

[ERROR]

**KOMPETENCAT  
DISKRECIONALE  
NË FINANCIMIN E  
REKLAMIMIT TË  
PAGUAR POLITIK**



ЦЕНТАР ЗА  
УПРАВУВАЊЕ СО  
ПРОМЕНИ

**NED**

NATIONAL  
ENDOWMENT  
FOR  
DEMOCRACY

SUPPORTING FREEDOM AROUND THE WORLD

## **KOMPETENCAT DISKREZIONALE NË FINANCIMIN E REKLAMIMIT TË PAGUAR POLITIK**

### **Botues:**

Qendra për Menaxhim me Ndryshime (QMN)

### **Rreth botuesit:**

Drejtoreshë Ekzekutive e Qendrës për Menaxhim me Ndryshime  
Neda Maleska Saçmaroska

### **Autor:**

Jugoslav Gjorgjievski, Dimitar Vrglevski

### **Redaktore:**

Branka Minçeva Kocevaska

### **Dizajni dhe rregullimi teknik:**

Marko Danailovski dhe Dimitar Vrglevski

### **Vendi dhe viti i botimit:**

Shkup, 2024

### **Shtypshkronja**

Propoint DOOEL eksport-import Shkup

### **Qarkullimi**

50 – botim jo komercial

# PËRMBAJTJA

HYRJE .....	4
PËRMBLEDHJE.....	6
KOMPETENCAT DISKREZIONALE TË KOMISIONIT SHTETËROR ZGJEDHOR NË FINANCIMIN E REKLAMIMIT TË PAGUAR POLITIK .....	8
1. ANALIZA E SITUATËS NË KUADRIN LIGJOR EKZISTUES.....	8
1.1. KONCEPTI DHE KUADRI I REKLAMIMIT TË PAGUAR POLITIK GJATË ZGJEDHJEVE.....	8
1.2. ÇFARË ËSHTË "MEDIA"?.....	10
1.2.1. POZICIONI I PABARABARTË I RADIODIFUZERËVE DHE MEDIAVE TË SHKRUARA KUNDREJT MEDIAVE ELEKTRONIKE (PORTALEVE) NË PROCESIN E REKLAMIMIT POLITIK TË PAGUAR.....	12
1.3. PROCEDURA E NDARJES SË MJETEVE PËR REKLAMIM POLITIK TË PAGUAR .....	14
2. REKLAMA POLITIKE ME PAGUAR DISKRECIONARE NË ZGJEDHJET E FUNDIT .	17
KONKLUZIONE: .....	19
REKOMANDIME:.....	20
ANEKSI 1 – PASQYRË E MJETEVE TË SHPENZUARA NGA BUXHETI PËR REKLAMAT POLITIK TË PAGUAR .....	22

# HYRJ E

Ky raport monitorimi është përgatitur në kuadër të projektit “Nxitja e qeverisjes së mirë dhe reformave në administratën publike” financuar nga fondi National Endowment for Democracy (NED).

**Projekti "Inkurajimi i qeverisjes së mirë dhe reformave në administratën publike"** në përgjithësi përqendrohet në ndjekjen e arritjeve të përpjekjeve të Qeverisë së Republikës së Maqedonisë së Veriut, për të vendosur dhe mbajtur qeverisjen e mirë në krye të agjendës së saj politike. Ndërhyrjet e projektit janë hartuar për të analizuar situatën aktuale në disa fusha që lidhen me përparësitë kryesore në agjendën e RAP-së, siç janë: efikasiteti, efektiviteti dhe funksionaliteti i institucioneve, përmirësimi i transparencës dhe llogaridhënies së institucioneve, llogaridhënia për dhënien e rezultateve dhe përmirësimi i mbikëqyrjes publike në zbatimin e reformave.

**Qëllimi i projektit** është hapja e një debati të gjerë publik mbi rëndësinë e qeverisjes së mirë dhe ndërgjegjësimi i qytetarëve të kërkojnë standarde të larta profesionale, institucione efikase dhe sukses në funksionimin e administratës publike. Projekti synon gjithashtu të hapë një debat me politikëbërësit dhe vendimmarrësit mbi praktikën më të mira në qeverisjen e institucioneve, duke përfshirë marrjen e masave për përmirësim të llogaridhënies së institucioneve dhe zbatimin e reformave me rezultate të arritshme dhe të sakta. Aktivitetet e projektit kontribuojnë në inkurajimin dhe nxitjen e qytetarëve të jenë më të angazhuar në kërkimin e përgjegjësisë nga drejtuesit dhe menaxherët e institucioneve, por edhe nga administrata në tërësi, për zbatimin e reformave të nevojshme dhe zbatimin e standardeve të qeverisjes së mirë, por edhe për pjesëmarrjen e tyre aktive në krijimin e politikave dhe proceseve vendimmarrëse në vend.

**Objekt i këtij raporti** janë kompetencat diskrecionale të përdorura nga Komisioni Shtetëror i Zgjedhjeve në ndarjen dhe pagesën e fondeve nga Buxheti i Republikës së Maqedonisë së Veriut për reklamim të paguar politik, të partive politike në procesin zgjedhor. Konkretisht, objekt i hulumtimit është procedura e pagesës të mjeteve financiare, në përputhje me kuadrin ligjor ekzistues, pa hyrë më thellë në diskutimin material në lidhje me mediat,

**Kuadri metodologjik** i hulumtimit ishte i përbërë nga disa elemente, si vijon.

- Analiza e kuadrit ligjor dhe nënligjor që rregullon financimin buxhetor të reklamimit politik me pagesë, përfshirë kuadrin ligjor për mediat që janë përfituesit më të mëdhenj të këtyre mjeteve financiare;
- Analiza e të dhënave në dispozicion të publikut (raporte, fatura, etj.) në lidhje me reklamimin politik të paguar për zgjedhjet vendore të vitit 2021; dhe
- Kërkesë për qasje në informata me karakter publik në Komisionin Shtetëror të Zgjedhjeve.

**Ky raport synon** të inkurajojë një diskutim dhe debat më të gjerë shoqëror në lidhje me nevojën për reklamim të paguar politik, shumën e shpenzuar për këtë qëllim, mënyrën dhe kriteret me të cilat ndahen mjetet financiare, si dhe mundësinë e mospërputhjeve të mundshme dhe keqpërdorimit të këtyre mjeteve buxhetore. Ky raport është i dyti në kuadër të projektit, i cili i kushtohet kompetencave diskrecionale, të cilat janë një nga rreziqet më të rëndësishme të korrupsionit të njohura në legjislacionin antikorrupsion. Raporti i parë pasoi dhënien e subvencioneve dhe formave të tjera të mbështetjes financiare për qytetarët dhe personat juridikë nga njësitë e vetëqeverisjes lokale<sup>1</sup>. Në bazë të monitorimit, mbledhjes dhe analizës së të dhënave, ky raport ofron propozime konkrete për reformimin e sistemit për rregullimin e kompetencave diskrecionale në financimin e fushatave politike, me qëllim parandalimin e veprimeve korruptive në sektorin publik. Një rregullim i tillë i kompetencave diskrecionale është i nevojshëm për të mbrojtjen e të drejtave të qytetarëve dhe interesin publik të shtetit dhe për forcimin e karakterit demokratik të institucioneve/shoqërisë.

---

<sup>1</sup> Kompetencat diskrecionale si një rrezik potencial i korrupsionit, Qendra për Menaxhim me Ndryshime (QMN) <https://cup.org.mk/publication/discretionary-powers-as-a-potential-risk-of-corruption>

Të dhënat dhe informacionet e paraqitura në këtë raport bazohen në analizën e kryer në institucionet e përzgjedhura dhe nuk do të thotë se ato pasqyrojnë plotësisht situatën në të gjitha institucionet e llojit të ngjashëm në sektorin publik. Megjithatë, të dhënat e grumbulluara dhe gjetjet kryesore pasqyrojnë plotësisht tendencat dhe praktikat aktuale në menaxhimin e institucioneve dhe ofrojnë një pasqyrë të saktë të situatave me përdorimin e të drejtave diskrecionale në fushat individuale që ishin me interes në këtë raport.

Propozimet e këtij raporti synojnë krijimin e kuadrit për kufizimin sistematik të kompetencave të gjera diskrecionale, të cilat do të mundësojnë forcimin e sigurisë juridike të qytetarëve dhe mbrojtjen nga arbitrariteti i institucioneve, si dhe inkurajimin e reformës në forcimin e mekanizmave të kontrollit për ushtrimin e këtyre kompetencave nga institucionet.

## PËRMBLEDHJE

Përdorimi i kompetencave diskrecionale nga institucionet publike ka një traditë të gjatë në sistemin tonë juridik. Këto kompetenca, si rregull, mund të jenë eksplicite ose të nënkuptohen. **Kompetencat diskrecionale janë eksplicite** kur institucioni ka të drejtë të vlerësojë lirisht kriteret e përcaktuara që një person duhet të përmbushë për të ushtruar një të drejtë ose interes ligjor. Kështu, gëzimi i së drejtës nuk është i sigurt dhe institucioni mund ta refuzojë një kërkesë të tillë. Këto kompetenca diskrecionale shpjegohen me nevojën për të mbrojtur interesin publik, dhe ndonjëherë me arritjen e efikasitetit më të madh në punën e institucioneve. **Kompetencat e tyre implicite diskrecionale** institucionet i nxjerrin nga ligje dhe akte nënligjore të gjera, të përgjithshme dhe të pamjaftueshme. Në këtë rast, institucionet i interpretojnë lirisht këto dispozita për të vepruar ose jo në një mënyrë të caktuar. Në raste të tilla, mund të hasim në **veprime diskrecionale në shumë nivele**. Në rastet kur nuk ka një bazë të qartë ligjore për përdorimin e tyre, vetë institucioni vendos në mënyrë diskredicionale a do të vendosë për një “të drejtë” të caktuar (shkalla e parë – i jep vetes kompetenca që nuk janë të disponueshme me ligj), përcakton kriteret për atë “të drejtë” (shkalla e dytë), vendos sipas gjykimit të vet se kush do ta marrë dhe kush nuk do ta marrë atë “të drejtë” (shkalla e tretë), përcakton fushëveprimin, përkatësisht shumën e asaj “të drejte” nëse përfshihen burime të caktuara financiare (shkalla e katërt).

Në praktikë, përdorimi i kompetencave diskrecionale është shumë i përhapur, kështu që nuk ka institucion që nuk i përdor ato (pavarësisht nëse janë eksplicite apo të nënkuptuara). Për shkak të kësaj prevalence tepër të gjerë të kompetencave diskrecionale, ato përfaqësojnë një nga rreziqet më të mëdha të korrupsionit, i cili njihet drejtpërdrejt nga Ligji për parandalim të korrupsionit dhe konfliktit të interesit, në të cilin termi “**rrezik nga korrupsioni**” nënkupton, ndër të tjera **kompetenca diskrecionale**<sup>2</sup>.

**Kodi zgjedhor është një nga ato në të cilat Komisionit Shtetëror Zgjedhor (KSHZ) i jepet diskrecioni të pagojë para të buxhetit për reklamim politik të paguar pa kriteret e qarta ligjore, vetëm në bazë të një raporti nga përdoruesi.** Këto mjete janë të destinuara ekskluzivisht për financimin e radiodifuzerëve, mediave të shkruara dhe mediave elektronike (portaleve) në fushën e publikimit të reklamimit politik të paguar për pjesëmarrësit në procesin zgjedhor. Konkretisht, KSHZ-ja **paguan shpenzimet për reklamimin politik të paguar të publikuar bazuar në një faturë të paraqitur nga transmetuesit, mediat e shtypura dhe mediat elektronike (internet portalet) në afat prej 30 ditë nga publikimi i rezultateve përfundimtare.**

Praktika tregon se Komisioni Shtetëror i Zgjedhjeve nuk kryen asnjë procedurë dhe nuk merr vendime veçanërisht të arsyetuara për pranimin dhe pagesën e shpenzimeve për reklamim politik të paguar të publikuar, gjë që është në kundërshtim me Ligjin për procedurën e përgjithshme administrative<sup>3</sup>.

Kodi zgjedhor lejon që fondet e buxhetit të ndahen për reklamim politik të paguar në portalet e internetit, të cilat nuk rregullohen si media nga legjislati sistemi, përkatësisht Ligji për media<sup>4</sup>. Kjo do të thotë se paratë e buxhetit mund të ndahen për “subjektet” që nuk kanë regjistruar veprimtari mediatike në Regjistrin Qendror, sepse portalet nuk janë një formë e medias që rregullohet me Ligjin për mediat. Për më tepër, meqenëse dispozitat e Ligjit për mediat (i cili parashikon respektimin e standardeve minimale të cilësisë, profesionalizmit dhe mirësjelljes<sup>5</sup>) nuk zbatohen për portalet në internet, përmes tyre mund të rrezikohet siguria kombëtare, të inkurajohet rrënimi i dhunshëm i rendit kushtetues, të bëjnë thirrje për agresion të armatosur dhe konflikt ose të inkurajojnë diskriminimin, intolerancën dhe urrejtjen, dhe ende mund të marrin para nga buxheti i shtetit.

