

VOTUES APO KLIENT? SI PO E RRËNON KORRUPSIONI DEMOKRACINË NË MAQEDONI?



FORUM FOR
REASONABLE POLICIES

Përmbledhje

Shtetet me një kulturë të përhapur klientelizmi zakonisht kanë vështirësi për t'ia dalë në krye korrupsionit. Dhe anasjelltas, korrupsioni i përhapur gjerësisht më shpesh shkon dorë për dorë me klientelizmin. Një mekanizëm i mundshëm që lidh këto dy fenomene (klientelizmin dhe korrupsionin) është mungesa e qeverisjes së mirë, administratës së partizuar dhe të mungesës së sistemit juridik funksional. Gjithashtu, klientelizmi lidhet edhe me mbledhjen jolegale të mjeteve nga ana e partive politike, si dhe shfrytëzimin e mënyrave të ndryshme për ndikim nga ana e partive. Përfundimisht, klientelizmi në kuptim më të gjerë lidhet edhe me korrupsionin e nivelit të lartë, duke krijuar lidhje korruptive biznesi që mund të shtrihen gjatë tërë qeverisjes së një elite politike të caktuar. Në kushtet e klientelizmit të përhapur në një shoqëri, votuesi është njëkohësisht edhe viktimë edhe shfrytëzues i praktikave të tilla. I tërhequr ndërmjet vullnetit personal për të dhënë votën e tij dhe nevojës për të siguruar njëfarë privilegji në kushtet e varfërisë, votuesi është klienti parësor i klientelizmit të krijuar nga partitë politike. Ky dokument është një përpjekje për të paraqitur këndvështrimet e ndryshme lidhur me gjendjen e klientelizmit në shoqërinë maqedonase.

VOTUES APO KLIENT? SI PO E RRËNON KORRUPSIONI DEMOKRACINË NË MAQEDONI?

• Hyrje

Në shkurt, të vitit 2022, Forumi për politika të arsyeshme organizoi një tryezë të rumbullakët me temën „Votues apo klient? Si po e rrënon korrupsioni demokracinë në Maqedoni?“. Në tryezën e rumbullakët morën pjesë aktive dhjetëra organizata dhe ekspertë të fushës, duke u përpjekur për t'i përcaktuar shkaqet e vërteta të korrupsionit dhe klientelizmit në kontekstin e proceseve zgjedhore në kuptim më të gjerë të fjalës.¹

Nga ky diskutim, edhe pse nuk drejtohej qëllimisht në përcaktimin e aktorëve të korrupsionit politik, doli qartë dhe pamëdyshje se një nga pikat kryesore të analizës dhe të adresimit të kësaj çështjeje janë pikërisht partitë politike dhe praktikrat e tyre klienteliste të zhvilluara mirë dhe të përhapura gjerësisht. Kuptohet, partitë politike nuk do të mund të funksiononin në mënyrë klienteliste, në qoftë se nuk do të ekzistonte i ashtuquajti habitusi klientelist, ose më saktë rrjeti i votuesve dhe simpatizantët partiakë të cilët hyjnë në atë angazhim klientelist. Lidhja parti-votues-klient duket se është një nga konstantet më të gjalla në politikën në Maqedoni, ndërsa pasojat e këtij angazhimi i ndiejnë tej për tej institucionet e sistemit si dhe të gjithë qytetarët, në mënyrë të drejtpërdrejtë a të tërthortë.

Ky dokument paraqet pasqyrën përmbledhëse të vrojtimeve dhe rekomandimeve të pjesëmarrësve në tryezën e rumbullakët për trajtimin e këtij problemi, pa i cilësuar më parë ndërhyrjet konkrete të çdo organizate/eksperti në veçanti. Kuptohet, ky dokument nuk ka për qëllim t'i përfshijë të gjitha aspektet e klientelizmit dhe mënyrat e ballafaqimit me të njejtin. Për këtë gjë, nevojiten analiza të thella në sektorë, të cilat nuk përfshihen në këtë dokument.

