ministër të cilët i janë futur garës për të parin e komunës. Ndërsa, ka edhe deputetë të atillë, që kanë garuar edhe vetëm për kuvendin komunal, ndonëse ka qenë pothuajse e sigurt që asnjë prej tyre nuk do t'a mbante mandatin e fituar në kuvendet komunale para mandatit në Kuvendin e Kosovës. Kjo dukuri ka pasur ndikim negativ në punën dhe performancën e këtyre individëve në institucioneve përkatëse, por edhe vet institucioneve si të tilla. Duke pasur parasysh angazhimin e madh që kërkohet si në ushtrimin e pozitës publike ashtu edhe në garën zgjedhore, kandidimi në këto të fundit është dashur të pasohet nga dorëheqja nga pozita publike, edhe pse kjo nuk përbën obligim

ligjor. Sidoqoftë, gjatë kësaj fushatës janë shënuar vetëm dy raste të një veprimi të tillë për dorëheqje. Së pari, në fillim të fushatës, tashmë ish-deputeti nga radhët e Partisë Demokratike të Kosovës, Uran Ismaili, i cili garonte për kryetar të Prishtinës kishte dhënë dorëheqje, ndërsa tashmë ish-ministri i Shëndetësisë nga radhët e Lëvizjes Vetëvendosje, Arben Vitia, kishte dhënë dorëheqje në mes të fushatës.

Element tjetër i rëndësishëm që dëshmon për pjekurinë e subjekteve politike dhe kandidatëve në garë, është pranimi i menjëhershëm i rezultatit zgjedhor. Në të gjitha komunat, të gjithë kryetarët e zgjedhur kanë pranuar mandatin e tyre pa ndonjë problem, ndërsa në rastet kur ka pasur ndërrim pushtetesh, tranzicioni ka qenë i qetë dhe ka shpërfaqur korrektësi politike mes kandidatëve. Në këtë drejtim, tashmë Kosova ka etabluar një standard të pjekurisë së lartë politike, duke shndërruar pranimin e rezultatit dhe tranzicionin eventual të pushtetit në normë krejtësisht të zakonshme.

Përkundër thirrjeve të vazhdueshme për përfshirje të më shumë grave në lista zgjedhore, subjektet politike përgjithësisht kanë vijuar me respektimin e kriterit minimal ligjor prej 30%, dhe atë vetëm në kuadër të listave për kuvendet komunale. Ndërsa si kandidatë për kryetare të komunave dhe bartëse të listave zgjedhore, përfshirja e grave ishte edhe më marginale. Nga 166 kandidatë sa ishin pjesë e garës për të parin e komunës, vetëm 13 prej tyre – apo më pak se 10%, janë gra. Në afër 75% të komunave të Kosovës nuk ka pasur asnjë grua që ka garuar për t'u zgjedhur si kryetare e komunës. Sa i përket bartësve të listave, nga gjithsej 270 sosh në nivel vendi, vetëm 34 prej tyre, apo rreth 13% e të tyre, ishin gra. Kurse, nga rreth 5,300 kandidatë të certifikuar për kuvendet komunale, vetëm 1,943 prej tyre janë gra, apo vetëm rreth 37% e numrit të përgjithshëm.

Në kuadër të garës për të parin e komunës, nga 38 komuna, vetëm dy prej tyre – të banuara nga komuniteti serb – do të udhëhiqen nga gratë, respektivisht Komuna e Graçanicës dhe Komuna e Ranillugut. Në të dy këto komuna, kandidatet gra janë zgjedhur qysh

në raundin e parë. Ndërsa, në balotazh ka arritur që të shkojë vetëm një kandidate grua, gjegjësisht Mimoza Kusari-Lila (LVV) në Komunën e Gjakovës.

Në anën tjetër, nga 1,002 kandidatët që kanë arritur të fitojnë ulëse në të gjitha kuvendet komunale në nivel vendi, vetëm 364 prej tyre ishin gra. Ky numër i grave është afërsisht brenda hapësirës që atyre u është ofruar brenda listave zgjedhore.