<sup>2</sup> Ligji për parandalimin e korrupsionit dhe konfliktit të interesit, neni 8 paragrafi 6 - <https://shorturl.at/mzQU2>

<sup>3</sup> Ligji për Procedurë të Përgjithshme Administrative -

[https://www.mioa.gov.mk/sites/default/files/pbl\\_files/documents/legislation/zoup\\_konsolidiran.pdf](https://www.mioa.gov.mk/sites/default/files/pbl_files/documents/legislation/zoup_konsolidiran.pdf)

<sup>4</sup> Ligji për mediat -

[https://www.mioa.gov.mk/sites/default/files/pbl\\_files/documents/legislation/Zakon\\_zaz%20mediumi\\_konsolidiran\\_15102015.pdf](https://www.mioa.gov.mk/sites/default/files/pbl_files/documents/legislation/Zakon_zaz%20mediumi_konsolidiran_15102015.pdf)

<sup>5</sup> Teksti do të detajojë më tej dispozitat e Ligjit për mediat që rregullojnë të ashtuquajturat standarde minimale për mediat.

Mediat elektronike (portalet) që marrin fonde nga buxheti për reklama politike të paguara, nuk kanë punonjës me statusin e gazetarëve, as nuk kanë detyrim të punësojnë ose punësojnë redaktorë, kanë një gjurmë dhe nuk kanë një detyrim të qartë për të korrigjuar të dhëna të pasakta, që do të thotë se ato mund të jenë burim i lajmeve të rreme, gjuhës së urrejtjes ose gjuhës revizioniste, dhe të marrin fonde nga buxheti i shtetit.

Së fundi, ndërsa transmetuesit janë nën monitorim të vazhdueshëm nga Agjencia për Shërbime Mediatike Audio dhe Audiovizuale (ASHMAA) për fushatat politike që zbatohen në minuta dhe sekonda, mediat elektronike (portalet) pa asnjë kontroll raportojnë fonde për grumbullim sipas gjykimit të tyre, gjë që lë një hapësirë të madhe për keqpërdorim.

Të dhënat nga Enti Shtetëror për Revizion nga raportet e paraqitura nga mediat dhe subjektet e tjera për reklamim politik me pagesë në **zgjedhjet e fundit parlamentare në vitin 2022** tregojnë se në bazë të këtij autorizimi diskrecional nga buxheti i shtetit, janë paguar gjithsej **167.441.762,00 denarë, përkatësisht rreth 2.722.630,00 euro**. Në këto zgjedhje vendore të vitit 2021 për media që nuk janë transmetues dhe media të shtypura, janë paguar edhe **53,877,821.00 denarë (876,000 euro)**, pa kontrolluar nëse shërbimet me pagesë janë ofruar.

# KOMPETENCAT DISKREZIONALE T<sup>®</sup> KOMISIONIT SHTET<sup>®</sup>ROR ZGJ EDHOR N<sup>®</sup>FINANCIMIN E REKLAMIMIT T<sup>®</sup>PAGUAR POLITIK

## 1. ANALIZA E SITUAT<sup>®</sup>S N<sup>®</sup>KUADRIN LIGJ OR EKZISTUES

### 1.1. KONCEPTI DHE KUADRI I REKLAMIMIT T<sup>®</sup>PAGUAR POLITIK GJAT<sup>®</sup>E ZGJEDHJEVE

Financimi i reklamimit politik me pagesë rregullohet nga Kodi zgjedhor. Konkretisht, në përputhje me këtë Kod, për përmbushjen e detyrimeve ligjore në fushën e publikimit të reklamimit politik me pagesë, burimet financiare sigurohen nga fondet e buxhetit të Republikës së Maqedonisë së Veriut. Këto fonde janë të destinuara ekskluzivisht për financimin e **transmetuesve, mediave të shtypura dhe mediave elektronike (portaleve)**<sup>6</sup>.

**KSHZ-ja paguan shpenzimet për reklamimin politik të paguar të publikuar bazuar në një faturë të paraqitur nga transmetuesit, mediat e shtypura dhe mediat elektronike (internet portalet) në afat prej 30 ditë nga publikimi i rezultateve përfundimtare.** Bashkëngjitur në faturën e paraqitur është Marrëveshja (e lidhur ndërmjet medias dhe partisë politike), plani i medias nga Pjesëmarrësi në fushatën zgjedhore dhe Raporti mbi shërbimet e realizuara të përgatitura nga radiodifuzerët, media e shkruar dhe media elektronike (portale në internet). Plani mediatik dhe Raporti për shërbimet e realizuara dorëzohen në formularët e përcaktuar, të miratuar dhe të publikuar nga KSHZ-ja.

**Mjetet financiare** për reklamim politik të paguar të siguruara nga buxheti i Republikës së Maqedonisë së Veriut gjatë procesit zgjedhor nuk duhet të tejkalojnë shumën prej 2 (dy) euro në kundërvlerë të denarit pa TVSH të llogaritur, për votues të regjistruar nga votuesit e regjistruar gjithsej në territorin e Republikës së Maqedonisë së Veriut, dhe për zgjedhjet lokale shtesë 1 (një) euro në kundërvlerë të denarit pa TVSH të llogaritur për votues të regjistruar në territorin e komunës ku mbahet raundi i dytë i votimit dhe për zgjedhjet presidenciale nëse ka një raund të dytë shtesë 1 (një) euro në kundërvlerë të denarit pa TVSH të llogaritur për votues të regjistruar nga votuesit e regjistruar gjithsej në territorin e Republikës së Maqedonisë së Veriut. Këto mjete financiare do të shpërndahen me marrëveshje paraprake me shkrim si më poshtë<sup>7</sup>:

- deri në 45% të mjeteve mund të përdoren nga dy partitë më të mëdha politike nga pozicioni që fitoi më shumë vota në zgjedhjet e fundit për deputetë në Kuvendin e Republikës së Maqedonisë,
- deri në 45% të mjeteve mund të përdoren nga dy partitë më të mëdha politike në opozitë, të cilat në zgjedhjet e fundit për deputetë në Kuvendin e Republikës së Maqedonisë fituan më së shumti vota,

<sup>6</sup> Kodi zgjedhor nga neni 75 deri në nenin 76-e [https://drive.google.com/file/d/1Sa9L6emhxl2VaV\\_8d7oK3hJ6r1usnuY/view](https://drive.google.com/file/d/1Sa9L6emhxl2VaV_8d7oK3hJ6r1usnuY/view)

<sup>7</sup> Ibid neni 76-9 paragrafi 5



- deri në 7% të mjeteve mund të përdoren nga partitë politike në Kuvendin e Republikës së Maqedonisë që nuk fituan vende të mjaftueshme në zgjedhjet e fundit parlamentare për të formuar një grup parlamentar, dhe
- deri në 3% të mjeteve mund të përdoren nga partitë politike që nuk janë të përfaqësuara në Kuvendin e Republikës së Maqedonisë ose kandidatët.

**Shuma që mund t'i paguhet një media elektronike (internet portali) dhe medias së shtypur nga një pjesëmarrës në procesin zgjedhor nuk mund të tejkalojë 15,000 (pesëmbëdhjetë) mijë euro në kundërvlerë në denarë pa TVSH. Shuma totale që një pjesëmarrës mund të shpenzojë për prezantimin mediatik të të gjitha mediave elektronike (internet portalet) dhe mediave të shkruara nuk mund të përfshijë më shumë se 25% të mjeteve të alokuara për reklamim politik me pagesë.**

KSHZ kohët e fundit deklaroi se kishte bërë një vlerësim sipas të cilit vetëm për reklamim politik të paguar, ishin parashikuar 656 milion denarë ose mbi 10,614,000 euro për zgjedhjet e dyfishta<sup>8</sup>. Megjithëse, **ky koncept i reklamimit politik të paguar në procesin zgjedhor kritikohet ashpër nga sektori i mediave profesionale dhe nevoja për heqjen e tij është theksuar për një kohë të gjatë.** Ky qëndrim shprehet në raportin e OSBE/ODIHR për zgjedhjet lokale në vitin 2021<sup>9</sup>, dhe përmendet vazhdimisht nga Shoqata e Gazetarëve të Maqedonisë (SHGM), veçanërisht në raportin e tyre të fundit<sup>10</sup>. Ky raport, në pjesën për reklamim politik të paguar, thotë se gjëja më logjike për të bërë është ndalimi i reklamimit politik të paguar krejtësisht, siç është rasti në shumicën e vendeve të Evropës Perëndimore<sup>11</sup>. Ky hulumtim flet edhe për nevojën reale për shfuqizimin e këtij koncepti, pasi vë në dukje gabime serioze në ligjshmërinë e procedurave për financimin e reklamimit politik të paguar.

Në periudhën e kaluar, Ministria e Drejtësisë krijoi një grup pune që do të adresojë këtë problem dhe potencialisht do të përjashtojë reklamimin politik të paguar nga Kodi zgjedhor<sup>12</sup>. Por nëse të njëjtat ndryshime ligjore Kuvend nuk i miraton, problemet e adresuara nga kasta profesionale, si dhe problemet procedurale të theksuara në këtë raport, do të vazhdojnë të ekzistojnë dhe të rëndojnë sistemin.

<sup>8</sup> [Më shumë se gjysma e parave për zgjedhjet do të shkojnë për reklamat partiake - MKD.MK \(mkd.mk\)](#)

<sup>9</sup> \* [Raporti i ODIHR-it.pdf](#)

<sup>10</sup> [https://znm.org.mk/wp-content/uploads/2024/01/MK-MetaData-Report-121223-web\\_k.pdf](https://znm.org.mk/wp-content/uploads/2024/01/MK-MetaData-Report-121223-web_k.pdf)

<sup>11</sup> Raporti i metadatave, SHGM, 2023, f. 52 [https://znm.org.mk/wp-content/uploads/2024/01/MK-MetaData-Report-121223-web\\_k.pdf](https://znm.org.mk/wp-content/uploads/2024/01/MK-MetaData-Report-121223-web_k.pdf)

<sup>12</sup> [Reklamimi politik nuk duhet të përballohet nga shteti, një propozim në Kodin zgjedhor | Meta.mk](#)

## 1.2. ÇFARË ËSHTË "MEDIA"?

**Ligji për mediat**, i cili është një ligj sistemik që përcakton statusin e medias dhe rregullon fushën dhe veprimtarinë e medias (ligji amë për këtë fushë), **përcakton mediat si - mjetet e informimit publik, përkatësisht çdo lloj komunikimi si gazeta, revista, programe radio dhe televizive, teletekst dhe mjete të tjera për publikimin ditor ose periodik të përmbajtjes në formë editoriale në formë të shkruar, tingull ose imazh, me qëllim informimin dhe përmbushjen e nevojave kulturore, arsimore dhe të tjera të publikut të gjerë. Media nuk janë buletinë, katalogë dhe forma të tjera të botimeve, pavarësisht nga mjetet e publikimit, të destinuara ekskluzivisht për reklamim, sistemin arsimor ose për korrespondencën e biznesit për punën e shoqërive tregtare, institucioneve, shoqatave, partive politike, autoriteteve shtetërore dhe gjyqësore, ndërmarrjeve publike, personave juridikë me kompetenca publike dhe organizatave fetare. Gazetat dhe buletinet e institucioneve arsimore, "Gazeta Zyrtare e Republikës së Maqedonisë së Veriut", botimet e njësisve të vetëqeverisjes lokale, postera, fletëpalosje, perspektiva dhe banderola, gjithashtu nuk konsiderohen media<sup>13</sup>. Ky ligj nuk i njeh mediat elektronike (portalet) si media, dhe që nga viti 2014 publikimet elektronike janë përjashtuar nga termi media<sup>14</sup>. Përkatësisht, ky ligj njeh vetëm transmetuesit dhe mediat e shtypura si media, të cilat duhet të publikojnë përmbajtje të publikuara në mënyrë editoriale.**

**Kodi zgjedhor nuk është rregulluar në mënyrë adekuate** me ndryshime të tilla në ligjin amë për mediat, megjithëse është ndryshuar për herë të fundit në vitin 2021<sup>15</sup>.