• Përcaktimi i klientelizmit në kontekstin politik maqedonas

Votues apo klient? Sa fyese është kjo dilemë! Por, klientelizmi ekziston, ka ekzistuar dhe do të ekzistojë, sepse ai është pjesë e asaj marrëveshjeje të heshtur (e jo rrallë të shprehur qartë) ndërmjet qytetarit/votuesit dhe partisë për të arrirë në përfitime të caktuara në këmbim të votave, apo llojit tjetër të ndihmës të një opsioni të caktuar politik.²

Kur flasim për klientelizëm, fitohet përshtypje se pikërisht në epiqendër të kësaj dukurie ndodhen partitë politike dhe praktikrat e tyre të zhvilluara mirë për krijimin e rrjeteve të ndikimit ndërmjet votuesve, biznesit, mediave... Të formuara si organizata relativisht strikte hierarkike, ndërmjet private dhe publike, por me pretendim të qartë për të pushtuar publikun, respektivisht të vijnë në pushtet dhe të mbajnë pushtetin, partitë janë qendra logjike dhe burimi i fuqisë, veçanërisht në kushtet kur kemi institucione të dobëta, ekonomi të dobët, dhe kulturë politike e cila ka më tepër elemente të shtetit sesa të pjesëmarrjes në vete. Vetë kultura politike është një fenomen vështirë i ndryshueshëm: ajo mund të jetë një trashëgimi e së kaluarës dhe sistemit të mëparshëm, të praktikave demokratike të nxëna pamjaftueshëm, traditës së mosndëshkimit, mosdhënies llogari për punët publike etj. Në anën tjetër, partitë politike në Maqedoninë e Veriut kultivojnë praktika brendapartiake autoritare, procedurat e tyre brendapartiake janë (qëllimshëm) të pazhvilluara, lidhjet e tyre me biznesin janë të thella dhe të pranishme. Përfundimisht, sistemi zgjedhor ekzistues, në të cilin udhëheqësia e lartë partiake ka përparësi gjatë zgjedhjes së kandidatëve për deputetë në listat zgjedhore, nuk ofron rrugëdalje efikase nga klientelizmi. Përkundrazi, e inkurajon dhe e bën atë model të pranueshëm të sjelljes.

¹ Lista e pjesëmarrësve në tryezën e rumbullakët ndodhet në Aneksin e këtij dokumenti.

² Hicken A, Klientelizmi, Shqyrtim vjetor i Shkencave politike, Vëll. 14:289-310, Qershor 2011, <https://www.annualreviews.org/doi/10.1146/annurev.polisci.031908.220508>

Duke u përpjekur për ta shpjeguar problemin e klientelizmit në mënyrë integrale, do të shërbehemi me një përkufizim relativisht gjithpërfshirës për këtë praktikë të përhapur gjerësisht:



„Klientelizmi, i përcaktuar si fenomen i cili daton që nga koha romake zakonisht përcaktohet, duke vështruar lidhjen ndërmjet agentit (vepruesit) më të fuqishëm dhe më të dobët (patronit dhe klientit), i cili, zakonisht, përfshin marrëdhënien e korruptuar të dyanshme të shërbimeve dhe kundërshtërbimeve. Shkëmbimi i shërbimeve ose kundërshtërbimeve, mund të lidhet me: të mirat materiale, ndikimin, fuqinë, ose, në thelb, çfarëdo të mire shoqërore që mund të trajtohet si mall. Ai, gjithashtu, përfshin lidhjen e drejtpërdrejtë, kryesisht ndërmjet dy personave, por gjithashtu, mund të përfshijë edhe palë të treta. Konteksti i raportit klientelist, zakonisht, është mungesa e ndonjë resursi të caktuar në shoqëri për të cilin janë të interesuar një numër i madh i njerëzve, por jo të gjithë njerëzit kanë qasje në të. Shpesh përdoret si mekanizëm për kooptimin e popullatave të marginalizuara dhe, zakonisht, përfshin marrëdhënien asimetrike të patronit të fuqishëm dhe klientit të rrezikuar social. Nga ana praktike, ai është i pranishëm edhe në shoqëritë autoritare, totalitare dhe ato demokratike dhe është i lidhur ngushtë me fenomenin e informalitetit.”³