## Rekomandime

### Bazuar në të gjeturat e këtij punimi dhe monitorimit të procesit zgjedhor në tërësi, Demokracia në Veprim (DnV) ofron rekomandimet e mëposhtme për përmirësimin dhe avancimin e fushatës zgjedhore:

- 1** Zhvillimi i aktiviteteve elektorale nga subjektet politike para fillimit zyrtar të fushatës, duhet të rregullohet me ligj, në atë mënyrë që të gjitha obligimet, kufizimet dhe dispozitat relevante të zbatohen edhe për aktivitetet jashtë afatit zyrtar të fushatës;
- 2** Financimi i subjekteve politike dhe kandidatëve të tyre, sidomos gjatë periudhës së fushatës, duhet të avancohet:
  - a.** Subjektet politike duhet të hapin llogari të veçanta bankare për financimin dhe shpenzimet e tyre gjatë fushatës, të cilat duhet të jenë transparente dhe të qasshme për publikun, në faqen elektronike të KQZ-së, ndonjë portal tjetër, ose në faqet elektronike të vetë subjektit politik apo kandidatëve;
  - b.** Subjektet politike dhe kandidatët e tyre duhet t'i përmbahen në mënyrë strikte kufizimeve të KQZ-së për shpenzimet gjatë fushatës. Shpenzimet e bëra nga subjektet politike dhe kandidatët të tyre jashtë periudhës zyrtare të fushatës duhet të jenë pjesë integrale e kufizimit të shpenzimeve, i cili caktohet nga KQZ-ja;
  - c.** Çështja e deklaramentit financiar për kandidatët e subjekteve politike, duke përfshirë të hyrat dhe shpenzimet personale për periudhën gjatë fushatës, duhet të përfshihet medoemos në kuadër të reformës zgjedhore apo gjatë plotësimit-ndryshimit të Ligjit për Financimin e Subjekteve Politike;
  - d.** Subjektet politike duhet të bëjnë transparente mënyrën e shpërndarjes së fondeve të tyre për kandidatet gra, me qëllim që të ketë përkrahje të barabartë për të gjithë kandidatët;
  - e.** Auditimi i financave dhe shpenzimeve të fushatës së subjekteve politike duhet të përmbillet brenda afateve të parapara ligjore. Ndërsa, reforma duhet të parashohë edhe ndryshimin e modelit aktual për auditim, duke e kthyer këtë kompetencë nga Kuvendi tek ZRPPC – mandati i së cilës do të duhej të fuqizohej ndjeshëm;
- 3** Subjektet politike në pushtet duhet t'i përmbahen dispozitave ligjore lidhur me përdorimin e resurseve publike në fushatë, veprime këto të cilat janë rreptësisht të ndaluara. Po ashtu, duhet që korniza ligjore lidhur me fushatën të rishikohet dhe të precizohet, në funksion të parandalimit të shfrytëzimit të resurseve publike;
- 4** Kandidatët e subjekteve politike duhet të rezervohen nga ofrimi i premtimeve që nuk janë në kompetencë të institucioneve të nivelit lokal. Ndërsa, Qeveria nuk duhet të përfshihet me premtime në fushatë, të paktën deri në atë masë sa cenon parimin e garës së barabartë mes kandidatëve;
- 5** Koalicionet mes subjekteve politike dhe/apo kandidatëve të caktuara duhet të jenë transparente për qytetarët. Marrëveshjet për koalicione duhet të bëhen publike sapo që të njëjtat të arrihen;
- 6** Në funksion të promovimit të një qeverisjeje transparente e llogaridhënëse, kandidatët që garojnë për kryetar të komunës duhet t'i bëjnë të njohur emrat e anëtarëve potencial të kabineteve të tyre qeverisëse në nivelin lokal. Kësisoj qytetarët do të ishin të informuar edhe

për bartësit e zbatimit të pikave të caktuara programore – element ky që mund të jetë përcaktues në vullnetin e tyre;

