

AUTORE: Arbelina Dedushaj
ME KONTRIBUT TË: Agon Hysaj dhe Isuf Zejna
EDITUAR NGA: Roberta Osmani dhe Valmir Ismaili

Ky projekt është financuar nga Fondacioni Kosovar për Shoqëri të Hapur (KFOS), në kuadër të Koalicionit për Integritet në Prokurim Publik dhe të dhëna të Hapura ProOpen.

E drejta e autorit © 2019. Democracy Plus (D+)

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

PËRMBAJTJA

HYRJE.....	6
METODOLOGJIA	7
PËRMBLEDHJE	8
LISTA E SHKURTESAVE.....	9
INSTITUCIONET QË LIDHIN KONTRATA PËR SHËRBIME TË MARKETINGUT.....	10
MARKETINGU NË PORTALE.....	15
MARKETINGU NË GAZETA.....	17
Publikimet në gazeta të shtypura për institucionet e nivelit qendror dhe lokal	18
MOSRANSPARENCA E INSTITUCIONEVE NË LIDHJE ME KONTRATAT PËR SHËRBIME TË MARKETINGUT	25
MOSTRANSPARENCA E MEDIAVE NË LIDHJE ME KONTRATAT PËR SHËRBIME TË MARKETINGUT	26
NEVOJA PËR MARKETING.....	28
Ministria e Bujqësisë, Pylltarisë dhe Zhvillimit Rural.....	29
Agjencia Kosovare e Privatizimit	31
Komuna e Prizrenit.....	32
RAPORTIMI I MEDIAVE PËR INSTITUCIONET ME TË CILAT KANË LIDHUR KONTRATA	33
MARKETINGU NË TV DHE RADIO.....	34
Shpenzimet enorme të Komunës së Ferizajt.....	34
PËRFUNDIME DHE REKOMANDIME	36

HYRJE

Ndikimi i qeverive në media është një nga shqetësimet e vazhdueshme për fjalën e lirë në secilin vend. Në kuadër të teorive të ndryshme të kapjes së shtetit, një nga format më të zakonshme të saj është kontrolli i mediave nga subjekti politik i cili udhëheq me pushtetin ekzekutiv. Në këtë aspekt, Kosova konsiderohet vend me liri jo të plotë të shprehjes dhe renditet si e 78-ta nga 180 vendet e vlerësuara në Indeksin e Reporterëve Pakufi për vitin 2018. Ngjashëm me këtë raport edhe Freedom House (Freedom in the World 2018) Kosovën e radhitë si vend me liri të pjesshme të shprehjes dhe besimit duke e notuar me 9 pikë nga 16 të mundshme. Ndër problemet kryesore përmenden ndërhyrja politike dhe presioni financiar mbi mediat në Kosovë.

Demokraci Plus (D+) në këtë raport ka analizuar shumtë e shpenzuara të parasë publike përmes kontratave për publikim dhe reklamim në media. Çak i këtij hulumtimi janë të gjitha ministritë, të gjitha komunat, Kuvendi, Këshilli Gjyqësor i Kosovës (KGJK), Këshilli Prokurorial i Kosovës (KPK), Banka Qendrore e Kosovës (BQK) dhe Agjencia Kosovare e Privatizimit. Po ashtu pjesë e këtij raporti janë edhe disa nga ndërmarrjet kryesore publike, si: Telekom i Kosovës (TK), Korporata Energjetike e Kosovës (KEK) dhe Posta e Kosovës (Posta).

Ky raport përmban informata lidhur me mënyrën e lidhjes së këtyre kontratave dhe analizë lidhur me nevojën e institucioneve që të lidhin kontrata të tilla me mediat. Qëllimi i këtij hulumtimi është vënia në pah e çfarëdo ndikimi që këto kontrata mund të kenë në politikën redaktoriale, në raportimin e drejtë të mediave për punën dhe aktivitetet e institucioneve në raport me përgjegjësitë e tyre.

Po ashtu, D+ përmes këtij raporti ka testuar transparencën e institucioneve publike dhe të vet mediave, sa i përket gatishmërisë së tyre për të ofruar informata në raport me kontratat që kanë lidhur këto dy palë dhe qëllimet për të cilat janë lidhur.

METODOLOGJIA

Gjatë procesit të hulumtimit për këtë raport janë shfrytëzuar metoda dhe burime të kombinuara për mbledhjen e të dhënave. Njëra prej metodave që D+ ka aplikuar është monitorimi direkt i pesë gazetave ditore të shtypura: *Koha Ditore*, *Zëri*, *Epoka e Re*, *Bota Sot* dhe *Kosova Sot*. Ky monitorim ka pasur në fokus të gjitha shpalljet, qoftë konkurse, njoftime, vendime, ftesa për ofertë, njoftime për kontratë, apo të tjera. Po ashtu D+ ka monitoruar në vazhdimësi 14 portale online dhe pjesët e tyre reklamuese të cilat janë shfrytëzuar nga ndonjëri prej institucioneve publike nën monitorim. Portalet e monitoruara për këtë raport janë: *Koha.net*, *Insajderi*, *Gazeta Express*, *Telegrafi*, *lajmi.net*, *Zeri.info*, *Gazeta Blic*, *Indeksonline*, *Bota Sot*, *Bota Press*, *Kosova Press*, *Ekonomia Online*, *Arbresh.info* dhe *Klan Kosova*.

D+ gjithashtu ka realizuar intervista me institucione për mënyrën e kontraktimit të mediave. Po ashtu, intervista janë realizuar edhe me përfaqësues të mediave, për mënyrën se si i kanë fituar këto kontrata dhe a ndikojnë raportet kontraktuale me institucionet në politikën e tyre redaktoriale.

Për më tepër, mediat të cilat kanë përfituar kontratat nga institucionet publike, janë monitoruar nëse kanë publikuar ndonjë artikull i cili ka qasje kritike ndaj institucionit përkatës. Megjithëse, shumica e artikujve në portale janë të ripostuara nga një media tjetër, pa përmendur burimin e artikullit origjinal, D+ për aq sa ka qenë e mundur ka tentuar të monitorojë artikujt burimor dhe ato të ripostuara.

Të gjitha të dhënat e paraqitura në këtë raport janë mbledhur gjatë periudhës kohore gusht-dhjetor 2018. Për mbledhjen e të dhënave, përveç monitorimit të drejtpërdrejtë dhe intervistave, janë dërguar edhe kërkesa për qasje në dokumente tek të gjitha institucionet dhe mediat, të cilat kanë qenë cak i këtij monitorimi.

Po ashtu, pjesë e këtij raporti është edhe analiza e disa kontratave që institucionet kanë lidhur me radio dhe televizione, dhe të cilat i kanë ofruar gjatë procesit të kërkesave për qasje në dokumente publike. Edhe pse këto kontrata nuk janë interes primar i këtij raporti, prapëseprapë për shkak të ngjashmërive që kanë me kontratat për gazeta dhe portale, D+ është siguruar që të analizojë përmbajtjen e tyre dhe të shoh nëse qëllimi primar i tyre ka qenë informimi i publikut apo ndikimi në politikat redaktoriale të këtyre mediave.

PËRMBLEDHJE

Burimet e financimit të shumicës së mediave në Kosovë mbeten një mister i vazhdueshëm, pasi aktualisht nuk ka rregulla të përcaktuara ligjore apo mekanizma vetërregullues nga Asociacioni i Gazetarëve të Kosovës. Mungesa e këtyre rregullave ka ndikuar që publiku të mos jetë i informuar se nga financohen mediat në Kosovë. Transparenca financiare e mediave është e rëndësishme për shumë arsye, e që kryesorja mbetet se sa burimet e financimit e ndikojnë politikën redaktoriale të një medie.

Raporti vë në dukje një numër të madh të mediave që kanë lidhur kontrata marketingu me institucionet publike, disa prej të cilave madje nuk janë as të rregulluara me kontrata përkatëse. Për më tepër, nuk ka rregulla të përcaktuara se për çfarë shërbime institucionet mund të lidhin një kontratë marketingu me një gazetë apo portal. Në të paktën dy raste D+ ka gjetur se institucionet kanë pasur një hapësirë reklamuese në gazeta online, në të cilat është shfaqur vetëm logoja e institucionit, pa pasur ndonjë njoftim përkatës apo qëllim të reklamimit.

Nga ky proces i monitorimit kemi arritur te supozimi se një numër i institucioneve publike këto kontrata i lidhin me portale online në mënyrë që të marrin hapësirë për komunikatat e tyre, të cilat në raste normale nuk do të publikoheshin pasi nuk përbëjnë lajm për publikun. Zakonisht nëpërmjet këtyre komunikatave, mund të lexohen lajme për takime protokollare të krerëve të këtyre institucioneve apo edhe suksese të caktuara të cilat kanë për qëllim përmirësimin e imazhit të institucionit reklamues. Në anën tjetër, kjo u kthehet me favore nga portalet apo gazetatat të cilat nuk hulumtojnë për parregullsitë e këtyre institucioneve dhe nuk publikojnë artikuj që kanë qasje kritike ndaj institucionit përkatës.

D+ ka dërguar kërkesa për qasje në dokumente publike në të gjitha institucionet publike duke kërkuar kështu njoftimet për kontratë dhe kontratat që institucioni përkatës ka pasur për shërbime të marketingut në tri vitet e fundit, për vitin 2016, 2017 dhe 2018. Përgjigjet nga shumë institucione kanë munguar, e në disa raste janë vërejtur përgjigje të cilat nuk kanë qenë të sakta, pasi që institucionet kanë thënë se nuk kanë kontrata të lidhura, e në anën tjetër janë identifikuar të tilla përmes monitorimit të mediave.

Një e gjetur tjetër nga ky hulumtim është edhe shpenzimi i parasë publike në llogo të institucioneve. Afishimi i tyre rrit mosbesimin jo vetëm në institucione, por edhe në portalet që publikojnë ato reklama. Klientelizmi dhe politizimi i mediave çon po ashtu në nënshtrimin e mediave si institucione parimisht të pavarura.