Autorë të tjerë, ndërkaq, bëjnë dallimin ndërmjet dy tipeve të klientelizmit: zgjedhor dhe atij relacional.⁴ Klientelizmi zgjedhor ka të bëjë kryesisht me periudhën parazgjedhore dhe ditës së zgjedhjeve (blerjes së votave, frikësimit, ofrimit të mallrave dhe shërbimeve në këmbim të votës etj.). Klientelizmi relacional paraqet marrëdhënie afatgjate ndërmjet partisë dhe klientit dhe ai nënkupton relacione korruptive me biznesin, premtime për tenderë, furnizime publike dhe shërbime të tjera nëse partia vjen në pushtet. Mëtej, ky tip i klientelizmit do të kuptohet edhe si mobilizim dhe shantazhim i të punësuarve në kompani të caktuara që të votojnë për një opsion politik të caktuar, financim legal dhe jolegal i partisë politike të caktuar etj. Lexuesi do të mund të kuptojë lehtë se që të dy tipat e klientelizmit janë të pranishëm në kontekstin politik në Maqedoni dhe paraqesin një segment relativisht mjaft të përhapur nga praktikat zgjedhore dhe paszgjedhore në Maqedoninë e Veriut.

• Pasqyrë e shqyrtimeve më të rëndësishme, fushave dhe rekomandimeve lidhur me klientelizmin në Maqedoninë e Veriut

Në vazhdim të këtij dokumenti, po i shpalosim shqyrtimet dhe rekomandimet më të rëndësishme të pjesëmarrësve në tryezën e rumbullkaët me temën „Votues apo klient? Si po e rrënon korrupsioni demokracinë në Maqedoni“. Për një qartësi më të mirë, vrojtimit e pjesëmarrësve janë grupuar në fusha ose tema, me qëllim që më qartë të tregohen aktorët kryesorë dhe sfidat kryesore gjatë qasjes eventuale gjithpërfshirëse në zgjidhjen e këtij problemi kompleks në shoqërinë maqedonase.

Institucione të fuqishme, klientelizëm më të pakët

Në qasjen e adresimit të klientelizmit, shfaqet një dilemë, ngjashëm me atë „cila është më e vjetër, pula apo veza“. Në këtë kuptim, parashtrohet pyetja prej nga duhet filluar ballafaqimi me klientelizmin: të përforcohet demokracia brendapartiake e partive ose të ndërtohen institucione të fuqishme dhe të qëndrueshme? Megjithatë, kjo mund të jetë edhe një dilemë e rrejtshme, sepse që të dyja qasjet duhen zbatuar paralelisht. Institucione të fuqishme, me persona udhëheqës të cilët kanë integritetin e vet, vendime të sakta ligjore të cilat ia lidhin duart partive për punësime partiake pa kritere të qarta e të matshme, si dhe demokratizim i shkallshkallshëm i partive politike duket se është qasja më e drejtë e kësaj çështjeje. Kuptohet, ky problem nuk zgjidhet brenda natës, por është e nevojshme një qasje e koordinuar e institucioneve të pavarura (KSHPK, ESHR, sektori qytetar, mediat) që efektet të jenë të dukshme.

Klientelizmi do të zvogëlohet kur partitë politike nuk do të kenë llogari për të, dhe kjo mund të ndodhë në dy mënyra: 1. Të bëhet shumë i shtrenjtë dmth., të bëhen të pamundura kushtet e krijimit të lidhjes ndërmjet votuesit/klientit dhe partisë ose përfaqësuesit të pushtetit. Për fat të keq, në kushtet e varfërisë dhe të papunësisë ai ende është shumë „i lirë“. 2. Të përcaktohet dhe drejtohet përgjegjësia për praktikat klienteliste, dhe për këtë janë të duhura institucione të fuqishme dhe të qëndrueshme.