Kështu, Kodi Zgjedhor në nenin 69-a paragrafi 1 përcakton se (ndër të tjera) përfaqësimi mediatic dhe në internetit **konsiderohet fushatë zgjedhore**.<sup>16</sup> Kapitulli 6 i Kodit zgjedhor përmban 9 nënkapituj, nga të cilët 6 i referohen çdo forme të veçantë të fushatës zgjedhore të parashikuar në nenin 69-a paragrafi 1. Kështu, nënkapitulli 2 lexon "Përfaqësim mediatic" dhe rregullon të drejtat dhe detyrimet e subjekteve që mund të ofrojnë shërbime për reklamim politik të paguar nga media. Për subjektet e tilla, ligji parashikon transmetuesit, mediat e shtypura dhe mediat elektronike (portalet).

Nga pikëpamja nomenklike dhe analiza me metodë analogjive, nenet në nënkapitullin 2 nuk duhet të përfshijnë "media elektronike (portale)" sepse ato duhet të jenë pjesë e "përfaqësimit të internetit" (përmendur në nenin 69-a paragrafi 1) dhe jo përfaqësimi i medias që i nënshtrohet dispozitave të nënkapitullit 2. Gjithashtu, nuk duhet të mbajnë emrin "media", pasi si të tilla nuk parashikohen në ligjin e posaçëm sistematik, pra në ligjin për median dhe nuk dihet se çfarë aktiviteti kanë regjistruar në Regjistrin Qendror.

Zbatimi jokonsistent i termave dhe kategorive të Ligjit për media në Kodin zgjedhor, mund të themi se është për shkak të **autoritetit diskrecional të Kuvendit të Republikës së Maqedonisë së Veriut (diskrecioni legjislativ)** në kryerjen e funksionit të tij normativ. **Ky mosveprim mund të përcaktohet edhe në pushtetin ekzekutiv, përkatësisht në Ministrinë e Drejtësisë, e cila është propozues i Kodit Zgjedhor**, dispozitat e së cilës duhet të jenë në përputhje me përcaktimet dhe kategoritë e përcaktuara nga dispozitat e ligjit vendas, përkatësisht ligjit për mediat. Ligji për mediat si ligj amë, përkatësisht lex specialis në fushën dhe veprimtarinë e medias, duhet të zbatohet vazhdimisht në të gjitha ligjet dhe aktet nënligjore të tjera, për të arritur koherencën e sistemit ligjor, për të mos krijuar shtrembërime në hierarkinë e akteve ligjore (ku ligjet nuk do të jenë në përputhje me njëri-tjetrin) dhe për të mos lejuar një precedent negativ në atë drejtim.

Për nevojën për rregullim të statusit të online mediave kohë më parë dhanë mendim edhe Shoqata për Mbrojtjen dhe Promovimin e Internet Mediave Onlinemedia, sipas të cilëve nevojiten ndryshime urgjente në tre ligje: në Ligjin për media, në Ligjin për të drejtat e autorit dhe të drejtat e përafërta dhe në Kodin

<sup>13</sup> Ligji për mediat neni 2 paragrafi 1 pika 1 [https://avmu.mk/wp-content/uploads/2017/05/Zakon\\_za\\_mediumi\\_mkd.pdf](https://avmu.mk/wp-content/uploads/2017/05/Zakon_za_mediumi_mkd.pdf)

<sup>14</sup> [https://avmu.mk/wp-content/uploads/2017/11/Zakon-za-izmenuvanje-i-dopolnuvanje-na-Zakonot-za-mediumi-13\\_14.pdf](https://avmu.mk/wp-content/uploads/2017/11/Zakon-za-izmenuvanje-i-dopolnuvanje-na-Zakonot-za-mediumi-13_14.pdf)

<sup>15</sup> Ligji për ndryshimin dhe plotësimin e Kodit zgjedhor, Gazeta Zyrtare nr. 215 datë 16.09.2021

<sup>16</sup> Fushatë zgjedhore konsiderohet tubim publik dhe ngjarje të tjera publike të organizuara nga pjesëmarrësi në fushatën zgjedhore, vendosje publike e posterëve, video prezantime në vende publike, prezantim mediatic zgjedhore dhe prezantim në internet, shpërndarje e materialeve të shtypura dhe prezantim publik i kandidatëve të konfirmuar nga autoritetet kompetente zgjedhore dhe programet e tyre.

zgjedhor<sup>17</sup>. Në Ligjin për mediat, në përkufizimin e mediave – ku internet portalet nuk përmenden fare! – të shtohen mediat që publikojnë përmbajtje përmes internetit. Kështu, të gjitha detyrimet ligjore që zbatohen për të gjitha mediat e tjera do të zbatohen zyrtarisht edhe për portalet. Ligji për mediat gjithashtu duhet të përcaktojë një procedurë për regjistrim të internet portaleve nga një organ shtetëror i autorizuar, duke shprehur besim të plotë se departamenti qeveritar duhet të përgatisë dhe propozojë ndryshime ligjore për këtë qëllim. Lidhur me Kodin zgjedhor, Shoqata propozon futjen e kushteve që duhet të plotësojnë mediat online që të kualifikohen për pjesëmarrje në reklamimin politik me pagesë. Me pak fjalë, këto janë kushtet që mediat profesionale online i kanë imponuar vetes si standarde vetë-rregulluese.

**Përcaktimi i medias është një debat profesional që i përket fushës së studimeve të medias dhe studimeve të komunikimit dhe për këtë arsye në këtë hulumtim nuk do të hyjmë thellë në diskutimin material.** Por ka rëndësi edhe në diskutimin ligjor, sepse përcaktimi terminologjik në ligje ndikon drejtpërdrejt në procedurat para institucioneve, të cilat janë objekt i këtij hulumtimi. Përcaktimi i terminologjisë në ligje është jashtëzakonisht i rëndësishëm nga pikëpamja e dhënies së të drejtave dhe vendosjes së detyrimeve, me qëllim që sistemi juridik të jetë i përshtatshëm dhe të mos lejojë krijimin e një pozicioni të pabarabartë juridik të subjekteve në qarkullimin juridik gjatë veprimit të institucioneve. Prandaj, në këtë hulumtim, përqendrohemi në kategoritë ekzistuese ligjore dhe elementet e tyre dhe se si ato ndikojnë në procedurat para KSHZ-së, duke pasur parasysh rëndësinë e madhe të reklamimit të duhur politik të paguar si një element i proceseve zgjedhore dhe një tregues i legjitimitetit të tyre.

---

<sup>17</sup> [Shoqata Media Online kërkon dhe propozon zgjidhje specifike për rregullimin ligjor të mediave online \(a1on.mk\)](#)

## 1.2.1. POZICIONI I PABARABARTË I RADIODIFUZERËVE DHE MEDIAVE TË SHKRUARA KUNDREJT MEDIAVE ELEKTRONIKE (PORTALEVE) NË PROCESIN E REKLAMIMIT POLITIK TË PAGUAR

Ky barazim që Kodi zgjedhor bën midis mediave elektronike (portaleve) që Ligji për media nuk i njeh, me radiodifuzerët dhe mediat e shtypura, të cilat ligji përkatës i njeh, do të thotë se e drejta u jepet internet mediave (portaleve), të cilat nuk i nënshtrohen detyrimeve ligjore të parashikuara nga Ligji për media për të marrë para shtetërore për reklamim politik gjatë zgjedhjeve, si të barabarta me radiodifuzerët dhe mediat e shtypura.

Disa nga ndalimet që nuk mbulojnë në mënyrë eksplicite mediat elektronike (portalet) përfshijnë:

- Ndalimi i publikimit ose transmetimit të përmbajtjes që kërcënon sigurinë kombëtare,
- Ndalimi i publikimit ose transmetimit të përmbajtjeve që nxisin shkatërrimin e dhunshëm të rendit kushtetues të Republikës së Maqedonisë,
- Ndalimi i publikimit ose transmetimit të përmbajtjeve që bëjnë thirrje për agresion ushtarak ose konflikt të armatosur,
- Ndalim për publikimin ose transmetimin e përmbajtjeve që nxisin ose përhapin diskriminim, intolerancë ose urrejtje në bazë të racës, gjinisë, fesë ose kombësisë.

Për më tepër, në përputhje me Ligjin për mediat, radiodifuzerët dhe mediat e shkruara duhet detyrimisht të kenë **regjistruar një aktivitet përkatës**<sup>18,19</sup> në Regjistrin Qendror të Republikës së Maqedonisë së Veriut<sup>20</sup> dhe të regjistrohen në Regjistrin e AShMAA-së. Internet portalet (mediat elektronike) nuk e kanë këtë detyrim. Ato kanë vetëm një detyrim të regjistrohen në regjistrin e radiodifuzerëve, mediave të shtypura dhe mediave elektronike që e mban<sup>21</sup>KSHZ-ja<sup>22</sup>.

Përveç kësaj, radiodifuzerët dhe mediat e shkruara kanë një detyrim ligjor të qartë për të siguruar **mbrojtje për të miturit**<sup>23</sup>, ndërsa portalet nuk e kanë një detyrim të tillë të qartë. Ato, kushtimisht thënë, mund të postojnë çfarë të duan dhe kur të duan, ndërsa nëse shkojnë në ekstreme, madje edhe materiale pornografike.

Radiodifuzerët dhe mediat e shkruara duhet të kenë një **redaktor përgjegjës** i cili është gazetar të cilin e emëron dhe shkarkon botuesi i medias<sup>24</sup>. Portalet nuk kanë detyrime të tilla, të cilat nuk duhet të kenë aspak persona të punësuar që janë gazetarë profesionistë.

**Radiodifuzerët dhe mediat e shkruara** janë të detyruara të sigurojnë në mënyrë të dukshme për secilin bartës individual të përmbajtjes (për shembull, një kopje të një media të shkruar dhe një emisioni televiziv) publikimin e të dhënave të mëposhtme:

- emrin dhe adresën e selisë dhe redaksisë së botuesit të medias,
- emrin e personit përgjegjës të botuesit të medias,
- emrin dhe mbiemrin e redaktorit përgjegjës, përkatësisht të redaktorëve në përputhje me organizimin e brendshëm të redaksisë dhe
- emrin dhe adresën e shtypshkronjës dhe datën e shtypjes ose ribotimit, si dhe numrin e kopjeve të shtypura, kur bëhet fjalë për media të shtypur.

**Transmetuesit dhe mediat e shkruara** janë të detyruara të publikojnë të dhënat e mëposhtme në një vend të përshtatshëm për secilën përmbajtje:

<sup>18</sup> Ligji për shërbimet audio dhe audiovizuale neni 3 paragrafi 1 pika 6 - Ofrues i shërbimit mediatic audio ose audiovizual është një person fizik ose juridik që kryen veprimtarinë e ofrimit të një shërbimi mediatic audio ose audiovizual dhe ka përgjegjësi editoriale për përzgjedhjen e përmbajtjes audio ose audiovizuale dhe përcakton mënyrën e organizimit të tyre.

<sup>19</sup> Klasifikimi Kombëtar i Veprimtarive – fragmente të veprimtarive që u referohen mediave – (18) Shtypja dhe riprodhimi i mediave të regjistruara (regjistrime), (18.2) Riprodhimi i mediave të regjistruara, (63.9.1.) Veprimtari re agjencive të lajmeve, - burimi Enti Shtetëror i Statistikave <https://www.stat.gov.mk/KlasifikaciiNomenklaturi.aspx?id=2>

<sup>20</sup> Ligi për Mediat neni 5 [https://avmu.mk/wp-content/uploads/2017/05/Zakon\\_za\\_mediumi\\_mkd.pdf](https://avmu.mk/wp-content/uploads/2017/05/Zakon_za_mediumi_mkd.pdf)

<sup>21</sup> Regjistrin e radiodifuzerëve, mediave të shkruara dhe mediave elektronike (portaleve) të Komisionit Shtetëror Zgjedhor (KSHZ) që nga viti 2020 <https://www.sec.mk/registar-na-radiodifuzeri-pechateni-mediumi-i-elektronski-mediumi-internet-portali/>

<sup>22</sup> Kodi Zgjedhor neni 75-f paragrafi 6 [https://drive.google.com/file/d/1Sa9L6emhxl2VaV\\_8d7oK3hJ6r1usnuY/view](https://drive.google.com/file/d/1Sa9L6emhxl2VaV_8d7oK3hJ6r1usnuY/view)

<sup>23</sup> Ligi për Mediat neni 6 [https://avmu.mk/wp-content/uploads/2017/05/Zakon\\_za\\_mediumi\\_mkd.pdf](https://avmu.mk/wp-content/uploads/2017/05/Zakon_za_mediumi_mkd.pdf)

<sup>24</sup> Ibid neni 8 dhe neni 9

- emrin dhe mbiemrin e autorit të lajmit të publikuar,
- emri dhe mbiemri i personit, përkatësisht bartësit të së drejtës së autorit për përmbajtjet e publikuara, përveç në mediat e shtypura dhe radio programet,
- data e prodhimit (muaji dhe viti) kur bëhet fjalë për vepër audio/audiovizive,
- origjina e veprës audio/audiovizive, ndërsa nëse vepra është krijuar nga produksioni i pavarur dhe informacion për të,
- emrin e personit juridik, përkatësisht emrin dhe mbiemrin e personit që ruan të mirën kulturore të përdorur ose veprën arkivore, përkatësisht riprodhimin përkatës dhe
- emri i botuesit të medias nga i cili është marrë lajmi programit ose shkëputje nga artikulli programor, përveç nëse rregullohet ndryshe me marrëveshje të ndërsjellë.