LISTA E SHKURTESAVE

AKP	Agjencia Kosovare për Privatizim	MMPH	Ministria e Mjedisit dhe Planifikimit Hapësinor
AMA	Autoriteti i Mediave Audiovizive	MPB	Ministria e Punëve të Brendshme
BQK	Banka Qendrore e Kosovës	MPMS	Ministria e Punës dhe Mirëqenies Sociale
D+	Demokraci Plus	MSh	Ministria e Shëndetësisë
KEK	Korporata Energjetike e Kosovës	MTI	Ministria e Tregtisë dhe Industrisë
KGJK	Këshilli Gjyqësor i Kosovës	MZHE	Ministria e Zhvillimit Ekonomik
KPK	Këshilli Prokurorial i Kosovës	MZHR	Ministria e Zhvillimit Rajonal
KTV	Kohavision	Posta	Posta e Kosovës
LPP	Ligji për Prokurimin Publik	RTK	Radio Televizioni i Kosovës
MAP	Ministria e Administratës Publike	RTV 21	Radio Televizioni 21
MAPL	Ministria e Administrimit të Pushtetit Lokal	TK	Telekomi i Kosovës
MAShT	Ministria e Arsimit, Shkencës dhe Teknologjisë		
MBPZhr	Ministria e Bujqësisë, Pylltarisë dhe Zhvillimit Rural		
MD	Ministria e Drejtësisë		
MDIS	Ministria për Diasporë dhe Investime Strategjike		
MF	Ministria e Financave		
MFSK	Ministria e Forcës dhe Sigurisë		
MI	Ministria e Infrastrukturës		
MIE	Ministria e Integritimit Evropian		
MIN	Ministria e Inovacionit dhe Ndërmarrësisë		
MKK	Ministria për Kthim dhe Komunitete		
MKRS	Ministria e Kulturës Rinisë dhe Sportit		

INSTITUCIONET QË LIDHIN KONTRATA PËR SHËRBIME TË MARKETINGUT

Sipas të gjeturave të D+ gjatë periudhës së mbledhjes së të dhënave, del se shumë institucione nuk lidhin fare kontrata me kompani mediale për të marrë shërbime qoftë të publikimeve apo marketingut në përgjithësi. Këto institucione të cilat kanë pothuajse çdo ditë qoftë publikime të ndryshme në gazetatat të shtypura dhe portale, nuk kanë lidhur kontratë me shkrim ashtu siç parashihet me dispozita ligjore të Ligjit për Prokurimit Publik (LPP). Mungesa e kontratave mes institucioneve dhe kompanive mediale më vonë mund të sjellë pasoja

qoftë gjatë kryerjes së punëve, në këtë rast shërbimeve apo edhe pas përfundimit të tyre. Në përgjigjet që D+ ka marrë nga ana e institucioneve del se një përqindje e madhe e parasë publike shpenzohet pa procedura të prokurimit, gjë që është në kundërshtim jo vetëm me LPP-në por edhe me parimet e transparencës dhe llogaridhënies. Lidhur me këtë fakt, në grafikën më poshtë do të pasqyrohet numri i kontratave të lidhura nga institucionet bazuar në përgjigjet që të njëjtat kanë dërguar.

GRAFIKA 1. Numri i kontratave për shërbime të marketingut të lidhura nga ministritë e Qeverisë së Republikës së Kosovës

MINISTRIA PËR DIASPORË DHE INVESTIME STRATEGJIKE



MINISTRIA PËR KTHIM DHE KOMUNITETE



MINISTRIA E ZHVILLIMIT RAJONAL



MINISTRIA E ADMINISTRATËS PUBLIKE



MINISTRIA E BUJQËSISË, PYLLTARISË DHE ZHVILLIMIT RURAL



MINISTRIA E ADMINISTRIMIT TË PUSHTETIT LOKAL



3

MINISTRIA E ZHVILLIMIT EKONOMIK



1

MINISTRIA E PUNËVE TË BRENDSHME



1

MINISTRIA E INOVACIONIT DHE NDËRRMARËSISË



1

MINISTRIA E DREJTËSISË



0

MINISTRIA E INTEGRIMIT EVROPIAN



12

MINISTRIA E KULTURËS RINISË DHE SPORTIT



11

MINISTRIA E SHËNDETËSISË



3

MINISTRIA E FINANCAVE



0

MINISTRIA E FORCËS DHE SIGURISË



11

Në tabelën më lartë do të vëreni se ministrinë që janë përgjegjës, Ministria e Drejtësisë (MD) dhe Ministria e Financave (MF) kanë deklaruar se nuk kanë asnjë kontratë për shërbime të marketingut. Përkundër faktit që këto dy ministri nuk kanë asnjë kontratë me gazeta të shtypura, të njëjtat i shfrytëzojnë për të bërë publikime të ndryshme qoftë konkurse, shpallje apo njoftime. MD ka shfrytëzuar gazetat si: *KOHA Ditore*, *Zëri*, *Epoka e Re* dhe *Kosova Sot* për t'i publikuar aktivitetet e zhvilluara, ndërsa MF publikimet e saja i ka publikuar në të gjitha gazetatat. Në përgjigjet që zyrtarët e këtyre dy ministrive kanë dhënë, forma e publikimeve është ajo e rotacionit, ku të gjitha gazetatat e përzgjedhura duhet të publikojnë sipas radhës. Problemi më këtë qasje e cila në dukje të parë është e drejtë, meqë asnjë nga

mediat nuk mbetet pa përfituar nga këto publikime, qëndron në faktin se një gazetë nuk përzgjidhet në bazë të lexueshmërisë apo shitjes së tirazhit të saj. Kështu një gazetë mund të shitet në mesatarisht 200 kopje në ditë në vetëm 30% të qyteteve apo vendbanimeve në Kosovë dhe përsëri të përfitojë nga këto kontrata. Ajo që mbetet e papërbushur në këtë rast, është arritja e qëllimit të publikimit, që sa më shumë njerëz ta shohin një njoftim, konkurs apo lajm të publikuar nga këto institucione. Publikimi në media në disa raste është obligim ligjor, siç është rasti i konkurseve të punës, disa lloje të njoftimeve, privatizimet dhe të tjera. Në raste tjera, sidomos tek portalet online, publikimi nuk është i obliguar me ndonjë ligj, kjo bëhet vetëm si *"praktikë e mirë"* nga ana e institucioneve.

GRAFIKA 2. Numri i kontratave të lidhura nga komunitat e Republikës së Kosovës

KOMUNA E DEÇANIT



KOMUNA E GJAKOVES



KOMUNA E GJLOGOCIT



KOMUNA E ISTOGUT



KOMUNA E KAÇANIKUT



KOMUNA E KLINËS



KOMUNA E FUSHË KOSOVËS



KOMUNA E KAMENICËS



KOMUNA E LEPOSAVIQIT



KOMUNA E LIPJANIT



KOMUNA E OBIHQIT



KOMUNA E RAHOVECIT



KOMUNA E PEJËS



KOMUNA E PRISHTINËS



KOMUNA E SHTËRPCËS



KOMUNA E SUHAREKËS



KOMUNA E FERIZAJT



KOMUNA E VUSHTRRIË



KOMUNA E MALISHEVËS



KOMUNA E NOVOBËRDËS



KOMUNA E MITROVICËS SË JUGUT



KOMUNA E JUNIKUT



KOMUNA E HANIT TË ELEZIT



KOMUNA E MAMUSHËS



KOMUNA E GRAÇANICËS



KOMUNA E RANILLUGUT



KOMUNA E PARTESHIT



Nga kjo tabelë do të vëreni një numër jo shumë të vogël të komunave që nuk lidhin fare kontrata për marketing, duke shpenzuar kështu për këto shërbime pa përdorur procedura të prokurimit publik. Sipas kësaj tablele, janë 13 komuna që nuk kanë kontrata të tilla: Komuna e Prishtinës, Pejës, Fushë Kosovës, Lipjanit, Kamenicës, Klinës, Malishevës, Lipjanit, Junikut, Novobërdës, Parteshit, Ranillugës dhe Graçanicës, duke mos i përfshirë këtu edhe 10 komuna tjera që nuk janë përgjigjur fare në kërkesën tonë për qasje në informacione publike.

Janë edhe katër institucione tjera që kanë kontrata me mediat. Agjencia Kosovare e Privatizimit (AKP) ka numrin më të madh të kontratave, ku për tri vite numëron rreth 47 kontrata, të cilat arrijnë një shumë në mbi gjysmë milion euro. Këshilli Gjyqësor i Kosovës (KGJK) ka vetëm një kontratë me agjencinë e lajmeve *Kosova Press*, ndërsa Banka Qendrore e Kosovës (BQK) dhe Kuvendi i Kosovës nuk kanë asnjë kontratë të lidhur. Pavarësisht që ka deklaruar që nuk ka asnjë kontratë të lidhur, Kuvendi i Kosovës për periudhën gjashtëmujore ka rreth 12 publikime, kryesisht konkurse, në gazetat, *Epoka e Re*, *Zëri* dhe *Bota Sot*. Ndërkaq sa i përket BQK-së, për këtë periudhë të monitorimit, kemi evidentuar 40 publikime,

e atë në katër gazeta, *KOHA Ditore*, *Epoka e Re*, *Zëri*, *Kosova Sot* dhe *Bota Sot*.

Gjithashtu, D+ ka kërkuar qasje në këto kontrata edhe te Këshilli Prokurorial i Kosovës, mirëpo nuk ka marrë asnjë përgjigje. Gjithsesi, nga monitorimi që kemi bërë, del se ky institucion për periudhën e njëjtë kohore ka pasur 28 publikime, konkurse dhe njoftime të ndryshme. Këto publikime janë shfaqur në *KOHA Ditore*, *Epoka e Re*, *Zëri*, *Kosova Sot* dhe *Bota Sot*.

Për qëllim të këtij hulumtimi, D+ ka kërkuar qasje në dokumente edhe te tri ndërmarrjet publike kryesore të Kosovës, Telekom i Kosovës, Korporata Energjetike e Kosovës dhe Posta e Kosovës, mirëpo vetëm kjo e fundit ka kthyer përgjigje, duke theksuar që nuk asnjë kontratë për shërbime të marketingut apo publikimeve. Gjatë monitorimit të gazetave kemi vërejtur vetëm dy publikime të Postës së Kosovës, e atë në gazetën *Epoka e Re*. Gjithashtu, publikime kanë pasur edhe KEK dhe Telekom i Kosovës. Për KEK kemi gjetur 10 njoftime, vendime dhe konkurse, në gazetat *KOHA Ditore*, *Epoka e re* dhe *Zëri*. Ndërsa, Telekom i Kosovës 11 publikime, kryesisht konkurse dhe urime, e atë në gazetat *KOHA Ditore*, *Epoka e Re*, *Zëri*, *Kosova Sot*.