³ Markovikj N, Gocevski D, Analizë observuese e konceptimit popullor të klientelizmit në Maqedoni, Mendimi politik, Nr. 56, 2018, f. 23-41

⁴ Bliznakovski J, Gjuzelov B dhe Popovikj M, Raport mbi jetën joformale të partive politike në shoqëritë e Ballkanit perëndimor, Instituti për Demokraci “Societas Civilis” – Shkup, 2017

Zgjedhja e funksionarëve publikë, veçanërisht në vendet udhëheqëse, domosdo duhet të jetë transparente, publike dhe me kritere të përcaktuara saktë e përkatëse për vendin e punës. Në këtë mënyrë do të zvogëlohej në mënyrë të konsiderueshme vargu klientelist që formohet nga lartë poshtë. Ligji i paralajmëruar për shërbimin e lartë të udhëheqjes tashmë disa vite „qëndron në sirtar“, dhe ky do të mundësonte rregulimin e kësaj sferë dhe ngritjen e nivelit të transparencës, me qëllimin përfundimtar për zvogëlimin e klientelizmit dhe korrupsionit.

Lidhja klientelizëm - parti - administratë

Në shtet mbizotëron ligji i më të fortit dmth., ai që e merr pushtetin mëton në të drejtën e shpërndarjes së të mirave publike, ndërsa në kuptimin (partiak) më të cekët kjo është e drejta e premtimit parazgjedhor dhe pastaj edhe e punësimit të kuadrove më luajale dhe dhënies së beneficioneve të caktuara më të mëdha a më të vogla atyre që janë më të afërt me partinë në pushtet. Kjo gjë krijon një zinxhir dramatik të pakëputur të cilin nuk arritëm ta ndryshojmë që nga fillimi i pavarësisë, dhe çdo elitë politike vetëmse e shpërblen dhe e zgjeron këtë praktikë. Si të këputet ky zinxhir? Institucionet të cilat janë kompetente në kuptim më të gjerë të fjalës (KSHP, ESHR, prokuroria etj.) duhet ta kryejnë punën e vet dhe njëkohësisht të jenë nën presion të vazhdueshëm të publikut (mediat), të formohen rrjete joformale/iniciativa qytetarësh të cilat vazhdimisht do ta bënë presionin dhe do të ndiqnin punën e tyre.

Klientelizmi është i lidhur me administratën, dhe me punësimin joselektiv sipas çelësit partiak. Këtu, krahas nevojës për institucione të fuqishme dhe të pavarura, përgjegjësi parësore kanë partitë politike dhe prej tyre duhet filluar. Partitë politike, krahas klientelizmit të lidhur me privilegje të vogla (punësim, avancim në karrierë etj.) janë edhe burimi kryesor i lidhjes me oligarkinë ekonomike, dhe deri më tani askush s'ka marrë guximin që ta ndërpresë atë lidhje. Demokracia brendapartiake është njëra nga mënyrat për t'iu qasur problemit, dhe këtu duhet menduar për ndryshimet në sistemin zgjedhor, sepse sistemi ekzistues e mbyll demokracinë brendapartiake, edhe pse vetë sistemi zgjedhor nuk garanton se problemi do të zgjidhet. Deputeti duhet të ketë fuqi dhe pavarësi, të mos varet nga lideri që e ka vënë në listën zgjedhore. Me modelin ekzistues zgjedhor deputeti i ka duart e lidhura nga udhëheqësia partiake e cila e ka emëruar deputetin në listën zgjedhore.

Përparim relativ në pjesën normative

Ka një përparim të caktuar në pjesën normative, por jo edhe në efektet që po i arrijmë. Më e rëndësishme është pjesa e klientelizmit që nuk lidhet drejtpërdrejtë me zgjedhjet. Klientelizmi nuk duhet në mënyrë të qartë të lidhet me zgjedhjet, zgjedhjet janë të rregulluara me ligj dhe këtu procesi është relativisht i normëzuar. Klientelizmi mund të konsiderohet edhe si inkriminim dmth. është formë e korrupsionit, duke premtuar se diçka do të bëhet. Por, Maqedonia e Veriut është larg atyre standardeve, sepse përvoja e deritanishme tregon se dënimi dhe parandalimi nuk funksionojnë.