**Radiodifuzerët** janë të detyruar të paraqesin të dhëna deri më 31 mars të vitit aktual në një formular të veçantë të përshkruar nga ASHMAA për:

- strukturën e pronësisë, përkatësisht të dhënat për emrin dhe selinë e regjistruar të subjekteve juridike ose emrin dhe vendin e banimit të personave fizikë që janë pronarë të aksioneve ose të një aksioni me botuesin e medias, me të dhëna për përqindjen e aksioneve ose pjesës që kanë fituar dhe datën e blerjes,
- të dhëna për redaktorin / redaktorët përgjegjës,
- të dhëna mbi burimet e financimit të radiodifuzerëve në vitin e mëparshëm (reklama, sponsorizim, shitje të përmbajtjeve, shërbime të ofruara për palë të treta, etj.),
- të dhëna mbi totalin e të ardhurave dhe shpenzimeve të radiodifuzerëve në vitin paraardhës nga ofrimi i veprimtarisë dhe
- të dhëna mbi shikueshmërinë mesatare ose dëgjueshmërinë e radiodifuzerit në vitin e mëparshëm.

**Botuesit e mediave të shkruara** janë të detyruar t'i botojnë këto të dhëna paraprakisht në të paktën një gazetë të përditshme, një herë në vit, jo më vonë se data 31 mars e vitit aktual dhe t'i paraqesin organit rregullator kompetent pjesë të botimit në afat prej 15 ditë nga data e botimit. Asnjë nga këto nuk paraqet detyrim për internet portalet.

**Radiodifuzerët dhe mediat e shkruara** janë të detyruara të publikojnë falas korrigjimin e informacionit të publikuar duke deklaruar faktet e pasakta të publikuara në informacion, të cilat cenojnë të drejtat ose interesat e çdo shtetasi ose personi juridik dhe janë përgjegjës për fyerje dhe shpifje. **Internet portalet/mediat elektronike** mund të publikojnë çfarëdo që duan, pa asnjë përgjegjësi, mund të fyejnë dhe shpifin, të publikojnë të dhëna të pasakta dhe nuk kanë asnjë detyrim të publikojnë korrigjimin e tyre. Ky detyrim është përcaktuar edhe në nenin 16 paragrafi 4 të Kushtetutës së Republikës së Maqedonisë së Veriut, si e drejta e qytetarëve për korrigjim në mjetet për informim publik<sup>25</sup>.

**Nëse ASHMAA konstaton se një radiodifuzer ka shkelur dispozitat e Kodit zgjedhor**, është e detyruar të fillojë procedurat për kundërvajtje kundër tij përpara një gjykate kompetente në afat prej 48 orë. Mediat elektronike (portalet) dhe mediat e shkruara janë të përjashtuara nga një kontroll i tillë<sup>26</sup>.

Siç mund të shihet, në përputhje me legjislacionin ekzistues, ekziston një ndryshim i madh në statusin e mediave (radiodifuzerëve dhe mediave të shkruara) të parashikuara në Ligjin për mediat dhe internet portalet që sistemi ynë ligjor nuk i njeh.

Për fat të keq, mospërputhja terminologjike midis dy ligjeve, si dhe procedurat e paracaktuara në mënyrë të pamjaftueshme në Kodin zgjedhor, ofron mundësinë e ndarjes së parave të shtetit për reklamim politik të paguar për subjektet që mund të mos kenë respektuar të gjitha detyrimet ligjore. Kjo do të diskutohet në kapitullin tjetër në lidhje me procedurat e alokimit të fondeve.

Identifikimi i mediave të pranuar me Ligjin për mediat dhe mediat elektronike që nuk janë në asnjë mënyrë të rregulluara ose të përshkruara krijon konkurrencë të padrejtë në tregun e mediave,

<sup>25</sup> Kushtetuta e Republikës së Maqedonisë së Veriut <https://www.sobranie.mk/content/Odluki%20USTAV/UstavSRSM.pdf>

<sup>26</sup> Kodi Zgjedhor neni 76 - v paragrafi 3 [https://drive.google.com/file/d/1Sa9L6emhxl2VaV\\_8d7oK3h16r1usnuY/view](https://drive.google.com/file/d/1Sa9L6emhxl2VaV_8d7oK3h16r1usnuY/view)

ndërsa me këtë marrin të njëjtat të drejta ndërkaq kanë detyrime të ndryshme, ndërsa të parat gjithashtu diskriminohen.

### 1.3. PROCEDURA E NDARJES SË MJETEVE PËR REKLAMIM POLITIK TË PAGUAR

Radiodifuzerët, mediat e shtypura dhe mediat elektronike (portalet) duhet të paraqesin kërkesë për regjistrim në Regjistrin e Radiodifuzerëve, Mediave të Shtypura dhe Mediave Elektronike (portalet) të cilin e mban KSHZ-ja në afat prej tre ditë nga dita e shpalljes së zgjedhjeve, dhe përveç kësaj të paraqesin gjendjen aktuale nga Regjistri Qendror<sup>27</sup>. Nuk ka asnjë procedurë të përcaktuar në Kodin zgjedhor për regjistrim në këtë regjistër, dhe kështu nuk ka asnjë detyrim të KSHZ-së për të përcaktuar pranueshmërinë ose papranueshmërinë e kërkesës së paraqitur për regjistrim. Kjo mangësi mbart rrezikun që mediat elektronike (portalet) që nuk respektojnë detyrimet dhe standardet e përcaktuara nga ligji për mediat, i cili natyrisht nuk i njeh ato, kështu që respektimi i detyrimeve i lihet vullnetit të portalit. Transmetuesit dhe mediat e shkruara gjithashtu janë të detyruara të regjistrohen në Regjistrin e mbajtur nga ASHMAA-ja, ndërsa mediat elektronike nuk e kanë një detyrim të tillë. Kështu, si dilemë theksohet edhe pyetja – a ka nevojë reale për të mbajtur regjistra të dyfishtë? sepse ai që udhëhiqet nga ASHMAA-ja është i përcaktuar më mirë me ligj dhe bëhet kontrolli i duhur për përshtatshmërinë e subjekteve të regjistrohen, ndërsa me këtë garantohet legjitimiteti i tyre, kundrejt regjistrit të KSHZ-së, për të cilin nuk dimë nëse po zhvillohet një procedurë e plotë.

Regjistri i fundit i KSHZ-së i publikuar në faqen e tyre të internetit është nga viti 2020 dhe pjesa operative e dokumentit i referohet nenit 66 të Rregullores së KSHZ-së (nga viti 2017), pa specifikuar asnjë nga paragrafët e atij neni. Neni 66 i Rregullores rregullon aktet të cilat i miraton KSHZ-ja, në punën e saj dhe numëron aktet individuale si vendimet, aktvendimet dhe konkluzionet dhe aktet e përgjithshme si rregullore, udhëzime, programe dhe planin. LPPA i përcakton këto akte individuale si akte administrative të miratuara në bazë të ligjit. Kjo do të thotë se me ligj parashikohet një procedurë specifike për miratimin e aktit administrativ përkatës. Por Kodi zgjedhor parashikon vetëm të drejtën e KSHZ-së, të mbajë Regjistër pa përcaktuar një procedurë për mbajtjen e Regjistrit. Është logjike dhe më e përshtatshme që KSHZ-ja të plotësojë këtë boshllëk duke miratuar një akt nënligjor të përgjithshëm, përkatësisht një udhëzim, por kjo nuk është bërë. Në këtë situatë të mungesës së rregullimit të një procedure nga ligji amë dhe institucioni, Ligji për procedurën e përgjithshme administrative duhet të zbatohet në mënyrë subsidiare për të garantuar ligjshmërinë e aktit, përkatësisht Regjistrin.

Radiodifuzerët, mediat e shkruara dhe mediat elektronike (portalet) janë të detyruara të krijojnë **lista çmimeve për reklamim politik të paguar** në fushatën zgjedhore në afat prej 5 ditë nga dita e shpalljes së zgjedhjeve dhe brenda të njëjtit afat t'i paraqesin ato në KSHZ, EShR dhe KSHPK, ndërsa radiodifuzerët gjithashtu t'i paraqesin ato në ASHMAA. Ata janë gjithashtu të detyruar të publikojnë këto lista të çmimeve të paktën dy herë, nga data e përcaktimit të tyre,<sup>28</sup> dhe nuk mund t'i ndryshojnë deri në fund të zgjedhjeve<sup>29</sup>. KSHZ-ja është gjithashtu e detyruar të publikojë listat e çmimeve në faqen e saj të internetit. Nëse KSHZ-ja konstaton parregullsi në listat e çmimeve, ajo njofton mediat për të bërë korrigjim dhe nëse nuk ka procedura brenda 72 orëve, nuk do të regjistrohet në regjistër<sup>30</sup> dhe humbet të drejtën për të ofruar shërbime për reklamim politik të paguar<sup>31</sup>.

Radiodifuzerët, mediat e shkruara dhe mediat elektronike (portalet) **lidhin një kontratë me pjesëmarrësit në fushatën zgjedhore** që përmban të dhëna të qarta për periudhën e reklamimit, çmimin e shërbimit dhe vlerën e kontratës<sup>32</sup>. KSHZ-ja nuk është aspak e përfshirë në këtë proces.

**Para pagesës** së shpenzimeve për reklamimin politik të paguar të publikuar, **ASHMAA është e detyruar të paraqesë një Raport** për Reklamimin Politik të Paguar të radiodifuzerëve në KSHZ në ditën e 20-të të heshtjes zgjedhore për raundin e parë dhe raundin e dytë të votimit, nëse mbahet<sup>33</sup>.

<sup>27</sup> Kodi zgjedhor neni 75-f paragrafi 6 dhe 7

<sup>28</sup> Kodi zgjedhor neni 75-gj paragrafët 3, 4 dhe 5

<sup>29</sup> Kodi zgjedhor neni 75-gj paragrafi 8

<sup>30</sup> Kodi zgjedhor neni 75-gj paragrafi 11

<sup>31</sup> Kodi zgjedhor neni 75-gj paragrafi 15

<sup>32</sup> Kodi zgjedhor neni 76-v paragrafi 8 dhe 9

<sup>33</sup> Kodi zgjedhor neni 76-d paragrafi 8

**Radiodifuzerët janë të detyruar të paraqesin Raportin për shërbimet e realizuara** në Agjencinë për Shërbime Mediatike Audio dhe Audiovizive brenda 5 ditëve nga fillimi i heshtjes parazgjedhore për raundin e parë dhe raundin e dytë nëse mbahet. Raporti për shërbimet e realizuara duhet të konfirmohet nga ASHMAA në afat prej pesë ditë nga data e dorëzimit të raportit. Radiodifuzerët janë të detyruar të paraqesin raportin e konfirmuar tek Pjesëmarrësi në fushatën zgjedhore, dhe pastaj dokumentacionin e plotë të Komisioni Shtetëror i Zgjedhjeve brenda 5 ditëve nga dita e konfirmimit të Raportit<sup>34</sup>.

**Media e shkruar dhe media elektronike (portalet në internet), Raportin mbi shërbimet e realizuara** përveç në shtojcë të faturës që duhet të përmbajë edhe kopje të publikimeve në medianë e shkruar dhe mediat elektronike (portal në internet) janë të detyruar ta paraqesin te pjesëmarrësi në fushatën zgjedhore, ndërsa pastaj dokumentacionin e plotë të Komisioni Shtetëror i Zgjedhjeve brenda 5 ditëve nga fillimi i heshtjes parazgjedhore për raundin e parë zgjedhor dhe raundin e dytë zgjedhor nëse mbahet<sup>35</sup>. **Raporti për shërbimet e ofruara duhet të përmbajë**<sup>36</sup>:

- një kopje të çdo publikimi me datë qartësisht të dukshme dhe të lexueshme për çdo ditë të periudhës për të cilën hapësira reklamuese është marrë me qira në mediumin e shtypur,

- një kopje (print-screen) të çdo baneri të botuar me një datë qartësisht të dukshme dhe të lexueshme, për çdo ditë të periudhës për të cilën hapësira reklamuese është marrë me qira në mediumin elektronik (internet portalin) që ofron dhënie me qira të një baneri fiks,

- një kopje (print-screen) të çdo baneri të botuar me një datë qartësisht të dukshme dhe të lexueshme, si dhe deklarata me shkrim mbi përshtypjet e realizuara për çdo ditë të periudhës për të cilën jepet me qira hapësira reklamuese e medias elektronike (internet portali), që ofron dhënie me qira të hapësirës reklamuese bazuar në përshtypjet.