- 7** Subjektet politike duhet t'u ofrojnë grave hapësirë shumë më të madhe në kuadër të garës zgjedhore. Subjektet politike duhet që, në respektim të Ligjit për Barazinë Gjinore, të ofrojnë hapësirë të barabartë, sipas modelit 'zebër' në listat për kuvendet komunale. Numër më i madh i grave duhet të përfshihen si kandidatë për kryetare të komunës. Po ashtu, grave duhet t'u ofrohet më shumë hapësirë kandidimi si bartëse të listave për kuvendet komunale;
- 8** Gjatë garës zgjedhore, subjektet politike por edhe mediat, duhet t'u ofrojnë hapësirë më të madhe kandidatëve për kuvendet komunale, të cilët një rol të rëndësishëm në qeverisjen lokale;
- 9** Subjektet politike dhe kandidatët e tyre duhet të përmbahen nga përdorimi i çfarëdo lloji të gjuhës së urrejtjes, gjuhës nxitëse apo veprime tjera që mund të kenë ndikim në acarimin e diskursit publik mes tyre apo përkrahësve të tyre;
- 10** Subjektet politike dhe kandidatët duhet të vazhdojnë me zhvillimin dhe avancimin e strategjive për orientimin e aktiviteteve të fushatës drejt formave dixhitale, të cilat përveç koston më të ulët, kanë edhe përparësi në numrin e audiencave të arritura dhe në promovimin e një fushate miqësore me ambientin;
- 11** Subjektet politike dhe kandidatët e tyre duhet të etablojnë praktikën e ballafaqimit në debate televizive, si në raundin e parë ashtu edhe aty të dytë të zgjedhjeve (nëse aplikohet), në mënyrë që qytetarët të kenë mundësi të shohin dallimet programore apo mënyrës së zbatimit të projekteve të caktuara nga kandidatët;
- 12** Platformat politike të kandidatëve subjekteve politike duhet t'u kushtojnë prioritet politikave të gjelbra, duke ditur ndikimin multi-dimensional të tyre në jetën e qytetarëve;

- 13** Nëse Kosova do të organizojë sërish proces zgjedhor në kushte pandemie, duhet të nxirret një akt i posaçëm normativ që rregullon në mënyrë strikte mbajtjen e fushatës në ato kushte. Në këtë drejtim, nevojitet komunikim dhe bashkëveprim institucional në mes të organeve shtetërore që janë të përfshirë në monitorim të zbatimit të masave anti-COVID.

Duke qenë se këtë vit Kosova ka përmbyllur me sukses dy procese zgjedhore, përfshirë zgjedhjet parlamentare dhe ato lokale, Demokracia në Veprim rithekson se është momenti i duhur politik për inicimin e procesit të reformës zgjedhore.

Ky proces i munguar, është i një rëndësie të veçantë për avancimin e procesit zgjedhor si dhe adresimin e mangësive të evidentuara tash e sa cikle zgjedhore, meqë kuadri ligjor i zgjedhjeve nuk është ndryshuar prej më shumë se një dekade, respektivisht nga vitet 2010 dhe 2008 me segmente të tij që nuk korrespondojnë me kontekstin aktual të zhvillimeve politike.

Reforma zgjedhore duhet të përfshirë rishikimin e një sërë ligjesh, duke përfshirë Ligjin për Zgjedhjet e Përgjithshme, Ligjin për Zgjedhjet Lokale, Ligjin për Financimin e Subjekteve Politike si dhe eventualisht ligjeve tjera që preken nga ndryshimet në legjislacionin zgjedhor. Përveç aspekteve teknike, reforma zgjedhore do të duhej të përfshijë edhe disa prej çështjeve politike dhe elementeve kyçe të vet sistemit zgjedhor.

Përkrahur nga