Një dimension tjetër, jashtë vetë procesit zgjedhor, kanë politikat populiste të cilat i promovojnë pothuajse të gjitha partitë politike. Ai është i ashtuquajtur i klientelizëm „i painkriminuar“, i cili është masovisht i përhapur dhe bën kaos të plotë në sistem. Për shembull, miratimi i ligjeve absurde të tipit legalizimet e ndërtimeve pa leje të cilat kanë pasoja negative afatgjate, ndërsa sjellin një numër të madh votash „klienteliste“ në çdo zgjedhje.

Në ciklet e fundit zgjedhore kishte një zhvendosje pozitive, por vetëm në shmangien e shkeljeve brutale të kodit zgjedhor, përderisa sanksionimi i udhëhequr përmes proceseve gjyqësore ende lihet në heshtje. Ende po ballafaqohemi me frikësim, korrupsion dhe veprime tjera joligjore, dhe gjyqësori sërisht fshihet në pjesën e sanksionimit të shpejtë, efikas dhe të disenjuar siç duhet.

Është veçanërisht shqetësuese se pas çdo zgjedhje harrojmë organet zgjedhore. Ne nuk duam të bëjmë KSHZ të pavarur, edhe krahas përpjekjes (së pasuksesshme) që të profesionalizohet. Kemi një administratë të gjerë zgjedhore dhe sërisht nuk ka përmirësime të dukshme, dhe arsyeja për këtë është roli mbizotërues i partive politike në marrjen e vendimeve përfundimtare rreth procesit zgjedhor. Procesi zgjedhor duhet të jetë një proces besimi, ndërsa kjo gjë është e pamundur pa organe zgjedhore të pavarura dhe profesionale.

Sistemi zgjedhor „nxitës“ i klientelizmit

Listat e hapura mundësojnë shkëputjen e lidhjes udhëheqësi partiake-deputet dhe ofrojnë mundësinë që deputetët të jenë më të pavarur në veprimin e tyre dhe të jenë llogaridhënës për punën e vet ndaj votuesve të cilët i kanë zgjedhur. Një sistem zgjedhor i baraspeshuar mirë me lista të hapura, i komplementuar me institucione të fuqishme dhe gjyqësor efektiv, mund të ndihmojë në zvogëlimin e praktikave klienteliste dhe krijimin e bazave për një përfaqësim më të mirë të votuesve në suaza të kuvendit.

Si plotësim i të mëparshmes, një njësi zgjedhore, me prag minimal zgjedhor, do ta zvogëlojë presionin për krijimin e koalicioneve parazgjedhore të leverdishme, dhe me këtë do të zvogëloheshin edhe praktikatat e mundshme klienteliste parazgjedhore.

Në anën tjetër, praxsa e disa shteteve të Ballkanit perëndimor tregon se edhe listat e hapura dhe vendosja e një njësie zgjedhore nxisin përqëndrim më të madh të deputetëve të qyteteve të mëdha, me çka mund të dobësohet lidhja ndërmjet deputetit dhe votuesit, të prishet përfaqësimi gjeografik dhe gjinor i deputetëve.

Kodi zgjedhor/fushata zgjedhore

Kodi zgjedhor, si dhe Ligji për financim të partive politike krijojnë klientelizëm, veçanërisht në relacionin parti politike - media. Nga viti 2006 deri sot janë bërë 33 ndryshime në Kodin zgjedhor dhe kjo është bërë para zgjedhjeve. Shumica e ndryshimeve kanë të bëjnë me financimin e zgjedhjeve dhe reklamimin. Kodi zgjedhor mundëson klientelizëm të mediave, ekziston rreziku i ndërhyrjes në politikën redaktuese, përderisa orari për reklamim medial në masë të madhe është në dobi të partive politike më të mëdha. Për shembull, orari i bilbordeve për reklamim parazgjedhor mundëson katër partitë politike më të mëdha (dy nga pushteti dhe dy nga opozita) të marrin nga 40% të hapësirës reklamuese, përderisa për të gjitha partitë tjera mbetet hapësirë shumë e vogël për reklamim politik. Si plotësim i kësaj, grupet e pavarura të votuesve/kandidatëve të cilët nuk janë të organizuar në parti politike, ndërsa prezantohen në zgjedhje, nuk kanë të drejtën e financimit dhe kjo lë përshtypjen e garës së pabarabartë zgjedhore.