## **Ku janë boshllëqet në proces?**

Kodi zgjedhor nuk është mjaft i qartë në përshkrimin e një procedure të reklamimit politik me pagesë, sepse e bën atë shumë të shpërndarë dhe të përgjithësuar në disa nene, pa një vijim të qartë dhe prej tyre mund të nxjerrin **katër faza të një procedure ose secila prej këtyre fazave të shihet si një procedurë e veçantë:**

- (1) Krijimi dhe publikimi i listave të çmimeve për reklamat politike nga subjektet,
- (2) Regjistrimi i subjekteve në regjistrin e KSHZ-së,
- (3) Nënshkrimi i marrëveshjes me pjesëmarrësit në fushatë, dhe
- (4) Dorëzimi i një fature, një plani mediatik dhe një raporti për shërbimet e ofruara në KSHZ-ja, si dhe në KSHPK, KSHPK dhe ESHR.

Asnjëra nga fazat individualisht, as të gjitha së bashku të konsideruara si një procedurë nuk kanë **elemente të një procedure administrative në përputhje me dispozitat e Ligjit për procedurën e përgjithshme administrative (LPPA)**. Ekzistenca e një procedure të tillë presupozon përcaktimin e situatës faktike të çdo subjekti dhe marrjen e vendimit duke miratuar një akt administrativ specifik, përkatësisht një vendim që do të përmbajë një shpjegim të përshtatshëm. Respektimi i një procedure të tillë për institucionet publike duhet të jetë i domosdoshëm në punën e tyre, pasi siguron ligjshmërinë në veprim. Prandaj, në secilën prej këtyre fazave ekziston një element i autoritetit diskrecional që KSHZ-ja e nxjerr në mënyrë implicite ose eksplicite nga Kodi zgjedhor.

**Së pari, krijohet një pozitë e pabarabartë** midis mediave (radiodifuzerëve dhe mediave të shkruara) që rregullohen me Ligjin për media dhe mediave elektronike (portaleve) që ky ligj nuk i njeh, në mënyrë që të dy llojet e mediave të parashikohen në Kodin zgjedhor me të njëjtat të drejta, por të parat kanë rregulla të rrepta për punën si gjatë zgjedhjeve ashtu edhe pas zgjedhjeve dhe i nënshtrohen

<sup>34</sup> Kodi zgjedhor neni 76-d paragrafi 9

<sup>35</sup> Kodi zgjedhor neni 76-d paragrafi 10

<sup>36</sup> Kodi zgjedhor Neni 76-d paragrafi 11 alineja 1, 2 dhe 3

kontrollit nga ASHMAA-së, ndërsa këto të fundit rregullohen minimalisht dhe përjashtohen nga kontrolli i ASHMAA-së.

**Së dyti, është e paqartë nëse KSHZ-ja, gjatë regjistrimit të subjekteve në regjistër për radiodifuzerë, mediat e shtypura dhe mediat elektronike**, kryen një procedurë verifikimi dhe vlerëson përshtatshmërinë e tyre (nëse plotësojnë kushtet) për t'u regjistruar në regjistër. Nëse kjo nuk ndodh, ekziston mundësia që në këtë regjistër të gjenden media që shpesh publikojnë përmbajtje që nuk janë profesionale dhe të denja dhe që lejohen të jenë pjesë e fushatës zgjedhore. Nëse do të kishte një procedurë të tillë, edhe në këtë fazë, KSHZ-ja do të ketë një shans që mediat elektronike të parregulluara t'i skualifikojnë dhe të parandalojnë financimin e tyre.

**Së treti, Kodi zgjedhor nuk parashikon një detyrim të qartë për KSHZ-në për të kryer një procedurë për kontrollin e dokumentacionit që subjektet i bashkëngjisin faturës së pagesës dhe të kontrollojnë nëse kanë përmbushur detyrimet e tyre.** Radiodifuzerët kontrollohen nga ASHMAA, ndërsa për mediat elektronike (portalet) nuk ka mekanizëm kontrolli, dhe Kodi zgjedhor nuk parashikon ndonjë detyrim të qartë të KSHZ-së nëse vëren lëshim në dokumentacion për ta kthyer atë për korrigjim ose për të refuzuar kërkesën për pagesën e faturës në fjalë.

Kjo do të thotë se KSHZ-ja **ka diskrecion të plotë nëse do të angazhohet në vendosjen** e disa kërkesave individuale për pagesën e mjeteve financiare mbi këtë bazë dhe do t'i refuzojë ose pranojë ato me një akt specifik administrativ, ose do të paguajë mjetet nga buxheti i shtetit pa kryer një procedurë të tillë, vetëm sipas vlerësimit të saj të lirë. **Kjo do të thotë se Kodi zgjedhor lejon mjete buxhetore për financimin e mediave elektronike (portale) që potencialisht mund të kërcënojnë sigurinë kombëtare, të nxisin shkatërrimin e dhunshëm të rendit kushtetues, të bëjnë thirrje për agresion dhe konflikt të armatosur ose të nxisin diskriminim, intolerancë dhe urrejtje.** Nëse bëhet një analizë më e detajuar e përmbajtjeve të përditshme të publikuara nga internet portalet, të cilat në vitet e kaluara kanë marrë mjete për reklamim politik të paguar, ka shumë të ngjarë të hasni në disa përmbajtje të tilla, gjë që është e papranueshme.

**Nëse Kuvendi nuk miraton ndryshimin e paralajmëruar në Kodin zgjedhor për heqjen e reklamimit politik të paguar, lëshimet e lartpërmendura do të ekzistojnë dhe do të vazhdojnë të krijojnë kushte për keqpërdorim të sistemit.** Sepse procedura është garanci për demokracinë ndërsa në këtë rast kemi mungesë të plotë të procedurave. Prandaj, deri në shfuqizimin, **Ministria e Drejtësisë dhe KSHZ-ja duhet** të miratojnë akte nënligjore të përshtatshme që do të rregullojnë procedurën e financimit të reklamimit politik të paguar në përputhje me dispozitat dhe parimet e LPPA. Të dy institucionet kanë një juridiksion të tillë, kështu që nëse njëri nuk arrin të plotësojë boshllëkun ligjor, tjetri mund ta bëjë këtë<sup>37</sup>, kështu që përgjegjësia bie mbi të dy institucionet. Deri më tani, u është dashur ta mbushin këtë boshllëk.

---

<sup>37</sup> Ministria e Drejtësisë ka kompetencë të miratojë akte nënligjore për rregullimin e mëtejshëm të Kodit zgjedhor, ndërsa KSHZ-ja, në përputhje me dispozitat e Rregullores së saj të punës nga Kreu 10, neni 58-61 (<https://shorturl.at/grELT>), ka kompetencë të miratojë akte nënligjore të përgjithshme si rregulla, udhëzime, procedura, plane, programe, etj.



## 2. REKLAMA POLITIKE ME PAGUAR DISKRECIONARE NË ZGJEDHJET E FUNDIT

Të dhënat nga Enti Shtetëror për Revizion<sup>38</sup> nga raportet e paraqitura nga mediat dhe subjektet e tjera për reklamim politik me pagesë në zgjedhjet e fundit vendore në vitin 2021 tregojnë se në bazë të këtij autorizimi diskrecional nga buxheti i shtetit, janë paguar gjithsej **167.441.762,00 denarë**, përkatësisht rreth 2.722.630,00 euro. Kjo shumë është sigurisht më e lartë, sepse në disa prej raporteve shuma është në neto, ndërsa pjesërisht në shumë bruto.

Përveç kësaj, **shoqëritë komerciale të radiodifuzionit**, të cilat sipas Ligjit për media kanë statusin e mediave, janë paguar **113,563,941.00 denarë** (1,846,568 euro), ndërsa personat e tjerë juridikë që nuk kanë statusin e mediave por megjithatë nuk kanë marrë fonde për reklamim politik të paguar janë paguar **53,877,821.00 denarë** (876,000 euro).

Meqenëse Kodi zgjedhor nuk rregullon një procedurë efektive të bazuar në LPPA për pagesën e këtyre shpenzimeve, kjo do të thotë që KSHZ merr vetëm fatura dhe bën pagesën e tyre, me anë të së cilës ka diskrecion të plotë nëse do të pranohen shpenzime të caktuara apo jo. **Nuk ka vendime të arsyetuara në dispozicion të publikut në faqen e internetit të KSHZ-së që do të përcaktojnë dhe njohin shpenzimet e bëra.**

Nëse bëhet një kontroll për ushtrimin e këtyre kompetencave diskrecionale të Komisionit Shtetëror të Zgjedhjeve, përfundimi i mëposhtëm mund të nxirret përmes prizmit të zbatimit të Ligjit për procedurën e përgjithshme administrative, i cili duhet të zbatohet nga Komisioni, në këtë rast:

- Komisioni Shtetëror i Zgjedhjeve autorizohet nga Kodi zgjedhor për të vendosur sipas gjykimit të tij,
- Nuk mund të përcaktohet nëse rezoluta diskrecionale ka marrë parasysh qëllimin për të cilin është dhënë autorizimi, sepse nuk ka vendim nga Komisioni Shtetëror i Zgjedhjeve përmes të cilit pranohen ose nuk pranohen shpenzimet dhe në cilën masë pranohen ato, dhe
- Nuk ka asnjë akt që e zgjidh këtë çështje në mënyrë diskrecionale, që do të thotë se nuk ka asnjë shpjegim të veçantë se pse disa shpenzime pranohen ose jo.

Siç shihet, ndarja e mjeteve financiare për reklamim politik të paguar nuk kryhet në përputhje me Ligjin për procedurën e përgjithshme administrative, përkatësisht nuk plotësohen dy nga tre kushtet e nevojshme për ushtrimin e këtyre kompetencave. Kështu, mungesa e një vendimi veçanërisht të arsyetuar për pranimin e shpenzimeve jo vetëm që lë mundësi për keqpërdorime, por gjithashtu parandalon mbrojtjen ligjore të subjekteve që përfundimisht do të refuzoheshin, përkatësisht, të cilëve nuk do t'u paguhen faturat.

Me qëllim të përcaktimit të plotë të praktikës në lidhje me pagesën e shpenzimeve të reklamimit politik të paguar të publikuar, Qendra për Menaxhim me Ndryshime më 11.01.2024 kërkoi në mënyrë elektronike nga Komisioni Shtetëror i Zgjedhjeve që të dorëzojë të gjitha aktet me të cilat janë ndarë mjete financiare për reklamim politik të paguar për partitë politike në Zgjedhjet Parlamentare 2020 (të cilat ishin objekt i analizës në këtë Raport), si dhe të gjitha aktet me të cila paguhen shpenzimet e reklamimit politik të paguar. Komisioni Shtetëror i Zgjedhjeve me vendimin nr. 03-95/2 date 01.02.2024 ka pranuar kërkesën për qasje të lirë në informata dhe është përgjigjur se partitë paraqesin pranë

<sup>38</sup> Raportet mbi hapësirën reklamuese të përdorur nga secili prej pjesëmarrësve në fushatën zgjedhore dhe fondet e paguara ose të kërkuara mbi atë bazë, Enti Shtetëror për Statistikë (ESHR), [https://dzt.mk/mk/izvestai-politicki-partii?field\\_godina\\_na\\_odrzhuvane\\_value=&field\\_tip\\_izbori\\_value=Парламентарни%20избори&page=2](https://dzt.mk/mk/izvestai-politicki-partii?field_godina_na_odrzhuvane_value=&field_tip_izbori_value=Парламентарни%20избори&page=2)

Komisionit një marrëveshje që përcakton mënyrën e shpërndarjes së këtyre mjeteve financiare, ndërsa Komisioni në bazë të kësaj marrëveshje bën pagesën pa kryer procedurë dhe pa marre vendime individuale, duke marrë parasysh mos kalohet maksimumi i lejuar ligjor i mjeteve financiare të siguruara. Nga kjo situatë, mund të shihet më së miri mungesa e procedurave dhe kriterëve dhe diskrecioni i plotë në ndarjen dhe pagesën e mjeteve buxhetore për këtë qëllim.