D+ ka kërkuar qasje në këto kontrata edhe te Këshilli Prokurorial i Kosovës, mirëpo nuk ka marrë asnjë përgjigje. Gjithsesi, nga monitorimi që kemi bërë, del se ky institucion për periudhën e njëjtë kohore ka pasur 28 publikime, konkurse dhe njoftime të ndryshme. Këto publikime janë shfaqur në *KOHA Ditore*, *Epoka e Re*, *Zëri*, *Kosova Sot* dhe *Bota Sot*.

MARKETINGU NË PORTALE

Nga kërkesat e dërguara për qasje në dokumente dhe informacione zyrtare, në lidhje me numrin dhe vlerën e kontratave që kanë lidhur institucionet publike me mediat, përgjigje në kërkesë kanë dhënë vetëm një numër i kufizuar i institucioneve. Në këtë formë jo vetëm se nuk është respektuar Ligji për Qasje në Dokumente Publike, por edhe është vënë në dukje tendenca për të fshehur këtë raport nga ana e institucioneve edhe nga vet mediat. Kjo veçanërisht është shqetësuese në ato institucione të cilat kanë kontrata në vlera të mëdha, siç është për shembull Ministria e Infrastrukturës (MI) e cila nuk ka ofruar qasje në të dhënat e saj, e që një hulumtim i ngjashëm me këtë ka zbuluar se kjo ministri në vitin 2018 ka shpenzuar rreth 100,000 euro¹.

Ekziston një numër i institucioneve, të cilat kanë vendosur vetëm llogon e tyre në banerët e portaleve pa ndonjë qëllim të shfaqjes së ndonjë informacioni apo njoftimi. D+ konstaton se kjo përbën një praktikë të dëmshme për mënyrën se si shpenzohen taksat e qytetarëve dhe vetë raportin media-institucione. Kontraktimi i kompanive mediale për shërbime të marketingut mund të sforcojë bindjen se kemi të bëjmë me një klientelizëm ndërmjet këtyre mediave përkatëse dhe institucioneve.

Nga të gjitha autoritetet kontraktuese që reklamojnë në portale, të gjitha kanë banerë që dërgon tek ueb-faqja e institucionit. Asnjëra prej tyre nuk promovon ndonjë ngjarje të veçantë që ka ndodhur. Pothuajse të gjithë banerët janë fotografi statike pa ndonjë informacion, të cilat kur të klikohen dërgojnë vetëm tek ueb-faqja e institucionit përkatës. Përdërisa publikimi i konkurseve në gazeta është i obliguar dhe i arsyeton paratë e shpenzuara, reklamimi pa mesazh në portale në asnjë mënyrë nuk jep ndonjë arsyetim bindës nga kontratat e monitoruara.

MI si një nga ministritë me më së shumti reklama në portale, nuk ka të publikuar asnjë njoftim për dhënie të kontratës në platformën e-prokurimi apo në faqen e KRPP-së. Gjithashtu kjo ministri nuk është përgjigjur fare në kërkesën për qasje në dokumente publike. Në portalet që D+ ka monitoruar, kjo ministri banerin e saj e ka të vendosur në gjashtë portale por pasi D+ nuk pasur qasje në këto kontrata, nuk ka të dhëna tjera.

Në tabelën mëposhtme listohen të gjitha institucionet që kanë reklama në portalet që janë pjesë e këtij hulumtimi.

1 Arta Berisha, Dialog Plus, Qindra mijëra euro për reklamat jotransparente të Qeverisë së Kosovës. <http://dialogplus.ch/qindra-mijera-euro-per-reklamat-jotransparente-te-qeverise-se-kosoves-132206>

Institucioni	Forma e reklamës	Portalet
MI	Baner	<ol style="list-style-type: none"> 1 Ekonomia Online 2 Botasot 3 Blic 4 Arbresh.info 5 Gazeta Express 6 Botapress
MKRS	Baner	<ol style="list-style-type: none"> 1 Ekonomia Online; 2 Gazeta Express; 3 Kosova Press
MPMS	Baner	<ol style="list-style-type: none"> 1 Ekonomia Online dhe 2 Kosova Press
MTI	Baner dhe njoftim për konsumator	<ol style="list-style-type: none"> 1 Ekonomia Online 2 Gazeta Express dhe 3 Kosova Press
MBPZHR	Reklamë për konsumimin e produkteve vendore	<ol style="list-style-type: none"> 1 Ekonomia Online 2 Kosova Press 3 Lajmi.net 4 Gazeta Express 5 Indeksonline 6 Insajderi 7 Telegrafi 8 Gazeta Blic
KOMUNA E GJAKOVËS	Baner	<ol style="list-style-type: none"> 1 Kosova Press
KOMUNA E SUHAREKËS	Baner	<ol style="list-style-type: none"> 1 Ekonomia Online
KOMUNA E DEÇANIT	Baner	<ol style="list-style-type: none"> 1 Ekonomia Online
KOMUNA E FERIZAJT	Baner	<ol style="list-style-type: none"> 1 Ekonomia Online
TELEKOMI I KOSOVËS	Baner/Marketing për Valën	<ol style="list-style-type: none"> 1 Koha.net 2 Insajderi 3 Gazeta Express 4 Lajmi.net 5 Zeri.info 6 Gazeta Blic 7 Indeksonline 8 Kosova Press 9 Ekonomia Online 10 Arbresh.info
KEK	Baner	<ol style="list-style-type: none"> 1 Gazeta Express 2 Ekonomia Online 3 Indeksonline 4 Zëri.info 5 Koha.net 6 Insajderi dhe 7 Gazeta Blic

TABELA 1. Publikimet e institucioneve në portalet online

MARKETINGU NË GAZETA

Gjatë periudhës monitoruese, D+ ka monitoruar të gjitha gazetat e përditshme, dhe ka evidentuar publikimet e institucioneve publike të cilat për këtë periudhë arrijnë në 1,684.

Publikimet për institucionet në pesë gazetat e shtypura janë bërë për arsye dhe qëllime të ndryshme, varësisht prej nevojave të institucioneve. Ato kanë shfrytëzuar mjetet e tyre kryesisht për njoftime të ndryshme, konkurse apo shpallje për rekrutim, aktvendime, shpallje, ftesë për ofertë, shpallje për ankand, etj. D+ ka bërë edhe matjen e hapësirës që këto institucione kanë zënë në këto gazeta ditore për publikime, ku do të shihen edhe dallimet mes hapësirave që shfrytëzohen për publikime të njëjta apo të ngjashme. Vlen të theksohet se hapësira që institucioni vendos që të bëhet një publikim në gazetë cakton edhe çmimin që një kompani mediale e ofron për këtë shërbim. Gjatë këtij monitorimi, vendin e parë për nga numri i publikimeve e zë gazeta *Epoka e Re*, me 543 publikime, ndërkaq vendin e dytë gaze-

ta *Bota Sot*, mirëpo kjo e fundit për nga hapësira që lëshon për publikime e merr primatin me afërsisht 667 faqe. Ndërkaq, gazetat tjera sipas numrit të publikimeve dhe hapësirës janë: *Zëri*, *KOHA Ditore* dhe *Kosova Sot*.

Nga këto shifra që i kemi siguruar nga monitorimi i vazhdueshëm për rreth gjashtë muaj, kemi bërë edhe një përlllogaritje të vlerës totale që është shpenzuar nga paraja publike për këto publikime. Forma e llogaritjes të cilën e kemi shfrytëzuar është bazuar në çmimet me të cilat këto gazeta zakonisht ofertojnë. Vlen të theksohet që çmimi që ofertojnë të njëjtat për një faqe nuk është i njëjtë, andaj vlera totale është kalkuluar duke shumëzuar hapësirën që institucionet kanë zënë me publikime me çmimin që gazeta përkatëse oferton. Andaj, vlera që është e paraqitur në tabelë jo domosdoshmërisht tregon shumën e saktë që gazetat kanë përfituar për këto shërbime të ofruara, por një vlerë të përafërt të llogaritur nga hulumtuesit e D+.



Gjatë këtij monitorimi, vendin e parë për nga numri i publikimeve e zë gazeta *Epoka e Re*, me 543 publikime, ndërkaq vendin e dytë gazeta *Bota Sot*, mirëpo kjo e fundit për nga hapësira që lëshon për publikime e merr primatin me afërsisht 667 faqe. Ndërkaq, gazetat tjera sipas numrit të publikimeve dhe hapësirës janë: *Zëri*, *KOHA Ditore* dhe *Kosova Sot*.



Gazeta

Totali i publikimeve

Hapësira në gazetë (Faqe)

Vlera e përafërt në Euro

Koha Ditore	269	240	43,200.00
Zëri	320	322	45,080.00
Epoka e Re	543	572	80,080.00
Bota Sot	342	667	66,700.00
Kosova Sot	210	205	41,000.00

TABELA 2.

Numri i përgjithshëm i publikimeve në gazeta të shtypura dhe shumat e përafërt të paguar për të njëjtat

Financimin e kompanive mediale dhe kontratat që institucionet lidhin me të njëjtat për shërbime të publikimeve e kemi shikuar edhe nga një aspekt tjetër. Disa institucione përveç për njoftime, konkurse dhe shpallje tjera, mediat i shfrytëzojnë edhe për reklamim të llogove të tyre. Ky shpenzim i parash publikë në afishimin e banerave është i panevojshëm, përveç rasteve kur përmes banerave njoftohen qytetarët për një ngjarje të rëndësishme.

Në përgjithësi tenderët për reklamim në gazetë kanë shumë pak specifika teknike. Autoritetet kontraktuese nuk kërkojnë që nëse një gazetë ka edhe portal të vetin atëherë reklamimi të bëhet edhe në këtë të fundit. Në këtë rast kur një shërbim kombinohet mundësia që të merret ofertë më e mirë është më e lartë. Këtë kërkesë e kishte bërë vetëm Dogana e Kosovës në tenderin "Publikimi i njoftimeve në shtypin ditor për nevoja të DK-së", të cilin e kishte fituar gazeta *Kosova Sot* me vlerë prej 10,250 euro për 36 muaj.