Prej këtu del se tema më e rëndësishme për partitë politike është financimi dhe reklamimi i mediave. KSHPK-ja u ka dhënë rekomandime anëtarëve që kanë të bëjnë me fushatën zgjedhore dhe financimin e partive politike të veçohen nga Kodi zgjedhor dhe të përfshihen në Ligjin e financimit të partive politike, me çka de fakto do të zvogëlohej presioni mbi Kodin zgjedhor dhe ndryshimet ekzistuese që burojnë para zgjedhjeve.

Nga ana tjetër, në vetë Ligjin për financimin e partive politike donacionet për partitë politike nuk janë të rregulluara në mënyrë adekuate.

Fitohet përshtypje se në Kodin zgjedhor janë lënë qëllimshëm boshllëqe juridike të cilat i shfrytëzojnë partitë politike.

Roli i Entit Shtetëror të Revizionit (ESHR)

Parashtrohet edhe pyetja sa janë të dukshme raportet e ESHR-së për publikun profesional dhe veçanërisht sa janë të „dukshme“ për institucionet të cilat duhet të veprojnë sipas këtyre raporteve. Ky i fundit duket se është një problem në vete dhe sfidë për të ardhmen. Mediat dhe institucionet e pavarura (nga KSHPK dhe deri te organizatat qytetare) duhet të bëjnë presion më të madh dhe ta nxjerrin sheshit këtë problem para publikut më të gjerë.

Edhe përkundër përpjekjeve të caktuara që të tejkalohet ky problem, fitohet përshtypje se të paktë janë ata që i lexojnë raportet e ESHR-së, në të cilat shpesh dhe në vazhdimësi përsëritet për problemet sistemore me të cilat ballafaqohen institucionet, por sërish askush nuk ndërmer aktivitet apo të thërrasë në përgjegjësi. Në thelb, kur ESHR-ja vë në dukje se është bërë ndonjë shkelje, institucionet ndaj të cilave është drejtuar vërejtja duhet të mbajnë përgjegjësi.

Rekomandime lidhur me ESHR-në:

- Automatizimi i proceseve.
- Zbulimi dhe analiza e të gjitha rreziqeve në proceset e ndryshme (për shembull në procesin zgjedhor).
- Koordinimi ndërmjet ESHR-së dhe KSHPK-së në zbulimin dhe veçanërisht krahasimin e mangësive sistemore lidhur me procesin zgjedhor, në pjesën e financimit të partive politike.
- Vendosja e kontrollit të brendshëm, monitorimit dhe sanksioneve në rast të mospasjes së revizionit të brendshëm në institucione. Përvoja e ESHR-së tregon se shumë institucione të shtetit nuk kanë aspak kontroll të brendshëm prej vitesh.
- Përfundimisht, puna e institucioneve të pavarura dhe organeve (të tipit të ESHR-së, KSHPK-së, shoqërisë qytetare, mediave) kanë një fushëveprim të kufizuar. Ata që duhet të marrin masa tani e tutje janë: prokuroria, inspektoratet dhe MPB-ja.

● Përfundim

I detë dhe rekomandimet e dala nga ky dokument pamëdyshje vënë në dukje kompleksitetin e problemit me klientelizmin dhe pamundësisë për t'iu qasur kësaj çështjeje, me anë të propozimit të zgjidhjeve përfundimtare dhe gjithpërfshirëse. Përkundrazi, klientelizmi është aq i përhapur dhe i integruar në shoqërinë maqedonase që në njëfarë mënyre është inkuadruar në kulturën politike të votuesit të saj dhe të asaj që quhet modus operandi të partive politike në Maqedoni. Gjithashtu, tregohet se kultura e klientelizmit i reziston shumë ndryshimeve, sepse përfitimin që e marrin edhe partitë edhe votuesit /klientët është reciprok. Prandaj, pa ndonjë ambicje që të jepen zgjidhje çudibërëse për luftën kundër klientelizmit, duket se një qasje gjithpërfshirëse (njëkohësisht në disa fronte) mund të pretendojë në zvogëlimin e ndikimit të praktikave klienteliste në vend.