Shqyrtimi i Regjistrin të Radiodifuzerëve, Mediave të Shkruara dhe Mediave Elektronike (internet portalet)<sup>39</sup> të cilin e mban KSHZ-ja në përputhje me Kodin zgjedhor, për zgjedhjet e vitit 2020, konfirmon më tej gjetjet e kësaj analize. Konkretisht, ky Regjistër në seksionin për mediat elektronike (portalet e internetit) përmban subjekte që nuk kanë aktivitet mediatik ose përfaqësojnë one-issue revista, ka edhe situata kur një portal elektronik është renditur tre herë për çdo version gjuhësor të së njëjtës faqe interneti (gjuha maqedonase, gjuha shqipe dhe gjuha angleze). Gjithashtu, sipas të dhënave nga Media Ownership Monitor, gjatë zgjedhjeve lokale 2021, në Regjistrin e KSHZ-së janë regjistruar gjithsej 191 media online<sup>40</sup>. Nga ana tjetër, në Regjistrin e Mediave Profesionale Online, i cili përcakton kriteret të qarta të përshtatshmërisë për regjistrim (ndryshe nga Regjistri i KSHZ-së i cili nuk ka aspak kriteret), në vitin 2020 janë regjistruar gjithsej 101 media elektronike. Kështu, 90 media elektronike ishin pjesë e Regjistrin të KSHZ-së që nuk ishin pjesë e Regjistrin të Mediave Profesionale Online, i cili tregon se ato nuk i plotësojnë kriteret e përcaktuara. Këtë mangësi e dëshmon edhe raporti i fundit meda data i SHGM-së, sipas gjetjeve të të cilit, "shumica e subjekteve në sferën online të regjistruara në KSHZ për reklamim, nuk kanë publikuar impresum, gjegjësisht të dhëna për strukturën e pronësisë dhe për personat që përgatisin përmbajtjen, ndërsa disa prej tyre, nga ana tjetër, dyshohen se kanë lidhje edhe me partitë politike<sup>41</sup>." Kjo gjithashtu sugjeron që KSHZ-ja nuk e merr parasysh Regjistrin e SHGM-së dhe të KEM-së si një instrument legjitim për të mbushur boshllëkun ekzistues.

Kështu, **subjektet të cilëve u paguhen faturat për reklamim politik** në drejtim të keqpërdorimeve të mundshme mund të ndahen në dy grupe, si më poshtë vijon:

1. **Televizionet dhe radiot** (pavarësisht nga statusi i tyre), mbi të cilat bëhet pagesa e mjeteve në bazë të një raporti<sup>42</sup> që Agjencia për Shërbime Mediatike Audio dhe Audiovizuale paraqet në Komisionin Shtetëror të Zgjedhjeve, dhe i cili raport përgatitet në bazë të monitorimit që kjo Agjenci bën mbi këto media. Gjatë kësaj, të dhënat nga raporti i Agjencisë janë në përputhje me faturat e paguara, që do të thotë se në këtë rast ka të dhëna objektive mbi bazën e të cilave bëhet pagesa. Në këtë rast, të paktën ka një kontroll faktike, përkatësisht dihet se shërbimet që janë paguar nga buxheti janë realizuar.
2. **Mediat elektronike (portalet)** janë dukshëm më pak të kontrolluara në krahasim me radiodifuzerët dhe verifikimi i dokumentacionit të paraqitur për pagesën e mjeteve financiare nuk është i detyrueshëm, përkatësisht i lihet vullnetit të KSHZ-së. Megjithëse KSHZ (si të gjitha institucionet e sektorit publik) është e detyruar të veprojë në përputhje me LPPA sa herë që një procedurë e caktuar nuk rregullohet nga ligji amë (në këtë rast Kodi zgjedhor), kjo nuk ndodh në procedurën e ndarjes së mjeteve për këtë kategori subjektësh.

<sup>39</sup> <https://www.sec.mk/registar-na-radiodifuzeri-pechateni-mediumi-i-elektronski-mediumi-internet-portali/>

<sup>40</sup> [Онлайн | Media Ownership Monitor \(mom-gmr.org\)](https://www.mom-gmr.org/)

<sup>41</sup> Raporti i metadatave, SHGM, 2023, f. 50 [https://znm.org.mk/wp-content/uploads/2024/01/MK-MetaData-Report-121223-web\\_k.pdf](https://znm.org.mk/wp-content/uploads/2024/01/MK-MetaData-Report-121223-web_k.pdf)

<sup>42</sup> [Raportet nga ASHMAA deri në KSHZ – Agjencia për shërbime mediatike audio dhe audiovizuale \(avmu.mk\)](#)

## KONKLUZIONE:

1. Kodi zgjedhor i lë diskrecion të plotë Komisionit Shtetëror Zgjedhor në pagimin e shpenzimeve për reklamim politik të paguar të publikuar, sepse megjithëse ligji përmban rregulla të përgjithshme për shpërndarjen e këtyre shpenzimeve, nuk ka kritere dhe procedura specifike përmes të cilave do të jetë e mundur të përcaktohet nëse shpenzimet që paguhen nga buxheti, realisht janë realizuar.
2. Komisioni Shtetëror i Zgjedhjeve nuk kryen asnjë procedurë dhe nuk merr vendime veçanërisht të arsyetuara për pranimin dhe pagesën e shpenzimeve për reklamim politik të paguar të publikuar, gjë që është në kundërshtim me Ligjin për procedurën e përgjithshme administrative. Kjo kryesisht për shkak se nuk ka kritere të qarta, përmbushja e të cilave do të kontrollohej në procedurën e njohjes së shpenzimeve.
3. Kodi zgjedhor lejon që mjetet financiare të buxhetit të ndahen për reklamim politik të paguar në portalet e internetit, të cilat nuk rregullohen si media me legjislacion sistematik sepse portalet nuk rregullohen me Ligjin për mediat.
4. Lëshimi i pikës paraprake lejon që mjetet buxhetore të përdoren për financimin e mediave elektronike (portaleve) që potencialisht mund të kërcënojnë sigurinë kombëtare, të nxisin shkatërrimin e dhunshëm të rendit kushtetues, të bëjnë thirrje për agresion dhe konflikt të armatosur, ose të nxisin diskriminim, intolerancë dhe urrejtje.
5. Mediat elektronike (portalet) që marrin mjete financiare nga buxheti për reklamim politik me pagesë, nuk kanë asnjë detyrim të kenë redaktorë, impresium, që do të thotë se ato mund të jenë burim i lajmeve të rreme, ndërsa në të njëjtën kohë marrin mjete nga buxheti.
6. Mediat elektronike (portalet) që marrin mjete financiare nga buxheti për reklama politike me pagesë nuk kanë asnjë detyrim ligjor të qartë për të mbrojtur të miturit në lidhje me përmbajtjen që ata publikojnë (për shembull, pornografia, dhuna, etj.).
7. Përveç operimit në të ashtuquajturën zonë gri (pa rregullim të qartë në përputhje me ligjin), internet portalet nuk kanë asnjë kontroll mbi shërbimet që tarifojnë. Gjegjësisht, ndërsa radiodifuzerët janë nën monitorim të vazhdueshëm për fushatat politike që zbatohen nga ASHMAA, mediat elektronike (portalet) pa asnjë kontroll raportojnë për arkëtimin e mjeteve, vetëm në të drejtën e tyre, gjë që lë një hapësirë të madhe për keqpërdorim.
8. Të dhënat nga Enti Shtetëror për Revizion nga raportet e paraqitura nga mediat dhe subjektet e tjera për reklamim politik me pagesë në zgjedhjet e fundit vendore në vitin 2021 tregojnë se në bazë të këtij autorizimi diskrecional nga buxheti i shtetit, janë paguar gjithsej 167.441.762,00 denarë, përkatësisht rreth 2.722.630,00 euro.
9. Në rastin e televizionit dhe radios, ka raporte nga Agjencia për Shërbime Mediatike Audio dhe Audiovizuale, të përgatitura në bazë të monitorimit nga i cili mund të kontrollohet nëse shërbimet e ngarkuara nga buxheti janë realizuar realisht. Në subjektet e tjera, shumica e të cilave nuk janë fare media në përputhje me Ligjin për media, nuk ka dëshmi se shërbimet janë realizuar, gjë që lë hapësirë të madhe për keqpërdorim të mjeteve buxhetore. Në zgjedhjet e fundit vendore në vitin 2021, u paguan edhe 53,877,821.00 denarë (876,000 euro), pa kontrolluar nëse shërbimet e paguara janë realizuar.

10. Duke pasur parasysh faktin se nuk miratohet asnjë akt specifik në një procedurë të përcaktuar me të cilën do të pranohen ose jo faturat e marra, nuk ka mbrojtje ligjore të subjekteve të cilave nuk mund t'u pranohen faturat. Në praktikë, me siguri të gjitha faturat janë paguar plotësisht, kështu që ky problem nuk është shfaqur, megjithatë mbrojtja ligjore garantohet me Amendamentin XXI të Kushtetutës së Republikës së Maqedonisë së Veriut, kështu që në atë pjesë praktika e këtyre kompetencave diskrecionale nuk është në përputhje me Kushtetutën.

## REKOMANDIME:

1. Të rivlerësohet nevoja për ekzistencën e reklamimit politik të paguar në përgjithësi, përkatësisht nëse është e nevojshme të përdoren miliona euro para buxhetore për të financuar fushata politike dhe cili është interesi publik për këtë.
2. Nëse nuk hiqet reklamimi politik me pagesë, është e nevojshme që Ministria e Drejtësisë dhe KSHZ-ja, përmes akteve nënligjore të përshtatshme, të përcaktojnë kritere të qarta në lidhje me pranimin e faturave dhe pagesën e shpenzimeve për reklamimin politik me pagesë të publikuar, si dhe të krijojnë një procedurë në të cilën do të kontrollohet përmbushja e këtyre kritereve para se të paguhen mjetet buxhetore. Kjo procedurë duhet të jetë në përputhje me parimet dhe dispozitat e LPPA.
3. Nëse reklamimi politik me pagesë nuk shfuqizohet, Ministria e Drejtësisë dhe KSHZ-ja duhet të krijojnë një procedurë të qartë për mirëmbajtjen e Regjistrit të Radiodifuzerëve, Mediave të Shkruara dhe Mediave Elektronike, të mbajtur nga KSHZ-ja. Kjo mund të bëhet me anë të ndërhyrjes në Kodin zgjedhor ose miratimit të një akti nënligjor të përgjithshëm, përkatësisht udhëzimit nga KSHZ-ja.
4. Nëse reklamimi politik me pagesë nuk shfuqizohet, është e detyrueshme të rregullohet statusi i mediave elektronike (portaleve) në kuptimin që duhet të kenë të njëjtat detyrime si radiodifuzerët, në mënyrë që ata gjithashtu të kenë të njëjtat të drejta kur marrin fonde për reklamim politik të paguar, përkatësisht, të krijojnë një marrëdhënie reciproke kundrejt detyrimeve që kanë radiodifuzerët dhe mediat e shtypura në përputhje me Ligjin për media. Kjo do të nënkuptonte regjistrimin e detyrueshëm në një regjister që do të rregullohet ligjërisht, ekzistencën e një redaktori dhe punonjësi përgjegjës, ekzistencën e impresumit, detyrimin për botim dhe korrigjime, mbajtjen e përgjegjësisë civile për shpifje dhe fyerje, si dhe detyrimin të kujdesen dhe mbrojnë interesin publik.
5. KSHZ-ja duhet të shpallë publikisht të gjitha vendimet individuale për pagesën e mjeteve financiare për reklamim politik të paguar në faqen e saj të internetit, në mënyrë që publiku të ketë njohuri për justifikimin dhe ligjshmërinë e pagesës së mjeteve.
6. Vendosni një mekanizëm për kontrollin e shërbimeve të paguara në mediat elektronike (portalet), përkatësisht kontroll nëse faturat që i paraqesin korrespondojnë me shërbimet e ofruara realisht.
7. Inspektorati Shtetëror i Punës duhet të bëjë kontrolle në të gjitha mediat elektronike (portalet) që kanë marrë fonde nga buxheti i shtetit për reklamim politik të paguar nëse kanë punësuar persona që punojnë në përgatitjen e përmbajtjes, përkatësisht si janë angazhuar këta persona, nëse janë paguar pagat dhe kontributet e pagave për punonjësit.