Publikimet në gazeta të shtypura për institucionet e nivelit qendror dhe lokal

Publikimi i konkurseve të institucioneve publike është i paraparë me Ligjin e Punës, duke obliguar kështu punëdhënësin në sektorin publik që për çdo punëmarrës të ri të shpallë konkurs publik². Gjithashtu, bazuar në këtë ligj, vitin e kaluar Ministria e Punës dhe Mirëqenies Sociale (MPMS) ka nxjerrur një Udhëzim Administrativ për rregullimin e procedurave të konkursit në sektorin publik. Në nenin 4.3. të tij ndër të tjerash thuhet se, konkursi publik duhet të publikohet së paku në njëërën prej mjeteve të informimit. D+ gjatë periudhës monitoruese, ka

evidentuar çdo njoftim, konkurs, shpallje, etj, të të gjitha institucioneve publike, të cilat i kanë publikuar gazetat e shtypura ditore.

Një obligim tjetër ligjor i sektorit publik gjatë nxjerrjes së çfarëdo shpalljeje, është edhe publikimi i tyre në gjuhët zyrtare të Republikës së Kosovës. Një gjë të tillë disa prej institucioneve nuk e kanë respektuar, duke publikuar kështu vetëm në njëërën prej gjuhëve. D+ në këtë raport rëndësi të veçantë i ka dhënë edhe hapësirës apo madhësisë së shpalljeve publike në gazeta, gjë që ndikon drejtpërdrejtë në çmimin që institucioni duhet t'ia paguaj një kompanie mediale. Çmimet zakonisht përcaktohen me marrëveshje mes institucionit dhe ofruesit të shërbimit të publikimit. Andaj, gjatë monitorimit, kemi evidentuar edhe hapësirën reklamuese që institucioni shfrytëzon për të parë pastaj edhe vlerën mesatare monetare që e njëjta shpenzon nga paraja publike.

Institucioni	Numri i publikimeve	Gazetat	Lloji i publikimeve
MFSK	7	<ol style="list-style-type: none"> 1 KOHA Ditore 2 Epoka e Re 3 Zëri 4 Kosova Sot 5 Bota Sot 	Njoftime
MI	34	<ol style="list-style-type: none"> 1 Epoka e Re 2 Zëri dhe 3 KOHA Ditore 	Kryesisht konkurse dhe shpallje për rekrutim
MF	42	<ol style="list-style-type: none"> 1 KOHA Ditore 2 Epoka e Re 3 Zëri 4 Kosova Sot 5 Bota Sot 	Kryesisht konkurse dhe njoftime
MSH	18	<ol style="list-style-type: none"> 1 KOHA Ditore 2 Epoka e Re 3 Zëri 4 Kosova Sot 5 Bota Sot 	Konkurse dhe njoftime

2 Ligji i Punës, 03/L-212, 2010.

MKRS	22	<ol style="list-style-type: none"> 1 KOHA Ditore 2 Epoka 3 Bota Sot 	Konkurse, njoftime dhe thirrje publike
MIE	15	<ol style="list-style-type: none"> 1 Epoka e Re 2 Bota Sot 	Konkurse dhe njoftime
MD	10	<ol style="list-style-type: none"> 1 KOHA Ditore 2 Epoka e Re 3 Kosova Sot 4 Zëri 	Ftesa për ankande, konkurse dhe njoftime
MIN	5	<ol style="list-style-type: none"> 1 Epoka e Re 2 Bota Sot 	Konkurse dhe njoftime
MPMS	9	<ol style="list-style-type: none"> 1 Epoka e Re 	Konkurse dhe njoftime
MASHT	57	<ol style="list-style-type: none"> 1 KOHA Ditore 2 Epoka e Re 3 Zëri 4 Kosova Sot 5 Bota Sot 	Konkurse, njoftime dhe ftesë për oferta
MTI	14	<ol style="list-style-type: none"> 1 KOHA Ditore 2 Epoka e Re 3 Kosova Sot 4 Bota Sot 	Shpallje për rekrutim dhe thirrje publike
MPB	19	<ol style="list-style-type: none"> 1 Epoka e Re 2 Bota Sot 	Kryesisht konkurse
MPJ	5	<ol style="list-style-type: none"> 1 Epoka e Re 	Konkurse dhe njoftime
MZHE	16	<ol style="list-style-type: none"> 1 KOHA Ditore 2 Zëri 3 Epoka e Re 	Thirrje publike, njoftime dhe shpallje për rekrutim
MMPH	20	<ol style="list-style-type: none"> 1 Bota Sot 2 KOHA Ditore 	Vendime, Njoftime dhe konkurse
MAPL	4	<ol style="list-style-type: none"> 1 Zëri 	Konkurse
MBPZHR	33	<ol style="list-style-type: none"> 1 KOHA Ditore 2 Epoka e Re 3 Zëri 4 Kosova Sot 5 Bota Sot 	Konkurse dhe thirrje publike

MAP	12	<ol style="list-style-type: none"> 1 KOHA Ditore 2 Epoka e Re 3 Zëri 4 Kosova Sot 5 Bota Sot 	Konkurse dhe urime
MZhR	3	<ol style="list-style-type: none"> 1 Bota Sot 	Konkurse
MKK	2	<ol style="list-style-type: none"> 1 Epoka e Re 	konkurse
MDIS	2	<ol style="list-style-type: none"> 1 KOHA Ditore 	Shpallje për rekrutim dhe njoftim

TABELA 3.

Pasqyrimi i publikimeve të ministrive në gazetatat ditore të shtypit për periudhën kohore gusht-dhjetor 2018

Komuna	Numri i publikimeve	Gazetat	Lloji i publikimeve
Komuna e Deçanit	21	<ol style="list-style-type: none"> 1 Kosova Sot 	Konkurse dhe njoftime
Komuna e Gjakovës	29	<ol style="list-style-type: none"> 1 KOHA Ditore 	Konkurse dhe njoftime;
Komuna e Glllogocit	31	<ol style="list-style-type: none"> 1 KOHA Ditore 2 Zëri 	Kryesisht konkurse dhe njoftime
Komuna e Gjilanit	8	<ol style="list-style-type: none"> 1 Bota Sot 2 Epoka e Re 	Konkurse, vendime dhe njoftime
Komuna e Dragashit	8	<ol style="list-style-type: none"> 1 Epoka e Re 	Konkurse dhe njoftime
Komuna e Istogut	26	<ol style="list-style-type: none"> 1 Bota Sot 	Njoftime
Komuna e Kaçanikut	25	<ol style="list-style-type: none"> 1 Epoka e Re 	Konkurse dhe njoftime
Komuna e Klinës	25	<ol style="list-style-type: none"> 1 Epoka e Re 2 Bota Sot 	Konkurse, njoftime, ftesa për ofertë

Komuna e Fushë Kosovës	7	1 Zëri	Kryesisht njoftimeve
Komuna e Kamenicës	11	1 Bota Sot	Kryesisht konkurse dhe njoftime
Komuna e Leposaviqit	6	1 Zëri	Konkurse
Komuna e Lipjanit	36	1 Zëri	Konkurse dhe njoftime
Komuna e Obiliqit	20	1 Kosova Sot	Konkurse, njoftime dhe urime
Komuna e Rahovecit	24	1 Epoka e Re	Konkurse, njoftim dhe vendime
Komuna e Pejës	38	1 KOHA Ditore 2 Kosova Sot 3 Bota Sot	Vendime, konkurse dhe njoftime
Komuna e Podujevës	20	1 Botapress	Konkurse, njoftime dhe ftesa publike
Komuna e Prishtinës	32	1 KOHA Ditore 2 Epoka e Re 3 Zëri	Konkurse, njoftime, ftesë për ofertë
Komuna e Prizrenit	25	1 Epoka e Re	Konkurs dhe njoftime
Komuna e Skenderajt	17	1 Epoka e Re	Konkurse dhe njoftime
Komuna e Shtimes	10	1 Bota Sot	Vendime, konkurse dhe njoftime
Komuna e Shtërpcës	4	1 Epoka e Re	njoftime
Komuna e Suharekës	34	1 Epoka e Re 2 Bota Sot	Konkurse, ftesa për ankand dhe njoftime
Komuna e Ferizajt	37	1 KOHA Ditore 2 Epoka e Re	Konkurse dhe njoftime
Komuna e Vitisë	13	1 Zëri 2 Bota Sot	Konkurse dhe urime

Komuna e Vushtrrisë	34	1 Kosova Sot	Konkurse dhe njoftime
Komuna e Z. Potokut	3	1 Bota Sot	Konkurse
Komuna e Zveçanit	0	/	/
Komuna e Malishevës	45	1 Epoka e Re	Konkurse dhe njoftime
Komuna e Novobërdës	7	1 KOHA Ditore	Konkurse dhe njoftime
Komuna e Mitrovicës së Veriut	3	1 Zëri 2 Bota Sot	Konkurse, shpallje për ankand
Komuna e Mitrovicës së Jugut	19	1 Epoka e Re; 2 Zëri 3 Bota Sot	Konkurse dhe njoftime
Komuna e Junikut	11	1 Epoka e Re	Konkurse
Komuna e Hanit të Elezit	10	1 Zëri	Konkurse dhe njoftime
Komuna e Mamushës	2	1 Bota Sot	Konkurse
Komuna e Graçanicës	2	1 Epoka e Re	Konkurse
Komuna e Ranillugës	2	1 Zëri	Konkurse
Komuna e Parteshit	0	/	/
Komuna e Klllokotit	1	1 Bota Sot	Konkurs

TABELA 4. Pasqyrimi i numrit të publikimeve të komunave në gazetatat ditore për periudhën kohore gusht-dhjetor 2018

Institucioni	Numri i publikimeve	Gazetat	Lloji i publikimeve
Kuvendi i Kosovës	12	<ol style="list-style-type: none"> 1 Epoka e Re 2 Zëri 3 Bota Sot 	Konkurse
Këshilli Gjyqësor i Kosovës	12	<ol style="list-style-type: none"> 1 Kosova Sot³ 	Konkurse dhe njoftime
Këshilli Prokurorial i Kosovës	28	<ol style="list-style-type: none"> 1 KOHA Ditore 2 Epoka e Re 3 Zëri 4 Kosova Sot 5 Bota Sot 	Konkurse dhe njoftime
Banka Qendrore e Kosovës	40	<ol style="list-style-type: none"> 1 KOHA Ditore 2 Epoka e Re 3 Zëri 4 Kosova Sot 5 Bota Sot 	Njoftime për kontratë dhe konkurse

TABELA 5. Pasqyrimi i numrit të publikimeve të disa institucioneve tjera të rëndësishme

Ndërmarrjet Publike	Numri i publikimeve	Gazetat	Lloji i publikimeve
Telekomi i Kosovës	11	<ol style="list-style-type: none"> 1 KOHA Ditore 2 Epoka e Re 3 Zëri 4 Kosova Sot 	Konkurse dhe urime
Korporata Energjetike e Kosovës	10	<ol style="list-style-type: none"> 1 KOHA Ditore; 2 Epoka e Re 3 Zëri 	Vendime, konkurse dhe njoftime
Posta e Kosovës	2	<ol style="list-style-type: none"> 1 Epoka e Re 	Konkurse

TABELA 6. Pasqyrimi i shfrytëzimit të gazetave ditore për publikimin e shpalljeve të ndryshme nga tri ndërmarrjet më të mëdha publike

³ Tri publikime të këtij institucioni që janë publikuar së bashku me KPK-në në KOHA Ditore dhe Zëri.