Klientelizmi politik ka manifestime të ndryshme dhe për atë shkak krijimi i politikave për luftimin e të njejtit duhet të jetë shumëdimensional. Edukimi i votuesve, zvogëlimi i varfërisë, forcimi i institucioneve, efikasiteti në përcaktimin dhe adresimin e përgjegjësisë politike dhe penale, reforma e partive politike për më tepër demokraci brendapartiake, ndryshimi i modelit zgjedhor, koordinimi më i mirë i organeve të pavarura dhe presioni më i madh nga ana e organizatave qytetare. Të gjithë faktorët e lartpërmendur janë të rëndësishëm në zvogëlimin e praktikave klienteliste, por veprimi i tyre sinergjik ndikon në arritjen e suksesit, në këtë sferë. Sukses që do të duhej vlerësuar në vite, e jo në ditë a në muaj.

• Referencat bibliografike

Bliznakovski J, *Selling, Party Serving and Clientelist Benefit-Seeking: Citizen Engagement in Political Clientelism in the Western Balkans*, The University of Milan, 2018/2019

Bliznakovski J, Gjuzelov B and Popovikij M, *Report on the informal life of political parties in the Western Balkans Societies*, Institute for Democracy "Societas Civilis" – Skopje, 2017
https://www.ucl.ac.uk/ssees/sites/ssees/files/idsccs-informal_life_of_political_parties-report-27092017.pdf

Efendic A, Ledenava A, *There is no free (informal) lunch: Cost of informal networking in the Western Balkans*, INFORM: Closing the gap between formal and informal institutions in the Balkans
https://www.ucl.ac.uk/ssees/sites/ssees/files/inform_pb1_-_cost_of_networking.pdf

Efendic A, Mujaric M, Halilovich H, Efendic N, Kumalic I, *Informal economy and informal practices in the formal economy of the Western Balkans region*, Center for Intradisciplinary Social Applied Research Sarajevo, 2017
https://www.ucl.ac.uk/ssees/sites/ssees/files/study_on_formal_and_informal_economy_upd_27122017.pdf

Hicken A, *Clientelism*, Annual Review of Political Science, Vol. 14:289-310, June 2011
<https://www.annualreviews.org/doi/10.1146/annurev.polisci.031908.220508>

Markovikij N, Gocevski D, *Observational analysis of popular conception of clientelism in Macedonia*, Political Thought, NO 56, 2018, pp. 23-41

Popovikij M, Gjuzelov B and Bliznakovski J, *How to sustainably decrease clientelism and ensure fair political competition in the Western Balkans?*, INFORM: Closing the gap between formal and informal institutions in the Balkans
https://www.ucl.ac.uk/ssees/sites/ssees/files/inform_pb6_-_clientelism.pdf

Singer, M.M, *Buying Voters with Dirty Money: The Relationship between Clientelism and Corruption*, Department of Political Science University of Connecticut, August 2009
<https://sites.duke.edu/democracylinkage/files/2014/12/2.4.Singer.pdf>

Државна комисија за спречување на корупција, *Посебен извештај за утврдените злоупотреби во финансирањето на изборната кампања Локални избори-2021*, февруари 2022
<https://dksk.mk/wp-content/uploads/2022/02/%D0%9F%D0%BE%D1%81%D0%B5%D0%B1%D0%B5%D0%BD-%D0%B8%D0%B7%D0%B2%D0%B5%D1%88%D1%82%D0%B0%D1%98-7.2.2022.pdf>

Државен завод за ревизија, *Локални избори 2021 година - Вкупни финансиски извештаи со спецификација на трошоците за приходите и расходите во изборната кампања (од денот на отворање до денот на затворање на трансакциската сметка)*, 2021
<https://dzt.mk/mk/izvestai-politicki-partii>