8. Drejtoria e të Ardhurave Publike duhet të ushtrojë kontroll mbi të gjitha mediat elektronike (portalet) që kanë marrë fonde nga buxheti i shtetit për reklamim politik të paguar nëse dhe si kanë paguar tatimin mbi të ardhurat e tyre.
9. Komisioni Shtetëror i Zgjedhjeve merr vendime veçanërisht të arsyetuara për njohjen e faturave dhe pagesën e shpenzimeve për reklamimin politik të paguar të publikuar, përmes të cilave mund të verifikohet ligjshmëria e ushtrimit të kompetencave diskrecionale, dhe në të njëjtën kohë do t'u ofrohet mbrojtje ligjore subjekteve të cilave përfundimisht nuk do t'u njihen dhe paguhen shpenzimet e reklamimit politik të paguar të publikuar.

# ANEKSI 1 HP ASQYR®E MJ ETEVE T® SHPENZUARA NGA BUXHETI P®R REKLAMAT POLITIK T®PAGUAR

**TABELA 1 - Reklamimi politik i paguar në subjektet jo mediatike sipas Ligjit për mediat**

Numri rendor	Reklamim politik i paguar në subjektet jo mediatike
1.	35.285 denarë – Shoqata “Zhurnalist” – Koalicioni Mundemi
2.	35.285 denarë – Shoqata “Zhurnalist” – Koalicioni Mundemi
3.	72.750 denarë – MEDIA ONLINE – Zëri për Maqedoninë
4.	72.750 denarë – MEDIA ONLINE – BDI
5.	36.285 denarë - MEDIA ONLINE – E Majta
6.	141.600 denarë – MEDIA ONLINE – Koalicioni Mundemi
7.	217.710 denarë – MEDIA ONLINE – Maqedonia e Bashkuar
8.	145.140 denarë - MEDIA ONLINE – Demokratët
9.	283.200 denarë – CLIP MEDIA GROUP – Koalicioni Mundemi
10.	72.750 denarë – GRUPI MEDIATIK KLIP – SDU
11.	217.710 denarë – KLIP MEDIA GRUP-Maqedonia e Bashkuar
12.	145.140 denarë - CLIP MEDIA GROUP – Demokratët
13.	431,874 denarë – PLUS INFO – Koalicioni për Ripërtëritjen e Maqedonisë
14.	184.500 denarë – PLUS INFO – BDI
15.	20,000 denarë – PLUS INFO – GDU
16.	30.000 denarë – PLUS INFO – E Majta
17.	431.858 denarë – MEDIA KAJGANA SHPK – Koalicioni për Ripërtëritjen e Maqedonisë
18.	68,000 denarë - KAJGANA MEDIA SHPK – Koalicioni Mundemi
19.	149,494 denarë – SCREEN MEDIA SHPKNJP – Koalicioni Aleanca për Shqiptarët dhe Alternativa
20.	4,848,643 MKD – SCREEN MEDIA SHPKNJP – Koalicioni për Ripërtëritjen e Maqedonisë
21.	68.257 denarë – SCREEN MEDIA SHPKNJP – Zëri për Maqedoninë
22.	289.074 denarë - SCREEN MEDIA SHPKNJP – PDSH
23.	2.089.763 denarë - SCREEN MEDIA SHPKNJP – BDI

24.	395.612 denarë - SCREEN MEDIA SHPKNJP – Maqedonia e Bashkuar
25.	105.573 denarë - SCREEN MEDIA SHPKNJP – INTEGRA
26.	223.366 denarë - SKRIN MEDIA SHPKNJP– E Majta
27.	131.846 denarë - SCREEN MEDIA SHPKNJP – SDU
28.	242.253 denarë - ACCENT MEDIA – PDSH
29.	310.510 denarë - ACCENT MEDIA – Koalicioni Aleanca për Shqiptarët dhe Alternativa
30.	467.953 denarë - ACCENT MEDIA – Maqedonia e Bashkuar
31.	267.845 denarë - ACCENT MEDIA – GDU
32.	93.780 denarë - MEDIAT ACCENT – Zëri për Maqedoninë
33.	492.820 denarë - ACCENT MEDIA – INTEGRA
34.	384.236 denarë - ACCENT MEDIA – E Majta
35.	64.973 denarë - ACCENT MEDIA-SDU
36.	1.057.543 denarë - ACCENT MEDIA – BDI
37.	467.953 denarë - ACCENT MEDIA – Maqedonia e Bashkuar
38.	5.948.483 MKD - ACCENT MEDIA – Koalicioni Mundemi
39.	7.178.930 denarë - ACCENT MEDIA – Koalicioni Ripërtëritjen e Maqedonisë
40.	325.700 denarë – ZPix media SHPKNJP – Partia Popullore e Romëve
41.	57.000 denarë – ZPIX media SHPKNJP – Koalicioni Mundemi
42.	57.000 denarë – ZPIX media dooel – Koalicioni për Ripërtëritjen e Maqedonisë
43.	1.233.690 denarë – GLOBAL NET shpknpj - Koalicioni për Ripërtëritjen e Maqedonisë 11 207 787
44.	253,995 denarë – MEDIANET LTD. - Koalicioni për Ripërtëritjen e Maqedonisë
45.	59,000 denarë – Nimo-Ohridnews - Koalicioni për Ripërtëritjen e Maqedonisë
46.	70,800 denarë – Nimo-Ohridnews - Koalicioni Mundemi
47.	255,234 denarë – SMARTGROUP LDT - Koalicioni për Ripërtëritjen e Maqedonisë
48.	1.455.818 denarë – DNID First Republic SHPK - Koalicioni për Ripërtëritjen e Maqedonisë
49.	195.530 denarë – MOST DY SHPK - Koalicioni Mundemi
50.	30.000 denarë – MOST DY SHPK – Maqedonia e Bashkuar
51.	denarë – MOST DY SHPK – Partia Juaj
52.	36.286 denarë – MOST DY SHPK – SDU
53.	123,390 MKD - Flaka Info SHPKNJP – BDI
54.	616.950 denarë - Flaka info SHPKNJP – BDI
55.	90,000 denarë - M&M media DPTUP - Koalicioni Mundemi

56.	92.250 denarë - M&M media DPTUP - Koalicioni për Ripërtëritjen e Maqedonisë
57.	947.517 denarë- TV DUE NAZMI SHPKNJP – BDI
58.	1.088.550 - DTU Actuale SHPKNJP – BDI
59.	86,500 denarë - NOVA TV - Koalicioni Mundemi 34 910454
60.	25.000 denarë NOVA TV - Partia Juaj
61.	263.174 denarë- Media Plus Focus - Koalicioni Mundemi
62.	541.048 denarë- Media Plus Focus - Koalicioni për Ripërtëritjen e Maqedonisë
63.	97.881 denarë- Media Plus Focus – E Majta
64.	30.750 denarë- Media Plus Focus – SDU
65.	61,500 denarë- Media Plus Focus – Partia Juaj
66.	61.500 denarë- Media Plus Focus – BDI
67.	59.169 denarë - Shërbimi Maqedonas i Mediave SHPKNJP - Koalicioni Mundemi
68.	218.405 denarë - TEAM MK - Ripërtëritja e Maqedonisë
69.	66.420 denarë - SHORTKAT SHPKNJP - Koalicioni Mundemi
70.	46.125 denarë- MEDIA INFONET – Maqedonia e Bashkuar
71.	25.000 denarë – OHRIDRESS – GDU
72.	40,000 denarë - OHRIDPRESS - Zëri i Maqedonisë
73.	50.078 MKD - Tastatura SHPKNJP - Koalicioni Mundemi 7 020 114
74.	95.189 denarë - Tastatura SHPKNJP - Koalicioni për Ripërtëritjen e Maqedonisë
75.	18.450 MKD - Tastatura SHPKNJP – Partia juaj
76.	98,400 denarë - DTU Lux Fashion Group - Koalicioni Mundemi
77.	290.988 denarë - DMS Komunikacija SHPKNJP – Koalicioni Ripërtëritja për Maqedoninë
78.	725.700 denarë - NEKST LEVEL SOLUSHN SHPKNJP– Koalicioni Ripërtëritja për Maqedoninë
79.	584.100 denarë - MARMAKS STEP SHPKNJP – Koalicioni Ripërtëritja për Maqedoninë
80.	141.600 denarë - MARMAKS STEP SHPKNJP – SDU
81.	145.140 denarë - MEGASTAR PRODUKCIJA SHPKNJP – Koalicioni Ripërtëritja për Maqedoninë
82.	221.250 denarë - MEGASTAR PRODUCTION SHPKNJP – Demokratët
83.	653.230 denarë - MEGASTAR PRODUKTI SHPKNJP – Maqedonia Unike
84.	123.000 MKD - LT TREID SHPKNJP – Koalicioni Ripërtëritja për Maqedoninë
85.	187,500 denarë - LT TREID SHPKNJP – Demokratët
86.	311.000 denarë - LT TREID SHPKNJP – Maqedonia Unike
87.	55.713 MKD - LT TREID SHPKNJP – Koalicioni Mundemi



88.	34.500 denarë - LT TREID SHPKNJP – GDU
89.	183.300 denarë - B7 FOTO DHE VIDEO PRODHIM SHPKNJP – Demokratët
90.	372.900 denarë - B7 FOTO DHE VIDEO PRODUKSION– Maqedonia e Bashkuar
91.	616.840 denarë - GRUPI ACCENT SHPK – Koalicioni Ripërtëritja për Maqedoninë
92.	30.000 MKD – Triple – I Lab SHPK – SDU
93.	431.874 denarë – Triple – I Lab shpk – Koalicioni Zëri për Maqedoninë
94.	27.000 denarë – Triple – I Lab SHPK – Zëri i Maqedonisë
95.	308.482 denarë - DUTP OHËR NJËZET E KATËR SHPKNJP – Koalicioni Zëri për Maqedoninë
96.	1,048,814 denarë - DTU EM MEDIA SHPK – Koalicioni Zëri për Maqedoninë
97.	65.676 denarë - FAKTE COM SHPKNJ - Koalicioni Mundemi
98.	123.390 denarë - FAKTE COM SHPKNJP – BDI
99.	76.000 denarë - TP INFOLAB - Koalicioni Mundemi
100.	121.000 denarë – TP INFOLAB – BDI 10 324 781
101.	933.180 denarë - DRMT LID KOMUNIKESHNS SHPK – Koalicioni Zëri për Maqedoninë
102.	1.236.000 MKD - DRMT LID KOMUNIKATIONS SHPK – Koalicioni Mundemi
103.	111.240 MKD - DRMT LID KOMUNIKATES SHPK – Integra
104.	83.340 MKD - DRMT LID KOMunikates SHPK – SDU
105.	37.080 denarë - DRMT ID KOMunikations SHPK – GDU
106.	225,570 MKD - DRMT LID KOMUNIKATIONS SHPK – E Majta
107.	225.570 denarë - DRMT LID KOMUNIKATIONS SHPK - Maqedonia e Bashkuar
108.	1.205.100 denarë - DTU OK MEDIA SHPKNJP – Koalicioni Zëri për Maqedoninë
109.	1.866.360 denarë - DTU OK MEDIA SHPKNJP – Koalicioni Mundemi
110.	77.250 denarë - DTU OK MEDIA SHPKNJP – Integra
111.	129.780 denarë - DTU OK MEDIA SHPKNJP – SDU
112.	92,700 denarë - DTU OK MEDIA SHPKNJP – GDU
113.	145.230 denarë - DTU OK MEDIA SHPKNJP – E Majta
114.	307.500 denarë - BASHKë TV SHPK – BDI
115.	727.925 denarë- KOHA PRODUKSION SHPK – BDI
116.	1.091.913 denarë- KOHA PRODUKSION SHPK – BDI
117.	193.632 denarë- KOHA PRODUKSION SHPK – Koalicioni Mundemi
118.	290.044 denarë- NJU MEDIA KOMUNIKATION SHPKNJP- Koalicioni Zëri për Maqedoninë
119.	132.160 denarë - NJU MEDIA KOMUNIKATION SHPKNJP – Koalicioni Mundemi

120.	49.064 MKD - NJU MEDIA KOMUNIKATIONS SHPKNJP – MORO
121.	72.641 denarë - NJU MEDIA KOMUNIKATIONS SHPKNJP – BDI
122.	104.700 denarë- SHOQATA MEDIATIKE – MORO
123.	30.848 denarë - DUT Radio StrumicaNet SHPKNJP – Koalicioni Zëri për Maqedoninë
124.	26.100 denarë - DUT Radio StrumicaNet SHPKNJP - Koalicioni Mundemi
125.	83.714 denarë - Babinski SHPKNJP - Koalicioni Mundemi
126.	35.150 denarë - AGRO TEAM BURSA SHPKNJP - Koalicioni Mundemi
127.	299.174 denarë - MEGA MEDIA SHPKNJP – Koalicioni Zëri për Maqedoninë
128.	616.388 denarë - GRUPI ACCENT SHPK – Koalicioni Zëri për Maqedoninë
<b>GJITHSEJ</b>	<b>53.877.821.00 denarë (876.000 EUR)</b>