MOSTRANSPARENCA E INSTITUCIONEVE NË LIDHJE ME KONTRATAT PËR SHËRBIME TË MARKETINGUT

D+ në lidhje me kontratat për shërbime të marketingut ka dërguar kërkesa për qasje në dokumente publike në të gjitha ministritë, në të gjitha komunat, Kuvendin e Kosovës, KGJK, KPK, BQK, AKP dhe në tri ndërmarrje kryesore publike KEK, Postë dhe TK.

Në kërkesën për qasje në dokumente publike është kërkuar njoftimi për kontratë dhe kontratat e lidhura qoftë me gazetata e shtypura apo me portalet për shërbimet e publikimit dhe reklamimit në përgjithësi. Nga 66 institucionet që kemi kërkuar qasje në këto kontrata, 18 të tilla nuk kanë kthyer përgjigje, duke shkelur kështu Ligjin për Qasje në Dokumente Publike⁴. Nga institucionet qendrore përgjigje nuk kanë dhënë: Ministria e Infrastrukturës (MI), Ministria e Punës dhe Mirëqenies Sociale (MPMS), Ministria e Arsimit, Shkencës dhe Teknologjisë (MASHT), Ministria e Tregtisë dhe Industrisë (MTI) dhe Ministria e Mjedisit dhe Planifikimit Hapësinor (MMPH).

Gjithashtu përgjigje nuk ka dhënë as Këshilli Prokurorial i Kosovës (KPK). Ndërkaq nga 38 komunat përgjigje nuk kanë dhënë 10 komuna, ku përfshihen: Komuna e Gjilanit, Dragashit, Podujevës, Prizrenit, Skenderaj, Vitisë, Klllokotit, Zubin Potokut, Zveçanit dhe Mitrovicës së Veriut.

Ndërkaq, nga tri ndërmarrje publike të cilave ju kemi dërguar kërkesë për qasje në dokumente publike, Telekomit të Kosovës, Korporatës Energjetike të Kosovës dhe Postës, vetëm kjo e fundit është përgjigjur më lidhje me këto kontrata.

Pavarësisht që numri i institucioneve që kanë kthyer përgjigje në raport me numrin e dërgimit të kërkesave për qasje është i kënaqshëm, disa prej tyre nuk e kanë respektuar afatin ligjor⁵, me ç'rast ka ngadalësuar procesin tonë në mbledhjen dhe analizimin e të dhënave.

4 Ligji nr.03/L-215 për Qasje në Dokumente Publike, 2010.

5 Po aty, neni 7 dhe 8.

MOSTRANSPARENCA E MEDIAVE NË LIDHJE ME KONTRATAT PËR SHËRBIME TË MARKETINGUT

Përveç institucioneve, kërkesë për informacion, por për hir të parimit të transparencës u është dërguar edhe mediave, të cilat kanë qenë të targetuara për këtë raport. Nga mediat janë kërkuar po ashtu informacione nëse kanë kontrata të tilla me institucionet shtetërore, vlerën e tyre dhe numrin e përgjithshëm të kontratave. Shumica prej tyre, nuk kanë kthyer asnjë përgjigje. Bazuar në numrin e përgjigjeve që kemi marrë, transparenca e institucioneve pub-

like çuditërisht del të jetë më në nivel sesa e vet mediave, të cilat fushëveprimtarinë e tyre gjithmonë e zhvillojnë duke u thirrur në parimin e transparencës. Një qasje e tillë e mediave mund të konsiderohet si akt joproporcional, pasi të njëjtat kërkojnë transparencë, mirëpo nuk e ofrojnë të njëjtën gjë për publikun. Në tabelën më poshtë do të shihni cilat kompani mediale janë përgjigjur në pyetjet që u kemi dërguar.

Kompania mediale	Data e kërkesës	Dita e përgjigjes	Lloji i përgjigjes
Koha Ditore	13 nëntor 2018	30 nëntor 2018	Pozitive
Zëri	13 nëntor 2018	/	/
Epoka e Re	13 nëntor 2018	/	/
Bota Sot	13 nëntor 2018	/	/
Kosova Sot	13 nëntor 2018	/	/
Insajder	13 nëntor 2018		
Gazeta Express	13 nëntor 2018	13 nëntor 2018	Negative
Telegrafi	13 nëntor 2018	/	/
Lajmi.net	13 nëntor 2018	/	/
Zëri	13 nëntor 2018	/	/
Gazeta Blic	13 nëntor 2018	/	/
Indeksonline	13 nëntor 2018	13 nëntor 2018	Pozitive
Ekonomia Online	13 nëntor 2018	27 nëntor 2018	Negative
Bota Sot	13 nëntor 2018	/	/
Botapress	13 nëntor 2018	19 nëntor 2018	Pozitive
Arbresh.info	13 nëntor 2018	/	/
Kosova Press	13 nëntor 2018	/	/
Klankosova.tv	13 nëntor 2018	/	/

TABELA 7. Pasqyrimi i përgjigjeve të mediave në kërkesat për informacion



Njëra prej kompanive mediale e cila është shquar për transparencë të lartë duke treguar të gjitha të ardhurat që ju vijnë nga kontratat që lidhin me institucionet është *Grupi KOHA*. Kjo kompani mediale ka dërguar të gjitha faturat dalëse për tri vitet e fundit. Sipas këtyre faturave *Grupi KOHA* për vitin 2016 ka përfituar nga institucionet shumë prej 87,622.24 euro, për vitin 2017 shumë prej 103,410.33 euro dhe për vitin 2018, deri në muajin nëntor, shumë prej 94,684.34 euro. Gjithsej kjo kompani për tri vite është financuar nga institucionet me një shumë prej 285,716.91 eurosh.

Përveç *Grupit KOHA*, përgjigje kanë dhënë edhe katër medime tjera, disa nga të cilat më vonë kanë rezultuar si të pavërteta. Indeksonline në përgjigjen e dhënë më 13 nëntor 2018, kishte deklaruar se nuk ka asnjë kontratë me asnjë institucion për shërbime të marketingut, përderisa D+ gjatë monitorimit ka hasur në disa kontrata që kjo kompani i ka të lidhura me këto institucione. Njëra prej kontratave që kjo kompani ka lidhur është ajo me MBPZhR. Kjo kontratë me kohëzgjatje njëvjeçare e cila kapë vlerën prej 8,400.00 euro⁶ është lidhur me procedurë të negociuar, pas publikimit të njoftimit për dhënie të kontratës⁷. Një portal tjetër që është përgjigjur në pyetjet e drejtuara lidhur me kontratat për shërbime të marketingut është *Botapress*. Sipas kësaj kompanie, e vetmja kontratë që ka pasur me një institucion për tri vitet e fundit është me çmim prej 350 eurosh, e cila kishte përfunduar në vitin 2017. Emrin e këtij institucioni, ky portal nuk e ka bërë të ditur.

Ndërkaq, dy kompani mediale të cilat kanë kthyer përgjigje, por përgjigjet e tyre kanë qenë negative, duke mos pranuar të na i ofrojnë informatat e sakta se me cilat institucione kanë kontrata tri vitet e fundit janë *Gazeta Express* dhe agjencia e lajmeve *Ekonomia Online*.

Nga mediat janë kërkuar po ashtu informacione nëse kanë kontrata të tilla me institucionet shtetërore, vlerën e tyre dhe numrin e përgjithshëm të kontratave. Shumica prej tyre, nuk kanë kthyer asnjë përgjigje.

6 Kontratë kornizë e negociuar mes MBPZhR dhe "INDEKSONLINE" SH.P.K. 22.10.2018.

7 https://eprokurimi.rks-gov.net/SPIN_PROD/APPLICATION/IPN/DocumentManagement/DokumentPodaciFrm.aspx?id=260781

NEVOJA PËR MARKETING

D+ për këtë hulumtim ka intervistuar edhe disa zyrtarë të ministrive dhe përfaqësues të mediave, të cilat kanë folur për nevojat që institucionet kanë për marketing. Njëri prej të intervistuarve është edhe sekretari i përgjithshëm i Ministrisë së Administratës Publike, Arton Berisha⁸. Sipas tij nevojë për marketing si institucion nuk kanë, pasi edhe nuk janë target i mediave as për sulme e as për lëvdata. Ai thekson se momentalisht kanë një kontratë me gazetën *Epoka e Re*, e cila është përzgjedhur me procedura të tenderimit, e atë në ritenderim, pasi nuk kanë ofertuar media tjera. Ndërkaq, për pozita të larta të kësaj ministrie, kjo ministri sipas tij ka memorandum që të publikohen në dy apo tri gazetat më të lexuara.