Државен завод за ревизија, *Годишни извештаи* <https://dzt.mk/mk/godisni-izvestai-dzt>

Државен завод за ревизија, *Ревизорски извештаи* <https://dzt.mk/mk/revizorski-izvestai>

Гоцевски Д, *Склоност гласача клијентелизму у Републици Македонији*, ГОДИШЊАК Правног факултета у Источном Сарајеву, Vol. 8, No. 1/2017, pp. 1–19

Ристовска Ј, Димова Н и Поповиќ М, *Извештај за проценка на корупцијата: ниво на корупција 2021*, Македонски центар за меѓународна соработка (МЦМО), 2021
<https://mcms.mk/images/docs/2021/izvestaj-za-procenka-na-korupcijata-nivo-na-korupcija-2021.pdf>

LISTA E PJESËMARRËSVE

1. Gordan Georgiev, Forumi për politika të arsyeshme
2. Marija Sunçevska, Transparency International Maqedoni
3. Sefer Tahiri, profesor në Universitetin e Evropës Juglindore dhe gazetar
4. Snezhana Kamilovska- Trpovska, Qendra maqedonase për bashkëpunim ndërkombëtar (MCMS)
5. Dragan Gocevski, profesor inordinar, Fakulteti i Drejtësisë Justiniani i Parë
6. Tamara Çausidis, Rrjeti Ballkanik i Gazetarisë Hulumtuese (BIRN Maqedoni)
7. Dragan Malinovski, avokat dhe anëtar i mëparshëm i Komisionit shtetëror për parandalimin e korrupsionit
8. Katica Nikollovska, Komisioni shtetëror për parandalimin e korrupsionit
9. Maria Mirçevska, Fondacioni Shoqëri e hapur - Maqedoni (FOOM)
10. Aleksandar Novakovski, avokat dhe kryetar i mëparshëm i Komisionit Shtetëror të Zgjedhjeve
11. Branko Smilevski, ndihmës i revizorit kryesor shtetëror – Enti Shtetëror i Revizionit
12. Sanja Jovanovska, revizor i ri - Enti Shtetëror i Revizionit
13. Përfaqësues i Misionit të OSBE-së në Shkup
14. Maria Sevrieva, gazetare - Agjenda 35
15. Damir Neziri, Fondacioni për demokraci i Uestminster
16. Jasmina Trajkovska-Naumoska, profesore në Universitetin AUE-FON
17. Igor Micevski, Instituti për hulumtimin e zhvillimit shoqëror-RESIS
18. Rizvan Sylejmani, profesor i Universitetit „Nënë Tereza “ -
- Shkup dhe ish – ministër i vetëqeverisjes lokale
19. Misha Popoviq, IDSCS



**FORUM FOR
REASONABLE POLICIES**

Forumi i politikave të arsyeshme është organizatë ekspertësh (think-tank), e themeluar në vitin 2017 me qëllim të:

- Krijimit të bazës për zhvillim të qëndrueshëm në fushën e demokracisë, kulturës dhe ekonomisë;
- Promovimit të shoqërisë që bazohet në arsyen, si bazë më e qëndrueshme për ndërtimin e politikave të përbashkëta;
- Vënies në qarkullim (lansimin) e platformës për afirmimin e parimeve dhe politikave reale, të prekshme, të mirëkuptuara, pa marrë parasysh a janë të njohura dhe të përditësuara në çastin e shqiptimit të tyre;
- Kundërshtimit të kompromiseve dhe konsensusit të rremë që ofrojnë zgjidhje për qetësimin e situatës, ndërkaq në thelb thellojnë ndarjet në shoqëri dhe kërcënojnë përparimin afatgjatë;
- Sfidimit dhe rishqyrtimit në mënyrë kritike të pozicioneve, të politikave dhe të qëndrimeve të çdo institucioni politik dhe ekonomik, veçanërisht të atyre që janë jodemokratike ose demokratike problematike.



www.frp.mk
frp@frp.mk

© 2022 Forumi i politikave të arsyeshme