**TABELA 2 - Reklamimi politik i paguar në media**

Numri rendor	Reklamim politik i paguar në media
1.	4.141.353 denarë – TV MAKPETROL SHPKNJP TELMA – Koalicioni Mundemi
2.	49.677 denarë – TV MAKPETROL SHPKNJP TELMA – BDI
3.	2.562.872 MKD – TV MAKPETROL SHPKNJP TELMA – Koalicioni për Ripërtëritjen e Maqedonisë
4.	152.305 denarë – TV MAKPETROL SHPKNJP TELMA – Koalicioni Zëri për Maqedoninë
5.	141.127 denarë – TV MAKPETROL SHPKNJP TELMA – GDU
6.	272.206 denarë – TV MAKPETROL SHPKNJP TELMA – SDU
7.	318.383 denarë – TV MAKPETROL SHPKNJP TELMA – MORO
8.	737.249 denarë - TV MAKPETROL SHPKNJP TELMA – Partia Juaj
9.	78,375 denarë – Radio Express TRD – Koalicioni Mundemi
10.	54.095 denarë – TRD Radio Express – Koalicioni Ripërtëritja e Maqedonisë
11.	15.075 MKD – TRD Express Radio – Maqedonia e Bashkuar
12.	54.660 denarë - TRD Holiday shpk - Koalicioni për Ripërtëritjen e Maqedonisë
13.	6.675.349 denarë - TRD ALFA TV SHPKNJP - Koalicioni për Ripërtëritjen e Maqedonisë
14.	55.778 denarë - TRD ALFA TV SHPKNJP - Maqedonia Unike
15.	75.964 denarë - TRD ALFA TV SHPKNJP – Zëri për Maqedoninë
16.	40.904 denarë - TRD ALFA TV SHPKNJP – BDI

17.	585.662 denarë - TRD ALFA TV SHPKNJP – E Majta
18.	302.128 denarë - TRD ALFA TV SHPKNJP – SDU
19.	4.444.738 denarë- TRD 24 VESTI SHPKNJP – Koalicioni Mundemi
20.	1.680.026 denarë - TRD 24 VESTI SHPKNJP – Koalicioni për Ripërtëritjen e Maqedonisë
21.	588.407 denarë- TRD 24 VESTI SHPKNJP – Partia Jote 23 026 333
22.	302.703 denarë- TRD 24 VESTI SHPKNJP – SDU
23.	61.407 denarë - TRD 24 VESTI SHPKNJP – Maqedonia Unike
24.	142.325 denarë- TRD 24 VESTI SHPKNJP-MORO
25.	117.845 denarë - TRD 24 VESTI DOOEL – GDU
26.	214.960 denarë - TDRD SPEKTRA SHPKNJP - Koalicioni Mundemi
27.	594.720 denarë - TDRD SPEKTRA SHPKNJP – BDI
28.	2.120.248 denarë -TDR TV STAR SHPK - Koalicioni Mundemi
29.	1.062.962 denarë -TDR TV STAR SHPK - Koalicioni për Ripërtëritjen e Maqedonisë
30.	356.964 denarë - TDR TV STAR SHPK – GDU
31.	68.326 denarë - TDR TV STAR SHPK – Zëri për Maqedoninë
32.	562.918 denarë- TRD Radio Kanal 77 - Koalicioni Mundemi 5 605 378
33.	336.728 denarë- TRD Radio Kanal 77 - Koalicioni Ripërtëritja e Maqedonisë
34.	116.130 denarë- TRD Radio Kanal 77 – E Majta
35.	27.957 denarë- TRD Radio Kanal 77 – Zëri për Maqedoninë
36.	62.653 MKD - TRD Radio Kanal 77 – GDU
37.	5.735 denarë - TRD Radio Kanal 77 – SDU
38.	81.004 denarë- TRD Radio Kanal 77 – Maqedonia e vetme
39.	21.814 denarë- TRD Radio Kanal 77 – Partia Juaj
40.	129,989 denarë - TRD Radio Kanal 77 – MORO
41.	31,128 denarë - TRD RADIO PELLA - Koalicioni për Ripërtëritje të Maqedonisë
42.	20.000 denarë- RADIO TRD PEL- Maqedonia Unike
43.	30.000 MKD - RADIO TRD PEL - Demokratët
44.	1.118.923 denarë - TRD TV PLUS SHPK - Koalicioni Mundemi
45.	402.026 denarë - TRD TV PLUS LLC - Koalicioni për Ripërtëritjen e Maqedonisë
46.	30.798 denarë- TRD TV PLUS SHPK– Maqedonia Unike
47.	118.000 MKD-TRD TV PLUS LLC-GDU
48.	16.803 denarë- TRD TV PLUS SHPK – Zëri për Maqedoninë

49.	161.353 denarë - TRD TV KOÇANI shpk - Koalicioni Mundem
50.	268.214 denarë - TRD TV KOÇANI SHPK - Koalicioni Zëri për Maqedoninë
51.	147.583 denarë- TRD RADIO FORTUNA - Koalicioni Mundemi
52.	185.921 denarë - TRD RADIO FORTUNA - Koalicioni për Rindërtim të Maqedonisë
53.	91.332 MKD - TRD SUPER RADIO SHPK - Koalicioni Mundemi
54.	132.821 denarë- TRD SUPER RADIO SHPK - Koalicioni Ripërtëritja e Maqedonisë
55.	70.800 denarë- TRD SUPER RADIO SHPK – Maqedonia Unike
56.	59.000 MKD - TRD SUPER RADIO SHPK – Demokratët
57.	217.498 MKD - TRD Bleta SHPKNJP – BDI
58.	3.099.386 denarë-TRDD KOHA SHPKNJP – BDI
59.	1.431.434 denarë- TRDD KOHA SHPKNJP – Koalicioni Mundemi
60.	257.783 denarë - TRDD KOHA SHPKNJP – Koalicioni Aleanca e Shqiptarëve dhe Alternativa
61.	77.231 denarë- TRDD KOHA SHPKNJP – PDSH
62.	240.047 denarë- TRD RADIO ANTENA 5 SHPK - Koalicioni Mundemi 8 990 091
63.	263.164 denarë- TRD RADIO ANTENA 5 SHPK - Koalicioni për Ripërtëritjen e Maqedonisë
64.	144.432 denarë - TRD RADIO ANTENA 5 SHPK – E Majta
65.	7.080 MKD - TRD RADIO ANTENA 5 SHPK – SDU
66.	2.159.223 denarë- TRD TV STUDIO TERA SHPK - Koalicioni Mundemi
67.	1.819.796 mkd - TRD TV STUDIO TERA SHPK - Koalicioni për Ripërtëritjen e Maqedonisë
68.	240.543 denarë - TRD TV STUDIO TERA SHPK – Demokratët
69.	45.949 denarë - TRD TV STUDIO TERA SHPK – GDU
70.	145.506 denarë - TRD TV STUDIO TERA SHPK – Partia Juaj
71.	90.248 denarë - TRD RADIO KISS SHPKNJP - Koalicioni Mundemi
72.	30.963 denarë - TRD RADIO KISS SHPKNJP – Demokratët
73.	7.427.943 denarë - TRD KANAL 5 SHPKNJP - Koalicioni Mundemi
74.	368.529 denarë - TRD KANAL 5 SHPKNJP – BDI
75.	4.901.630 denarë - TRD KANAL 5 SHPKNJP - Koalicioni Ripërtëritja e Maqedonisë
76.	161.000 MKD - TRD KANAL 5 SHPKNJP – Demokratët
77.	729.089 denarë- TRD KANAL 5 SHPKNJP – E Majta
78.	613.019 denarë - TRD KANAL 5 DOOEL – Zëri për Maqedoninë
79.	365.341 denarë - TRD KANAL 5 SHPKNJP – GDU
80.	1.552.468 denarë - TRD KANAL 5 SHPKNJP – Integra

81.	1.119.610 denarë - TRD KANAL 5 SHPKNJP – SDU
82.	3.696.177 denarë - TRD ALSAT M SHPKNJP - Koalicioni Mundemi
83.	9.866.473 denarë - TRD ALSAT M SHPKNJP – BDI
84.	424.970 denarë - TRD ALSAT M SHPKNJP - Koalicioni Ripërtëritja për Maqedoninë
85.	581.412 denarë - TRD ALSAT M SHPKNJP – PDSH
86.	180.612 denarë - TRD ALSAT M SHPKNJP – Demokratët
87.	1.255.787 denarë - TRD ALSAT M SHPKNJP – Koalicioni Aleanca e Shqiptarëve dhe Alternativa
88.	140.772 denarë – TRD ALSAT M SHPKNJP-MORO
89.	181.192 denarë - TV TRD SVET SHPK - Koalicioni Ripërtëritja për Maqedoninë
90.	295.956 denarë - TV TRD KAM KIS MENADA - Koalicioni Ripërtëritje për Maqedoninë 38 682 562
91.	702.256 denarë- TRD TV KAM KISS MENADA - Koalicioni Mundemi
92.	23.458 denarë - TV TRD KAM KIS MENADA – MORO
93.	189.650 denarë- TRD TV KAM KIS MENADA – Demokratë
94.	723.342 denarë - TRD TV SHENJA SHPKNJP – BDI
95.	417.362 denarë - TRD TV SHENJA SHPKNJP – Koalicioni Ripërtëritja për Maqedoninë
96.	343.064 denarë - TRD TV SHENJA SHPKNJP- Koalicioni Aleanca e Shqiptarëve dhe Alternativa
97.	364.478 denarë - TRD TV MTM SHPKNJP – Koalicioni Ripërtëritja për Maqedoninë
98.	265.459 denarë - TRD TV MTM SHPKNJP – Koalicioni Mundemi
99.	1.444.155 MKD - TRD TVM SHPKNJP – Koalicioni Mundemi
100.	633.424 denarë - TRD TVM SHPKNJP – Koalicioni Zëri për Maqedoninë 24 331 002
101.	176.528 denarë - TRD TVM SHPKNJP – GDU
102.	72.558 MKD - TRD TVM SHPKNJP – Partia juaj
103.	6.730.188 denarë - TRD TV SITEL SHPKNJP - Koalicioni Mundemi
104.	364.335 denarë - TRD TELEVIZIJA SITEL SHPKNJP – BDI
105.	6.522.287 denarë - TRD TELEVISIONI SITEL SHPKNJP - Koalicioni ripërtëritja për Maqedoninë
106.	143.841 denarë - TRD TELEVISIONI SITEL SHPKNJP – Demokratët
107.	587.449 denarë - TRD TELEVISIONI SITEL SHPKNJP – E Majta
108.	438.440 denarë - TRD TELEVISIONI SITEL SHPKNJP – Zëri për Maqedoninë 15 035 596
109.	359.676 denarë- TRD TELEVISIONI SITEL SHPKNJP – GDU 20 919 312
110.	891.220 MKD - TRD TELEVISIONI SITEL SHPKNJP – Integra
111.	1.065.343 denarë - TRD TELEVISIONI SITEL SHPKNJP – SDU

112.	197.272 denarë - TRD TELEVISIONI SITEL SHPKNJP – Maqedoni e Bashkuar
113.	116.544 denarë - TRD TELEVISIONI SITEL SHPKNJP – MORO
114.	1.303.799 denarë -TRD TV SHUTEL SHPKNJP - Koalicioni Mundemi
115.	1.301.486 denarë - TRD TV SHUTEL SHPKNJP – NPR
116.	153.849 denarë - TRD ALSAT M SHPK - Koalicioni Mundemi
117.	1.088.550 denarë - TRD ALSAT M SHPK – BDI
118.	159.088 MKD-TRD PROTEL SHPKNJP – Koalicioni Zëri për Maqedoninë
119.	112.914 MKD-TRD PROTEL SHPKNJP - Koalicioni Mundemi
120.	349.163 denarë - TRD KANAL 21 SHPK – Koalicioni Zëri për Maqedoninë
121.	344.135 denarë- TRD Radio ROSA AB SHPKNJP- Koalicioni Zëri për Maqedoninë
122.	127.204 denarë-TRD Radio ROSA AB SHPKNJP – Koalicioni Mundemi
123.	156.851 denarë- TRD SKY RADIO TEODOR SHPKNJP – Koalicioni Zëri për Maqedoninë
124.	143.399 MKD - TRD SKY RADIO TEODOR SHPKNJP - Koalicioni Mundemi
125.	568.376 denarë - TRD SKY RADIO TEODOR SHPKNJP – MORO
126.	223.079 denarë - Radio TRD HIT FM SHPKNJP – Koalicioni Zëri për Maqedoninë
<b>GJITHSEJ</b>	<b>113.563.941,00 denarë (1.846.568 EUR)</b>