Intervistë tjetër që kemi realizuar është ajo me ish-zyrtarin e lartë të Ministrisë së Infrastrukturës (MI), ish-sekretarin e kësaj ministrie, Nebih Shatri. Pavarësisht që kjo ministri nuk ka kthyer asnjëherë përgjigje për kontratat për shërbime të marketingut që i kemi kërkuar, ata pranuan të flasim për këtë çështje. Sipas ish-sekretarit, marketingu është shumë i nevojshëm që të njoftohen qytetarët me punët dhe të arriturat e ministrive, gjë që është një lloj transparence. Gjatë intervistës, z. Shatri njoftoi që MI ka lidhur kontrata tremujore e ndonjëherë edhe gjashtëmujore me disa media, ndërsa për konkurse, ato i publikojnë me rotacion në të gjitha gazetat.

Njëra prej institucioneve që ka numër të madh të kontratave është edhe Agjencia Kosovare e Privatizimit (AKP). Marrë parasysh këtë fakt, ne kemi realizuar një takim me kryesuesen e Njësitit për Marketing dhe Marrëdhënie me Investitor, Besa Belegun. Gjatë kësaj interviste, e njëjta pranon që me ligj janë të obliguar të publikojnë shpalljet dhe thirrjet për ankande në një apo dy gazetat më të lexuara, mirëpo e ndjekin një

praktikë që të lidhin kontrata me pesë gazetat ditore të Kosovës, një gazetë të Serbisë dhe një të Malit të Zi. Ajo deklaroi se për promovimin e shitjes, përveç gazetave i kontraktajnë edhe televizionet siç janë *RTK-ja*, *KTV-ja* dhe *21-shi* dhe disa radio. Ajo po ashtu potencoi se me gazetat, televizionet dhe portalet nuk hapin procedurë të tenderimit, mirëpo të njëjtat shkojnë me negociim. Ndërkaq, dy vitet e fundit AKP ka hapur tender për radiot, mirëpo i vetmi ofertues ka qenë Instituti i Medias i Kosovës, i cili edhe këtë vit është shpërblyer me kontratë për ofrimin e shërbimeve për mbulimin e radiove nacionale dhe lokale. Pas pranimit të të gjitha kontratave për shërbime të marketingut për tri vitet e fundit dhe sipas analizës që kemi bërë, del se AKP ka shpenzuar për këtë periudhë më shumë se gjysmë milioni euro.

Ndryshe nga intervistat që i kemi realizuar me zyrtarë të institucioneve, ato me mediat ka qenë shumë vështirë të realizohen, pasi kanë pranuar shumë pak të flasim. Janë gjithsej tre kompani mediale që kanë pranuar të flasim për kontratat që i marrin nga institucionet, e ato janë *Grupi KOHA*, *Gazeta Express* dhe *Ekonomia Online*. Disa prej këtyre mediave pranuan që është shumë e vështirë të mbijetojnë pa këto kontrata me institucione, e sidomos në këto kohë të tregut të egër në media. Ndërkaq, kanë mohuar kategorikisht që këto kontrata mund të ndikojnë në politikën redaktoriale.

Në vazhdim të këtij raporti mund të lexoni për të gjeturat në lidhje me analizimin e kontratave specifike për disa institucione publike, në të cilat D+ ka arritur të ketë qasje. Në këtë analizë përveç çmimeve janë shqyrtuar edhe çështjet si procedura e përzgjedhjes së fituesve, të drejtat dhe detyrimet e palëve kontraktuese dhe çështje të tjera që lidhen me ndikimin e këtyre kontratave në politikën redaktoriale.

⁸ Intervista me sekretarin e përgjithshëm të MAP, Arton Berisha, 16.10.2018.

Ministria e Bujqësisë, Pylltarisë dhe Zhvillimit Rural

Ministria e Bujqësisë, Pylltarisë dhe Zhvillimit Rural (MBPZHR) ka lidhur kontratë në vlerë 109,200 euro me 16 portale për publikimin e lajmeve, banerëve dhe shërbime të tjera. Kohëzgjatja e kontratës është 12 muaj. Procedura e ndjekur sipas LPP është procedura e negociuar pa publikim të njoftimit për kontratë. Një nga kriteret e dosjes së tenderit ka qenë që një portal duhet të ketë në mes 500,000 e 1,000,000 vizita në muaj (këtë ministria në dosje të tenderit e quan klikueshmëri), por i ka lejuar edhe ato mbi 1,000,000. Ministria ka kërkuar dëshmi për këtë por nuk e ka specifikuar mënyrën se si duhet të dëshmohet. Zakonisht ueb-faqet e integrojnë një produkt si Google Analytics për të analizuar vizitat në faqe dhe të dhëna të tjera.

I vetmi specifikim teknik është që baneri të ketë dimensione 768x90 piksela. Kërkesat tjera janë këto:

- Publikimi i banerëve/reklamave;
- Publikimi i njoftimeve dhe komunikatave për media;
- Publikimi i reportazheve për sektorin e bujqësisë;
- Publikimi i intervistave dhe temave të veçanta;
- Përcjellja e aktiviteteve të MBPZHR-së me interes të veçantë (konferencat e Ministrit, etj.);
- Publikimi i reagimeve apo sqarimet për qytetarë.

Nga këto kritere të lartcekura, publikimi i njoftimeve, intervistave dhe komunikatave për media nuk ka kuptim pasi ato zakonisht publikohen pa pagesë.

Një çështje tjetër e evidentuar është edhe zgjedhja që reklamimi të bëhet në 16 portale të ndryshme. Për

vlerësimin e D+ nuk është veprim i qëlluar, pasi institucionet nuk kanë bërë analiza të lexueshmërisë së portaleve për të parë se ku është më e përshtatshme për të reklamuar. Rast i ndryshëm është te gazetetat, pasi aty lexuesi krijon kosto për ta blerë një gazetë, gjë që mund të supozohet se secila gazetë ka një grup të caktuar të lexuesve të cilët potencialisht nuk i lexojnë gazetetat tjera. Prandaj, publikimi i një njoftimi në të gjitha gazetetat është më i arsyeshëm, sesa publikimi i një njoftimi në të gjitha portalet.

Në dosje të tenderit nuk ka ndonjë kriter se sa herë do të shfaqet baneri në portal. Në botën e marketingut online zakonisht kjo paguhet sipas formulës CPM (Cost per thousand impressions) që nënkupton koston për 1,000 shfaqje të banerit. Sipas dimensionit të banerit të dhënë më lartë baneri do të zinte gjysmën e gjerësisë së faqes. Por, në dosje nuk është përcaktuar se ku do të vendoset baneri, pasi dallon shumë vendosja në ballinë me vendosjen në ndonjë faqe tjetër ose më poshtë, ku lexuesi duhet të shkojë në fund të faqes që ta shohë. Çmimet në portalet të cilat i kanë të publikuara ofertat dallojnë shumë. Në *Gazetën Express* çmimi i banerit me dimensione 768x90 është 1,200 euro për 500,000 shfaqje në muaj, në ballinën e portalit. I njëjti baner ka çmim 800 euro në muaj nëse shfaqet në faqet tjera të këtij portali. Portali *Kosovapress* në ofertën e tij, çmimin për publikim të njëjtin dimension të banerit në ballinë e ka 600 euro në muaj, por nuk ceket se sa herë do të shfaqet baneri⁹. Kontrata është nënshkruar për 8,400 euro në vit, apo 700 euro në muaj.

Baneri i shfaqur në të gjitha këto portale është i klikueshëm dhe dërgon në ueb-faqen e MBPZHR. Baneri që shfaqet është një mesazh për konsumimin e produkteve vendore.

Çmimi i kontratës për një vit për secilin portal është në tabelën e mëposhtme:

⁹ Oferta e marketingut për portalin [Kosovapress.com](http://www.kosovapress.com)
http://www.kosovapress.com/public/uploads/document/oferta-2017-finale-1-1-compressed_4057.pdf

Ministria e
Bujqësisë,
Pylltarisë
dhe Zhvillimit
Rural

Ka harxhuar

109,200 €

për reklama në **16 portale**



INSAJDERI

€8,400.00



LAJMI.NET

€8,400.00



EPOKA E RE

€4,800.00



KOSOVA PRESS

€4,800.00



INDEKSONLINE

€8,400.00



GAZETA EXPRESS

€8,400.00



METRO MEDIA GROUP

€7,800.00



PERISKOPI

€7,800.00



INFOKUSI

€7,200.00



ECO MEDIA GROUP

€7,200.00



ORA.INFO

€6,000.00



BLIC MEDIA

€6,000.00



RADIO KOSOVA E LIRË

€4,200.00



GAZETA EKONOMIA

€4,200.00



EKONOMIA ONLINE

€8,400.00



TELEGRAFI

€8,400.00

Gjithsej 109,200 €

TABELA 8.

Çmimet për 12 muaj të kontratës në mes MBPZHR dhe portaleve

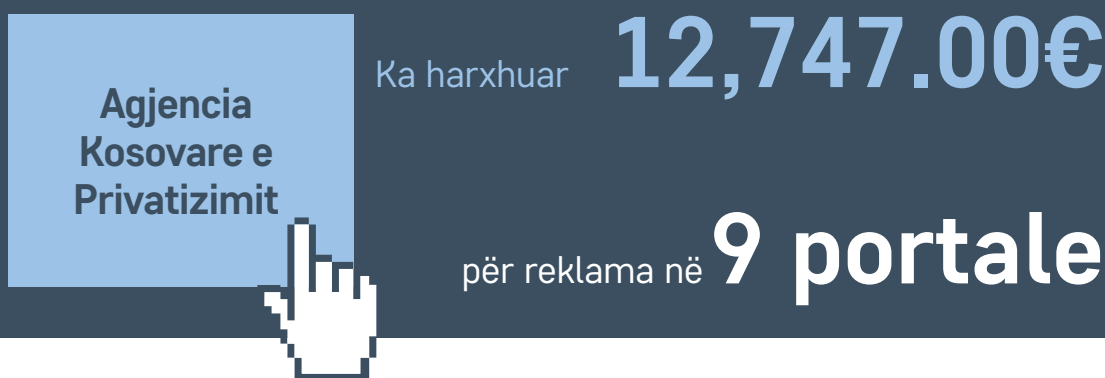
Agjencia Kosovare e Privatizimit

AKP ka lidhur kontratë marketingu me nëntë portale. Ajo që e dallon këtë kontratë nga ajo e MBPZHR është çmimi total prej 12,747 euro për 12 muaj, që është dukshëm më i ulët. Kriteret e dosjes së tenderit të përcaktuara nga AKP janë këto:

- Baner interaktiv në ballinë - Desktop dhe mobile (formati i banerit 728x90px);
- Baner interaktiv në artikull - Desktop dhe mobile (formati i banerit 300x250px);
- Publikim i shërbimeve të kombinuara - Desktop dhe Mobile;
 - Baner interaktiv në ballinë dhe/ose artikull 300x250px;

- Postimi i transmetimit të drejtpërdrejtë- live stream - Shitja e Aseteve, në ballinë të portalit;
- Një artikull të sponsorizuar;
- Shpërndarja e artikujve të ndryshëm në rrjetet sociale të portaleve.

Kërkesat e AKP janë bazuar në ofertat e tregut në parim kanë një kosto më të lartë se ato të MBPZHR. Kjo pasi që AKP ka kërkuar transmetim të drejtpërdrejtë të shitjes së asetëve, gjë e cila ka një kosto më të lartë sesa shërbimet e tjera. Gjithashtu AKP ka kërkuar dy banera, ndërsa MBPZHR vetëm një. Kriteret që i ka kërkuar AKP nuk përcaktojnë se sa herë do të shfaqet baneri në portal e as vendndodhjen e tij. Gjithashtu nuk është e përcaktuar a do të vendoset në ballinë apo në faqe tjera të portalit. AKP nuk ka parashikuar sasi në këtë rast, që do të duhej të ishte numri i shfaqjeve të banerëve. Kjo është e njëjtë si te tenderi i MBPZHR, ku është dashur të përdorej formula CPM.



 INTERNEWS KOSOVA (KALLXO.COM) €2,100.00	 RADIO KOSOVA E LIRE €500.00	 INDEKSONLINE €1,500.00
 EKONOMIA ONLINE €1,800.00	 METRO MEDIA GROUP €1,000.00	 PERISKOPI €750.00
 INFOKUSI €1,850.00	 KOSOVA PRESS €1,897.00	 BLIC MEDIA €1,350.00

TABELA 9. Çmimet për 12 muaj të kontratës në mes AKP-së dhe portaleve

Komuna e Prizrenit

Komuna e Prizrenit ka lidhur kontratë për 12 muaj me gazetën *Epoka e Re* për publikimin e njoftimeve në këtë gazetë. Vlera e kontratës arrin në 7,830 euro. Procedura e ndjekur është procedura e hapur, kuotim i çmimit, që nënkupton autoriteti kontraktues ju dërgon ftesë disa operatorëve ekonomik që të bëjnë ofertë. Për këtë tender, ftesën për kuotim komuna ju kishte dërguar *Epokës së Re* dhe *Zërit*. Gazeta *Zëri* kishte çmim më të ulët, 7,785 euro¹⁰. Komuna në këtë rast nuk ka marrë vlerë për para për shkak se kontrata është dhënë pa shikuar numrin e lexuesve që mund të arrihen përmes publikimit në një tërësi apo tjetër gazetë.

Në dosje të tenderit nuk ka asnjë kërkesë apo specifikë teknike. Numri i publikimeve në paramasë është ndarë në faqe të plotë, gjysmë faqe dhe çerek faqe. Sasia e përgjithshme që komuna ka parashikuar është 185 publikime për një vit. Kjo nënkupton që komuna ka paraparë që të bëjë një publikim çdo dy ditë. Pasi kjo kontratë nuk është kontratë kornizë dhe komuna ka parashikuar sasinë, është e obliguar që të porosisë këtë sasi në tërësi. Zakonisht për tenderët e publikimeve në gazeta, kontrata lidhet me çmim për njësi pasi në fillim nuk dihet sasia e publikimeve dhe kjo e mbron autoritetin kontraktues që të mos detyrohet të bëjë publikime të panevojshme.

Epoka e Re ka ofertuar çmime manipuluese pasi çmimet ishin me sa vijon:

- Publikim në faqe të plotë - 45 euro
- Publikim në 1/2 e faqes - 48 euro
- Publikim në 1/4 e faqes - 20 euro

Çmimi për një publikim në gjysmë faqe është më i lartë sesa po të merret e gjithë faja e gazetës. Për shkak se publikimet prej gjysmë faqe janë më të shpeshta, kompania ka ofruar një çmim më të lartë. Nga Monitorimi i D+ për periudhën gusht-dhjetor

2018, komuna ka bërë 25 publikime në *Epokën e Re*. Tetë nga këto njoftime janë 1/2 e faqes së gazetës, e cila ka kosto më të lartë sesa po të publikoheshin si një faqe e plotë.



Disa prej këtyre mediave pranuën që është shumë e vështirë të mbijetojnë pa këto kontrata me institucione, e sidomos në këto kohë të tregut të egër në media. Ndërkaq, kanë mohuar kategorikisht që këto kontrata mund të ndikojnë në politikat redaktorale.

¹⁰ Njoftim mbi vendimin e AK.
<https://rebrand.ly/kkprizren>

RAPORTIMI I MEDIAVE PËR INSTITUCIONET ME TË CILAT KANË LIDHUR KONTRATA

Duke qenë se krijimi i një raporti kontraktual mund të lë përshtypje se mediat e ndikojnë politikën redaktoriale për të përfituar kontrata në të ardhmen apo për të mirëmbajtur raportet e mira me institucione, D+ ka monitoruar të gjitha portalet të cilat janë pjesë e raportit, për raportimet e tyre në lidhje me Ministrinë e Bujqësisë, Pylltarisë dhe Zhvillimit Rural, si dhe Ministrinë e Infrastrukturës. Të gjeturat e këtij hulumtimi tregojnë se asnjë nga portalet e monitoruara nuk ka shkruar artikuj hulumtues në lidhje me ndonjë çështje nga dy ministrinë përkatëse.

Numri më i madh i artikujve negativ janë identifikuar për ministrinë e Bujqësisë, Pylltarisë dhe Zhvillimit Rural, Nenad Rikalo, por edhe në këto raste artikujt kishin të bënin me reagime të palëve të treta apo ngjarje nga proceset në Këshillin e Pavarur Mbikëqyrës të Shërbimit Civil (KPMShC). Në anën tjetër, të gjithë artikujt për MBPZHR kanë qenë pozitiv apo neutral, me përjashtim të një konference për media e cila është mbajtur nga Federata Sindikale e Bujqve të Kosovës e publikuar në *Ekonomia Online*¹¹.

Ndërkohë, për MI të vetmit artikuj negativ të cilat D+ ka identifikuar kanë qenë ato për mospastrimin e rrugëve nga bora gjatë sezonit dimëror. Për disa artikuj, të cilët janë ripostuar nga disa media është e vështirë të identifikohet burimi, për shkak të moscitimit. Artikujt e tjerë të identifikuar në lidhje me MI kanë qenë ose lajme promovuese, se si ministria është e përkushtuar për arritje të caktuara ose kanë qenë lajme neutrale të cilat kanë përçuar mesazhe për qytetarët.

Për sa i përket shkrimeve për ministrinë e Infrastrukturës, Pal Lekaj, janë identifikuar disa shkrime të cilat kanë përcjellur aktakuzën dhe çështjet procedurale të gjykatës. Prapëseprapë edhe për këtë ministër nuk kemi identifikuar asnjë artikull të natyrës hulumtuese i cili ka nxjerrur në dritë ndonjë aferë të tij. Artikuj negativ për Lekajn janë shkruar po ashtu edhe në rastin e arrestimit të shtetasve turk, të njohur si "rasti i gylenistëve". Sidoqoftë, kanë dominuar artikujt pozitiv për këtë ministër, duke dhënë hapësire të madhe vizitave të tij në komuna, përrurimit të projekteve të ndryshme, e sidomos anulimit të vizitës në Graçanicë, për shkak të mosvendosjes së flamurit të Kosovës në ndërtesën e komunës.

11 *Ekonomia Online*, Tahiri: *Paratë e buxhetit për bujqësi po vidhen, institucionet të reflektojnë*, 05 dhjetor 2018. <https://ekonomiaonline.com/ekonomi/bujqesi/tahiri-parate-e-buxhetit-per-bujqesi-po-vidhen-institucionet-te-reflektojne/>

MARKETINGU NË TV DHE RADIO

Shpenzimet enorme të Komunës së Ferizajt

Bazuar në të dhënat e siguruar nga monitorimi dhe ofrimi i qasjes në dokumente publike, komuna me më së shumti kontrata të lidhura për tritivet e fundit për shërbime të marketingut është ajo e Ferizajt. Kjo komunë për vetëm një vit ka shpenzuar 127,500.00 euro për këto shërbime, duke shpërblyer me kontratë tre operatorë ekonomik, njërin prej tyre me dy lloje apo kontrata. Aktiviteti i prokurimit me emërtimin “Transmetimi integral i seancave të Kuvendit të Komunës së Ferizajt, publikimet, njoftimet, konkurset dhe emisionet e ndryshme informative në TV për nevojat e komunës” ishte ndarë në katër lloje. Për katër llojet, kontrata ishte lidhur më 26.06.2015 me kohëzgjatje deri më 25.06.2018, shërbime të cilat janë kryer me porosi të komunës.

Llota i parë i kësaj kontrate i ishte dhënë *QM Tema* me çmim prej 37,500.00 euro për informim të qytetarëve të Komunës së Ferizajt për rrjedhën e seancave të Asamblesë Komunale përmes transmetimit të drejtpërdrejtë televiziv.

Llota i dytë i kontratës i ishte dhënë *N.SA. Festina* me çmim prej 18,000.00 euro për informim të qytetarëve të Komunës së Ferizajt për rrjedhën e seancave të Asamblesë Komunale përmes transmetimit të xhirimit burimor.

Ndërkaq, për llotin e tretë dhe të katërt kontrata ishte lidhur me *Agro Albi Liria* në vlerë prej 72,000 euro, e cila shumë ishte paguar për transmetimin e emisioneve, konferencave dhe manifestimeve kulturore, sportive për shërbim publik, si dhe transmetimi i shpalljeve, njoftimeve dhe konkurseve të Komunës së Ferizajt. Për dallim nga dy llotet e para, të cilat i kanë të bashkangjitura në kontratë edhe çmimet e ofertuar për njësi, dy llotet e fundit nuk e kanë fare këtë pjesë.

Në vitin 2016, Komuna e Ferizajt ka lidhur dy kontrata të shërbimeve mediale. Kontrata e parë ishte lidhur me agjencinë e lajmeve *Ekonom Online* me çmim prej 990 euro për 12 muaj¹². Përgjegjësi e kësaj kompanie mediale sipas kontratës kishte qenë publikimi i komunikatave dhe njoftimeve tjera për shtyp. Një kontratë tjetër që kjo komunë kishte lidhur ishte ajo me portalin *Botapress.info*, në vlerë prej 990 euro për gjashtë muaj¹³. Asnjëra nga dy kontrata nuk ka specifikuar sasinë e publikimeve dhe çmimin për njësi, të cilën D+ e ka hasur si problem në disa kontrata. Mosspecifikimi i obligimeve të palëve në një kontratë mund të shkaktojë probleme gjatë implementimit të saj, kështu që mund të ketë edhe shpenzime të pakontrollueshme të parasë publike.

E njëjta komunë, për vitin 2017 për shërbime të marketingut kishte lidhur tri kontrata. Dy nga këto kontrata ishin lidhur me gazetën *KOHA Ditore*¹⁴, të cilat përfshijnë çmimoren dhe vlerat e hapësirave reklamuese, por jo edhe çmimin total që

12 Kontratë mes Komunës së Ferizajt dhe agjencisë së lajmeve “Ekonomia Online”, 12.01.2016-12.01.2017.

13 Kontrata mes Komunës së Ferizajt dhe Botapress.info, 09.06.2016.

14 Kontratë për publikimin e shpalljeve në KOHA Ditore, nr.KD-08/17, i datës 01.03.2017 dhe me nj.KD-10/17, 01.09.2017.

do të shpenzohet për këto shërbime. Përveç me këtë gazetë, Komuna e Ferizajt kishte lidhur edhe një marrëveshje me gazetën *Bota Sot* e cila nuk ka asnjë të dhënë përveç titullit të kontratës dhe periudhës kohore brenda të cilës duhet të kryhen shërbimet e kërkuara¹⁵.

Ndërkaq për vitin 2018, kjo komunë ka lidhur gjashtë kontrata, dy me gazetën *KOHA Ditore* për publikime, njëra prej të cilave do të zgjat deri në prill të vitit 2019¹⁶. Gjithashtu, këtë vit, kjo komunë ka lidhur kontratë edhe me gazetën *Epoka e Re*, publikimet në të cilën do të bëhen sipas kërkesës së komunës¹⁷. Kontrata tjera të një natyre më ndryshe që komuna ka lidhur me kompanitë mediale *Kosova Press* dhe *Radio Kosova e Lirë* është afishimi i banerit të këtij institucioni në portal. Agjencia e lajmeve *Kosova Press* ka lidhur një kontratë dyvjeçare për ta afishuar banerin e komunës në portal dhe për të publikuar komunikata për media dhe aktivitet të karakterit informues, e atë në shumë prej 600 eurosh në muaj, duke shpenzuar kështu mijëra euro nga buxheti i komunës. Një e gjetur tjetër në këtë kontratë është çështja e kohëzgjatjes së kontratës, ku në njërin anë thuhet se është kontratë me kohëzgjatje prej dy vitesh, ndërsa në anën tjetër thuhet se marrëveshja hyn në fuqi nga data 17.02.2018 e deri më 17.03.2019, me ç'rast shkaktohet një paqartësi. Nga kjo kontratë, i bie që komuna për dy vitet sa do të zgjasë kontrata të paguajë 14,400.00 euro¹⁸. Çmimi me të cilin *Kosova Sot* kishte ofertuar për gjithsej 12 publikime në gazetë ishte 470.00 €. Një kontratë e ngjashme njëvjeçare e lidhur këtë vit nga komuna është ajo me *Radion Kosova e Lirë*, të cilës për afishimin e banerit dhe transmetimin e aktiviteteve të komunës i paguhet shuma mujore prej 120

euro¹⁹. Në kontratë tjetër gjashtëmujore për publikimin e konkurseve dhe njoftimeve të ndryshme ishte lidhur me gazetën *Zëri*, e cila është paguar në bazë të porosive dhe në bazë të çmimoreve me të cilën kishte ofertuar, por pa cekur vlerën totale të kontratës apo numrin e publikimeve²⁰.



Nga të dhënat e mbledhura nga Demokraci Plus, komuna me më së shumti kontrata për shërbime të marketingut në tri vitet e fundit është komuna e Ferizajt. Kjo komunë për vetëm një vit ka shpenzuar 127,500.00 euro për këto shërbime, duke shpërblyer me kontratë tre operatorë ekonomik, njërin prej tyre me dy llote apo kontrata.

15 Marrëveshje për shërbimet e publikimeve me gazetën "Bota-Sot", 01.10.2017-31.12.2017.

16 Kontratë për publikimin e shpalljeve në KOHA Ditore, nr.KD-05/18, 03.01.2018 dhe nr.KD-25/18, 01.04.2018.

17 Kontrata e lidhur mes Komunës së Ferizajt dhe "Epokës së Re", 01.07.2018-31.12.2018.

18 Kontrata e lidhur mes Komunës së Ferizajt dhe "Kosova Press", 21.02.2018.

19 Kontrata e lidhur mes Komunës së Ferizajt dhe "Radio Kosova e Lirë", 23.04.2018.

20 Kontrata mes Komunës së Ferizajt dhe "Zëri", 03.01.2018-03.06.2018.

PËRFUNDIME DHE REKOMANDIME

Në bazë të këtij hulumtimi, D+ vlerëson se ka parregullsi të shumta të lidhja e këtyre kontratave të analizuar në këtë raport dhe ofrimit të shërbimeve të publikimit për institucionet publike. Është brengosës fakti që shumica e kontratave janë lidhur me procedura të papërshtatshme të prokurimit të cilat nuk specifikojnë të drejtat dhe detyrimet e palëve në atë mënyrë që publiku ta ketë të qartë përfitimin që ka nga këto kontrata.

Legjislacioni në fuqi nuk obligon asnjë institucion që të lidhë kontrata me të gjitha gazetatat dhe mediat që operojnë në Kosovë, por ajo duhet të përzgjedhet në bazë të disa kritereve. Ndërkaq, shumë institucione krijojnë parime institucionale, duke nënshkruar kështu kontrata të shumta me gazeta, portale, radio dhe televizione, pa asnjë lloj procedure. D+ rekomandon që përzgjedhja e kompanive mediale për marketing të bëhet nga një trup e pavarur apo të paktën nga Agjencia Qendrore e Prokurimit, për të shmangur kontrata të cilat kanë për qëllim ndikimin e institucioneve në mediat private.

Në shumicën e kontratave që D+ ka arritur t'i sigurojë ka mangësi të shumta, duke ju munguar shpesh edhe elementet kryesore të kontratës, siç janë çmimi dhe vlera totale që mund të dalë nga ajo kontratë. Po ashtu, në shumë raste këto kontrata nuk kanë qenë standarde sipas modeleve që KRPP përcakton. Në këtë mënyrë, kontratat kanë qenë të shkruara nga vetë mediat dhe në të njëjtat nuk ka pasur shumë detaje se për çka, kur dhe me çfarë qëllimi do të bëhen publikimet.

D+ rekomandon zbatimin e LPP-së edhe për kontratat për shërbime të publikimit, pasi rreziku i lidhjes së kontratave të tilla pa një procedurë të mirëfilltë

të prokurimit mund të dëmtojë jo vetëm buxhetin e shtetit, mirëpo edhe të drejtën e qytetarëve që të informohen drejtë dhe saktë. Lidhja e këtyre kontratave mund t'i dëmtojë kompanitë mediale serioze në Kosovë dhe ta mundësojë mbijetesën e portaleve që janë krijuar vetëm për përfitime, duke lënë informimin e lexuesve si plan të dytë.

Po ashtu, D+ fton kompanitë mediale të bëhen transparente në aspektin e financimit të tyre nga ana e institucioneve, pasi vetëm kështu mund të krijohet besimi në to dhe njëkohësisht të dalin nga skena kompanitë mediale që financohen vazhdimisht, duke mos përbushur asnjë kriter për t'u përzgjedhur.

Katalogimi në botim – (CIP)
Biblioteka Kombëtare e Kosovës "Pjetër Bogdani"

336.1/.5:659(048)

Dedushaj, Arbelina

Mediat dhe tenderët sa kanë ndikuar fondet e qeverisë në politikat editoriale të mediave? : raport i monitorimit të shpenzimeve të parasë publike në shërbime të publikimit dhe marketingut në gazeta të shtypura dhe portale online (gusht-dhjetor 2018) / Arbelina Dedushaj. – Prishtinë : Democracy Plus, 2019. - 38 f. : ilustr.; 20 cm.

ISBN 978-9951-758-12-3

PËR DEMOKRACI PLUS

Demokrasi Plus (D+) është organizatë joqeveritare që bashkon persona me besim të fuqishëm në vlera demokratike dhe në një Kosovë me demokraci të qëndrueshme. Qëllimi kryesor i D+ është të nxisë vlera dhe praktika demokratike, si dhe politika që stimulojnë aktivizmin qytetar. Në kuadër të D+ funksionojnë tri programe: Programi për Qeverisje të Mirë, Programi për Sundim të Ligjit, dhe Programi për Zgjedhje dhe Parti Politike. D+ përkrahë institucionet qeveritare, qytetarët dhe mediat në përmirësimin e qeverisjes, avancimin e politikave publike dhe fuqizimin e sundimit të ligjit. Organizata jonë përqendrohet në përdorimin e teknologjisë informative për qëllimet e lartshënuara, dhe si rezultat ka zhvilluar platformat online *ndreqe.com* dhe *qeverisjatani.info* të cilat ofrojnë hapësirë për pjesëmarrje qytetare në vendimmarrje dhe llogaridhënie të institucioneve qeveritare. Për më tepër, D+ është anëtare e ProOpen, koalicioni i OJQ-ve që ka për qëllim ngritjen e transparencës në prokurim publik dhe parandalimin e keqpërdorimit të parasë publike

PËRKRAHUR NGA

